



PLANO DE NEGÓCIO
Chucrut's Bar

BELO HORIZONTE
2016

**ALEXSANDRA DE PAULA
MATHEUS HENRIQUE VALE FERREIRA SOARES
RAFAEL CALAZANS RUBIM**

**PLANO DE NEGÓCIO
Chucrut's Bar**

Versão Final TCC

Orientador (a): Maximiliano

Co-orientadores: Mardem Alencar, Priscila, Elaine, Sergio

**BELO HORIZONTE
2016**

Figura 1 - Estrutura organizacional	Fonte: Elaborado pelos autores	39
Figura 2 – Fluxograma	Fonte: Elaborado pelos autores	41
Figura 3 – Layout	Fonte: Elaborado	
pelos autores	70
Figura 4 – Inauguração	Fonte: Elaborado pelos autores	79

Quadro 1 – SWOT	Fonte: Elaborado pelos autores.....	64
Quadro 2 – SWOT	Fonte: Elaborado pelos autores	66
Quadro 3 – Perspectivas	Fonte: Elaborado pelos autores.....	68
Quadro 4 – Fornecedores	Fonte: Elaborado pelos autores.....	71
Quadro 5 – Média de Gasto	Fonte: Elaborado pelos autores.....	79
Quadro 6 – Concorrente	Fonte: Elaborado pelos autores.....	80
Quadro 7 – Concorrente	Fonte: Elaborado pelos autores.....	80
Quadro 8 - Churrasquinho do Luisinho	Fonte: Elaborado pelos autores.....	80
Quadro 9 - Os Desespitados	Fonte: Elaborado pelos autores	80
Quadro 10 - Amarelim do Prado	Fonte: Elaborado pelos autores.....	81

Tabela 1	- Sócio1	Fonte: Elaborado pelos autores.....	11
Tabela 2	- Sócio 2	Fonte: Elaborado pelos autores.....	11
Tabela 3	- Sócio 3	Fonte: Elaborado pelos autores.....	11
Tabela 4	- Dados do empreendimento	Fonte: Elaborado pelos autores.....	12
Tabela 5	- Capital Social	Fonte: Elaborado pelos autores	13
Tabela 6	- Pesquisa de Preço	Fonte: Elaborado pelos autores	17
Tabela 7	- Pesquisa de preço	Fonte: Elaborado pelos autores	17
Tabela 8	- Capital Social	Fonte: Elaborado pelos autores.....	20
Tabela 9		Fonte: Elaborado pelos autores	51
Tabela 10		Fonte: Elaborado pelos autores	52
Tabela 11		Fonte: Elaborado pelos autores	52
Tabela 12	- Investimento inicial e Pré operacional	Fonte: Elaborado pelos autores.....	56
Tabela 13	- Fonte de recursos	Fonte: Elaborado pelos autores	56
Tabela 14	- Quadro de pessoal e Custo com pessoal	Fonte: Elaborado pelos autores....	56
Tabela 15	- Remuneração dos sócios	Fonte: Elaborado pelos autores	57
Tabela 16	- Projeção de despesas fixas	Fonte: Elaborado pelos autores.....	57
Tabela 17	- Projeção custos variáveis	Fonte: Elaborado pelos autores	57
Tabela 18	- Projeção custos variáveis	Fonte: Elaborado pelos autores	58
Tabela 19	- Fluxo de caixa	Fonte: Elaborado pelos autores	58
Tabela 20	- Projeção de resultado e cálculo da lucratividade e rentabilidade	Fonte: Elaborado pelos autores	59
Tabela 21	- Cálculo de VPL	Fonte: Elaborado pelos autores.....	60
Tabela 22	- Pay Back	Fonte: Elaborado pelos autores	61
Tabela 23	- Cálculo de TIR	Fonte: Elaborado pelos autores.....	62
Tabela 24	- Preço de custo Unitário	Fonte: Elaborado pelos autores.....	74
Tabela 25	- Preço de custo Total	Fonte: Elaborado pelos autores.....	74
Tabela 26	- Preço de venda unitário	Fonte: Elaborado pelos autores.....	75
Tabela 27	- Preço de venda total	Fonte: Elaborado pelos autores.....	75
Tabela 28	- Previsão de vendas	Fonte: Elaborado pelos autores	76
Tabela 29	- Margem de contribuição	Fonte: Elaborado pelos autores.....	76
Tabela 30	- Custo de oportunidade	Fonte: Elaborado pelos autores	77

Sumário

1	CHUCRUT'S BAR	9
1.1	A ideia.....	9
1.2	Descrição do produto ou serviço	9
1.3	Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições	11
	Atribuições do Sócio 3.....	11
1.4	Dados do empreendimento	12
1.5	Visão	12
1.6	Valores.....	12
1.7	Missão	12
1.8	Forma jurídica	12
1.9	Enquadramento tributário	12
1.10	Capital social.....	13
1.11	Fonte de recursos.....	13
2	ANÁLISE DO CENÁRIO	14
2.1	MACRO AMBIENTE.....	14
2.2	Mercado Potencial	15
2.2.1	Característica do publico.....	15
2.2.2	Tamanho do mercado potencial	15
2.3	Indicadores Macroeconômicos	15
2.4	Fortalezas e Fraquezas	16
2.5	Análise da concorrência	16
2.6	Clientes.....	17
2.7	Identificação dos fornecedores em potencial.....	17
3	ASPECTOS LEGAIS.....	18
3.1	Definição e justificativa do ramo de atividade do negócio	18
3.2	Definição do Regime Jurídico e enquadramento tributário:	18
3.3	Enquadramento Jurídico	18
3.4	Enquadramento tributário	18
3.5	Tributos Aplicáveis	18
3.6	Âmbito Federal.....	19
3.7	Âmbito Estadual	19
3.8	Âmbito Municipal.....	19

3.9	Contrato Social	19
3.10	Legislação específica	24
3.11	Relação consumerista	24
3.12	Direito e responsabilidade ambiental	24
4	Estrutura gerencial	25
4.1	Demanda relacionada ao negócio	25
4.2	Estrutura Gerencial	26
5	ESTRUTURA OPERACIONAL	37
5.1	Estrutura organizacional do negócio	37
5.2	Processos internos e representação por fluxograma	39
	Fornecedores	39
	Recebimento e controle de materiais	39
	Indicadores de estoques	40
5.3	Valores	42
5.4	Visão	42
5.5	Missão	42
5.6	Programa de Responsabilidade Social	46
6	PLANO DE MARKETING	47
6.1	Definir o público-alvo	47
6.2	Descrever os principais produtos e serviços	47
6.3	Definir estratégia de preço	48
6.4	Estratégia de comunicação e promoção	48
6.5	Estratégias de distribuição e venda	49
6.6	Programas de vendas	49
6.7	Previsões de demanda/ vendas	49
7	PLANO DE PESSOAL	51
7.1	Definir cargos, salários e benefícios	51
7.2	Plano de Carreira	52
7.2.1	– Programas de QVT (Qualidade de Vida no Trabalho)	53
7.2.2	Metas inteligentes	53
7.2.3	Regras simples, transparentes e objetivas	54
7.2.4	Sistemas de remuneração	54
7.3	Programa de Responsabilidade Social	54
8	PLANO FINANCEIRO	56

8.1	Investimento Inicial.....	56
8.2	Projeção de pessoal.....	56
8.3	Remuneração dos sócios.....	57
8.4	Projeção de despesas.....	57
8.5	Projeção de custos do produto/serviço	57
8.6	Projeções Financeiras.....	58
8.7	Projeção de resultados.....	59
8.8	– Análise de Investimento	60
9	PLANO ESTRATÉGICO	63
9.1	Ambiente Externo	63
9.2	Ambiente Interno	64
9.3	BSC.....	66
10	PLANO DE PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO	69
10.1	Estrutura, sistemas e características de produção.	69
10.2	Definição do layout	69
10.3	Fornecedores e compras.....	70
10.4	Processo de recebimento e controle de materiais	71
10.5	Modais de Localização e transporte.....	71
10.6	Logística reversa, <i>marketing</i> verde e sustentabilidade.....	72
10.7	Processo e ferramentas de atendimento ao cliente	72
11	PROJEÇÕES DE CUSTOS E FORMAÇÕES DE PREÇOS	73
11.1	Rateio dos custos	73
11.2	Custo do produto e serviço	74
11.3	Preço de venda.....	74
11.4	Margem de contribuição e ponto de equilíbrio	75
12	Conclusão	78
13	Anexos.....	79
14	Fonte	82

1 CHUCRUT'S BAR

1.1 A ideia

O mercado Mineiro possui uma cultura botequeira, pelo público mais jovem e irreverente, universitário e de empresas. O alvo comercial para a demanda solicitada será próximo a faculdade e empresas, visando o happy hour e dias de jogos de futebol com a atração de bolão eletrônico para apostas e karaokê todas as terças e quintas. Um bar para ser atrativo precisa ter elementos que façam o público interagir entre si, portanto o bolão eletrônico possui uma interação entre o público das mesas e com a casa também. O karaokê possui uma proposta de interação parecida, mas sem utilizar de datas externas como o futebol. Os bares frequentados pelos sócios, que são cervejeiros, constataram-se que os produtos são quase que em sua totalidade iguais, o que diferencia um do outro e que deixou a desejar em alguns é o atendimento do garçom, ambiente e serviços diferenciados como o bolão eletrônico e o karaokê. O Chucrut's bar conta com 3 atrações visando a interação, divertimento e marketing verde e que não foi constatado em nenhum bar proveniente em Belo Horizonte, nossa área de atuação. O bolão eletrônico para interação com os jogos, o karaokê como volta ao mercado e uma área verde para os clientes que gostam de área livre e um ar mais verde. As oportunidades foram identificadas através da necessidade de interação dos indivíduos por causa do crescimento dos smartphones e as redes sociais que atrapalham no convívio entre as pessoas. A tecnologia aplicada no bolão eletrônico não é tão inovadora por já existir em vários sites, mas interagir em um bar com todas as mesas requer uma tecnologia maior e inovadora, com aquisição de tablets e telões, para demonstração de resultados, aplicativo próprio, criado especificamente para interação do sistema com os apostadores.

1.2 Descrição do produto ou serviço

O Chucrut's bar trabalhará com produtos etílicos, não etílicos e alimentação. O horário de funcionamento será das 16H até 2H do dia subsequente, de Segunda-Feira a Sábado. Serviço de bar prestado em lugar inusitado com ótimo ambiente de clima rústico, onde há música ao vivo, bolão eletrônico, karaokê, além de poder contar com

uma ótima área verde e serviços de atendimento personalizado focando no consumidor. Garantia de qualidade nos produtos servidos, onde o cliente pode acompanhar o processo de montagem do tira gosto solicitado através de uma janela em blindex, contando com cinco freezers para garantir cerveja e demais bebidas bem geladas. O bar visa garantir a segurança de sua clientela investindo em segurança patrimonial e um sofisticado sistema de antifurto e de prevenção de incêndio, além de contar com o apoio da Polícia Militar onde haverá um convênio de proteção. A música terá profissionais capacitados em músicas ambientes, onde terá equipamento para amplificação de som, violão e um sistema de abafamento acústico dentro do bar. O bolão eletrônico contará com um telão exclusivo onde mostrará os resultados de todos os participantes no momento dos jogos, com sistema chamado Vip Predictor (<http://www.vippredictor.com/pt-BR/Home>) para acompanhamento. Para maior conforto e comodidade dos clientes o bar contará com 40 jogos de mesas e cadeiras, sendo que cada jogo tem 1 mesa para 4 cadeiras. A política de preço é a média praticada pelo mercado, conforme pesquisas anexas, porém é investido em maior quantidade dos produtos servidos, ou seja a porção servida supera (em KG ou unidade) a porção dos concorrentes diretos, fichas personalizadas com a logo CHUCRUT'S BAR devem ser compradas diretamente no caixa, com moeda nacional, cartões de crédito e débito, sendo que não haverá nenhum tipo de desconto para pagamento a vista, para servir de meio de troca ao solicitar um determinado produto e\ou serviço. A maior vantagem da Chucrut's bar é o ambiente familiar, voltado para finais de semana, happy hour, e interação com futebol, revolucionando toda a parte de apostas ilustrativas através do bolão eletrônico e tecnologia que será aplicada. Os serviços não são necessidades básicas, mas a interação, o divertimento, a descontração são ações que o ser humano possui para viver melhor, então acabam sendo necessidades importantes. O serviço resolve um problema de diversidade nos momentos de lazer. Hoje o mercado é muito fechado em quesitos bares e não há tantos atrativos que sejam bons, baratos e promissores.

1.3 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições

Sócio 1

Nome: Matheus Henrique vale Ferreira Soares

Endereço: Rua dos Médicos, 1327, apto 303, Alípio de Melo

Cidade: Belo Horizonte

Estado: Minas Gerais

Telefone: 31 – xxxxx xxxx

E-mail: Matheussoares@chucrutsbar.com.br

Tabela 1 - Sócio1

Fonte: Elaborado pelos autores

Profissional experiente na área de negociação e comercialização de bebidas alcoólicas e não alcoólicas, determinado, focado e motivador.

Responsável pela área de compras de mercadorias.

Sócio 2

Nome: Alexsandra de Paula Dias

Endereço: Rua Geralda Antunes dos Santos, 90ª, apto 304, Betania

Cidade: Belo Horizonte

Estado: Minas Gerais

Telefone: 31 – xxxxx xxxx

E-mail: Alexandradas@chucrutsbar.com.br

Tabela 2 - Sócio 2

Fonte: Elaborado pelos autores

Profissional experiente na área de planejamento e orçamento, compras e serviços gerais, determinada e focada.

Atribuições do Sócio 2

Responsável pela área de finanças.

Sócio 3

Nome: Rafael Calazans Rubim

Endereço: Alameda Indaiá, 125 – Dom Cabral

Cidade: Belo Horizonte

Estado: Minas Gerais

Telefone: 31 – 9 9516 8200

E-mail: rafaelcalazans@ymail.com

Tabela 3 - Sócio 3

Fonte: Elaborado pelos autores

Profissional experiente na área de gestão financeira, gestão de pessoas, contabilidade, atuação estratégica.

Atribuições do Sócio 3

Responsável pela área comercial.

1.4 Dados do empreendimento

Razão Social: Representações Entretenimento Comercio LTDA

Endereço: Rua João Lucio Brandão, Nº 125, Prado

Nome fantasia: Chucrut's Bar

Cidade: Belo Horizonte

Estado: Minas Gerais

Telefone: 31 – xxxx-xxxx

E-mail: Chucrutsbar@chucrutsbar.com.br

Tabela 4 – Dados do empreendimento

Fonte: Elaborado pelos autores

1.5 Visão

Ser referência no setor de culinária e entretenimento com foco em sustentabilidade.

1.6 Valores

Os valores que norteiam o Chucrut's bar são pautados no compromisso:

- Da construção da consciência ecológica para preservação da natureza;
- Simplicidade e clareza nas relações;
- Valorização e constante qualificação dos colaboradores;
- Qualidade no serviço prestado;

1.7 Missão

Oferecer produtos de qualidade e um ambiente aconchegante para nossos clientes, com boa música e diversão. Sempre colocando nossos funcionários como parte da família Chucrut's bar.

1.8 Forma jurídica

Sociedade Empresaria

1.9 Enquadramento tributário

Simples Nacional

1.10 Capital social

	Nome do Sócio	Valor (R\$)	% de participação
Sócio 1	Matheus Henrique	R\$ 54.980,52	33,33%
Sócio 2	Alexsandra de Paula	R\$ 54.980,52	33,33%
Sócio 3	Rafael Calazans	R\$ 54.980,51	33,33%
TOTAL	CHUCRUTS BAR	R\$164.941,55	100%

Tabela 5 – Capital Social

Fonte: Elaborado pelos autores

1.11 Fonte de recursos

A fonte de recursos virá em dinheiro dos colaboradores, ou seja, capital próprio.

2 ANÁLISE DO CENÁRIO

2.1 MACRO AMBIENTE

O Chucrut's Bar terá como fator favorável à sua localização, pois esta situada em uma zona de grande fluxo de veículos, pessoas, faculdades e grandes empresas, com alto número de empregados, gerando assim oportunidades de criar convênios com as empresas como forma de fidelizar este público que está procurando diversão em companhia de amigos.

Grandes empresas: As grandes empresas que o bar possui ao seu redor, proporciona o alto número de pessoas\empregados. Oportunidade de criar convênios com as empresas.

Faculdades: Público que geralmente está procurando diversão em companhia de amigos.

Localização: Localização estratégica nas proximidades de faculdades e grandes empresas. Situada em zona de grande fluxo de veículos e pessoas.

Cultura: De acordo com dados divulgados em dezembro de 2013 pelo Ministério do Turismo (Redação RankBrasil: Belo Horizonte possui em média um estabelecimento do ramo para cada conjunto de 170 pessoas, Belo Horizonte – MG. http://www.rankbrasil.com.br/Recordes/Materias/01jl/Cidade_Com_Maior_Numero_De_Bares_Por_Habitante) a capital mineira possui aproximadamente 14 mil bares e uma população de cerca de 2,4 milhões de habitantes. Isso equivale em média a um estabelecimento do ramo para cada conjunto de 170 pessoas.

Um dos fatores identificado como ameaça para o bom desenvolvimento do Chucrut's Bar seria a Lei 11.705 conhecida como Lei Seca, sancionada pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva no dia 19 de junho último, já traz prejuízos aos bares e restaurantes desde que ela entrou em vigor, os bares sofreram uma queda entre 30% e 40% no faturamento, informou o site InfoMoney.

Segundo levantamentos da Secretaria de Estado de Defesa Social (Seds), apontam que a média mensal de ataques a supermercados, restaurantes, bares e similares aumentou de 27 para 30 por mês, entre os cinco últimos meses de 2013 e o primeiro semestre de 2014. Já os roubos em geral subiram 27,68% no primeiro semestre de 2014, em relação ao mesmo período do ano anterior. Saltaram de 13.412 para 17.125. Outro fator representativo são os impostos, devido à alta inflação o mercado de

bebidas frias vem sendo um dos mais prejudicados com os aumentos de impostos gerando assim um custo maior. Uma ameaça relevante são os concorrentes tradicionais com vasta experiência no ramo e por já estar na região com o seu público já formado e fidelizado. A perspectiva atual desse mercado é de crescimento, motivado pela expansão econômica e aumento do poder aquisitivo de grande parte da população, bem como pela mudança cultural que transformou radicalmente a imagem do bar e de seus clientes. Há uma predominância de pequenas empresas no setor, visto que em Minas Gerais os empreendedores são culturalmente fechados e únicos somente no estado.

2.2 Mercado Potencial

Os clientes mais potenciais serão jovens de faculdades, pessoas de empresas próximas e familiares. As propiciações de um ambiente agradável, com música ao vivo e interação entre si por conta dos jogos esportivos, trazem um maior aproveitamento dessas pessoas para o negócio, além de ser um dos poucos atrativos que existem no mercado belo horizontino.

2.2.1 Característica do publico

O público visado são pessoas que estão trabalhando ao redor da área de atuação e estudantes das faculdades próximas.

2.2.2 Tamanho do mercado potencial

O mercado potencial possui 3 faculdades e uma média de 50 empresas próximas, sendo um mercado totalmente regional (Grande BH). O mercado de bares e restaurantes possui oportunidades

2.3 Indicadores Macroeconômicos

O mercado de bares e bebidas apresenta hoje 35% do PIB nacional, correspondendo a 26% dos gastos dos brasileiros e 40% no PIB de Belo Horizonte, e a margem de lucro gira em torno de 30% segundo a Abrasel

(<http://www.foodservicenews.com.br/turismo-influencia-projecao-para-bares-e-restaurantes/>). A arrecadação de impostos é feita através do simples nacional, que o empreendimento está colocado.

2.4 Fortalezas e Fraquezas

As áreas de bebidas são comuns a todos os estabelecimentos que trabalham com produtos de terceiros e isso não foge ao ver da Chucrut's bar. O atendimento precisa ser diferenciado, para isto o programa de treinamento será incorporado. Existem bares onde os garçons são mal preparados e isso causa um mal-estar aos clientes. Será verificado mais adiante na parte de marketing da empresa.

2.5 Análise da concorrência

Visando realizar uma pesquisa de preço dos concorrentes do CHUCRUT'S BAR, foram pesquisados os seguintes estabelecimentos Bar Amarelinho, Varandas Bar, Churrasquinho do Rei, Churrasquinho do Luizinho e Churrasquinho dos Primos, todos localizados na Região do Prado, escolhidos estes, por serem referência na região, foi realizada a pesquisa de preços dos principais produtos provenientes ou essências de um bom bar.

Através desta pesquisa foi possível fazer a extração de dados suficientes e relevantes para uma ideia da formação de preços médios dos produtos do CHUCRUT'S BAR. A análise de dados será apresentada na seguinte ordem, cerveja 600 ml, cerveja long neck e cerveja sem álcool lata, a análise demonstra a seguinte margem de erro de R\$ 0,18, R\$ 0,04, e R\$0,20 em relação ao seu verdadeiro preço médio, e espera-se que esse preço esteja respectivamente entre:

PESQUISA DE PREÇOS					
BARES	BAR 1	BAR 2	BAR 3	BAR 4	BAR 5
SUCO LATA	R\$ 4,50	R\$ 4,90	R\$ 4,90	R\$ 5,00	R\$ 4,80
CERVEJA LONG NECK	R\$ 5,00	R\$ 5,00	R\$ 5,00	R\$ 5,00	R\$ 5,00
REFRIGERANTE LATA	R\$ 4,00	R\$ 3,90	R\$ 3,90	R\$ 3,80	R\$ 3,90

Tabela 6 - Pesquisa de Preço

Fonte: Elaborado pelos autores

PESQUISA DE PREÇOS					
BARES	BAR 1	BAR 2	BAR 3	BAR 4	BAR 5
ESPETINHOS (DIVERSOS)	R\$ 5,00	R\$ 5,00	R\$ 4,50	R\$ 6,00	R\$ 5,50
FRITAS	R\$ 20,90	R\$ 21,90	R\$ 19,90	R\$ 18,90	R\$ 19,90

Tabela 7 - Pesquisa de preço

Fonte: Elaborado pelos autores

2.6 Clientes

Os clientes mais potenciais serão jovens de faculdades, pessoas de empresas próximas e familiares.

2.7 Identificação dos fornecedores em potencial

Os fornecedores que serão utilizados são os mais comuns ao mercado e de maior visibilidade ao público, sendo eles como:

- Produtos Coca-Cola
- Produtos Ambev
- Compra de carnes em frigoríficos (Nas épocas de compra, os que tiverem em menor preço, onde os sócios farão a montagem dos espetinhos)

3 ASPECTOS LEGAIS

A empresa será constituída nos moldes de Sociedade Limitada, dando aos sócios poderes iguais para tomada de decisões,

3.1 Definição e justificativa do ramo de atividade do negócio

Foi definido que o ramo de atividade será Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas e restaurante.

As especificações serão para o contrato serão:

- Empresarial
- LTDA
- Sociedade Limitada

3.2 Definição do Regime Jurídico e enquadramento tributário:

A Chucrut's bar terá 3 sócios, sendo eles Rafael Calazans Rubim, Matheus Henrique Vale Ferreira Soares e Alexsandra de Paula Dias, sendo o patrimônio inicial de R\$164.941,55, sendo ela transcrita em arquivo abaixo:

Realizar a CONSTITUIÇÃO formal da empresa, considerando sua forma jurídica que determina a maneira pela qual ela será tratada pela lei, assim como o seu relacionamento jurídico com terceiros.

3.3 Enquadramento Jurídico

Sociedade Empresária

3.4 Enquadramento tributário

Simplex são fixados pelo simples nacional

3.5 Tributos Aplicáveis

Pré fixados pelo simples nacional

3.6 Âmbito Federal

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

PIS – Contribuição para os Programas de Integração Social

COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

3.7 Âmbito Estadual

ICMS – Regime Simplificado

3.8 Âmbito Municipal

ISSQN– Imposto sobre Serviços de qualquer natureza

3.9 Contrato Social

CONTRATO SOCIAL DA REPRESENTAÇÕES ENTRETENIMENTO COMÉRCIO LTDA

RAFAEL CALAZANS RUBIM, brasileiro, natural de Belo Horizonte/MG, solteiro, estudante em Administração, portador da carteira de identidade MG 12.108.299 SSP/MG e CPF nº 078.809.026-78, nascido em 30/01/1989, residente e domiciliado em Belo Horizonte/MG, à rua Alameda Indaiá, 125 - Bairro Dom Cabral, **MATHEUS HENRIQUE VALE FERREIRA SOARES**, brasileiro, natural de Belo Horizonte, solteiro, estudante de Administração, portador da carteira de identidade MG 10.649.812 SSP/MG e CPF nº 080.999.536-06, nascido em 06/05/1988, residente e domiciliado em Belo Horizonte/MG, à Rua dos Médicos, 1327 - Bairro Alípio de Melo, **ALEXSANDRA DE PAULA DIAS**, brasileira, solteira, natural de Belo Horizonte, estudante de Administração, portadora da carteira de identidade MG 8.273.089 SSP/MG e CPF nº 042.261.746-66, nascido em 20/08/1980, residente e domiciliada em Belo Horizonte/MG à Rua Geralda Antunes dos Santos, 90A, apartamento 304 – Bairro Betânia, resolveram por este instrumento constituir uma sociedade limitada, que regerá pela legislação em vigor e pelas cláusulas a seguir indicadas:

DENOMINAÇÃO, SEDE, OBJETO SOCIAL E DURAÇÃO

CLÁUSULA PRIMEIRA: A sociedade girará sobre o nome empresarial "Representações Entretenimento Comércio LTDA", com sede e domicílio em Belo Horizonte/MG, à Rua João Lúcio Brandão, 125 - Bairro Padro, podendo a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência em todo o território nacional, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios;

CLÁUSULA SEGUNDA: A sociedade usará como título de estabelecimento "Chucrut's Bar"

CLÁUSULA TERCEIRA: A sociedade terá como objeto social a comercialização de bebidas, comidas e congêneres.

CLÁUSULA QUARTA: O prazo de duração da sociedade será por tempo indeterminado e iniciará suas atividades a partir 30/10/2013;

CLÁUSULA QUINTA: O capital social é de R\$ 164.941,55 reais, dividida em 3 quotas de valor nominal R\$ 1,00, integralizadas neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

DO CAPITAL SOCIAL

	Nome do Sócio	Valor (R\$)	% de participação
Sócio 1	Matheus Henrique	R\$ 54.980,52	33,33%
Sócio 2	Alexsandra de Paula	R\$ 54.980,52	33,33%
Sócio 3	Rafael Calazans	R\$ 54.980,51	33,33%
TOTAL	CHUCRUTS BAR	R\$164.941,55	100%

Tabela 8 - Capital Social

Fonte: Elaborado pelos autores

CLÁUSULA SEXTA: As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do (s) sócios(s), a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda.

CLÁUSULA DÉCIMA: A responsabilidade de cada sócio é limitada ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social;

DA ADMINISTRAÇÃO E REPRESENTAÇÃO

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - A administração e a representação da sociedade, será exercida pelo sócio **RAFAEL CALAZANS RUBIM**, com os poderes e atribuições de administrar e representar a sociedade ativa e passivamente, judicial e extrajudicialmente, sendo autorizado o uso do nome empresarial, vedado no entanto,

em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como, onerar ou alienar bens imóveis, da sociedade, sem autorização dos outros sócios;

DA REMUNERAÇÃO DOS SÓCIOS

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "Pró-labore", pelos serviços que prestarem a sociedade, observadas as disposições regulamentares pertinentes em lei;

DAS PROIBIÇÕES

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA: São expressamente vedados, os atos de qualquer sócio, procurador ou funcionário que a envolverem em obrigações relativas a negócios ou operações estranhas ao objeto social, tais como fianças, avais, endossos ou quaisquer outras garantias em favor de terceiros, obrigando-se também os sócios, a título pessoal, a não outorgar fianças ou avais;

DAS REUNIÕES DE QOTISTAS E SUAS DELIBERAÇÕES SOCIAIS

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA: As deliberações relativas à aprovação das contas dos administradores, aumento ou redução do capital, designação ou destituição de administradores, modo de remuneração, pedido de concordata, distribuição de lucros, alteração contratual, fusão, cisão e incorporação, e outros assuntos relevantes para a sociedade, serão definidas na reunião dos sócios;

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA: A reunião dos sócios será realizada em qualquer época, mediante convocação dos administradores ou sócios;

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA: As deliberações dos sócios serão tomadas em reunião, condicionadas à aprovação dos sócios representantes da maioria absoluta do capital social;

CLÁUSULA VIGÉSIMA: A reunião pode ser dispensada quando todos os sócios decidirem, por escrito, sobre a matéria que dela seria objeto;

CESSÃO DE QUOTAS E ADMISSÃO DE NOVOS SÓCIOS

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA: Toda cessão ou transferência de quotas entre sócios ou a terceiros estranhos à sociedade fica expressamente condicionada à aprovação dos sócios representantes de no mínimo R\$13000 (treze mil reais) do capital social. Ocorrendo a hipótese, terá preferência para a aquisição de quotas o sócio que possuir o maior número de quotas; não exercendo tal sócio seu direito exclusivo de preferência, os demais sócios, na proporção das quotas possuídas e em

igualdade de condições, terão direito de preferência para a aquisição das quotas do sócio retirante, cedente ou alienante;

DO EXERCÍCIO SOCIAL

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA: Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador e representante da sociedade, prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, o qual será submetido à aprovação dos sócios. Cabe aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas;

CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA: As deliberações dos sócios de que trata o caput desta cláusula serão tomadas em reunião, em data fixada correspondente ao último dia útil do mês de março de cada ano, na Sede da Sociedade, na primeira hora do início do expediente;

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUARTA: Havendo impedimento para realização da reunião conforme mencionado no parágrafo anterior, será convocada nova reunião, com até oito dias de antecedência, mediante notificação dos sócios, com local, data, hora e ordem do dia;

DO FALECIMENTO DOS SÓCIOS

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUINTA: A morte ou retirada de qualquer um dos sócios, não acarretará na dissolução da sociedade, que continuará a existir com outros sócios. Na hipótese de falecimento de qualquer um dos sócios, os herdeiros do sócio falecido, de comum acordo, exercerão direito a quota. Entretanto, não havendo interesse destes em participar da sociedade, o sócio remanescente pagará aos herdeiros do sócio falecido a sua quota capital e as partes dos lucros líquidos que deverão ser apurados em balanço social na data do evento;

DA EXCLUSÃO DE SÓCIO

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEXTA: O sócio poderá ser excluído por justa causa, assim determinada pela maioria dos sócios, representativa de mais da metade do capital social;

A LIQUIDAÇÃO DAS QUOTAS

CLÁUSULA TRIGÉSIMA: o sócio retirante, excluído, falido e cônjuge supérstite, herdeiros ou legatários de sócio falecido terão seus haveres apurados com base em balanço especialmente levantado e liquidados em 12 (doze) parcelas mensais, iguais e sucessivas, vencendo a primeira em 90 (noventa) dias de data da resolução;

DAS DELIBERAÇÕES

CLÁUSULA TRIGÉSIMA PRIMEIRA: As deliberações dos sócios serão tomadas em reunião, condicionadas à aprovação dos sócios representantes da maioria absoluta do capital social;

DA LIQUIDAÇÃO

CLÁUSULA TRIGÉSIMA SEGUNDA: Em caso de liquidação da sociedade será liquidante o sócio escolhido por deliberação, conforme cláusula décima Quinta acima. Nesta hipótese, os haveres da sociedade serão empregados na liquidação de suas obrigações e o remanescente, se houver, será rateado entre os quotistas na proporção do número de quotas que cada um possuir;

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

CLÁUSULA TRIGÉSIMA TERCEIRA: Fica eleito o fórum da cidade de Belo Horizonte/MG, para dirimir questões oriundas do presente contrato;

CLÁUSULA TRIGÉSIMA QUARTA: Os administradores declaram, sob as penas da lei, de que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sobre os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou propriedade. (art. 1.011 §1º, CC/2002).

CLÁUSULA TRIGÉSIMA QUINTA: Fica eleito o foro de Belo Horizonte para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato. E, por estarem assim juntos e contratados, assinam este documento em 8 via(s).

Belo Horizonte, 30 de Maio de 2016

Rafael Calazans Rubim CPF 078.809.026-78

Matheus Henrique Vale Ferreira Soares CPF 080.999.536-06

Alexsandra de Paula Dias CPF 042.261.746-66

3.10 Legislação específica

O enquadramento de bar, está sujeito a vigilância sanitária e alvará do corpo de bombeiros.

3.11 Relação consumerista

Analisar as relações consumerista do negócio, considerando quais são os riscos de sua atividade em relação ao Código de Defesa do Consumidor.

Alguns riscos referentes ao CDC serão sanados e devidamente salientados, existem 5 tipos de informações claras, que serão amplamente colocadas:

- 10% de serviço, onde precisa ficar visível nas paredes e cardápio;
- Couvert artístico que também precisa ficar visível nas paredes e cardápio e aviso pelo garçom ao sentar na mesa;
- Implicação de valores pela perda da comanda,

3.12 Direito e responsabilidade ambiental

O Bar não tem a necessidade específica de licença ambiental.

4 ESTRUTURA GERENCIAL

4.1 Demanda relacionada ao negócio

A demanda de um bem tende a sofrer mudanças quando há alterações no mercado dos bens substitutos e complementares.

Bens Complementares – bens que, normalmente, são consumidos em conjunto. A satisfação do consumidor somente se realiza com o consumo do conjunto dos bens que se complementam.

Exemplo: Espetinho de carne com uma cerveja, ou refrigerante.

Bens Substituto: é um bem que possa ser consumido em substituição a outro.

Exemplo: Cerveja por refrigerante

Os produtos do Chucrut's Bar são complementares, pois são produtos que se consome normalmente em conjunto. O ambiente torna-se substituto, pois os clientes podem optar por realizar os encontros com amigos e familiares como, por exemplo, em suas próprias residências com os mesmo produtos ofertados pelo bar.

Então os nossos produtos são complementares/substitutos entre eles, teremos que criar alternativas de consumo para que os clientes não optem por alternativas como citado acima.

A curva de possibilidade de produção, indica todas as possibilidade de produção de máquina e de alimentos.

O Chucrut's Bar irá trabalhar com dois freezers com a capacidade de 570 litros, que comporta 315 garrafas de long neck ou 448 latas de refrigerante, tendo uma estrutura para a previsão de demanda de venda de 188 garrafas long neck e 72 latas de refrigerante por dia, sendo que estaremos com uma proporção de armazenamento superior ao previsto no dia.

Será também utilizada uma churrasqueira que tem a capacidade de assar em torno de 20 churrasquinhos a cada 20 minutos, sendo previsto uma demanda de venda 163 churrasquinhos por dia.

O custo de oportunidade representa o valor associado a melhor alternativa não escolhida. Ao se tomar determinada escolha, deixa-se de lado as demais possibilidades, pois são excludentes, (escolher uma é recusar outras). À alternativa escolhida, associa-se como "custo de oportunidade" o maior benefício NÃO obtido das possibilidades NÃO escolhidas, isto é, "a escolha de determinada opção impede o

usufruto dos benefícios que as outras opções poderiam proporcionar". O mais alto valor associado aos benefícios não escolhidos, pode ser entendido como um custo da opção escolhida, custo chamado "de oportunidade.

No Chucrut's Bar os produtos são consumidos em conjunto, como por exemplo cerveja/refrigerante e espetinhos, cerveja/refrigerante e fritas, tendo uma tendência maior de consumir mais cerveja ou refrigerante do que o tira gosto.

Na definição de sensibilidade do preço do produto observa-se que, em um ambiente de desaceleração no consumo, é muito provável que os clientes tenham uma tendência de reduzir gastos e economizar, provocando uma troca nas marcas de produtos utilizados. O Chucrut's Bar vê uma necessidade de diversificação nas marcas fornecidas em busca de uma redução de custos para fomentar o consumo direto dos clientes.

As estruturas de mercado são modelos que captam aspectos de como os mercados estão organizados. Cada estrutura de mercado destaca aspectos essenciais da interação da oferta e da demanda, baseando –se em características observadas em mercados existentes.

No mercado de bens e serviços as formas de mercado são as seguintes:

- Concorrência perfeita
- Monopólio
- Concorrência monopolística, ou oligopólio.

O setor de bares, restaurante e lanchonetes enquadra no setor de concorrência perfeita, que corresponde à situação de um mercado em que há grande número de ofertantes/vendedores de um determinado bem ou serviço e um grande número de compradores/consumidores, onde se utilizam diferentes instrumentos de negociação, tais como: preços, qualidade dos produtos, serviços pós-venda, etc. Então o Chucrut's Bar enquadra-se na estrutura de mercado Concorrência perfeita

4.2 Estrutura Gerencial

ATIVO

1.1 ATIVO CIRCULANTE

1.1.1 DISPONIVEL

1.1.1.01 CAIXA

- 1.1.1.01.0001 CAIXA GERAL
- 1.1.1.02 BANCO CONTA MOVIMENTO
- 1.1.1.02.0001 CAIXA ECONOMICA FEDERAL
- 1.1.1.02.0002 BANCO DO BRASIL
- 1.1.1.03 APLICAÇÕES FINANCEIRAS DE LIQUIDEZ IMEDIATA
- 1.1.2 CLIENTES
- 1.1.2.01 CREDITOS VENCIDOS E NÃO LIQUIDADOS
- 1.1.3 OUTROS CRÉDITOS
- 1.1.3.01 BANCO CONTA VINCULADO
- 1.1.3.02 TÍTULOS A RECEBER
- 1.1.3.03 CHEQUES EM COBRANÇA
- 1.1.3.04 DIVIDENDOS A RECEBER
- 1.1.3.05 ADIANTAMENTOS A FORNECEDORES
- 1.1.3.06 ADIANTAMENTO A EMPREGADOS
- 1.1.3.06.0001 ADIANTAMENTO DE SALARIOS
- 1.1.3.06.0002 ADIANTAMENTO DE 13º SALÁRIO
- 1.1.3.06.0003 ADIANTAMENTO DE FÉRIAS
- 1.1.3.07 EMPRÉSTIMO A EMPREGADOS
- 251.1.3.08 JUROS SOBRE CAPITAL PRÓPRIO
- 1.1.3.08.0001 JUROS SOBRE CAPITAL PRÓPRIO À RECEBER
- 1.1.4 APLICAÇÕES FINANCEIRAS
- 1.1.4.01 APLICAÇÕES FINANCEIRAS RENDIMENTOS PRÉ FIXADOS
- 1.1.4.01.0001 APLICAÇÕES BANCO DO BRASIL
- 1.1.5 ESTOQUE
- 1.1.5.01 MERCADORIAS, PRODUTOS E INSUMOS
- 1.1.5.01.0001 MERCADORIA PARA REVENDA
- 1.1.5.01.0002 MATERIA PRIMA
- 1.1.6 DESPESAS PAGAS ANTECIPADAMENTE
- 1.2 ATIVO NÃO CIRCULANTE
- 1.2.1 ATIVO REALIZÁVEL A LONGO PRAZO
- 1.2.01 DUPLICATAS A RECEBER
- 1.2.01.0001 CLIENTES DIVERSOS
- 1.2.2 CRÉDITOS DIVERSOS
- 1.2.2.01 TÍTULOS A RECEBER

- 1.2.2.02 EMPRÉSTIMOS A RECEBER
- 1.2.2.03 SÓCIO, ADMINISTRADORES E PESSOAS LIGADAS
- 1.2.2.04 APLICAÇÕES FINANCEIRAS
- 1.3 ATIVO PERMANENTE
 - 1.3.1 IMOBILIZADOS
 - 1.3.1.01.0001 TERRENOS
 - 1.3.1.01.0002 IMÓVEIS
 - 1.3.1.01.0003 EDIFÍCIOS
 - 1.3.1.02 MÓVEIS E UTENSÍLIOS
 - 1.3.1.02.0001 MÓVEIS E UTENSÍLIOS
 - 1.3.1.03 MÁQUINAS, EQUIPAMENTOS E FERRAMENTAS
 - 1.3.1.03.0001 MÁQUINAS, EQUIPAMENTOS E FERRAMENTAS
 - 1.3.1.04 MARCAS, DIREITO E PATENTES
 - 1.3.1.05 (-) DEPRECIações, AMORTIZAÇÕES E EXAUSTÃO
 - 1.3.1.05.0001 (-) DEPRECIações DE MÓVEIS E UTENSÍLIOS
 - 1.3.1.06.0002 (-) DEPRECIações DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS
 - 1.3.1.06.0003 (-) EXAUSTÕES, DEPRECIações DE RECURSOS NATURAIS.
 - 1.3.1.06.0004 (-) AMORTIZAÇÃO DE MARCAS E DIREITO DE PATENTES
 - 1.3.2 INTANGÍVEL
 - 1.3.2.01.0001 LICENÇAS
 - 1.3.2.01.0002 PROPRIEDADE INTELECTUAL
 - 1.3.2.01.0003 NOME COMERCIAL
 - 1.3.2.01.0004 IMAGEM
 - 1.3.2.01.0005 CARTEIRA DE CLIENTES
 - 1.3.2.01.0006 FRANQUIA
 - 1.3.2.01.0007 DIREITO DE USO DE SOFTWARE
 - 1.3.2.02 GASTOS COM PESQUISA E DESENVOLVIMENTO
 - 1.3.2.02.0001 GASTOS GERAIS
 - 1.3.2.02.0002 FINANCEIROS
 - 1.3.2.03 GASTOS DE IMPLEMENTAÇÃO DE NOVOS SISTEMAS
 - 1.3.2.03.0001 GASTOS GERAIS
 - 1.3.2.03.0002 FINANCEIROS
 - 1.3.2.04 (-) AMORTIZAÇÕES ACUMULADAS
 - 1.3.2.04.0001 (-) AMORTIZAÇÃO DE GASTOS PRÉ OPERACIONAIS

- 1.3.2.04.0002 (-) AMORTIZAÇÃO DE GASTOS PESQUISA E DESENVOLVIMENTO
- 1.3.2.04.0003 (-) AMORTIZAÇÃO DE GASTOS NO SISTEMA
- 2 PASSIVO
- 2.1 PASSIVO CIRCULANTE
- 2.1.1 EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS
- 2.1.1.01 EMPRÉSTIMOS
- 2.1.1.02 FINANCIAMENTOS
- 2.1.1.03 TÍTULOS A PAGAR
- 2.1.2 FORNECEDORES
- 2.1.2.01 FORNECEDORES
- 2.1.2.02.0001 SPAL INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA
- 2.1.2.02.0002 AMBEV
- 2.1.2.02.0003 DECISAO ATACADISTA
- 2.1.2.02.0004 VILLEFORT ATACADISTA
- 2.1.2.02.0005 MERCADO CENTRAL
- 2.1.3 OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS
- 2.1.3.01 IMPOSTOS E CONTRIBUIÇÕES A RECOLHER
- 2.1.3.01.0001 ISS RETIDO A RECOLHER
- 2.1.3.01.0002 INSS RETIDO A RECOLHER
- 2.1.3.01.0003 SIMPLES A RECOLHER
- 2.1.3.01.0004 SUBSTITUIÇÃO TRIBUTÁRIA A RECOLHER
- 2.1.3.01.0005 CONTRIBUIÇÃO SINDICAL A RECOLHER
- 2.1.3.01.0006 IRRF SOBRE FÉRIAS A RECOLHER
- 2.1.3.01.0007 IRRF SOBRE ALUGUEIS A RECOLHER
- 2.1.3.01.0008 IRRF SOBRE AUTONOMOS A RECOLHER
- 2.1.4 OBRIGAÇÕES TRABALHISTAS E PREVIDENCIÁRIAS
- 2.1.4.01 OBRIGAÇÕES COM O PESSOAL
- 2.1.4.01.0001 SALÁRIOS E ORDENADOS A PAGAR
- 272.1.4.01.0002 PRÓ-LABORE A PAGAR
- 2.1.4.01.0003 GRATIFICAÇÕES A PAGAR
- 2.1.4.01.0004 FÉRIAS A PAGAR
- 2.1.4.01.0005 RESCISÕES
- 2.1.4.01.0006 13º SALÁRIO
- 2.1.4.01.0007 PENSÃO ALIMENTÍCIA

- 2.1.4.01.0008 AUTONOMOS A PAGAR
- 2.1.4.02 OBRIGAÇÕES PREVIDENCIÁRIAS
 - 2.1.4.02.0001 INSS A RECOLHER
 - 2.1.4.02.0002 FGTS A RECOLHER
 - 2.1.4.03 PROVISÕES
 - 2.1.4.03.0001 PROVISÕES PARA FÉRIAS
 - 2.1.4.03.0002 PROVISÕES PARA 13º SALÁRIO
 - 2.1.4.03.0003 INSS SOBRE PROVISÕES PARA FÉRIAS
 - 2.1.4.03.0004 INSS SOBRE PROVISÕES PARA 13º SALÁRIO
 - 2.1.4.03.0005 FGTS SOBRE PROVISÕES PARA FÉRIAS
 - 2.1.4.03.0006 FGTS SOBRE PROVISÕES PARA 13º SALÁRIO
- 2.1.5 OUTRAS OBRIGAÇÕES
 - 2.1.5.01 ADIANTAMENTO A CLIENTES
 - 2.1.5.02 CONTAS A PAGAR
 - 2.1.5.03 ENERGIA ELÉTRICA, ÁGUA E TELEFONE A PAGAR
 - 2.1.5.04 CONTAS CORRENTES
 - 2.1.5.05 SEGUROS
 - 2.1.5.06 OUTRAS OBRIGAÇÕES
- 2.1.6 DIVIDENDOS, PARTICIPAÇÃO E JURO SOBRE O CAPITAL
 - 2.1.6.01 DIVIDENDOS
 - 2.1.6.01.0001 DIVIDENDOS PROPOSTOS
 - 2.1.6.01.0002 DIVIDENDOS A PAGAR
 - 2.1.6.02 PARTICIPAÇÕES
 - 2.1.6.02.0001 PARTICIPAÇÕES PROPOSTAS A ADMINISTRADORES
 - 2.1.6.02.0002 PARTICIPAÇÕES PROPOSTAS A EMPREGADOS
 - 2.1.6.02.0003 PARTICIPAÇÕES A PAGAR
 - 2.1.6.03 JUROS SOBRE O CAPITAL PRÓPRIO
 - 2.1.6.03.0001 JUROS SOBRE O CAPITAL PRÓPRIO A PAGAR
- 2.2 PASSIVO NÃO-CIRCULANTE
 - 2.2.1 PASSÍVEL EXIGÍVEL A LONGO PRAZO
 - 2.2.1.01 EMPRÉSTIMOS
 - 2.2.1.02 FINANCIAMENTOS
 - 2.2.2 FORNECEDORES
 - 2.2.2.01 FORNECEDORES

- 2.2.2.01.0001 FORNECEDOR A
- 2.2.2.01.0002 FORNECEDOR B
- 2.2.3 OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS
 - 2.2.3.01 IMPOSTOS E CONTRIBUIÇÕES A RECOLHER
 - 2.2.3.01.0001 PROVISÕES PARA IR SOBRE LUCROS DIFERIDOS
- 282.2.4 OUTRAS OBRIGAÇÕES
 - 2.2.4.01 CONTAS A PAGAR
- 2.3 RESULTADO DE EXERCÍCIOS FUTUROS
 - 2.3.1 RESULTADO OPERACIONAL
 - 2.3.1.01 RECEITA DE EXERCÍCIOS FUTUROS
 - 2.3.1.02 CUSTOS E DESPESAS VINCULADAS A RECEITA
- 2.4 PATRIMÔNIO LÍQUIDO
 - 2.4.1 CAPITAL SOCIAL
 - 2.4.1.01 CAPITAL SUBSCRITO
 - 2.4.1.01.0001 KAROLINA AGANETTI
 - 2.4.1.01.0002 POLIANA FERREIRA
 - 2.4.1.01.0003 WANDERLAINE ERMELINDA
 - 2.4.1.02 (-) CAPITAL A INTEGRALIZAR
 - 2.4.1.02.0001 CAPITAL A INTEGRALIZAR
 - 2.4.2 RESERVAS
 - 2.4.2.01 RESERVAS DE CAPITAL
 - 2.4.2.01.0001 CORREÇÃO MONETÁRIA DO CAPITAL INTEGRALIZADO
 - 2.4.2.01.0002 (-) QUOTAS EM TESOURARIA
 - 2.4.2.02 RESERVAS DE LUCRO
 - 2.4.2.02.0001 RESERVA LEGAL
 - 2.4.2.02.0002 RESERVA ESTATUTÁRIA
 - 2.4.2.02.0003 RESERVA PARA CONTINGÊNCIAS
 - 2.4.2.02.0004 RESERVA DE LUCROS A REALIZAR
 - 2.4.2.02.0005 RESERVA ESPECIL
 - 2.4.2.02.0006 (-) QUOTAS EM TESOURARIA
- 2.4.3 LUCROS OU PREJUÍZOS ACUMULADOS
 - 2.4.3.01 LUCROS OU PREJUÍZOS ACUMULADOS
 - 2.4.3.01.0001 LUCROS ACUMULADOS
 - 2.4.3.01.0002 (-)PREJUÍZOS ACUMULADOS

- 2.4.3.01.0003 LUCRO DISTRIBUÍDO
- 3 CONTAS DE RESULTADOS - CUSTOS E DESPESAS
- 3.1.1 CUSTOS DIRETOS DE PRODUÇÃO
- 3.1.1.01 MATERIAL APLICADO
- 3.1.1.01.0001 MATÉRIA-PRIMA
- 3.1.1.02 MÃO-DE-OBRA DIRETA
- 3.1.1.02.0001 SALÁRIOS E ORDENADOS
- 3.1.1.02.0002 PRÓ-LABORE
- 3.1.1.02.0003 PRÊMIOS E GRATIFICAÇÕES
- 3.1.1.02.0004 13º SALÁRIO
- 3.1.1.02.0005 FÉRIAS
- 3.1.1.02.0006 INSS
- 3.1.1.02.0007 FGTS
- 3.1.1.02.0008 INDENIZAÇÕES E AVISO PRÉVIO
- 3.1.1.02.0009 ASSISTENCIA MÉDICA E SOCIAL
- 3.1.2CUSTOS INDIRETOS DE PRODUÇÃO
- 3.1.2.01 MÃO-DE-OBRA INDIRETA
- 293.1.2.02 MATERIAIS DE CONSUMO INDIRETO
- 3.1.2.03 MATERIAIS DE MANUTENÇÃO E REPARO
- 3.1.2.04 UTILIDADES E SERVIÇOS
- 3.1.2.05 ALUGUEIS E ARRENDAMENTOS
- 3.1.2.06 DEPRECIAÇÕES, AMORTIZAÇÕES E EXAUSTÕES.
- 3.1.2.06.0001 DEPRECIAÇÃO
- 3.1.3 CUSTOS DIRETOS DA PRODUÇÃO DE SERVIÇOS
- 3.1.3.01 MÃO-DE-OBRA DIRETA
- 3.2 DESPESAS OPERACIONAIS
- 3.2.1 DESPESAS COM VENDAS
- 3.2.1.01 DESPESAS COM PESSOAL
- 3.2.1.01.0001 SALÁRIOS E ORDENADOS
- 3.2.1.01.0002 PRÓ-LABORE
- 3.2.1.01.0003 PRÊMIOS E GRATIFICAÇÕES
- 3.2.1.01.0004 13º SALÁRIO
- 3.2.1.01.0005 FÉRIAS
- 3.2.1.01.0006 INSS

- 3.2.1.01.0007 FGTS
- 3.2.1.01.0008 INDENIZAÇÕES E AVISO PRÉVIO
- 3.2.1.01.0009 ASSISTENCIA MÉDICA E SOCIAL
- 3.2.1.01.0010 VALE TRANSPORTE
- 3.2.1.02 COMISSÕES SOBRE VENDAS
- 3.2.1.02.0001 COMISSÕES
- 3.2.1.03 PROPAGANDA E PUBLICIDADE
- 3.2.1.03.0001 BRINDES E AMOSTRAS GRÁTIS
- 3.2.1.03.0002 SERVIÇOS TOMADOS - PROPAGANDA E PUBLICIDADE
- 3.2.1.04 DESPESAS COM ENTREGA
- 3.2.1.04.0001 FRETES E CARRETOS
- 3.2.1.04.0002 MANUTENÇÃO DE VEICULOS
- 3.2.1.05 DESPESAS GERAIS
- 3.2.1.05.0001 ALUGUÉIS E CONDOMÍNIO
- 3.2.1.05.0002 MANUTENÇÃO E REPARO
- 3.2.1.05.0003 TELEFONE, INTERNET, TV A CABO.
- 3.2.1.05.0004 DESPESAS POSTAIS E TELEGRÁFICAS
- 3.2.1.05.0005 DEPRECIações E AMORTIZAÇÕES
- 3.2.1.05.0006 SERVIÇOS PRESTADOS POR TERCEIROS
- 3.2.1.05.0007 SEGUROS
- 3.2.1.05.0008 ENERGIA ELETRICA
- 3.2.1.05.0009 ÁGUA E ESGOTO
- 3.2.1.05.0010 XEROX/REPRODUÇÕES
- 3.2.1.05.0011 CARTÓRIOS
- 3.2.1.05.0012 CORREIOS/POSTAGENS
- 3.2.1.05.0013 ASSINATURAS JORNAIS, REVISTAS E PERIÓDICOS.
- 3.2.2 DESPESAS ADMINISTRATIVAS
- 303.2.2.01 DESPESAS COM PESSOAL
- 3.2.2.01.0001 SALÁRIOS E ORDENADOS
- 3.2.2.01.0002 PRÓ-LABORE
- 3.2.2.01.0003 PRÊMIOS E GRATIFICAÇÕES
- 3.2.2.01.0004 13º SALÁRIO
- 3.2.2.01.0005 FÉRIAS
- 3.2.2.01.0006 INSS

- 3.2.2.01.0007 FGTS
- 3.2.2.01.0008 INDENIZAÇÕES E AVISO PRÉVIO
- 3.2.2.01.0009 ASSISTENCIA MÉDICA E SOCIAL
- 3.2.2.01.0010 VALE TRANSPORTE
- 3.2.2.01.0011 AUTONOMOS
- 3.2.2.01.0012 CONTRIBUIÇÃO SINDICAL PATRONAL
- 3.2.2.02 IMPOSTOS, TAXAS E CONTRIBUIÇÕES.
- 3.2.2.02.0001 IPTU
- 3.2.2.02.0002 IPVA
- 3.2.2.02.0003 TAXAS DE LICENÇA
- 3.2.2.02.0004 MULTAS DE MORA
- 3.2.2.02.0005 TAXA DE EXPEDIÇÃO
- 3.2.2.02.0006 IOF
- 3.2.2.03 DESPESAS GERAIS
- 3.2.2.03.0001 ENERGIA ELETRICA
- 3.2.2.03.0002 ÁGUA E ESGOTO
- 3.2.2.03.0003 TELEFONE
- 3.2.2.03.0004 DESPESAS POSTAIS E TELEGRÁFICAS
- 3.2.2.03.0005 SEGUROS
- 3.2.2.03.0006 MATERIAL DE CONSUMO
- 3.2.2.03.0007 MATERIAL DE LIMPEZA/HIGIENE
- 3.2.2.03.0008 ASSISTENCIA CONTÁBIL
- 3.2.2.03.0009 SERVIÇOS PRESTADOS POR TERCEIROS
- 3.2.2.03.0010 DEPRECIACIONES E AMORTIZACIONES
- 3.2.2.03.0011 REPRODUÇÕES
- 3.2.2.03.0012 DESPESAS LEGAIS E JUDICIAIS
- 3.2.2.03.0013 LIVROS, JORNAIS E REVISTAS.
- 3.2.2.03.0014 MULTA DE TRANSITO
- 3.2.2.03.0015 MULTA ATRASO/MORA
- 3.2.2.04 DESPESAS FINANCEIRAS
- 3.2.2.04.0001 JUROS PASSIVOS
- 3.2.2.04.0002 VARIAÇÕES MONETÁRIAS PASSIVAS
- 3.2.2.04.0003 VARIAÇÕES CAMBIAIS PASSIVAS
- 3.2.2.04.0004 DESCONTO CONCEDIDO

- 3.2.2.04.0005 JUROS DE MORA
- 3.2.2.04.0006 JUROS SOBRE CAPITAL PRÓPRIO
- 3.2.2.04.0007 JUROS E COMISSÕES BANCÁRIAS
- 3.2.2.04.0008 JUROS SOBRE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS
- 313.2.2.04.0009 TARIFAS BANCÁRIAS
- 3.2.2.05 OUTRAS DESPESAS OPERACIONAIS
- 3.2.2.05.0001 PROVISÕES PARA PERDAS E AJUSTES DE ATIVOS
- 3.2.2.05.0002 EQUIVALENCIA PATRIMONIAL
- 4 CONTAS DE RESULTADO - RECEITA
- 4.1 RECEITAS OPERACIONAIS
- 4.1.1 RECEITA BRUTA DE VENDAS E SERVIÇOS
- 4.1.1.01 RECEITA BRUTA DE VENDAS E MERCADORIAS
- 4.1.1.01.0001 VENDA DE PRODUTOS
- 4.1.1.01.0002 VENDA DE MERCADORIAS
- 4.1.2 (-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA
- 4.1.2.01 (-) CANCELAMENTOS E DEVOLUÇÕES
- 4.1.2.01.0001 (-) DEVOLUÇÕES DE VENDA DE PRODUTOS
- 4.1.2.01.0002 (-) DEVOLUÇÕES DE VENDA DE MERCADORIAS
- 4.1.2.02 (-) DESCONTOS INCONDICIONAIS
- 4.1.2.02.0001 (-) DEVOLUÇÕES DE VENDA DE PRODUTOS
- 4.1.2.02.0002 (-) DEVOLUÇÕES DE VENDA DE MERCADORIAS
- 4.1.2.03 (-) IMPOSTOS SOBRE VENDAS E SERVIÇOS
- 4.1.2.03.0001 (-) SIMPLES
- 4.1.2.03.0002 (-) SUBSTITUIÇÃO TRIBUTÁRIA
- 4.1.2.04 (-) CUSTOS DE VENDAS E SERVIÇOS
- 4.1.2.04.0001 (-) CUSTOS DAS MERCADORIAS VENDIDAS
- 4.1.3 RECEITAS FINANCEIRAS
- 4.1.3.01 JUROS E DESCONTOS
- 4.1.3.01.0001 JUROS DE APLICAÇÕES
- 4.1.3.01.0002 JUROS ATIVOS (OUTROS)
- 4.1.3.01.0003 DESCONTOS FINANCEIROS OBTIDOS
- 4.1.3.01.0004 JUROS SOBRE O CAPITAL PRÓPRIO
- 4.1.3.01.0005 MULTA
- 4.1.3.02 VARIAÇÕES MONETÁRIAS

- 4.1.3.02.0001 VARIAÇÕES MONETÁRIAS ATIVAS
- 4.1.3.02.0002 VARIAÇÕES CAMBIAIS ATIVAS
- 4.1.4 RECUPERAÇÃO DE DESPESAS
 - 4.1.4.01 RECUPERAÇÃO DE CRÉDITOS CONSIDERADOS INCOBRÁVEIS
 - 4.1.4.02 REVERSÃO DE PROVISÕES
- 4.1.5 OUTRAS RECEITAS OPERACIONAIS
 - 4.1.5.01 RECEITAS DIVERSAS
 - 4.1.5.01.0001 VENDAS ACESSÓRIAS
 - 4.1.5.01.0002 DIVIDENDOS E LUCROS RECEBIDOS
- 5 CONTAS DE APURAÇÃO
 - 5.1 CUSTOS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS VENDIDOS
 - 5.1.1 CUSTOS DOS PRODUTOS VENDIDOS
 - 5.1.1.01 CUSTOS DOS PRODUTOS VENDIDOS
 - 5.1.1.01.0001 CUSTOS DOS PRODUTOS VENDIDOS
 - 5.1.2 CUSTOS DAS MERCADORIAS VENDIDAS
 - 5.1.2.01 CUSTOS DAS MERCADORIAS VENDIDAS
 - 325.1.2.01.0001 CUSTOS DAS MERCADORIAS VENDIDAS
 - 5.1.3 APURAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO
 - 5.1.3.01 APURAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO
 - 5.1.3.01.0001 RESULTADO DO EXERCÍCIO

5 ESTRUTURA OPERACIONAL

5.1 Estrutura organizacional do negócio

A discriminação dos cargos e seus níveis hierárquicos dentro da Chucrut's Bar, serão:

Diretor (Sócios da empresa)

Atua na definição de comercialização de produtos insumos de uma empresa. Planeja, organiza e controla os programas e sua execução e avaliando resultados, para assegurar condições de atendimentos que atendam aos objetivos e interesse da empresa, principalmente no tocante à adequação do mercado ao consumidor.

Gestor de Compras

Gerencia as atividades de compras, realizando orçamentos, controle de custos e definição de parâmetros para novas aquisições. Faz fechamento de pedidos a fim de ter as melhores condições de preços, qualidade e prazo de entrega.

Gestor Comercial

O gerente de bar executa uma grande variedade de tarefas para garantir que o negócio corra bem em todos os momentos. O gerente dirige a operação suave, eficiente e econômica, incluindo a gestão de trabalho, supervisão de todos os aspectos de controle de estoque, programação e serviços. O mesmo Gerente que se responsabiliza pela contratação e treinamento dos funcionários e responde a reclamações de clientes.

Gestor Financeiro

Gerencia informações de fluxo de caixa, contas a pagar e a receber, desenvolve o planejamento financeiro e elabora planos para melhoria do desempenho econômico-financeiro da empresa.

Cozinheiro

Selecionar os ingredientes, realizar a preparação dos ingredientes, orientar seus auxiliares quanto à preparação do prato, manter e garantir a higiene no ambiente de trabalho, cuidar para que os pedidos sejam atendidos sem demora e para que os clientes fiquem satisfeitos com a refeição.

Ajudante de cozinha

Responsável pelo pré-preparo, higienização, organização e pequenas produções de alimentos dos vários setores de cozinha.

Chefe de bar

Responsável pela organização, coordenação e supervisão do setor de bar e das atividades do pessoal envolvido de maneira profissional, colaborando com a organização e o cumprimento de metas e objetivos, assim como as funções diárias respeitando sempre as normas da empresa e seu orçamento, motivando e desenvolvendo de maneira constante e crescente os setores como um todo.

Segurança

Assegurar a boa decorrência do ambiente e a integridade geral das pessoas do local.

Caixa

Responsável por trabalhar com atendimento ao público com pagamentos, recebimento de valores, fechamento de caixa e emissão de notas fiscais, se relaciona com a área de Atendimento e Financeiro.

Garçom

Atender os clientes, apresentar as atrações do bar, anotar os pedidos e passar o pedido ao cozinheiro "caso o mesmo seja de gênero alimentício", pega a bebida, ou passar o pedido ao barman se for o "caso de preparação da bebida", servi o cliente, estar pronto a atender quando o cliente solicitar, fechar a conta quando o cliente pedir, retirar os restos de comida e as louças utilizadas, limpar a mesa para que outras pessoas possam ocupá-la.

Auxiliar de serviços gerais

Executa trabalho rotineiro de conservação, manutenção e limpeza em geral do salão, jardins, Banheiro, dependências internas e externas

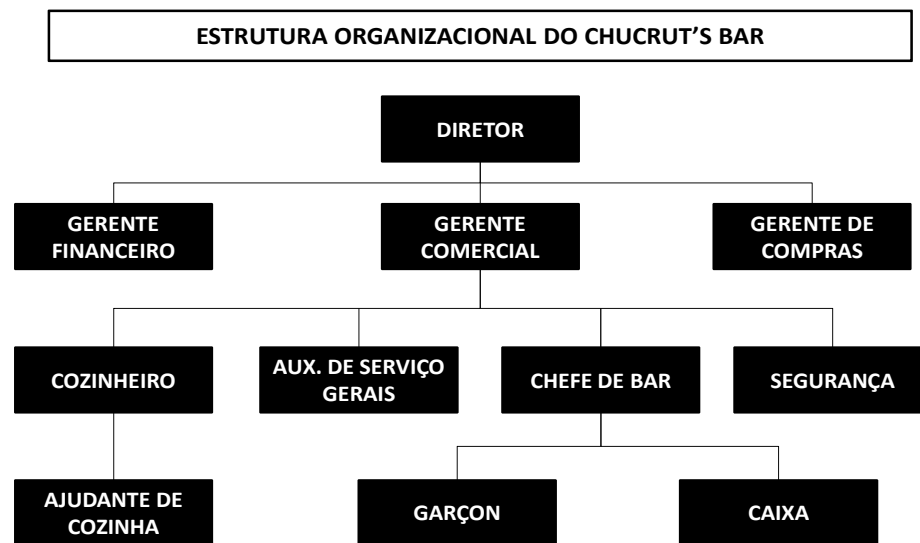


Figura 1 - Estrutura organizacional

Fonte: Elaborado pelos autores

5.2 Processos internos e representação por fluxograma

Fornecedores

Para uma empresa como a Chucrut's bar, há produtos a serem comercializados junto de serviços prestados ao consumidor, como por exemplo de produtos, petisco, cerveja, refrigerantes, sucos, e de serviços como, garçom, Bolão eletrônico e dentro outros. Para a produção destes produtos é necessário matéria-prima e mão de obra. Neste processo os fornecedores que fazem a comercialização, são de extremamente necessidade.

Recebimento e controle de materiais

Existirá um sistema, personalizado e criado exclusivamente para a Chucrut's bar, aglomerando tudo que for sobre estoque (Saídas, entradas, tempo previsto para saída, giro de cada produto, cobertura, estoque máximo, estoque mínimo e estoque médio). Com isto, será economizado tempo para análises em Excel ou outro tipo de indicador manual, sabendo que para a principal atividade de entretenimento, o bolão eletrônico, é necessário a utilização de um sistema. Com esta integração, no recebimento de algum produto, já será inserido dentro do sistema qual o tipo, quantidade e valor de custo, sendo o sistema, já pré-configurado. Será utilizado o

sistema empurrado para produtos como cervejas, refrigerantes, água e, já o sistema puxado para alimentação.

Indicadores de estoques

A definição de estoque será realizada com os números de pessoas que frequentaram o empreendimento, feito através de uma estimativa. Foram realizadas pesquisas em concorrentes próximos. De acordo com estas vertentes calculou-se uma média de 120 pessoas dia no bar, o cálculo médio para cada bebida e alimentação será feito de acordo com o conhecimento de mercado de um dos sócios do Chucrut's bar, utilizando dos valores que serão utilizados totais e o prazo de entrega para qualquer bebida que é de 1 dia (24h) com conhecimentos de buffet e festas.

Sistema de TI

No Chucrut's bar as informações serão integradas a um sistema único que será contratado por uma empresa especializada. Esse sistema de gerenciamento integra numa só aplicação o controle total de gestão de todos os módulos (do estoque até o pagamento no caixa). Nosso sistema de informatização possibilitara diversas ações que facilitara o trabalho diário dos funcionários: comanda eletrônicas, caixas informatizados com recebimento on-line de comandas possibilitando uma agilidade no fechamento e abertura da mesma, ponto eletrônico, entre outras ações, que possibilite a interatividade do cliente com o meio externo e com esta disponibilidade será realizado o marketing dos produtos e serviços ofertados pelo estabelecimento. Com o uso do sistema de informação, os gestores terão em tempo ágil todas as informações necessárias para tomadas de decisões.

Cliente:

Para conseguir a fidelização de nossos clientes, o Chucrut's Bar, criará ações que se estabeleça diretrizes para atendimento dando sempre atenção para a satisfação e bem estar do cliente, será estabelecido um tempo limite para que cada funcionário realize o atendimento sempre se observando para que este fator não extrapolem e com isso causando insatisfação, ofertando sempre bons produtos com qualidade e inovação no serviço prestado, dando ao cliente um ambiente sempre acolhedor e agradável. Buscando sempre do cliente informações de satisfação/insatisfação e com esta ação realizando melhorias nos processos de atendimento.

O Chucrut's Bar, terá uma comunicação aberta entre sua equipe de colaboradores e seus clientes, para que através dessa comunicação, os gestores possam verificar a

satisfação ou as falhas do estabelecimento, podendo assim corrigir e manter os seus clientes satisfeitos e fiéis ao bar.

Principais pontos a destacar

Pontos Fortes:

Bolão eletrônico, Ambiente rústico, Área verde, Karaokê, Segurança Patrimonial, Grandes Empresas ao Redor, Faculdades, Localização, Cultura.

Pontos Fracos:

Inexperiência, empresa nova no mercado, altos impostos, concorrentes tradicionais.

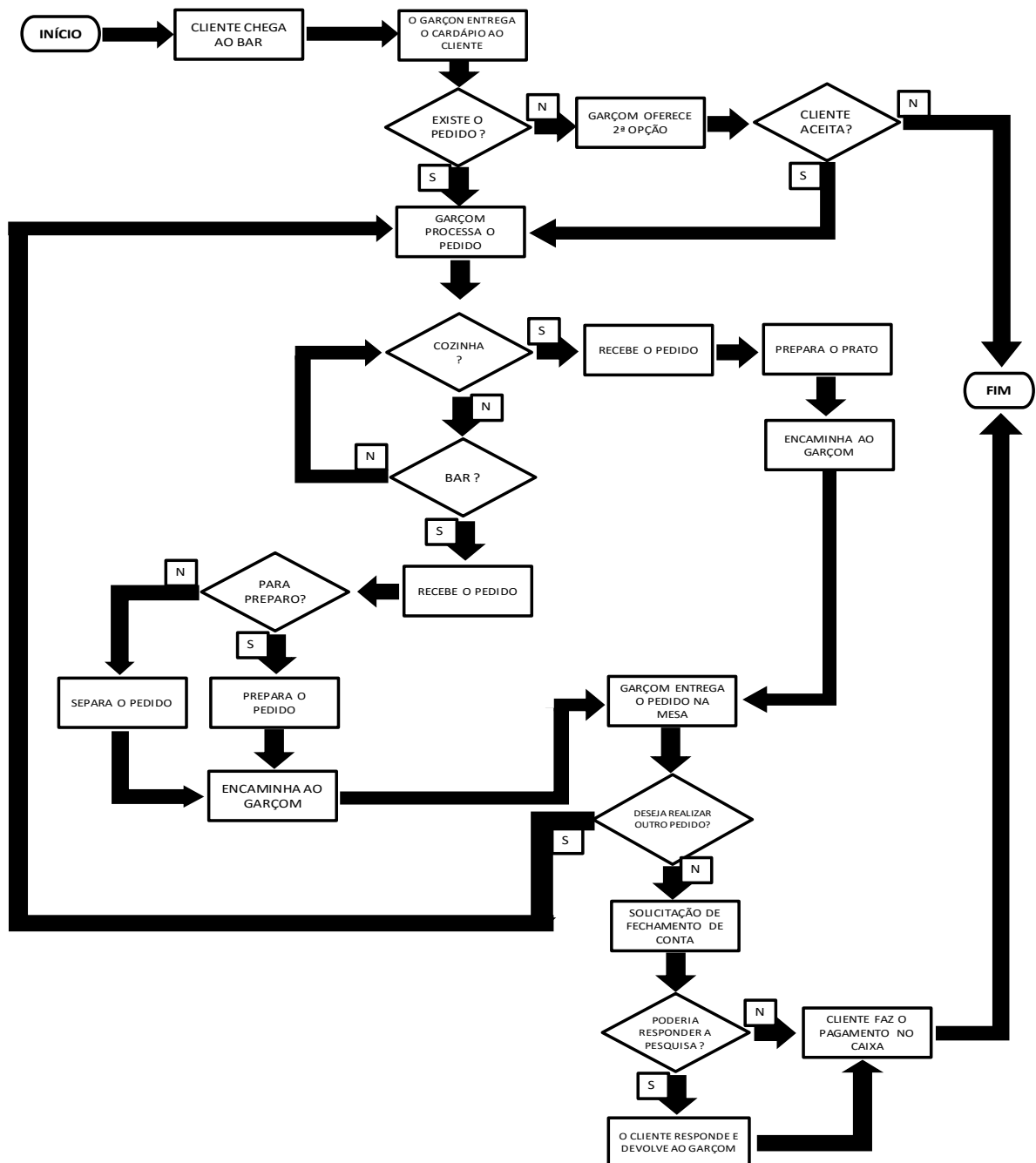


Figura 2 – Fluxograma

Fonte: Elaborado pelos autores

O cliente chega, senta e confere o cardápio para fazer seu pedido. O garçom chega até a mesa para o atendimento, tendo passado por treinamento para um atendimento personalizado. Após o pedido é verificado para onde irá, bar ou cozinha, senão ambos e começa o processo para fazer o pedido. Após a conclusão é entregue ao cliente o pedido realizado para que ele possa desfrutar e assim o processo se repete até que ele peça para finalizar e trazer o valor

5.3 Valores

Os valores que norteiam o Chucrut's bar são pautados no compromisso:

- Da construção da consciência ecológica para preservação da natureza;
- Simplicidade e clareza nas relações;
- Valorização e constante qualificação dos colaboradores;
- Qualidade no serviço prestado;

Levar aos clientes produtos e serviços de qualidade. Ter um ambiente descontraído em todas as esferas de relacionamento, ou seja, Cliente x Empresa no sentido de ir ao encontro das necessidades procurando assim fidelizar e conquistar novos clientes. Os Gestores deveram criar um clima organizacional favorável aos funcionários/clientes para fomentar ideias e práticas que irá melhorar o desenvolvimento do trabalho e a satisfação do cliente. Serão líderes que compartilham o conhecimento na integra para uma total integração da equipe.

Será exigido do colaborador comportamento pautado na responsabilidade e comprometimento com as regras, deveres e cultura da empresa. Para uma boa avaliação o colaborador precisa ter um conjunto de valores entre eles habilidades, equilibrio emocional e conhecimento praticos das suas tarefas a serem executadas.

5.4 Visão

Visão: Ser referência no setor de culinária e entretenimento com foco em sustentabilidade.

5.5 Missão

Oferecer produtos de qualidade e um ambiente acolhedor para nossos clientes, com boa música e diversão. Sempre colocando nossos funcionários como parte da família Chucrut's bar.

Será apresentado um novo negócio no mercado, irreverente, jovem, descontraído e atraente, o Chucrut's Bar. Esse Bar tem um design diferenciado, localizado na rua João Lúcio Brandão, nº 125 no bairro Prado. O Local tem 200 m², bem arejado e pronto para receber com maior eficácia e eficiência prezando todo conforto para que os clientes sejam bem recepcionados e que tenham momentos de lazer e descontração. Para que vejam o Bar como um lugar para se divertirem, para reunir os amigos e ter happy hours depois de um dia tenso, momentos para relaxar. O objetivo é sempre fazer o melhor para o público, sempre visualizando a inovação e sua satisfação perante atendimento, preço e qualidade dos produtos, visando clientes de todas as idades com espírito de descontração.

O empreendimento será um Bar Rústico, com ambiente e móveis rústicos, com muito entretenimento e diversão aos clientes, onde eles poderão contar com qualidade e confiabilidade nos produtos e serviços oferecidos. O funcionamento do bar será de segunda-feira a sexta-feira oferecendo um ambiente motivador da alegria, se relacionando com o meio, trocando informações, buscando recursos para que se torne uma referência na diversão das pessoas.

O modelo Coaching irá ser adotado como uma forma de auxiliar aos líderes na motivação da equipe. Será aplicada uma liderança democrática e participativa, pois queremos que nossos funcionários se sintam tão integrados quanto os próprios sócios, onde eles terão autonomia para fazer suas funções, sempre com o auxílio de um superior mais capacitado, as decisões serão compartilhadas, com opiniões e conhecimentos levados em consideração. Foram destacadas nos gestores habilidade e competências tais como: boa comunicação com toda a equipe, facilidade em explorar a oportunidade do negócio, fácil tomada de atitude na resolução de problemas, sendo estas características um ponto forte na administração do bar.

Gestor de Compras

Metas: Buscar ter uma parceria com os fornecedores e mantendo preço e a qualidade do produto, aumento no prazo de pagamento, quantidades de ganhos com negociações.

Atividades: Gerencia as atividades de compras, realizando orçamentos, controle de custos e definição de parâmetros para novas aquisições. Faz fechamento de pedidos a fim de ter as melhores condições de preços, qualidade e prazo de entrega.

Comportamento: Ter boa habilidade de negociação.

Gestor Comercial

Metas: Controlar o fluxo de admissão e demissão de funcionários, buscar novidades em entretenimento para captação de novos clientes, manter a fidelização dos clientes atuais.

Atividades: O gerente de bar executa uma grande variedade de tarefas para garantir que o negócio corra bem em todos os momentos. O gerente dirige a operação suave, eficiente e econômica, incluindo a gestão de trabalho, supervisão de todos os aspectos de controle de estoque, programação e serviços. O mesmo Gerente que se responsabiliza pela contratação e treinamento dos funcionários e responde a reclamações de clientes.

Comportamento: Ter um bom relacionamento interpessoal com colaboradores e cliente.

Gestor Financeiro

Metas: Manter e otimizar a lucratividade da empresa

Atividades: Gerencia informações de fluxo de caixa, contas a pagar e a receber, desenvolve o planejamento financeiro e elabora planos para melhoria do desempenho econômico-financeiro da empresa.

Comportamento: Estar sempre atualizado quanto as legislações vigentes e as demandas do mercado.

Instituir metas para a venda do bolão e fichas do karaokê, com um percentual de comissão

Instituir programa de sugestão onde o funcionário possa implantar idéias para melhor desenvolvimento das atividades, sendo a mesma aceita pela equipe e gestores, sendo oferecido uma recompensa e reconhecimento público pela iniciativa.

O gerente comercial estará atuando diretamente com os colaboradores para a motivação na captação de clientes.

Buscar opiniões de funcionários quanto aos processos internos;

Implantação de questionario de satisfação pessoal ligado aos funcionarios;

Dar retorno aos funcionarios sobre o resultado do questionario;

Alinhar competências para incentivar o aprendizado da equipe.

Remuneração de acordo com o desempenho e seus conhecimentos técnicos, e comportamento dentro da organização.

De acordo com o desempenho profissional será realizado sorteio de ingressos em eventos sociais para os funcionários e seus familiares dentro do programa de benefícios;

Oferecer especialização por resultados alcançados.

Manter a assiduidade e pontualidade como requisito para o recebimento das gratificações;

Cumprimento das metas motivacionais;

Deve-se cumprir a meta estabelecida para o recebimento da gratificação;

Não haverá pagamento parcial de bonificação.

5.6 Programa de Responsabilidade Social

Valorizar os profissionais cumprindo os acordos estabelecidos;

Ter boas relações com o público interno e externo de forma a satisfazer as suas necessidades e interesses gerando valor para todos;

Atuar no sentido de oferecer um ambiente acolhedor, participativo e motivador para empregados e colaboradores;

Favorecer o desempenho individual dos funcionários destacando o seu valor nas ações da empresa;

- Valorizar e potencializar as questões éticas individuais.
- Seguir regras para reciclagem de óleo utilizado no preparo das refeições
- Reciclagem de papeis;
- Materiais de limpeza que não danifique o meio ambiente;
- Manter um programa para racionalizar e otimização do uso da água.
- Ter uma relação de respeito buscando excelência no convívio;
- Respeitar os contratos pactuados;
- Dar ciência aos fornecedores sobre a conduta e valores que a empresa adotou evitando assim o conflito de interesses.
- Somente utilizar informações de clientes mediante a sua prévia autorização;
- Adotar medidas em relação aos produtos e serviços que visam minimizar os riscos à saúde e segurança do cliente.
- Respeitar a lei do silêncio;
- Não prejudicar o meio ambiente;
- Promover e participar de ações sociais fazendo doações de produtos e serviços para apoiar os eventos.
- Não utilizar trabalho infantil;
- Manter programa de contratação, capacitação e promoção da mulher, negros e pessoas com deficiência física, visando promover a igualdade e oportunidades.

6 PLANO DE MARKETING

6.1 Definir o público-alvo

Serão estudantes e trabalhadores de empresas ao redor do Chucrut's bar, que buscam entretenimento, diversão, happy hour, bate papo com amigos, colegas e familiares. Oferecer qualidade nos produtos e serviços dentro do esperado do público-alvo. De acordo com pesquisa anexa (Anexo 1), foi entrevistado em torno de 50 estudantes na Faculdade Estácio de Sá e 50 pessoas da Famig conforme tabela abaixo e foi constatado que o consumo médio em dias de jogos é de R\$ 40,00 em cerveja, R\$ 10,00 em petiscos e o restante em outros, totalizando R\$ 60,00 como consumo final médio. Foi identificado que os dias de maior consumo é de Terça-feira a sexta-feira, terça-feira a região escolhida já é muito badalada e será complementada com a terça de karaoke no Chucrut's bar, muito jogos do Cruzeiro e Atlético normalmente são transmitidos nas quartas e quintas, sendo que a sexta tradicionalmente é dia de happy hour. O investimento feito pela Chucrut's bar em bebidas será On the go, ou seja, bebidas com menos de 1L(litro), pois possuem maior lucratividade e consumo uma vez que essas bebidas são pra consumo individual.

6.2 Descrever os principais produtos e serviços

O Chucrut's bar trabalhará com produtos etílicos, não etílicos e alimentação. O horário de funcionamento será das 16H até 2H do dia subsequente, de Segunda-Feira a Sábado. Serviço de bar prestado em lugar inusitado com ótimo ambiente de clima rústico, decorado com móveis e detalhes em madeiras rústicas, onde há música ao vivo, bolão eletrônico, karaokê, além de poder contar com uma ótima área verde e serviços de atendimento personalizado focando no consumidor. Garantia de qualidade nos produtos servidos, onde o cliente pode acompanhar o processo de montagem do tira gosto solicitado através de uma janela em blindex, contando com cinco freezers para garantir cerveja e demais bebidas bem geladas. O bar visa garantir a segurança de sua clientela investindo em segurança patrimonial e um sofisticado sistema de antifurto e de prevenção de incêndio, além de contar com o apoio da Polícia Militar onde haverá um convênio de proteção. A música terá profissionais capacitados em

músicas ambientes, onde terá equipamento para amplificação de som. O bolão eletrônico contará com um telão exclusivo onde mostrará os resultados de todos os participantes no momento dos jogos, com sistema chamado Vip Predictor (<http://www.vippredictor.com/pt-BR/Home>) para acompanhamento. O bar contará também com noites de Karaokê onde que as pessoas poderão reservar mesas próximas do palco para que possam participar melhor da. Para maior conforto e comodidade dos clientes o bar contará com 40 jogos de mesas e cadeiras, sendo que cada jogo contem 1 mesa para 4 cadeiras.

6.3 Definir estratégia de preço

A política de preço é a média praticada pelo mercado, conforme pesquisa anexa (Anexo 1), porém é investido em maior quantidade dos produtos servidos, ou seja a porção servida supera (em KG ou unidade) a porção dos concorrentes diretos. Fichas personalizadas com a logo CHUCRUT'S BAR devem ser compradas diretamente no caixa, com moeda nacional, cartões de crédito e débito, sendo que não haverá nenhum tipo de desconto para pagamento a vista, para servir de meio de troca ao solicitar um determinado produto e\ou serviço. Referente ao recebimento dos valores de cartão de crédito, o período será o da bandeira trabalhada. Referente ao pagamento à para utilização do cartão de crédito à vista será de até R\$399,99, parcelado em 2 vezes de R\$ 400,00 até R\$ 599,99 e de 3 vezes de R\$ 600,00 esse meio de pagamento é somente em um cartão de credito, ou seja, não poderá ser rateado para mais de um cartão.

6.4 Estratégia de comunicação e promoção

A comunicação ocorrerá através de redes sociais e aplicativos como WhatsApp, Facebook, Twitter, Google +, Instagram, será om 15 dias antes da inauguração, contando também com uma equipe para panfletagem (Anexo 2) com cartazes e folders. Destacaremos nestas ações as vantagens do P de produto já citado anteriormente. Para maior divulgação do bar, caso necessário, será disponibilizado para as faculdades próximas palestras em trabalhos de empreendedorismo, visando o merchandising perante esses estabelecimentos e ajuda pedagógica para os alunos. A separação de latas, cascos de long neck, garrafas pet serão doadas para a Asmare,

onde teremos um convênio que buscará todos os dias os materiais ao invés de ser coletado pelo SLU e jogado diretamente no lixão.

6.5 Estratégias de distribuição e venda

Sede localizada na rua João Lucio Brandão, 257, Bairro Prado, Belo Horizonte – MG. A empresa terá cadastros nos principais fornecedores de bebidas (Coca cola, Ambev) e frigoríficos, sem contrato de exclusividade, onde poderá contar com entregas direto no ponto de venda. Produto de hortifruti e bebidas destiladas serão comprados diretamente no Ceasa mg, sendo a logística financiada pela Chucrut's Bar. É orientado aos garçons a divulgação do cardápio aos clientes, focando nos produtos mais rentáveis e de maior saída ao consumidor.

6.6 Programas de vendas

As vendas ocorrerão diretamente para o público final, no local já citado acima, com o foco em público de faculdade e quilometragem de até 5km. Para maior satisfação dos clientes usamos como pós venda a realização de uma pesquisa, utilizando um cadastro que será feito no ato da compra da ficha em determinados momentos do ano que ainda será definido pelos sócios. A garantia será feita, conforme dito anteriormente, através de um vidro blindado que será exposto todo o funcionamento da cozinha, as bebidas terão a garantia de um processo rigoroso de estoque em geral, onde poderemos acompanhar vencimentos, e condição de alimentos perecíveis e bebidas, além de contar com nomes e marcas já conhecidas no mercado em bebidas e comidas.

6.7 Previsões de demanda/ vendas

A previsão de vendas se baseia conforme anexos 3, 4, 5, 6, 7, realizando a média de todos os concorrentes próximos.

Em pesquisa realizada no dia 18/10/2015, foi identificado o preço médio de cada produto que a empresa estará comercializando. Foi realizado uma pesquisa de mercado nos bares e restaurantes concorrentes, para identificar os preços e quantidade que cada estabelecimento pratica e consomem de cada produto. A média

mensal dos produtos são: Batata (Fritas) 800kg, cerveja 4000 unidade/Longneck, Espetinhos 3000 unidades, Refrigerante 1500 unidade/lata. Segue em anexo a planilha dos estabelecimentos pesquisados e seus devidos dados.

7 PLANO DE PESSOAL

7.1 Definir cargos, salários e benefícios

Para definição de cargos foi utilizada uma pesquisa simples, baseando em empregos ofertados em sites. A partir dessa pesquisa (anexos), obteve-se a média aleatória:

Gerente Financeiro	R\$	788,00
Gerente Comercial	R\$	788,00
Gerente de Compras	R\$	788,00
Chefe de Cozinha	R\$	1.300,00
Chefe de Bar	R\$	1.300,00
Auxiliar de Serviços Gerais	R\$	1.000,00
Auxiliar de Cozinha	R\$	1.000,00
Garçom	R\$	1.000,00
Segurança	R\$	1.000,00
Caixa	R\$	1.000,00

Tabela 9

Fonte: Elaborado pelos autores

Portanto a pesquisa serve para o embasamento de dados que a Chucrut's Bar necessita para começar a planejar sua remuneração e plano de carreira. Por ser pequeno precisa ter uma contenção de gastos e despesas com pessoal, portanto o padrão inicial de salários terá benefícios fixados em vale-transporte, refeição na empresa, assistência médica, adicional noturno e participação dos lucros anual de 0.5%. O vale transporte dependerá de qual condução e quantas a pessoa necessitará, sendo depositada em dinheiro. Para exemplificar utilizaremos um padrão de benefícios para todos, sendo 2 (duas) conduções diárias no valor de R\$ 3,70, R\$ 30,00 para o plano de saúde corporativo, assim ficaria um custo médio do funcionário de:

 Folha de Pagamento									
Descrição	Salário Bruto	Vale Transporte	Desconto Vale	Desconto INSS	QTD Func	Total a Pagar por	Total por colaborador	Total folha pagam.	
Chefe de Cozinha	R\$ 1.300,00	R\$ 177,60	R\$ (104,00)	R\$ 117,00	1	R\$ 1.491,60	1.491,60	1.491,60	
Chefe de Bar	R\$ 1.300,00	R\$ 177,60	R\$ (104,00)	R\$ 117,00	1	R\$ 1.491,60	1.491,60	1.491,60	
Auxiliar de Serviços Gerais	R\$ 1.000,00	R\$ 177,60	R\$ (80,00)	R\$ 90,00	2	R\$ 1.189,60	1.189,60	2.379,20	
Auxiliar de Cozinha	R\$ 1.000,00	R\$ 177,60	R\$ (80,00)	R\$ 90,00	1	R\$ 1.188,60	1.188,60	1.188,60	
Garçom	R\$ 1.000,00	R\$ 177,60	R\$ (80,00)	R\$ 90,00	6	R\$ 1.193,60	1.193,60	7.161,60	
Caixa	R\$ 1.000,00	R\$ 177,60	R\$ (80,00)	R\$ 90,00	2	R\$ 1.189,60	1.189,60	2.379,20	
Segurança	R\$ 1.000,00	R\$ 177,60	R\$ (80,00)	R\$ 90,00	2	R\$ 1.189,60	1.189,60	2.379,20	
Gerente Financeiro	R\$ 788,00			R\$ 86,68	1	R\$ 875,68	875,68	875,68	
Gerente Comercial	R\$ 788,00			R\$ 86,68	1	R\$ 875,68	875,68	875,68	
Gerente de Compras	R\$ 788,00			R\$ 86,68	1	R\$ 875,68	875,68	875,68	
TOTAL	R\$ 9.964,00	R\$ 1.243,20	R\$ (608,00)	R\$ 944,04		R\$ 11.561,24	R\$ 11.561,24	R\$ 21.098,04	

Tabela 10

Fonte: Elaborado pelos autores

Cargo	Tipo de contratação
Gerente Financeiro	Pró-Labore
Gerente Comercial	Pró-Labore
Gerente de Compras	Pró-Labore
Chefe de Cozinha	CLT
Chefe de Bar	CLT
Auxiliar de Serviços Gerais	CLT/Freelancer
Auxiliar de Cozinha	CLT
Garçom	CLT/Freelancer
Caixa	CLT
Segurança	CLT/Freelancer

Tabela 11

Fonte: Elaborado pelos autores

7.2 Plano de Carreira

Inicialmente não haverá um plano de carreira agressivo para reter talentos, por ser uma empresa pequena, mas teremos reajustes anuais previstos em lei, melhoramento de salário horizontal de acordo com o desempenho, ocorrendo apenas em cargos que os sócios não ocuparem. O reajuste anual será de acordo com o sindicato e será de 7%.

Referente ao reajuste salarial por desempenho, o empregado receberá um bônus a mais de 5% totalizando junto com o reajuste obrigatório 12% de acordo com as metas impostas pela Chucrut's Bar a serem cumpridas.

7.2.1 – Programas de QVT (Qualidade de Vida no Trabalho)

A qualidade de vida no trabalho está diretamente ligada com a estrutura física, moral e compensatória. O funcionário precisa estar confiante nas diretrizes que a empresa fornece a ele, e a estrutura que o local de trabalho proporciona. A Chucrut's bar contara com um ambiente propício em prol do bem-estar coletivo como Higiene, claridade, proteção no trabalho, políticas para o bem-estar físico, uniformes, materiais de trabalhos sempre em funcionamento perfeito, havendo trocas sempre que necessário. Cumprindo sempre os horários, afim de não haver necessidades de horas extras adicionais por pedido da empresa. Acompanhamento psicológico semestral com os funcionários visando a sua saúde mental, e reuniões bimestrais com o diretor para verificar melhorias juntamente com os todos os colaboradores, afim de promover ajustes positivos para todos.

7.2.2 Metas inteligentes.

Instituir programa de sugestão onde o funcionário possa implantar idéias para melhor desenvolvimento das atividades, sendo a mesma aceita pela equipe e gestores, sendo oferecido uma recompensa e reconhecimento público pela iniciativa.

Promover a participação dos agentes envolvidos, proporcionando condições para que cada um crie o seu próprio objetivo e negocie a viabilidade deste com o seu líder. O gerente comercial estará atuando diretamente com os colaboradores para a motivação na captação de clientes.

Desenvolver um programa de *feedback* constante para toda a organização da performance das equipes. Buscar opiniões de funcionários quanto aos processos internos. Implantação de questionario de satisfação pessoal ligado aos funcionarios. Dar retorno aos funcionarios sobre o resultado do questionario. Alinhar competências para incentivar o aprendizado da equipe. Elaborar um programa de recompensas financeiras e de reconhecimento. Remuneração de acordo com o desempenho e seus conhecimentos técnicos, e comportamento dentro da organização. De acordo com o desempenho profissional será realizado sorteio de ingressos em eventos sociais para os funcionários e seus familiares dentro do programa de benefícios. Oferecer especialização por resultados alcançados.

7.2.3 Regras simples, transparentes e objetivas.

- Manter a assiduidade e pontualidade como requisito para o recebimento das gratificações;
- Cumprimento das metas motivacionais.
- Deve-se cumprir a meta estabelecida para o recebimento da gratificação.
- Não haverá pagamento parcial de bonificação.

7.2.4 Sistemas de remuneração.

Remuneração por resultado e participação de lucros;

Remuneração por resultados baseados nas metas negociados entre gestores e funcionários.

7.3 Programa de Responsabilidade Social

Adotar valores e trabalhar com transparência. Valorizar os profissionais cumprindo os acordos estabelecidos. Ter boas relações com o público interno e externo de forma a satisfazer as suas necessidades e interesses gerando valor para todos. Valorizar empregados e colaboradores. Atuar no sentido de oferecer um ambiente acolhedor, participativo e motivador para empregados e colaboradores. Favorecer o desempenho individual dos funcionários destacando o seu valor nas ações da empresa. Valorizar e potencializar as questões éticas individuais. Faça sempre mais pelo meio ambiente. Seguir regras para reciclagem de óleo utilizado no preparo das refeições. Reciclagem de papéis. Materiais de limpeza que não danifique o meio ambiente. Manter um programa para racionalizar e otimização do uso da água. Envolver parceiros e fornecedores. Ter uma relação de respeito buscando excelência no convívio. Respeitar os contratos pactuados. Dar ciência aos fornecedores sobre a conduta e valores que a empresa adotou evitando assim o conflito de interesses. Proteger clientes e consumidores. Somente utilizar informações de clientes mediante a sua prévia autorização. Adotar medidas em relação aos produtos e serviços que visam minimizar os riscos à saúde e segurança do cliente. Promover a comunidade. Respeitar a lei do silêncio. Não prejudicar o meio ambiente. Promover e participar de ações

sociais fazendo doações de produtos e serviços para apoiar os eventos. Comprometer-se com o bem comum. Não utilizar trabalho infantil. Manter programa de contratação, capacitação e promoção da mulher, negros e pessoas com deficiência física, visando promover a igualdade e oportunidades.

8 PLANO FINANCEIRO

8.1 Investimento Inicial

 Investimento Inicial		
Investimento Pré-Operacional	R\$	102.288,55
Material de Escritório + Limpeza	R\$	1.100,00
Material Publicitário	R\$	3.059,80
Reforma	R\$	80.000,00
Estoque Inicial	R\$	17.643,75
Registro em Cartório	R\$	485,00
Investimento Fixo	R\$	62.653,00
Equipamentos	R\$	42.622,30
Móveis	R\$	20.030,70
Capital de Giro	R\$	-
TOTAL	R\$	164.941,55

Tabela 12 - Investimento inicial e Pré operacional Fonte: Elaborado pelos autores

Fonte de recursos		
Origem de Recursos	%	Valor
Capital Próprio	100%	R\$ 164.941,55
Capital de terceiros	0%	R\$ -
Total	100%	R\$ 164.941,55

Tabela 13 - Fonte de recursos

Fonte: Elaborado pelos autores

8.2 Projeção de pessoal

 Folha de Pagamento									
Descrição	Salário Bruto	Vale Transporte	Desconto Vale	Desconto INSS	QTD Func	Total a Pagar por	Total por colaborador	Total folha pagam.	
Chefe de Cozinha	R\$ 1.300,00	R\$ 177,60	R\$ (104,00)	R\$ 117,00	1	R\$ 1.491,60	1.491,60	1.491,60	
Chefe de Bar	R\$ 1.300,00	R\$ 177,60	R\$ (104,00)	R\$ 117,00	1	R\$ 1.491,60	1.491,60	1.491,60	
Auxiliar de Serviços Gerais	R\$ 1.000,00	R\$ 177,60	R\$ (80,00)	R\$ 90,00	2	R\$ 1.189,60	1.189,60	2.379,20	
Auxiliar de Cozinha	R\$ 1.000,00	R\$ 177,60	R\$ (80,00)	R\$ 90,00	1	R\$ 1.188,60	1.188,60	1.188,60	
Garçom	R\$ 1.000,00	R\$ 177,60	R\$ (80,00)	R\$ 90,00	6	R\$ 1.193,60	1.193,60	7.161,60	
Caixa	R\$ 1.000,00	R\$ 177,60	R\$ (80,00)	R\$ 90,00	2	R\$ 1.189,60	1.189,60	2.379,20	
Segurança	R\$ 1.000,00	R\$ 177,60	R\$ (80,00)	R\$ 90,00	2	R\$ 1.189,60	1.189,60	2.379,20	
Gerente Financeiro	R\$ 788,00			R\$ 86,68	1	R\$ 875,68	875,68	875,68	
Gerente Comercial	R\$ 788,00			R\$ 86,68	1	R\$ 875,68	875,68	875,68	
Gerente de Compras	R\$ 788,00			R\$ 86,68	1	R\$ 875,68	875,68	875,68	
TOTAL	R\$ 9.964,00	R\$ 1.243,20	R\$ (608,00)	R\$ 944,04		R\$ 11.561,24	R\$ 11.561,24	R\$ 21.098,04	

Tabela 14 - Quadro de pessoal e Custo com pessoal

Fonte: Elaborado pelos autores

8.3 Remuneração dos sócios

Remuneração dos Sócios								
Descrição	Salário Bruto	Vale Transporte	Desconto Vale	Desconto INSS	QTD Func	Total a Pagar por	Total por colaborador	Total folha pagam.
Gerente Financeiro	R\$ 788,00			R\$ 86,68	1	R\$ 875,68	875,68	875,68
Gerente Comercial	R\$ 788,00			R\$ 86,68	1	R\$ 875,68	875,68	875,68
Gerente de Compras	R\$ 788,00			R\$ 86,68	1	R\$ 875,68	875,68	875,68
TOTAL	R\$ 2.364,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 260,04		R\$ 2.627,04	R\$ 2.627,04	R\$ 2.627,04

Tabela 15 - Remuneração dos sócios

Fonte: Elaborado pelos autores

8.4 Projeção de despesas

Despesa fixa			
Descrição	Mensal	Anual	
Água	R\$ 254,00	R\$ 3.048,00	
Assinatura de TV	R\$ 374,80	R\$ 4.497,60	
Contador	R\$ 2.000,00	R\$ 24.000,00	
Luz	R\$ 630,00	R\$ 7.560,00	
Materiais de escritório	R\$ 404,87	R\$ 4.858,44	
Materiais de limpeza	R\$ 399,08	R\$ 4.788,96	
MO Indireta	R\$ 7.385,44	R\$ 88.625,28	
Total	R\$ 11.448,19	R\$ 137.378,28	

Tabela 16 - Projeção de despesas fixas

Fonte: Elaborado pelos autores

8.5 Projeção de custos do produto/serviço

Custo variável		
Descrição	Média mês	Anual
Materia Prima	R\$ 54.477,62	R\$ 653.731,49
Total	R\$ 54.477,62	R\$ 653.731,49

Tabela 17 - Projeção custos variáveis

Fonte: Elaborado pelos autores

Custo fixo				
Descrição	Mensal		Anual	
Aluguel	R\$	8.000,00	R\$	96.000,00
Depreciação mensal	R\$	623,33	R\$	7.479,90
MO Direta	R\$	13.712,60	R\$	164.551,20
Total	R\$	22.335,93	R\$	268.031,10

Tabela 18 - Projeção custos variáveis

Fonte: Elaborado pelos autores

8.6 Projeções Financeiras

Fluxo de Caixa								
Descrição	Ano 1		Ano 2		Ano 3		Ano 4	
Saldo Inicial	R\$	3.522.021,26	R\$	6.746.993,91	R\$	11.161.005,95	R\$	16.989.219,34
Entradas					R\$	-	R\$	-
Cerveja	R\$	518.724,34	R\$	594.308,61	R\$	680.906,39	R\$	780.122,50
Refrigerante	R\$	111.155,22	R\$	127.351,84	R\$	145.908,51	R\$	167.169,11
Espetinhos	R\$	361.254,45	R\$	413.893,49	R\$	474.202,67	R\$	543.299,60
Fritas (porções)	R\$	311.234,60	R\$	356.585,16	R\$	408.543,83	R\$	468.073,50
Sucos	R\$	101.892,28	R\$	116.739,19	R\$	133.749,47	R\$	153.238,35
Total de Entradas	R\$	1.404.260,89	R\$	1.608.878,30	R\$	1.843.310,87	R\$	2.111.903,05
Saídas	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-
Retenção Cartão de Crédito (60%)	R\$	20.314,72	R\$	25.709,12	R\$	29.455,24	R\$	33.747,22
Net Pacote completo (Internet, Telefone e TV)	R\$	4.497,60	R\$	4.497,60	R\$	4.497,60	R\$	4.497,60
Luz	R\$	7.080,00	R\$	7.560,00	R\$	7.560,00	R\$	7.560,00
Água	R\$	2.994,00	R\$	3.048,00	R\$	3.048,00	R\$	3.048,00
Aluguel	R\$	88.000,00	R\$	96.000,00	R\$	96.000,00	R\$	96.000,00
Salário	R\$	232.078,44	R\$	253.176,48	R\$	253.176,48	R\$	253.176,48
Pró Labore	R\$	28.864,44	R\$	31.488,48	R\$	31.488,48	R\$	31.488,48
Provisão de Férias e 13º Salário	R\$	2.188,27	R\$	2.387,20	R\$	2.387,20	R\$	2.387,20
Imposto (INSS, FGTS, Provisão de IPTU)	R\$	33.100,00	R\$	36.000,00	R\$	36.000,00	R\$	36.000,00
Material de Escritório + limpeza	R\$	5.500,00	R\$	6.000,00	R\$	6.000,00	R\$	6.000,00
Publicidade Mensal	R\$	1.306,75	R\$	1.582,59	R\$	1.813,19	R\$	1.813,19
Aquisição de Produtos	R\$	653.731,49	R\$	748.987,89	R\$	858.124,28	R\$	983.163,12
Simples Nacional	R\$	57.683,78	R\$	73.001,21	R\$	83.638,35	R\$	95.825,44
Total de Saídas	R\$	1.137.339,50	R\$	1.289.438,57	R\$	1.413.188,82	R\$	1.554.706,74
Saldo Não Acumulado	R\$	266.921,40	R\$	319.439,72	R\$	430.122,05	R\$	557.196,31
Saldo Mensal Acumulado	R\$	(169.654,46)	R\$	3.107.836,52	R\$	7.632.530,88	R\$	13.587.818,53
Saldo Não Acumulado Descontado	R\$	247.377,40	R\$	244.294,85	R\$	275.490,86	R\$	298.754,42
Saldo Acumulado Descontado	R\$	(246.274,88)	R\$	2.473.413,44	R\$	5.619.395,78	R\$	9.086.474,55
Investimento Inicial	R\$	(164.941,55)						

Tabela 19 - Fluxo de caixa

Fonte: Elaborado pelos autores

8.7 Projeção de resultados


 Demonstração do resultado do exercício				
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4
Vendas brutas no mercado nacional	R\$ 1.404.260,89	R\$ 1.608.878,30	R\$ 1.843.310,87	R\$ 2.111.903,05
(-) deduções e abatimentos	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) Comissão sobre vendas	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(=) Vendas líquidas	R\$ 1.404.260,89	R\$ 1.608.878,30	R\$ 1.843.310,87	R\$ 2.111.903,05
(-) Custo de mercadorias vendidas	R\$ 653.731,49	R\$ 748.987,89	R\$ 858.124,28	R\$ 983.163,12
(=) Lucro bruto operacional	R\$ 750.529,40	R\$ 859.890,40	R\$ 985.186,60	R\$ 1.128.739,92
(-) despesas administrativas	R\$ 425.924,22	R\$ 467.449,47	R\$ 471.426,20	R\$ 475.718,17
(-) despesas com vendas (impostos)	R\$ 57.683,78	R\$ 73.001,21	R\$ 83.638,35	R\$ 95.825,44
(-) depreciação	R\$ 5.701,65	R\$ 5.701,65	R\$ 5.701,65	R\$ 5.701,65
(=) Lucro líquido operacional	R\$ 261.219,75	R\$ 313.738,08	R\$ 424.420,40	R\$ 551.494,66

Tabela 20 - Projeção de resultado e cálculo da lucratividade e rentabilidade Fonte: Elaborado pelos autores

8.8 – Análise de Investimento



		VPL				
	Taxa	1,50%				
Meses	Entrada de Caixa	Saldo Acumulado	Constante	Valor Presente	Valor Presente Acumulado	
jan/16	R\$ 39.687,71	R\$ (125.253,84)	1,00000	R\$ 39.687,71	R\$ (125.253,84)	
fev/16	R\$ 30.178,57	R\$ (95.075,27)	0,98522	R\$ 29.732,58	R\$ (95.521,26)	
mar/16	R\$ 22.193,72	R\$ (72.881,55)	0,97066	R\$ 21.542,60	R\$ (73.978,66)	
abr/16	R\$ 13.008,55	R\$ (59.872,99)	0,95632	R\$ 12.440,30	R\$ (61.538,36)	
mai/16	R\$ 20.083,67	R\$ (39.789,32)	0,94218	R\$ 18.922,52	R\$ (42.615,84)	
jun/16	R\$ 25.463,60	R\$ (14.325,72)	0,92826	R\$ 23.636,85	R\$ (18.978,99)	
jul/16	R\$ (1.504,14)	R\$ (15.829,85)	0,91454	R\$ (1.375,60)	R\$ (20.354,58)	
ago/16	R\$ 23.939,67	R\$ 8.109,82	0,90103	R\$ 21.570,28	R\$ 1.215,70	
set/16	R\$ 22.078,67	R\$ 30.188,49	0,88771	R\$ 19.599,49	R\$ 20.815,19	
out/16	R\$ 17.150,87	R\$ 47.339,37	0,87459	R\$ 15.000,02	R\$ 35.815,21	
nov/16	R\$ 18.417,19	R\$ 65.756,55	0,86167	R\$ 15.869,49	R\$ 51.684,69	
dez/16	R\$ 36.223,30	R\$ 101.979,85	0,84893	R\$ 30.751,16	R\$ 82.435,86	
jan/17	R\$ 303,90	R\$ 102.283,75	0,83639	R\$ 254,17	R\$ 82.690,03	
fev/17	R\$ 39.920,62	R\$ 142.204,37	0,82403	R\$ 32.895,67	R\$ 115.585,70	
mar/17	R\$ 30.772,29	R\$ 172.976,66	0,81185	R\$ 24.982,46	R\$ 140.568,17	
abr/17	R\$ 20.248,74	R\$ 193.225,40	0,79985	R\$ 16.195,98	R\$ 156.764,15	
mai/17	R\$ 28.354,79	R\$ 221.580,19	0,78803	R\$ 22.344,45	R\$ 179.108,60	
jun/17	R\$ 34.518,63	R\$ 256.098,82	0,77639	R\$ 26.799,76	R\$ 205.908,36	
jul/17	R\$ 3.621,38	R\$ 259.720,20	0,76491	R\$ 2.770,03	R\$ 208.678,39	
ago/17	R\$ 32.772,64	R\$ 292.492,84	0,75361	R\$ 24.697,71	R\$ 233.376,10	
set/17	R\$ 30.640,48	R\$ 323.133,32	0,74247	R\$ 22.749,65	R\$ 256.125,75	
out/17	R\$ 24.994,64	R\$ 348.127,96	0,73150	R\$ 18.283,53	R\$ 274.409,28	
nov/17	R\$ 26.445,47	R\$ 374.573,43	0,72069	R\$ 19.058,92	R\$ 293.468,20	
dez/17	R\$ 46.846,14	R\$ 421.419,58	0,71004	R\$ 33.262,50	R\$ 326.730,70	
jan/18	R\$ 5.692,86	R\$ 427.112,43	0,69954	R\$ 3.982,40	R\$ 330.713,11	
fev/18	R\$ 51.082,21	R\$ 478.194,65	0,68921	R\$ 35.206,16	R\$ 365.919,27	
mar/18	R\$ 40.600,86	R\$ 518.795,51	0,67902	R\$ 27.568,82	R\$ 393.488,09	
abr/18	R\$ 28.543,90	R\$ 547.339,41	0,66899	R\$ 19.095,46	R\$ 412.583,55	
mai/18	R\$ 37.831,09	R\$ 585.170,50	0,65910	R\$ 24.934,45	R\$ 437.517,99	
jun/18	R\$ 44.893,09	R\$ 630.063,59	0,64936	R\$ 29.151,73	R\$ 466.669,72	
jul/18	R\$ 9.493,74	R\$ 639.557,33	0,63976	R\$ 6.073,74	R\$ 472.743,45	
ago/18	R\$ 42.892,69	R\$ 682.450,02	0,63031	R\$ 27.035,60	R\$ 499.779,05	
set/18	R\$ 40.449,84	R\$ 722.899,86	0,62099	R\$ 25.119,07	R\$ 524.898,12	
out/18	R\$ 33.981,34	R\$ 756.881,19	0,61182	R\$ 20.790,31	R\$ 545.688,43	
nov/18	R\$ 35.643,57	R\$ 792.524,76	0,60277	R\$ 21.485,02	R\$ 567.173,45	
dez/18	R\$ 59.016,86	R\$ 851.541,63	0,59387	R\$ 35.048,11	R\$ 602.221,56	
jan/19	R\$ 11.881,32	R\$ 863.422,95	0,58509	R\$ 6.951,64	R\$ 609.173,20	
fev/19	R\$ 63.895,42	R\$ 927.318,37	0,57644	R\$ 36.832,07	R\$ 646.005,27	
mar/19	R\$ 51.885,28	R\$ 979.203,64	0,56792	R\$ 29.466,91	R\$ 675.472,18	
abr/19	R\$ 38.068,05	R\$ 1.017.271,69	0,55953	R\$ 21.300,26	R\$ 696.772,44	
mai/19	R\$ 48.710,60	R\$ 1.065.982,29	0,55126	R\$ 26.852,32	R\$ 723.624,76	
jun/19	R\$ 56.803,75	R\$ 1.122.786,04	0,54312	R\$ 30.851,00	R\$ 754.475,76	
jul/19	R\$ 16.237,03	R\$ 1.139.023,08	0,53509	R\$ 8.688,26	R\$ 763.164,03	
ago/19	R\$ 54.510,50	R\$ 1.193.533,57	0,52718	R\$ 28.736,93	R\$ 791.900,95	
set/19	R\$ 51.711,97	R\$ 1.245.245,54	0,51939	R\$ 26.858,71	R\$ 818.759,67	
out/19	R\$ 44.299,22	R\$ 1.289.544,76	0,51171	R\$ 22.668,57	R\$ 841.428,24	
nov/19	R\$ 46.203,90	R\$ 1.335.748,66	0,50415	R\$ 23.293,82	R\$ 864.722,06	
dez/19	R\$ 72.989,27	R\$ 1.408.737,93	0,49670	R\$ 36.253,93	R\$ 900.975,98	

Tabela 21 - Cálculo de VPL

Fonte: Elaborado pelos autores

 Pay Back Simples		
Descrição		Valor
Investimento Inicial		R\$ 164.941,55
Recuperado até	domingo, 1 de maio de 2016	R\$ 149.111,70
Falta Recuperar		R\$ 15.829,85
Lucro de	ago/16	R\$ 23.939,67
Média de Faturamento Diário		R\$ 797,99
Dias Necessários para Recuperar		21
Pay Back Simples:	0 anos, 7 meses e 21	dias (aproximadamente)

Pay Back Descontado		
Descrição		Valor
Investimento Inicial		R\$ 164.941,55
Recuperado até	domingo, 1 de maio de 2016	R\$ 144.586,97
Falta Recuperar		R\$ 20.354,58
Lucro de	ago/18	R\$ 23.939,67
Média de Faturamento Diário		R\$ 797,99
Dias Necessários para Recuperar		27
Pay Back Simples:	0 anos, 7 meses e 27	dias (aproximadamente)

Tabela 22 - Pay Back

Fonte: Elaborado pelos autores


 TIR Mensal						
Taxa		8,96%	Taxa Anual		180,00%	
Meses	Entrada de Caixa	Saldo Acumulado	Constante	Valor Presente	Valor Presente Acumulado	
jan/16	R\$ 39.687,71	R\$ (125.253,84)	1,00000	R\$ 39.687,71	R\$ (125.253,84)	
fev/16	R\$ 30.178,57	R\$ (95.075,27)	0,91778	R\$ 27.697,18	R\$ (97.556,66)	
mar/16	R\$ 22.193,72	R\$ (72.881,55)	0,84231	R\$ 18.694,07	R\$ (78.862,59)	
abr/16	R\$ 13.008,55	R\$ (59.872,99)	0,77306	R\$ 10.056,33	R\$ (68.806,25)	
mai/16	R\$ 20.083,67	R\$ (39.789,32)	0,70949	R\$ 14.249,21	R\$ (54.557,05)	
jun/16	R\$ 25.463,60	R\$ (14.325,72)	0,65116	R\$ 16.580,76	R\$ (37.976,29)	
jul/16	R\$ (1.504,14)	R\$ (15.829,85)	0,59761	R\$ (898,89)	R\$ (38.875,18)	
ago/16	R\$ 23.939,67	R\$ 8.109,82	0,54848	R\$ 13.130,35	R\$ (25.744,83)	
set/16	R\$ 22.078,67	R\$ 30.188,49	0,50338	R\$ 11.113,94	R\$ (14.630,89)	
out/16	R\$ 17.150,87	R\$ 47.339,37	0,46199	R\$ 7.923,52	R\$ (6.707,37)	
nov/16	R\$ 18.417,19	R\$ 65.756,55	0,42400	R\$ 7.808,94	R\$ 1.101,58	
dez/16	R\$ 36.223,30	R\$ 101.979,85	0,38914	R\$ 14.095,93	R\$ 15.197,51	
jan/17	R\$ 303,90	R\$ 102.283,75	0,35714	R\$ 108,53	R\$ 15.306,04	
fev/17	R\$ 39.920,62	R\$ 142.204,37	0,32778	R\$ 13.085,10	R\$ 28.391,14	
mar/17	R\$ 30.772,29	R\$ 172.976,66	0,30083	R\$ 9.257,13	R\$ 37.648,27	
abr/17	R\$ 20.248,74	R\$ 193.225,40	0,27609	R\$ 5.590,51	R\$ 43.238,78	
mai/17	R\$ 28.354,79	R\$ 221.580,19	0,25339	R\$ 7.184,83	R\$ 50.423,61	
jun/17	R\$ 34.518,63	R\$ 256.098,82	0,23256	R\$ 8.027,51	R\$ 58.451,12	
jul/17	R\$ 3.621,38	R\$ 259.720,20	0,21343	R\$ 772,93	R\$ 59.224,04	
ago/17	R\$ 32.772,64	R\$ 292.492,84	0,19588	R\$ 6.419,67	R\$ 65.643,71	
set/17	R\$ 30.640,48	R\$ 323.133,32	0,17978	R\$ 5.508,50	R\$ 71.152,21	
out/17	R\$ 24.994,64	R\$ 348.127,96	0,16500	R\$ 4.124,03	R\$ 75.276,24	
nov/17	R\$ 26.445,47	R\$ 374.573,43	0,15143	R\$ 4.004,63	R\$ 79.280,87	
dez/17	R\$ 46.846,14	R\$ 421.419,58	0,13898	R\$ 6.510,62	R\$ 85.791,49	
jan/18	R\$ 5.692,86	R\$ 427.112,43	0,12755	R\$ 726,13	R\$ 86.517,62	
fev/18	R\$ 51.082,21	R\$ 478.194,65	0,11706	R\$ 5.979,87	R\$ 92.497,50	
mar/18	R\$ 40.600,86	R\$ 518.795,51	0,10744	R\$ 4.362,09	R\$ 96.859,58	
abr/18	R\$ 28.543,90	R\$ 547.339,41	0,09860	R\$ 2.814,55	R\$ 99.674,14	
mai/18	R\$ 37.831,09	R\$ 585.170,50	0,09050	R\$ 3.423,59	R\$ 103.097,73	
jun/18	R\$ 44.893,09	R\$ 630.063,59	0,08306	R\$ 3.728,63	R\$ 106.826,36	
jul/18	R\$ 9.493,74	R\$ 639.557,33	0,07623	R\$ 723,68	R\$ 107.550,03	
ago/18	R\$ 42.892,69	R\$ 682.450,02	0,06996	R\$ 3.000,73	R\$ 110.550,76	
set/18	R\$ 40.449,84	R\$ 722.899,86	0,06421	R\$ 2.597,15	R\$ 113.147,92	
out/18	R\$ 33.981,34	R\$ 756.881,19	0,05893	R\$ 2.002,43	R\$ 115.150,35	
nov/18	R\$ 35.643,57	R\$ 792.524,76	0,05408	R\$ 1.927,68	R\$ 117.078,03	
dez/18	R\$ 59.016,86	R\$ 851.541,63	0,04964	R\$ 2.929,32	R\$ 120.007,35	
jan/19	R\$ 11.881,32	R\$ 863.422,95	0,04555	R\$ 541,24	R\$ 120.548,60	
fev/19	R\$ 63.895,42	R\$ 927.318,37	0,04181	R\$ 2.671,37	R\$ 123.219,97	
mar/19	R\$ 51.885,28	R\$ 979.203,64	0,03837	R\$ 1.990,88	R\$ 125.210,86	
abr/19	R\$ 38.068,05	R\$ 1.017.271,69	0,03522	R\$ 1.340,60	R\$ 126.551,46	
mai/19	R\$ 48.710,60	R\$ 1.065.982,29	0,03232	R\$ 1.574,34	R\$ 128.125,80	
jun/19	R\$ 56.803,75	R\$ 1.122.786,04	0,02966	R\$ 1.684,96	R\$ 129.810,76	
jul/19	R\$ 16.237,03	R\$ 1.139.023,08	0,02722	R\$ 442,03	R\$ 130.252,79	
ago/19	R\$ 54.510,50	R\$ 1.193.533,57	0,02499	R\$ 1.361,97	R\$ 131.614,76	
set/19	R\$ 51.711,97	R\$ 1.245.245,54	0,02293	R\$ 1.185,81	R\$ 132.800,57	
out/19	R\$ 44.299,22	R\$ 1.289.544,76	0,02105	R\$ 932,30	R\$ 133.732,87	
nov/19	R\$ 46.203,90	R\$ 1.335.748,66	0,01932	R\$ 892,43	R\$ 134.625,30	
dez/19	R\$ 72.989,27	R\$ 1.408.737,93	0,01773	R\$ 1.293,88	R\$ 135.919,18	

Tabela 23 - Cálculo de TIR

Fonte: Elaborado pelos autores

Com base na tabela acima a taxa interna de retorno (TIR) é de 180% ao ano e 8,96% ao mês. O projeto se torna viável uma vez que a taxa de desconto não supera a taxa TIR.

9 PLANO ESTRATÉGICO

A análise SWOT é uma forte ferramenta de planejamento estratégico; A sigla vem das iniciais das palavras inglesas, Strengths (forças – variáveis internas e controláveis que propiciam uma condição favorável para a empresa, em relação a seu ambiente), Weaknesses (fraquezas – variáveis internas e controláveis que provocam uma situação desfavorável para a empresa, em relação a seu ambiente), Opportunities (oportunidades – variáveis externas e não controláveis pela empresa, que podem criar condições favoráveis desde que a mesma tenha condições e/ou interessem usufrui-las), Threats (ameaças – variáveis externas e não controláveis pela empresa que podem criar condições desfavoráveis para a mesma). As forças e fraquezas dizem respeito apenas as variantes internas da empresa, enquanto as ameaças e oportunidades referem-se as variantes externas. O conjunto das informações externas e internas à empresa forma seu sistema de informações globais.

9.1 Ambiente Externo

A localização escolhida para o Bar, foi no Prado, por ser um bairro Boêmio, além de ter faculdades e empresas ao redor com fácil acesso, contando com uma classe média onde os alunos de faculdades, moradores e funcionários de empresas, estão dispostos a se divertir com os amigos e procuram um bom lugar onde pode contar com muita segurança e bons entretenimentos além de um local com um ótimo ambiente.

Um dos fatores identificado como ameaça para o bom desenvolvimento do Chucrut' Bar seria a Lei 11.705 conhecida como Lei Seca, sancionada pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva no dia 19 de junho último, já traz prejuízos aos bares e restaurantes desde que ela entrou em vigor, os bares sofreram uma queda entre 30% e 40% no faturamento, informou o site InfoMoney. Outro fator representativo são os impostos, devido à alta inflação o mercado de bebidas frias vem sendo um dos mais prejudicados com os aumentos de impostos gerando assim um custo maior. Uma ameaça relevante são os concorrentes tradicionais com vasta experiência no ramo e por já estar na região com o seu público já formado e fidelizado.

VARIÁVEL	OPORTUNIDADE	AMEAÇA	AÇÃO
Grandes empresas ao redor	X		Convenios com grandes empresas podem valorizar a divulgação e ser um meio de atrair o mercado alvor
Faculdades	X		Realização de planfletagem nas portas das faculdadesm ajudara a divulgar o bar, tornando o bar mais visível a seus possíveis clientes
Lei Seca		X	Realizar parceria com cooperativas de taxi
Concorrecia Tradiocionais		X	Estudar o que a concorrencia esta fazendo de diferencial e buscar inovação
Violencia		X	Sera minimizada atraves de segurança patrimonial
Alto Impostos		X	Firmar parcerias com empresas fornecedoras de bebidas para que seja possível ter descontos que diminuam o impacto de impostos
Localização	X		O bar terá placa em seu layout possibilitando uma maior visibilidade do estabelecimento

Quadro 1 – SWOT

Fonte: Elaborado pelos autores

9.2 Ambiente Interno

Em relação às forças do interno, o Chucrut's Bar irá investir em ações que irão favorecer os pontos fortes do bar. Para isso foi desenvolvido como estratégia um ambiente rústico com móveis em madeira, baixa iluminação e área verde onde os clientes poderão degustar ao ar livre comida e bebidas servidas no bar e dentre outros itens de decorações e serviços. O espaço possui diversos itens que diversificam a

área urbana da área rural, esse espaço busca relembrar as zonas rurais que o estado de Minas Gerais proporciona.

Como entretenimento, teremos o bolão eletrônico, onde será disponibilizado em dias de jogos de futebol em que terão os principais jogos da semana, onde os clientes farão suas apostas sobre os resultados. Todas as segundas e terças-feiras o bar promove a noite Karaokê nos horários noturnos. Com essa atração o bar busca atrair universitários e funcionários dispostos a se distrair e compartilhar o melhor da música. Devido ao crescimento de violências (assaltos) a bares e restaurantes, o estabelecimento visa um maior conforto e segurança dos clientes. Durante todo o funcionamento, o bar conta com controle de entrada e saída de clientes, ou seja, na entrada do bar sempre tem pessoas qualificadas, treinadas e determinadas para o melhor conforto e segurança dos clientes. Dentro do microambiente foi identificado como um ponto fraco, a inexperiência dos sócios, ou seja, a pouca experiência no mercado comparando com as demais empresas tradicionais no segmento, faz com que as adversidades do meio tragam alguns transtornos por se tratar de uma empresa nova no mercado. A empresa terá que investir em divulgações, pesquisas e conhecimento, para ter mais visibilidade no mercado e de seus concorrentes diretos.

VARIÁVEL	FORÇA	FRAQUEZA	AÇÃO
----------	-------	----------	------

Ambiente Rustico	X		Ambiente descontraído e acolhedor.
Karaokê	X		Convenios com empresas ao redor pode ser um meio para expansão da atração.
Bolão eletrônico	X		Divulgação interativa dos jogos que estarão disponíveis no bolão eletrônico.
Area Verde	X		Manter um ambiente sempre limpo é harmonico, tendo os jardim sempre limpos e e com boa aparência.
Empresa nova no mercado		X	Investir em divulgação para que seja possível expandir atrair o mercado consumidor.
Inexperencia dos socios		X	Aplicar os conhecimentos teórico junto da pratica para que seja possível minimizar as fraquezas.
Seurança patrimonial	X		Buscar profissionais capacitados e com experiencia no mercado com treinamentos em primeiros socorros e brigadistas.

Quadro 2 – SWOT

Fonte: Elaborado pelos autores

9.3 BSC

De acordo com Robert S. Kaplan e David P. Norton (2005), o BSC - Balanced Scorecard é uma ferramenta gerencial, pois possibilita a mobilização e alinhamento dos ativos intangíveis da organização, tais como capital humano, bancos de dados, gestão de marcas e recursos de inovação e cultura.

O BSC é composto por indicadores financeiros e não financeiros, que buscam equilibrar, monitor, e controlar o desempenho da empresa, fazendo com que todos os colaboradores da organização entendam a estratégia da empresa, bem como o impacto de suas ações, possibilitando que eles trabalhem alinhados á estratégias. O

BSC oferece um modelo para descrição de estratégias que criam valor, e é baseado em quatro perspectivas, são elas:

- Perspectiva financeira: É o retorno sobre o investimento e o valor econômico agregado.
- Perspectivas de Processos Internos: Na perspectiva de processos internos é que se encontram os processos mais críticos para a realização dos objetivos dos clientes e acionistas.
- Perspectiva de Clientes: serve para as empresas identificarem o mercado e segmento de clientes nos quais tem interesse em competir.
- Perspectiva de Aprendizagem e Crescimento: Os objetivos na perspectiva de aprendizagem e crescimento oferecem a infraestrutura necessária à consecução dos objetivos de todas as outras perspectivas.

PERSPETIVAS	INDICADORES	METAS	RESPONSÁVEL
Financeira	Retorno sobre o investimento	Aumentar lucros com eventos e fidelização de clientes.	Sócios
	Produtividade	Aumentar ações promocionais que favoreçam as demandas internas trazendo lucratividade.	Gerente Administrativo
	Custos	Baixar custos diretos e indiretos.	Sócios
Do Cliente	Captação de novos clientes	Atrair novos clientes com promoções e eventos e manter a os atuais fidelizados.	Sócios, Gerentes e Colaboradores
	Aumento da satisfação do cliente	Satisfazer o cliente desde a chegada até a saída, mantendo a qualidade do produto e eficiência no atendimento.	Sócios, Gerentes e Colaboradores
Processo Interno	Intensificar relacionamento com cliente	Melhorar e fortalecer o atendimento e relacionamento com cliente.	Sócios, Gerentes e Colaboradores
	Inovações dos produtos e ambientes	Buscar excelência em qualidade de produtos e serviços, oferecendo ambientes agradáveis e acolhedores.	Sócios, Gerentes e Colaboradores
Aprendizagem e Crescimento	Motivação de colaboradores	Incentivar ao uso da criatividade, ofertar participações de lucros como forma de motivar as ações internas.	Sócios, Gerentes
	Capacitação de colaboradores	Oferecer especializações	Sócios
	Ambiente interativo	Ferramentas facilitadoras para execução das tarefas de trabalho.	Sócios

Quadro 3 – Perspectivas

Fonte: Elaborado pelos autores

10 PLANO DE PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

10.1 Estrutura, sistemas e características de produção.

O Chucrut's bar trabalhará com produtos etílicos, não etílicos e alimentação. O horário de funcionamento será das 16H até 2H do dia subsequente, de Segunda-Feira a Sábado. Serviço de bar prestado em lugar inusitado com ótimo ambiente de clima rústico, decorado com móveis e detalhes em madeiras e pedras de época lembrando as antigas tabernas, onde há música ao vivo, bolão eletrônico, karaokê, barman (drinks exclusivos), além de poder contar com uma ótima área verde e serviços de atendimento personalizado focando no consumidor. Garantia de qualidade nos produtos servidos, onde o cliente pode acompanhar o processo de montagem do tira gosto solicitado através de uma janela em blindex, contando com cinco freezers para garantir cerveja e demais bebidas bem geladas. O bar visa garantir a segurança de sua clientela investindo em segurança patrimonial e um sofisticado sistema de antifurto e de prevenção de incêndio, além de contar com o apoio da Polícia Militar onde haverá um convênio de proteção. A música terá profissionais capacitados em músicas ambientes, onde terá equipamento para amplificação de som, violão e um sistema de abafamento acústico dentro do bar. O bolão eletrônico contará com um telão exclusivo onde mostrará os resultados de todos os participantes no momento dos jogos, com sistema chamado Vip Predictor (<http://www.vippredictor.com/pt-BR/Home>) para acompanhamento. Para maior conforto e comodidade dos clientes o bar contará com 40 jogos de mesas e cadeiras, sendo que cada jogo tem 1 mesa para 4 cadeiras.

10.2 Definição do layout

No Layout abaixo podemos identificar no salão a presença de 40 jogos de mesas contendo cada mesa 4(quatro) cadeiras e na área de balcão tem disponível 19 bancos elevados sem encostos. A preocupação do Chucrut's Bar é manter maior número de clientes bem acomodados, o bar ainda conta com um ambiente ao ar livre que possui 2(duas) grandes mesas com a capacidade de 12 pessoas cada. Com base nessas informações foi possível definir a quantidade de garçons necessários para o atendimento.

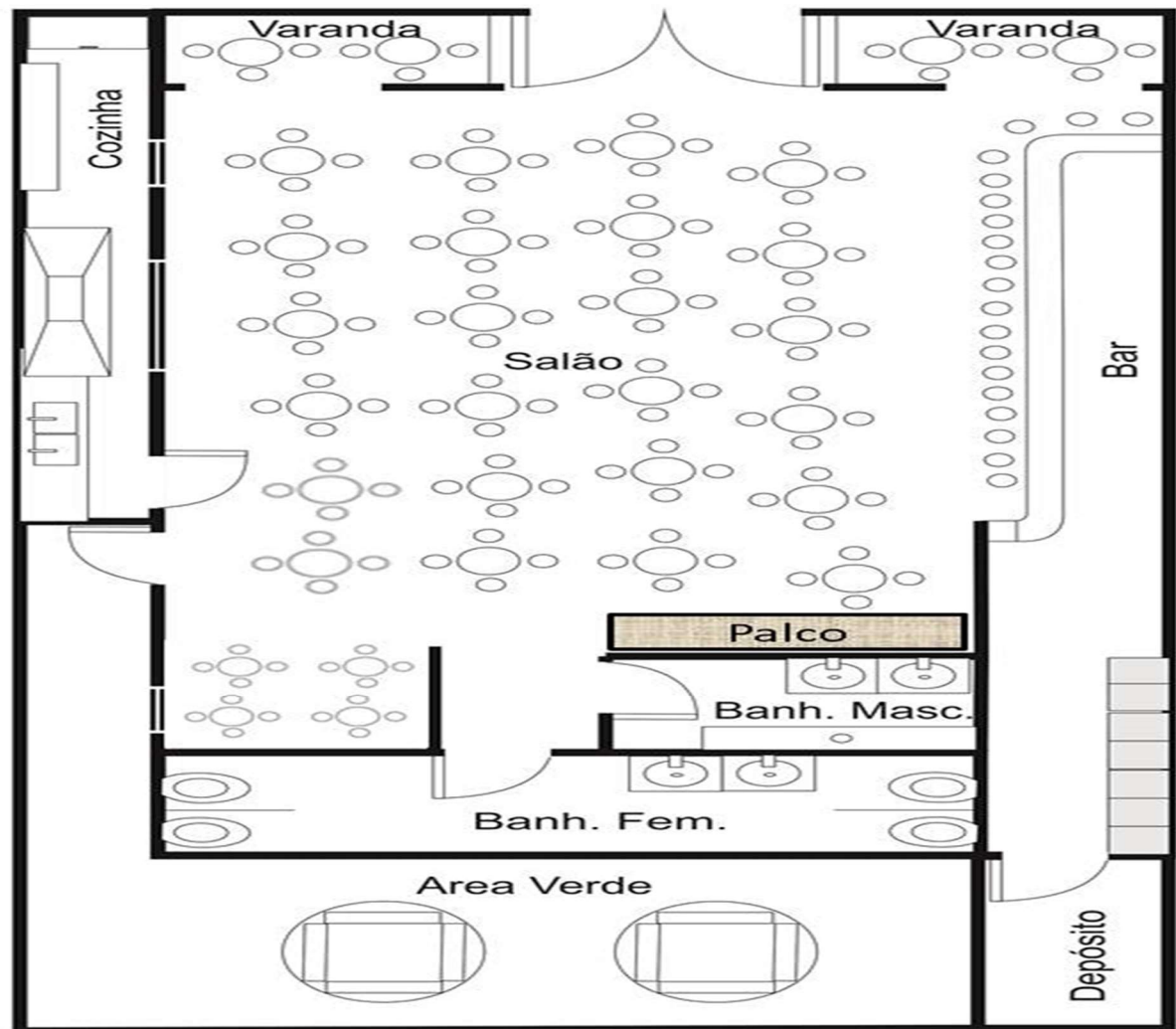


Figura 3 – Layout

Fonte: Elaborado pelos autores

10.3 Fornecedores e compras

Para uma empresa como a Chucrut's bar, há produtos a serem comercializados junto de serviços prestados ao consumidor, como por exemplo de produtos, petisco, cerveja e drinks, e de serviços como, garçom, barman, Bolão eletrônico e dentro outros. Para a produção destes produtos é necessário matéria-prima e mão de obra. Neste processo os fornecedores que fazem a comercialização, são de extremamente necessidade, segue a lista dos principais fornecedores que serão acionados:

Fornecedores	Matéria-Prima	Setor de atuação	Modal de transporte
Coca-Cola (FEMSA)	Cerveja, refrigerante e água	Bebidas	Rodoviário
Ceasa (Distribuidora Futura)	Frutas, legumes e verduras	Alimentação	Rodoviário
Frigorífico	Carnes	Alimentação	Rodoviário
Ceasa (Planeta Bebidas)	Vodka, Wisk, Run, Tequila, Bacardi, Vinho, Campari e Cachaça	Bebidas	Rodoviário
Ambev	Cerveja, refrigerante e água	Bebidas	Rodoviário

Quadro 4 – Fornecedores

Fonte: Elaborado pelos autores

10.4 Processo de recebimento e controle de materiais

Existirá um sistema, personalizado e criado exclusivamente para a Chucrut's bar, aglomerando tudo que for sobre estoque (Saídas, entradas, tempo previsto para saída, giro de cada produto, cobertura, estoque máximo, estoque mínimo e estoque médio). Com isto, será economizado tempo para análises em Excel ou outro tipo de indicador manual, sabendo que para a principal atividade de entretenimento, o bolão eletrônico, é necessário a utilização de um sistema. Com esta integração, no recebimento de algum produto, já será inserido dentro do sistema qual o tipo, quantidade e valor de custo, sendo o sistema, já pré-configurado. Será utilizado o sistema empurrado para produtos como cervejas, refrigerantes, água e doses, já o sistema puxado para alimentação e drinks.

10.5 Modais de Localização e transporte

E muito tempo, o transporte de mercadorias vem sendo utilizado para disponibilizar produtos ao comprador dentro do prazo estabelecido. De acordo com Ballou (2001), mesmo com os avanços da tecnologia, o transporte é fundamental para que o processo logístico seja concluído. E muitas empresas buscam na logística de transporte obter um diferencial competitivo. A empresa pode utilizar a logística como estratégia competitiva, uma vez que consiga se diferenciar dos concorrentes, aos olhos de seus clientes, e, busque reduzir seus custos aumentando assim o seu lucro. Segundo COELHO (2010), a logística envolve muito mais do que apenas o transporte e a distribuição; abrangendo também a armazenagem e gestão de estoque e compras bem como a gestão das atividades de apoio. Porém este artigo tratará do componente transporte, apresentando os tipos de modais, suas características e o que distinguem uns dos outros nas determinadas aplicações para a realização do transporte.

Hoje, o Brasil possui cerca de 13 mil quilômetros de vias navegáveis aproveitadas economicamente para o transporte de passageiros e cargas. As hidrovias são úteis para o transporte de cargas pesadas a grandes distâncias.

Com base nas informações acima o modal de transporte que será utilizado no Chucrut's é o Rodoviário, pelo fato de ser produtos que demandam quantidades pequenas, com constância de entrega e por ser localizado em região central.

10.6 Logística reversa, *marketing* verde e sustentabilidade

Uma das maiores dificuldades para um bar é ter uma logística verde eficiente e engajada com a atualidade. Serão utilizadas várias ações dentro do bar para que haja maior visibilidade como um todo nestas questões. Os materiais que puderem ser reciclados, como vidro, alumínio e plástico serão coletados de maneira seletiva e encaminhado para empresas competentes, havendo também locais sinalizados para o depósito correto dos mesmos pelos clientes. Também ocorrerá a reciclagem do óleo utilizado em qualquer tipo de alimentação servida, também coletado por uma empresa especializada. Como mostrado no layout, área verde cobrirá parte do estabelecimento, que será local para fumantes, onde serão coletadas as bitucas de cigarro e também dirigidas ao devido local destinado.

10.7 Processo e ferramentas de atendimento ao cliente

Na economia atual, prover excelentes serviços aos clientes pode ser uma diferença crítica no sucesso da empresa, pois é preciso oferecer excelência aos clientes para mantê-los. Para Gerson (1999) o atendimento aos clientes não significa apenas fazer produtos de alta qualidade, embora esta seja uma parte importantíssima para o atendimento. As pessoas não toleram produtos de má qualidade, elas os devolvem e passam a buscar em outras empresas pelo melhor na excelência. Antes de qualquer coisa a empresa precisa vender produtos de qualidade para cativar os clientes, portanto, é preciso oferecer excelência aos clientes para mantê-los.

Ainda, Cobra (2004) a excelência no atendimento é com certeza uma das melhores formas de seduzir clientes. Dessa maneira, o ato de oferecer um atendimento de qualidade se torna imprescindível, pois se perder um cliente não estará perdendo apenas uma venda, mas uma vida inteira que poderiam estar realizando negócios.

Para Gonçalves (2005) excelência no atendimento é fundamental. Não adianta focar, apenas, nos produtos e propagandas, pois ao interagir com os clientes nota-se a realidade de prestar serviços de qualidade satisfatória.

O Chucrut's Bar para alcançar a excelência em seu atendimento fornecerá produto e serviço de qualidade, com preço acessível e contará com uma equipe de funcionários comprometida e preparada para melhor servir os seus clientes, assim conquistando a sua confiança e a sua fidelização.

Em relação ao comportamento do cliente, KOTLER (2002), os vendedores passam maior parte de seu tempo buscando novos clientes, quando na verdade deveriam manter um bom relacionamento com os que já existem; mantendo os clientes atuais e desenvolvendo um relacionamento satisfatório para ambas as partes interessadas. Para entender o comportamento dos clientes é necessário saber seus critérios para avaliar os serviços prestados pela empresa (MILET, 1997).

Os Clientes estão, cada vez mais, querendo Serviços conforme suas expectativas, sendo então fundamental conhecê-las. Afirma que é mais importante manter do que captar clientes (REIS, 1998).

11 PROJEÇÕES DE CUSTOS E FORMAÇÕES DE PREÇOS

11.1 Rateio dos custos

O método de rateio de custos utilizado pela empresa será:

Custeio por Absorção (também chamado “custeio integral”) é o método derivado da aplicação dos Princípios Fundamentais de Contabilidade. Consiste na apropriação de todos os custos (diretos e indiretos, fixos e variáveis) causados pelo uso de recursos da produção aos bens elaborados, e só os de produção, isto dentro do ciclo operacional interno. Todos os gastos relativos ao esforço de fabricação são distribuídos para todos os produtos feitos.

11.2 Custo do produto e serviço

Para base de cálculo do preço de custo, foram calculados o valor de compra da mercadoria mais o valor total do custo fixo e variável.

PREÇO DE CUSTO UNITÁRIO					
DESCRIÇÃO	Cerveja	Refrigerante	Espetos	Fritas (porções)	Sucos
PREÇO DE COMPRA DA MERCADORIA	R\$ 2,69	R\$ 1,50	R\$ 1,40	R\$ 4,00	R\$ 2,00
VALOR DO CUSTO FIXO E VARIÁVEL	R\$ 0,54	R\$ 0,94	R\$ 0,56	R\$ 1,38	R\$ 1,29
TOTAL	R\$ 3,23	R\$ 2,44	R\$ 1,96	R\$ 5,38	R\$ 3,29

Tabela 24 - Preço de custo Unitário

Fonte: Elaborado pelos autores

	DESCRIÇÃO ITEN	CERVEJA	REFRIGERANTE	ESPETINHOS	FRITAS (PORÇÃO)	SUCOS	TOTAL
	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
PREÇO DE CUSTO TOTAL		3,23	2,44	1,96	5,38	3,29	25,71
	JAN	R\$ 12.931,05	R\$ 3.656,25	R\$ 5.872,30	R\$ 4.300,00	R\$ 3.617,97	R\$ 30.377,57
	FEV	R\$ 22.887,32	R\$ 6.471,38	R\$ 10.393,67	R\$ 7.610,79	R\$ 6.403,62	R\$ 53.766,78
	MAR	R\$ 21.494,79	R\$ 6.077,64	R\$ 9.761,29	R\$ 7.147,72	R\$ 6.014,01	R\$ 50.495,45
	ABR	R\$ 18.395,24	R\$ 5.201,25	R\$ 8.353,71	R\$ 6.117,02	R\$ 5.146,79	R\$ 43.214,01
	MAI	R\$ 20.296,30	R\$ 5.738,77	R\$ 9.217,03	R\$ 6.749,19	R\$ 5.678,69	R\$ 47.679,98
	JUN	R\$ 22.238,32	R\$ 6.287,88	R\$ 10.098,95	R\$ 7.394,97	R\$ 6.222,04	R\$ 52.242,16
	JUL	R\$ 13.841,13	R\$ 3.913,57	R\$ 6.285,59	R\$ 4.602,63	R\$ 3.872,60	R\$ 32.515,52
	AGO	R\$ 20.998,38	R\$ 5.937,28	R\$ 9.535,86	R\$ 6.982,65	R\$ 5.875,12	R\$ 49.329,30
	SET	R\$ 21.237,76	R\$ 6.004,97	R\$ 9.644,57	R\$ 7.062,25	R\$ 5.942,10	R\$ 49.891,65
	OUT	R\$ 19.689,88	R\$ 5.567,31	R\$ 8.941,64	R\$ 6.547,53	R\$ 5.509,02	R\$ 46.255,38
	NOV	R\$ 19.914,35	R\$ 5.630,77	R\$ 9.043,58	R\$ 6.622,17	R\$ 5.571,82	R\$ 46.782,69
	DEZ	R\$ 25.634,47	R\$ 7.248,14	R\$ 11.641,22	R\$ 8.524,30	R\$ 7.172,25	R\$ 60.220,38
	Total anual	R\$ 239.558,99	R\$ 67.735,21	R\$ 108.789,41	R\$ 79.661,24	R\$ 67.026,02	R\$ 562.770,87

Tabela 25 – Preço de custo Total

Fonte: Elaborado pelos autores

11.3 Preço de venda

Para definição do preço de vendas, foram calculados de acordo com os percentuais sobre cada categoria.

PREÇO DE VENDAS UNITÁRIO					
DESCRIÇÃO	Cerveja	Refrigerante	Espetos	Fritas (porções)	Sucos
PERCETUAL DE VENDAS	256%	137%	254%	391%	143%
PREÇO DE CUSTO	R\$ 2,73	R\$ 2,93	R\$ 2,56	R\$ 5,38	R\$ 3,49
TOTAL	R\$ 7,00	R\$ 4,00	R\$ 6,50	R\$ 21,00	R\$ 5,00

Tabela 26 – Preço de venda unitário

Fonte: Elaborado pelos autores

PREÇO DE VENDA TOTAL	DESCRIÇÃO ITEN	CERVEJA	REFRIGERANTE	ESPETINHOS	Fritas (PORÇÃO)	SUCOS	TOTAL
	R\$	R\$ 7,00	R\$ 4,00	R\$ 6,50	R\$ 21,00	R\$ 5,00	R\$ 7,64
	JAN	R\$ 28.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 19.500,00	R\$ 16.800,00	R\$ 5.500,00	R\$ 75.800,00
	FEV	R\$ 49.558,60	R\$ 10.619,70	R\$ 34.514,03	R\$ 29.735,16	R\$ 9.734,73	R\$ 134.162,21
	MAR	R\$ 46.543,31	R\$ 9.973,57	R\$ 32.414,09	R\$ 27.925,99	R\$ 9.142,44	R\$ 125.999,40
	ABR	R\$ 39.831,77	R\$ 8.535,38	R\$ 27.739,98	R\$ 23.899,06	R\$ 7.824,10	R\$ 107.830,28
	MAI	R\$ 43.948,20	R\$ 9.417,47	R\$ 30.606,78	R\$ 26.368,92	R\$ 8.632,68	R\$ 118.974,05
	JUN	R\$ 48.153,31	R\$ 10.318,57	R\$ 33.535,34	R\$ 28.891,99	R\$ 9.458,69	R\$ 130.357,89
	JUL	R\$ 29.970,62	R\$ 6.422,28	R\$ 20.872,40	R\$ 17.982,37	R\$ 5.887,09	R\$ 81.134,75
	AGO	R\$ 45.468,43	R\$ 9.743,23	R\$ 31.665,51	R\$ 27.281,06	R\$ 8.931,30	R\$ 123.089,53
	SET	R\$ 45.986,77	R\$ 9.854,31	R\$ 32.026,50	R\$ 27.592,06	R\$ 9.033,12	R\$ 124.492,75
	OUT	R\$ 42.635,10	R\$ 9.136,09	R\$ 29.692,30	R\$ 25.581,06	R\$ 8.374,75	R\$ 115.419,30
	NOV	R\$ 43.121,14	R\$ 9.240,24	R\$ 30.030,79	R\$ 25.872,68	R\$ 8.470,22	R\$ 116.735,08
	DEZ	R\$ 55.507,10	R\$ 11.894,38	R\$ 38.656,73	R\$ 33.304,26	R\$ 10.903,18	R\$ 150.265,64
	Total anual	R\$ 518.724,34	R\$ 111.155,22	R\$ 361.254,45	R\$ 311.234,60	R\$ 101.892,28	R\$ 1.404.260,89

Tabela 27 – Preço de venda total

Fonte: Elaborado pelos autores

11.4 Margem de contribuição e ponto de equilíbrio

Margem de Contribuição é quantia em dinheiro que sobra do preço de venda de um produto, serviço ou mercadoria após reter o valor do custo variável unitário. Esta quantia é que irá garantir a cobertura do custo fixo e o lucro, após a empresa ter atingido o Ponto de equilíbrio, ou ponto crítico de vendas (Break-even-point).

Ponto de equilíbrio é o valor ou a quantidade que a empresa precisa vender para cobrir o custo das mercadorias vendidas, as despesas variáveis e as despesas fixas. No ponto de equilíbrio, a empresa não terá lucro nem prejuízo.

Para análise da margem de contribuição e do ponto de equilíbrio foi usado como base a tabela de preço de vendas totais abaixo, onde consta a informação de sazonalidade

e é possível perceber os meses de menos vendas, onde os gestores deverão traçar estratégias para os meses de queda nas vendas.

PREVISÃO DE VENDAS - Quantidade	SAZONALIDADE	DESCRIÇÃO ITEN	CERVEJA	REFRIGERANTE	ESPETINHOS	FRITAS (PORÇÃO)	SUCOS	TOTAL
	-	JAN	4000	1500	3000	800	1100	10400
	175%	FEV	7080	2655	5310	1416	1947	18407
	93%	MAR	6649	2493	4987	1330	1828	17288
	85%	ABR	5690	2134	4268	1138	1565	14795
	109%	MAI	6278	2354	4709	1256	1727	16324
	108%	JUN	6879	2580	5159	1376	1892	17886
	62%	JUL	4282	1606	3211	856	1177	11132
	150%	AGO	6495	2436	4872	1299	1786	16888
	100%	SET	6570	2464	4927	1314	1807	17081
	92%	OUT	6091	2284	4568	1218	1675	15836
	100%	NOV	6160	2310	4620	1232	1694	16016
	127%	DEZ	7930	2974	5947	1586	2181	20617
-	Total anual	74103	27789	55578	14821	20378	192669	

Tabela 28 – Previsão de vendas

Fonte: Elaborado pelos autores

Abaixo a Margem de contribuição e ponto de equilíbrio da empresa.

BASE DE CALCULO - MÉDIA MÊS					
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO			PONTO DE EQUILIBRIO		
Descrição	R\$ unitário	R\$ total	PEC		
Valor venda	R\$ 7,29	R\$ 117.021,74	PEF	7593	
QTD vendida	16056	-	PEE	10483	
Custos e despesas variáveis	R\$ 2,92	R\$ 46.897,57			
MC total	R\$ 70.124,17				
MC unidade	R\$ 4,37				
MC%	60%				

Tabela 29 – Margem de contribuição

Fonte: Elaborado pelos autores

BASE DE DADOS	
Custos e Despesas variáveis	R\$ 18.994,80
Materia Prima	R\$ 54.477,62
Publicidade	R\$ 3.059,80
Custos e despesas fixas	R\$ 33.784,12
Água	R\$ 254,00
Assinatura de TV	R\$ 374,80
Contador	R\$ 2.000,00
Luz	R\$ 630,00
Materiais de escritório	R\$ 404,87
Materiais de limpeza	R\$ 399,08
MO Indireta	R\$ 7.385,44
Aluguel	R\$ 8.000,00
Depreciação mensal	R\$ 623,33
MO Direta	R\$ 13.712,60
Custo de oportunidade	R\$ 12.000,00

Tabela 30 – Custo de oportunidade

Fonte: Elaborado pelos autores

12 CONCLUSÃO

De acordo com o plano que foi apresentado a Chucrut's bar tem a possibilidade de gerar lucro de acordo com as projeções almejadas. Se relacionando ao ambiente comercial, há uma gama de oportunidades pelo fato da capital ser uma área boêmia. O projeto tem por finalidade o aprimoramento e previsões da visão de abertura concreta do empreendimento Chucrut's Bar. Considerando as variáveis e condições de mercado, sem esquecer a sustentabilidade, ética e valorização do funcionário. O objetivo estratégico será investir em entretenimento, produtos e serviços, agilidade e eficiência no atendimento. Foi realizado um diagnóstico estratégico, e um planejamento financeiro e tributário, onde foi possível descrever todos os aspectos financeiro, e concluir que o respectivo projeto é viável.

13 ANEXOS

Média de gasto		
Nº de alunos	Instituição	Média de consumo por aluno
50	Famig	R\$ 45,00
50	Estácio de Sá	R\$ 75,00
Média de gasto		R\$ 60,00

Quadro 5 – Média de Gasto

Fonte: Elaborado pelos autores



Figura 4 – Inauguração

Fonte: Elaborado pelos autores

VARANDA DO PRADO		
PRODUTO	QTD COMPRADO	QTD VENDIDO
FRITAS	450KG/MÊS	450Kg/MÊS
CERVEJA	5000 LONGNECK/MÊS	5000 LONGNECK/MÊS
ESPEINHOS	4500 UNIDADE/MÊS	4500 UNIDADE/MÊS
REFRIGERANTE	2000LATAS/MÊS	2000LATAS/MÊS

Quadro 6 – Concorrente

Fonte: Elaborado pelos autores

O REI ESPETINHOS E CERVEJAS		
PRODUTO	QTD COMPRADO	QTD VENDIDO
FRITAS	150KG/MÊS	150KG/MÊS
CERVEJA	4700 LONGNECK/MÊS	4700 LONGNECK/MÊS
ESPEINHOS	3500 UNIDADE/MÊS	3500 UNIDADE/MÊS
REFRIGERANTE	1100LATAS/MÊS	1100LATAS/MÊS

Quadro 7 – Concorrente

Fonte: Elaborado pelos autores

CHURRASQUINHO DO LUISINHO		
PRODUTO	QTD COMPRADO	QTD VENDIDO
FRITAS	400KG/MÊS	400KG/MÊS
CERVEJA	5600 LONGNECK/MÊS	5600 LONGNECK/MÊS
ESPEINHOS	5000 UNIDADE/MÊS	5000 UNIDADE/MÊS
REFRIGERANTE	2500LATAS/MÊS	2500LATAS/MÊS

Quadro 8 - Churrasquinho do Luisinho

Fonte: Elaborado pelos autores

OS DESESPETADOS PRADO		
PRODUTO	QTD COMPRADO	QTD VENDIDO
FRITAS	-	-
CERVEJA	5200 LONGNECK/MÊS	5200 LONGNECK/MÊS
ESPEINHOS	4100 UNIDADE/MÊS	4100 UNIDADE/MÊS
REFRIGERANTE	2600LATAS/MÊS	2600LATAS/MÊS

Quadro 9 - Os Desespitados

Fonte: Elaborado pelos autores

AMARELIM DO PRADO		
PRODUTO	QTD COMPRADO	QTD VENDIDO
FRITAS	500KG/MÊS	500KG/MÊS
CERVEJA	4000 LONGNECK/MÊS	4000 LONGNECK/MÊS
ESPEINHOS	4200 UNIDADE/MÊS	4200 UNIDADE/MÊS
REFRIGERANTE	12000LATAS/MÊS	1200LATAS/MÊS

Quadro 10 - Amarelim do Prado

Fonte: Elaborado pelos autores

14 FONTE

http://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2014/10/07/interna_gerais,577016/sobe-o-numero-de-ataques-a-supermercados-restaurantes-e-bares-de-bh.shtml