

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. - 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 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. - 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 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. - 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 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. - 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 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. - 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 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. - 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 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. - 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 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. - 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 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. - 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.