

# **Império do Sabor - Plano Empresarial Completo**

## **Página 1 - Planejamento Estratégico e Operacional**

O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma:

- 18 chefs e cozinheiros.
- 32 auxiliares de cozinha.
- 25 garçons e sommeliers.
- 12 atendentes de delivery.
- 8 gestores administrativos.
- 15 profissionais de marketing.
- 18 profissionais operacionais e de limpeza.

A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:

- Burrata artesanal com pesto e tomate confit.
- Carpaccio trufado com parmesão.
- Camarões grelhados com redução cítrica.
- Bruschetta especial da casa.
- Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:

- Risoto de funghi com parmesão envelhecido.
- Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas.
- Salmão grelhado com legumes sazonais.
- Massa artesanal ao molho de camarão.
- Frango recheado com espinafre e ricota.
- Polvo grelhado com arroz negro.
- Lasanha artesanal da casa.

Sobremesas:

- Petit gâteau com sorvete de creme.
- Cheesecake de frutas vermelhas.
- Tiramisu tradicional.
- Mousse de chocolate belga.
- Torta de limão siciliano.

Bebidas:

- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados.
- Drinks autorais e clássicos.
- Sucos naturais e bebidas não alcoólicas.
- Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:**

- Cartões de crédito e débito.
- PIX.
- Carteiras digitais.
- Vale-refeição e vale-alimentação.
- Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:**

- Ticket médio de R\$ 185,00.
- Taxa de ocupação média de 87%.

- Retenção de clientes de 78%. - Crescimento anual médio de 25%. - Margem líquida projetada de 18%. **RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos. **PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade. O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional. **META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering. **META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais: - Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais. - Crescer 35% o número de reservas online. - Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%. - Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8. - Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma: - 18 chefs e cozinheiros. - 32 auxiliares de cozinha. - 25 garçons e sommeliers. - 12 atendentes de delivery. - 8 gestores administrativos. - 15 profissionais de marketing. - 18 profissionais operacionais e de limpeza. A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental. **CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas: - Burrata artesanal com pesto e tomate confit. - Carpaccio trufado com parmesão. - Camarões grelhados com redução cítrica. - Bruschetta especial da casa. - Salada mediterrânea com azeite extra virgem. Pratos principais: - Risoto de funghi com parmesão envelhecido. - Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas. - Salmão grelhado com legumes sazonais. - Massa artesanal ao molho de camarão. - Frango recheado com espinafre e ricota. - Polvo grelhado com arroz negro. - Lasanha artesanal da casa. Sobremesas: - Petit gâteau com sorvete de creme. - Cheesecake de frutas vermelhas. - Tiramisu tradicional. - Mousse de chocolate belga. - Torta de limão siciliano. Bebidas: - Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados. - Drinks autorais e clássicos. - Sucos naturais e bebidas

não alcoólicas. - Café especial e bebidas quentes. FORMAS DE PAGAMENTO: - Cartões de crédito e débito. - PIX. - Carteiras digitais. - Vale-refeição e vale-alimentação. - Parcelamento para eventos corporativos. INDICADORES DE DESEMPENHO: - Ticket médio de R\$ 185,00. - Taxa de ocupação média de 87%. - Retenção de clientes de 78%. - Crescimento anual médio de 25%. - Margem líquida projetada de 18%. RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE: O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos. PLANEJAMENTO FUTURO: Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade.

## **Página 2 - Planejamento Estratégico e Operacional**

O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma:

- 18 chefs e cozinheiros.
- 32 auxiliares de cozinha.
- 25 garçons e sommeliers.
- 12 atendentes de delivery.
- 8 gestores administrativos.
- 15 profissionais de marketing.
- 18 profissionais operacionais e de limpeza.

A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:

- Burrata artesanal com pesto e tomate confit.
- Carpaccio trufado com parmesão.
- Camarões grelhados com redução cítrica.
- Bruschetta especial da casa.
- Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:

- Risoto de funghi com parmesão envelhecido.
- Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas.
- Salmão grelhado com legumes sazonais.
- Massa artesanal ao molho de camarão.
- Frango recheado com espinafre e ricota.
- Polvo grelhado com arroz negro.

Sobremesas:

- Petit gâteau com sorvete de creme.
- Cheesecake de frutas vermelhas.
- Tiramisu tradicional.
- Mousse de chocolate belga.
- Torta de limão siciliano.

Bebidas:

- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados.
- Drinks autorais e clássicos.
- Sucos naturais e bebidas não alcoólicas.
- Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:**

- Cartões de crédito e débito.
- PIX.
- Carteiras digitais.
- Vale-refeição e vale-alimentação.
- Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:**

- Ticket médio de R\$ 185,00.
- Taxa de ocupação média de 87%.
- Retenção de clientes de 78%.
- Crescimento anual médio de 25%.
- Margem líquida projetada de 18%.

**RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de

desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos.

**PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade. O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma: - 18 chefs e cozinheiros. - 32 auxiliares de cozinha. - 25 garçons e sommeliers. - 12 atendentes de delivery. - 8 gestores administrativos. - 15 profissionais de marketing. - 18 profissionais operacionais e de limpeza. A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:  
- Burrata artesanal com pesto e tomate confit. - Carpaccio trufado com parmesão. - Camarões grelhados com redução cítrica. - Bruschetta especial da casa. - Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:  
- Risoto de funghi com parmesão envelhecido. - Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas. - Salmão grelhado com legumes sazonais. - Massa artesanal ao molho de camarão.

- Frango recheado com espinafre e ricota. - Polvo grelhado com arroz negro. - Lasanha artesanal da casa.

Sobremesas:  
- Petit gâteau com sorvete de creme. - Cheesecake de frutas vermelhas. - Tiramisu tradicional. - Mousse de chocolate belga. - Torta de limão siciliano.

Bebidas:  
- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados. - Drinks autorais e clássicos. - Sucos naturais e bebidas não alcoólicas. - Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:** - Cartões de crédito e débito. - PIX. - Carteiras digitais. - Vale-refeição e vale-alimentação. - Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:** - Ticket médio de R\$ 185,00. - Taxa de ocupação média de 87%.

- Retenção de clientes de 78%. - Crescimento anual médio de 25%. - Margem líquida projetada de 18%. **RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos. **PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade.

## **Página 3 - Planejamento Estratégico e Operacional**

O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma:

- 18 chefs e cozinheiros.
- 32 auxiliares de cozinha.
- 25 garçons e sommeliers.
- 12 atendentes de delivery.
- 8 gestores administrativos.
- 15 profissionais de marketing.
- 18 profissionais operacionais e de limpeza.

A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:

- Burrata artesanal com pesto e tomate confit.
- Carpaccio trufado com parmesão.
- Camarões grelhados com redução cítrica.
- Bruschetta especial da casa.
- Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:

- Risoto de funghi com parmesão envelhecido.
- Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas.
- Salmão grelhado com legumes sazonais.
- Massa artesanal ao molho de camarão.
- Frango recheado com espinafre e ricota.
- Polvo grelhado com arroz negro.

Sobremesas:

- Petit gâteau com sorvete de creme.
- Cheesecake de frutas vermelhas.
- Tiramisu tradicional.
- Mousse de chocolate belga.
- Torta de limão siciliano.

Bebidas:

- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados.
- Drinks autorais e clássicos.
- Sucos naturais e bebidas não alcoólicas.
- Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:**

- Cartões de crédito e débito.
- PIX.
- Carteiras digitais.
- Vale-refeição e vale-alimentação.
- Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:**

- Ticket médio de R\$ 185,00.
- Taxa de ocupação média de 87%.
- Retenção de clientes de 78%.
- Crescimento anual médio de 25%.
- Margem líquida projetada de 18%.

**RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de

desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos.

**PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade. O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma: - 18 chefs e cozinheiros. - 32 auxiliares de cozinha. - 25 garçons e sommeliers. - 12 atendentes de delivery. - 8 gestores administrativos. - 15 profissionais de marketing. - 18 profissionais operacionais e de limpeza. A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:  
- Burrata artesanal com pesto e tomate confit.  
- Carpaccio trufado com parmesão.  
- Camarões grelhados com redução cítrica.  
- Bruschetta especial da casa.  
- Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:  
- Risoto de funghi com parmesão envelhecido.  
- Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas.  
- Salmão grelhado com legumes sazonais.  
- Massa artesanal ao molho de camarão.

Bebidas:  
- Frango recheado com espinafre e ricota.  
- Polvo grelhado com arroz negro.  
- Lasanha artesanal da casa.

Sobremesas:  
- Petit gâteau com sorvete de creme.  
- Cheesecake de frutas vermelhas.  
- Tiramisu tradicional.  
- Mousse de chocolate belga.

Bebidas:  
- Torta de limão siciliano.

**FORMAS DE PAGAMENTO:**  
- Cartões de crédito e débito.  
- PIX.  
- Carteiras digitais.  
- Vale-refeição e vale-alimentação.  
- Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:**  
- Ticket médio de R\$ 185,00.  
- Taxa de ocupação média de 87%.

- Retenção de clientes de 78%. - Crescimento anual médio de 25%. - Margem líquida projetada de 18%. **RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos. **PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade.

## **Página 4 - Planejamento Estratégico e Operacional**

O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma:

- 18 chefs e cozinheiros.
- 32 auxiliares de cozinha.
- 25 garçons e sommeliers.
- 12 atendentes de delivery.
- 8 gestores administrativos.
- 15 profissionais de marketing.
- 18 profissionais operacionais e de limpeza.

A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:

- Burrata artesanal com pesto e tomate confit.
- Carpaccio trufado com parmesão.
- Camarões grelhados com redução cítrica.
- Bruschetta especial da casa.
- Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:

- Risoto de funghi com parmesão envelhecido.
- Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas.
- Salmão grelhado com legumes sazonais.
- Massa artesanal ao molho de camarão.
- Frango recheado com espinafre e ricota.
- Polvo grelhado com arroz negro.

Sobremesas:

- Lasanha artesanal da casa.
- Petit gâteau com sorvete de creme.
- Cheesecake de frutas vermelhas.
- Tiramisu tradicional.
- Mousse de chocolate belga.
- Torta de limão siciliano.

Bebidas:

- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados.
- Drinks autorais e clássicos.
- Sucos naturais e bebidas não alcoólicas.
- Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:**

- Cartões de crédito e débito.
- PIX.
- Carteiras digitais.
- Vale-refeição e vale-alimentação.
- Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:**

- Ticket médio de R\$ 185,00.
- Taxa de ocupação média de 87%.
- Retenção de clientes de 78%.
- Crescimento anual médio de 25%.
- Margem líquida projetada de 18%.

**RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de

desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos.

**PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade. O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma: - 18 chefs e cozinheiros. - 32 auxiliares de cozinha. - 25 garçons e sommeliers. - 12 atendentes de delivery. - 8 gestores administrativos. - 15 profissionais de marketing. - 18 profissionais operacionais e de limpeza. A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:  
- Burrata artesanal com pesto e tomate confit. - Carpaccio trufado com parmesão. - Camarões grelhados com redução cítrica. - Bruschetta especial da casa. - Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:  
- Risoto de funghi com parmesão envelhecido. - Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas. - Salmão grelhado com legumes sazonais. - Massa artesanal ao molho de camarão.

- Frango recheado com espinafre e ricota. - Polvo grelhado com arroz negro. - Lasanha artesanal da casa.

Sobremesas:  
- Petit gâteau com sorvete de creme. - Cheesecake de frutas vermelhas. - Tiramisu tradicional. - Mousse de chocolate belga. - Torta de limão siciliano.

Bebidas:  
- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados. - Drinks autorais e clássicos. - Sucos naturais e bebidas não alcoólicas. - Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:** - Cartões de crédito e débito. - PIX. - Carteiras digitais. - Vale-refeição e vale-alimentação. - Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:** - Ticket médio de R\$ 185,00. - Taxa de ocupação média de 87%.

- Retenção de clientes de 78%. - Crescimento anual médio de 25%. - Margem líquida projetada de 18%. **RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos. **PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade.

## **Página 5 - Planejamento Estratégico e Operacional**

O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma:

- 18 chefs e cozinheiros.
- 32 auxiliares de cozinha.
- 25 garçons e sommeliers.
- 12 atendentes de delivery.
- 8 gestores administrativos.
- 15 profissionais de marketing.
- 18 profissionais operacionais e de limpeza.

A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:

- Burrata artesanal com pesto e tomate confit.
- Carpaccio trufado com parmesão.
- Camarões grelhados com redução cítrica.
- Bruschetta especial da casa.
- Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:

- Risoto de funghi com parmesão envelhecido.
- Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas.
- Salmão grelhado com legumes sazonais.
- Massa artesanal ao molho de camarão.
- Frango recheado com espinafre e ricota.
- Polvo grelhado com arroz negro.

Sobremesas:

- Petit gâteau com sorvete de creme.
- Cheesecake de frutas vermelhas.
- Tiramisu tradicional.
- Mousse de chocolate belga.
- Torta de limão siciliano.

Bebidas:

- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados.
- Drinks autorais e clássicos.
- Sucos naturais e bebidas não alcoólicas.
- Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:**

- Cartões de crédito e débito.
- PIX.
- Carteiras digitais.
- Vale-refeição e vale-alimentação.
- Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:**

- Ticket médio de R\$ 185,00.
- Taxa de ocupação média de 87%.
- Retenção de clientes de 78%.
- Crescimento anual médio de 25%.
- Margem líquida projetada de 18%.

**RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de

desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos.

**PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade. O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma:

- 18 chefs e cozinheiros.
- 32 auxiliares de cozinha.
- 25 garçons e sommeliers.
- 12 atendentes de delivery.
- 8 gestores administrativos.
- 15 profissionais de marketing.
- 18 profissionais operacionais e de limpeza.

A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:

- Burrata artesanal com pesto e tomate confit.
- Carpaccio trufado com parmesão.
- Camarões grelhados com redução cítrica.
- Bruschetta especial da casa.
- Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:

- Risoto de funghi com parmesão envelhecido.
- Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas.
- Salmão grelhado com legumes sazonais.
- Massa artesanal ao molho de camarão.
- Frango recheado com espinafre e ricota.
- Polvo grelhado com arroz negro.

Sobremesas:

- Petit gâteau com sorvete de creme.
- Cheesecake de frutas vermelhas.
- Tiramisu tradicional.
- Mousse de chocolate belga.
- Torta de limão siciliano.

Bebidas:

- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados.
- Drinks autorais e clássicos.
- Sucos naturais e bebidas não alcoólicas.
- Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:**

- Cartões de crédito e débito.
- PIX.
- Carteiras digitais.
- Vale-refeição e vale-alimentação.
- Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:**

- Ticket médio de R\$ 185,00.
- Taxa de ocupação média de 87%.

- Retenção de clientes de 78%. - Crescimento anual médio de 25%. - Margem líquida projetada de 18%. **RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos. **PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade.

## **Página 6 - Planejamento Estratégico e Operacional**

O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma:

- 18 chefs e cozinheiros.
- 32 auxiliares de cozinha.
- 25 garçons e sommeliers.
- 12 atendentes de delivery.
- 8 gestores administrativos.
- 15 profissionais de marketing.
- 18 profissionais operacionais e de limpeza.

A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:

- Burrata artesanal com pesto e tomate confit.
- Carpaccio trufado com parmesão.
- Camarões grelhados com redução cítrica.
- Bruschetta especial da casa.
- Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:

- Risoto de funghi com parmesão envelhecido.
- Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas.
- Salmão grelhado com legumes sazonais.
- Massa artesanal ao molho de camarão.
- Frango recheado com espinafre e ricota.
- Polvo grelhado com arroz negro.

Sobremesas:

- Lasanha artesanal da casa.
- Petit gâteau com sorvete de creme.
- Cheesecake de frutas vermelhas.
- Tiramisu tradicional.
- Mousse de chocolate belga.
- Torta de limão siciliano.

Bebidas:

- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados.
- Drinks autorais e clássicos.
- Sucos naturais e bebidas não alcoólicas.
- Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:**

- Cartões de crédito e débito.
- PIX.
- Carteiras digitais.
- Vale-refeição e vale-alimentação.
- Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:**

- Ticket médio de R\$ 185,00.
- Taxa de ocupação média de 87%.
- Retenção de clientes de 78%.
- Crescimento anual médio de 25%.
- Margem líquida projetada de 18%.

**RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de

desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos.

**PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade. O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma:

- 18 chefs e cozinheiros.
- 32 auxiliares de cozinha.
- 25 garçons e sommeliers.
- 12 atendentes de delivery.
- 8 gestores administrativos.
- 15 profissionais de marketing.
- 18 profissionais operacionais e de limpeza.

A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:

- Burrata artesanal com pesto e tomate confit.
- Carpaccio trufado com parmesão.
- Camarões grelhados com redução cítrica.
- Bruschetta especial da casa.
- Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:

- Risoto de funghi com parmesão envelhecido.
- Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas.
- Salmão grelhado com legumes sazonais.
- Massa artesanal ao molho de camarão.
- Frango recheado com espinafre e ricota.
- Polvo grelhado com arroz negro.

Sobremesas:

- Petit gâteau com sorvete de creme.
- Cheesecake de frutas vermelhas.
- Tiramisu tradicional.
- Mousse de chocolate belga.
- Torta de limão siciliano.

Bebidas:

- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados.
- Drinks autorais e clássicos.
- Sucos naturais e bebidas não alcoólicas.
- Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:**

- Cartões de crédito e débito.
- PIX.
- Carteiras digitais.
- Vale-refeição e vale-alimentação.
- Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:**

- Ticket médio de R\$ 185,00.
- Taxa de ocupação média de 87%.

- Retenção de clientes de 78%. - Crescimento anual médio de 25%. - Margem líquida projetada de 18%. **RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos. **PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade.

## **Página 7 - Planejamento Estratégico e Operacional**

O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma:

- 18 chefs e cozinheiros.
- 32 auxiliares de cozinha.
- 25 garçons e sommeliers.
- 12 atendentes de delivery.
- 8 gestores administrativos.
- 15 profissionais de marketing.
- 18 profissionais operacionais e de limpeza.

A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:

- Burrata artesanal com pesto e tomate confit.
- Carpaccio trufado com parmesão.
- Camarões grelhados com redução cítrica.
- Bruschetta especial da casa.
- Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:

- Risoto de funghi com parmesão envelhecido.
- Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas.
- Salmão grelhado com legumes sazonais.
- Massa artesanal ao molho de camarão.
- Frango recheado com espinafre e ricota.
- Polvo grelhado com arroz negro.

Sobremesas:

- Petit gâteau com sorvete de creme.
- Cheesecake de frutas vermelhas.
- Tiramisu tradicional.
- Mousse de chocolate belga.
- Torta de limão siciliano.

Bebidas:

- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados.
- Drinks autorais e clássicos.
- Sucos naturais e bebidas não alcoólicas.
- Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:**

- Cartões de crédito e débito.
- PIX.
- Carteiras digitais.
- Vale-refeição e vale-alimentação.
- Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:**

- Ticket médio de R\$ 185,00.
- Taxa de ocupação média de 87%.
- Retenção de clientes de 78%.
- Crescimento anual médio de 25%.
- Margem líquida projetada de 18%.

**RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de

desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos.

**PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade. O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma:

- 18 chefs e cozinheiros.
- 32 auxiliares de cozinha.
- 25 garçons e sommeliers.
- 12 atendentes de delivery.
- 8 gestores administrativos.
- 15 profissionais de marketing.
- 18 profissionais operacionais e de limpeza.

A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:

- Burrata artesanal com pesto e tomate confit.
- Carpaccio trufado com parmesão.
- Camarões grelhados com redução cítrica.
- Bruschetta especial da casa.
- Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:

- Risoto de funghi com parmesão envelhecido.
- Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas.
- Salmão grelhado com legumes sazonais.
- Massa artesanal ao molho de camarão.
- Frango recheado com espinafre e ricota.
- Polvo grelhado com arroz negro.

Sobremesas:

- Petit gâteau com sorvete de creme.
- Cheesecake de frutas vermelhas.
- Tiramisu tradicional.
- Mousse de chocolate belga.
- Torta de limão siciliano.

Bebidas:

- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados.
- Drinks autorais e clássicos.
- Sucos naturais e bebidas não alcoólicas.
- Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:**

- Cartões de crédito e débito.
- PIX.
- Carteiras digitais.
- Vale-refeição e vale-alimentação.
- Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:**

- Ticket médio de R\$ 185,00.
- Taxa de ocupação média de 87%.

- Retenção de clientes de 78%. - Crescimento anual médio de 25%. - Margem líquida projetada de 18%. **RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos. **PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade.

## **Página 8 - Planejamento Estratégico e Operacional**

O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma:

- 18 chefs e cozinheiros.
- 32 auxiliares de cozinha.
- 25 garçons e sommeliers.
- 12 atendentes de delivery.
- 8 gestores administrativos.
- 15 profissionais de marketing.
- 18 profissionais operacionais e de limpeza.

A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:

- Burrata artesanal com pesto e tomate confit.
- Carpaccio trufado com parmesão.
- Camarões grelhados com redução cítrica.
- Bruschetta especial da casa.
- Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:

- Risoto de funghi com parmesão envelhecido.
- Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas.
- Salmão grelhado com legumes sazonais.
- Massa artesanal ao molho de camarão.
- Frango recheado com espinafre e ricota.
- Polvo grelhado com arroz negro.

Sobremesas:

- Petit gâteau com sorvete de creme.
- Cheesecake de frutas vermelhas.
- Tiramisu tradicional.
- Mousse de chocolate belga.
- Torta de limão siciliano.

Bebidas:

- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados.
- Drinks autorais e clássicos.
- Sucos naturais e bebidas não alcoólicas.
- Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:**

- Cartões de crédito e débito.
- PIX.
- Carteiras digitais.
- Vale-refeição e vale-alimentação.
- Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:**

- Ticket médio de R\$ 185,00.
- Taxa de ocupação média de 87%.
- Retenção de clientes de 78%.
- Crescimento anual médio de 25%.
- Margem líquida projetada de 18%.

**RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de

desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos.

**PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade. O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma: - 18 chefs e cozinheiros. - 32 auxiliares de cozinha. - 25 garçons e sommeliers. - 12 atendentes de delivery. - 8 gestores administrativos. - 15 profissionais de marketing. - 18 profissionais operacionais e de limpeza. A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:  
- Burrata artesanal com pesto e tomate confit. - Carpaccio trufado com parmesão. - Camarões grelhados com redução cítrica. - Bruschetta especial da casa. - Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:  
- Risoto de funghi com parmesão envelhecido. - Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas. - Salmão grelhado com legumes sazonais. - Massa artesanal ao molho de camarão.

- Frango recheado com espinafre e ricota. - Polvo grelhado com arroz negro. - Lasanha artesanal da casa.

Sobremesas:  
- Petit gâteau com sorvete de creme. - Cheesecake de frutas vermelhas. - Tiramisu tradicional. - Mousse de chocolate belga. - Torta de limão siciliano.

Bebidas:  
- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados. - Drinks autorais e clássicos. - Sucos naturais e bebidas não alcoólicas. - Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:** - Cartões de crédito e débito. - PIX. - Carteiras digitais. - Vale-refeição e vale-alimentação. - Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:** - Ticket médio de R\$ 185,00. - Taxa de ocupação média de 87%.

- Retenção de clientes de 78%. - Crescimento anual médio de 25%. - Margem líquida projetada de 18%. **RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos. **PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade.

## **Página 9 - Planejamento Estratégico e Operacional**

O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma:

- 18 chefs e cozinheiros.
- 32 auxiliares de cozinha.
- 25 garçons e sommeliers.
- 12 atendentes de delivery.
- 8 gestores administrativos.
- 15 profissionais de marketing.
- 18 profissionais operacionais e de limpeza.

A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:

- Burrata artesanal com pesto e tomate confit.
- Carpaccio trufado com parmesão.
- Camarões grelhados com redução cítrica.
- Bruschetta especial da casa.
- Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:

- Risoto de funghi com parmesão envelhecido.
- Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas.
- Salmão grelhado com legumes sazonais.
- Massa artesanal ao molho de camarão.
- Frango recheado com espinafre e ricota.
- Polvo grelhado com arroz negro.

Sobremesas:

- Lasanha artesanal da casa.
- Petit gâteau com sorvete de creme.
- Cheesecake de frutas vermelhas.
- Tiramisu tradicional.
- Mousse de chocolate belga.
- Torta de limão siciliano.

Bebidas:

- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados.
- Drinks autorais e clássicos.
- Sucos naturais e bebidas não alcoólicas.
- Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:**

- Cartões de crédito e débito.
- PIX.
- Carteiras digitais.
- Vale-refeição e vale-alimentação.
- Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:**

- Ticket médio de R\$ 185,00.
- Taxa de ocupação média de 87%.
- Retenção de clientes de 78%.
- Crescimento anual médio de 25%.
- Margem líquida projetada de 18%.

**RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de

desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos.

**PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade. O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma: - 18 chefs e cozinheiros. - 32 auxiliares de cozinha. - 25 garçons e sommeliers. - 12 atendentes de delivery. - 8 gestores administrativos. - 15 profissionais de marketing. - 18 profissionais operacionais e de limpeza. A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:  
- Burrata artesanal com pesto e tomate confit. - Carpaccio trufado com parmesão. - Camarões grelhados com redução cítrica. - Bruschetta especial da casa. - Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:  
- Risoto de funghi com parmesão envelhecido. - Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas. - Salmão grelhado com legumes sazonais. - Massa artesanal ao molho de camarão.

- Frango recheado com espinafre e ricota. - Polvo grelhado com arroz negro. - Lasanha artesanal da casa.

Sobremesas:  
- Petit gâteau com sorvete de creme. - Cheesecake de frutas vermelhas. - Tiramisu tradicional. - Mousse de chocolate belga. - Torta de limão siciliano.

Bebidas:  
- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados. - Drinks autorais e clássicos. - Sucos naturais e bebidas não alcoólicas. - Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:** - Cartões de crédito e débito. - PIX. - Carteiras digitais. - Vale-refeição e vale-alimentação. - Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:** - Ticket médio de R\$ 185,00. - Taxa de ocupação média de 87%.

- Retenção de clientes de 78%. - Crescimento anual médio de 25%. - Margem líquida projetada de 18%. **RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos. **PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade.

## Página 10 - Planejamento Estratégico e Operacional

O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma:

- 18 chefs e cozinheiros.
- 32 auxiliares de cozinha.
- 25 garçons e sommeliers.
- 12 atendentes de delivery.
- 8 gestores administrativos.
- 15 profissionais de marketing.
- 18 profissionais operacionais e de limpeza.

A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:

- Burrata artesanal com pesto e tomate confit.
- Carpaccio trufado com parmesão.
- Camarões grelhados com redução cítrica.
- Bruschetta especial da casa.
- Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:

- Risoto de funghi com parmesão envelhecido.
- Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas.
- Salmão grelhado com legumes sazonais.
- Massa artesanal ao molho de camarão.
- Frango recheado com espinafre e ricota.
- Polvo grelhado com arroz negro.

Sobremesas:

- Petit gâteau com sorvete de creme.
- Cheesecake de frutas vermelhas.
- Tiramisu tradicional.
- Mousse de chocolate belga.
- Torta de limão siciliano.

Bebidas:

- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados.
- Drinks autorais e clássicos.
- Sucos naturais e bebidas não alcoólicas.
- Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:**

- Cartões de crédito e débito.
- PIX.
- Carteiras digitais.
- Vale-refeição e vale-alimentação.
- Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:**

- Ticket médio de R\$ 185,00.
- Taxa de ocupação média de 87%.
- Retenção de clientes de 78%.
- Crescimento anual médio de 25%.
- Margem líquida projetada de 18%.

**RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de

desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos.

**PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade. O Império do Sabor é um restaurante fictício fundado em 2015 na cidade de São Paulo, especializado em gastronomia contemporânea com influências italiana, brasileira e mediterrânea. A empresa se posiciona como restaurante premium, oferecendo experiência gastronômica completa, ambiente sofisticado, atendimento personalizado e excelência operacional.

**META DE FATURAMENTO:** Para o exercício de 2026, a meta de faturamento anual é de R\$ 24.000.000,00, representando crescimento de 32% em relação ao ano anterior. A receita está distribuída da seguinte forma: - 55% provenientes do salão principal. - 20% provenientes do serviço de delivery. - 15% provenientes de eventos corporativos. - 10% provenientes de serviços de catering.

**META DE MARKETING:** O planejamento de marketing prevê investimento anual de R\$ 1.200.000,00 em mídia digital, campanhas institucionais, parcerias estratégicas e fortalecimento da marca. Objetivos principais:

- Aumentar em 40% o engajamento nas redes sociais.
- Crescer 35% o número de reservas online.
- Ampliar a base de clientes recorrentes em 25%.
- Elevar a avaliação média nas plataformas digitais para 4,8.
- Implementar programa de fidelidade com meta de 5.000 clientes cadastrados.

**QUADRO DE FUNCIONÁRIOS:** O restaurante possui 128 colaboradores distribuídos da seguinte forma:

- 18 chefs e cozinheiros.
- 32 auxiliares de cozinha.
- 25 garçons e sommeliers.
- 12 atendentes de delivery.
- 8 gestores administrativos.
- 15 profissionais de marketing.
- 18 profissionais operacionais e de limpeza.

A empresa investe continuamente em capacitação, treinamento técnico e desenvolvimento comportamental.

**CARDÁPIO PRINCIPAL:** Entradas:

- Burrata artesanal com pesto e tomate confit.
- Carpaccio trufado com parmesão.
- Camarões grelhados com redução cítrica.
- Bruschetta especial da casa.
- Salada mediterrânea com azeite extra virgem.

Pratos principais:

- Risoto de funghi com parmesão envelhecido.
- Filé mignon ao molho madeira com batatas rústicas.
- Salmão grelhado com legumes sazonais.
- Massa artesanal ao molho de camarão.
- Frango recheado com espinafre e ricota.
- Polvo grelhado com arroz negro.

Sobremesas:

- Petit gâteau com sorvete de creme.
- Cheesecake de frutas vermelhas.
- Tiramisu tradicional.
- Mousse de chocolate belga.
- Torta de limão siciliano.

Bebidas:

- Carta com 120 rótulos de vinhos nacionais e importados.
- Drinks autorais e clássicos.
- Sucos naturais e bebidas não alcoólicas.
- Café especial e bebidas quentes.

**FORMAS DE PAGAMENTO:**

- Cartões de crédito e débito.
- PIX.
- Carteiras digitais.
- Vale-refeição e vale-alimentação.
- Parcelamento para eventos corporativos.

**INDICADORES DE DESEMPENHO:**

- Ticket médio de R\$ 185,00.
- Taxa de ocupação média de 87%.

- Retenção de clientes de 78%. - Crescimento anual médio de 25%. - Margem líquida projetada de 18%. **RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE:** O restaurante destina 5% do lucro líquido para projetos sociais voltados à capacitação profissional. Mantém programa de redução de desperdício, controle de estoque inteligente e parceria com produtores locais. Utiliza práticas de sustentabilidade como redução de plástico e reaproveitamento de resíduos orgânicos. **PLANEJAMENTO FUTURO:** Até 2030, o Império do Sabor pretende abrir três novas unidades, expandir o serviço de eventos premium e lançar linha própria de produtos gastronômicos. A meta é atingir faturamento anual de R\$ 60.000.000,00 mantendo padrão de excelência e qualidade.