

ANA CAROLINA DA SILVA RODRIGUES

ELISANGELA SANTOS DOS ANJOS

LIENI NUNES RIBEIRO

NICOLLY GARDINAL DE SOUZA

CASA DAS PATROAS

ANA CAROLINA DA SILVA RODRIGUES

ELISANGELA SANTOS DOS ANJOS

LIENI NUNES RIBEIRO

NICOLLY GARDINAL DE SOUZA

CASA DAS PATROAS

Trabalho da disciplina de Projeto Integrador II apresentado aos Professores do Curso Técnico em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), como requisito parcial à obtenção da disciplina.

Lista de Tabelas

TABELA 1 - DADOS DOS SÓCIOS	12
TABELA 2- DADOS DO EMPREENDIMENTO	13
TABELA 3 – CAPITAL SOCIAL	15
TABELA 4 - FORNECEDORES DE MOVEIS E ELETRÔNICO	31
TABELA 5 – FORNECEDORES DE ACESSÓRIOS DE COZINHA E SALÃO	32
TABELA 6– FORNECEDORES DE PRODUTOS DE LIMPEZA E HIGIENE	33
TABELA 7– FORNECEDORES DE BEBIDAS	33
TABELA 8 - FORNECEDORES DE FRIOS	34
TABELA 10 - CARGO E QUALIFICAÇÃO.....	62
TABELA 11 - MAQUINAS E EQUIPAMENTOS.....	63
TABELA 12 - MOVEIS E UTENSÍLIOS	63
TABELA 13 - TOTAL DOS INVESTIMENTOS	64
TABELA 14 - ESTIMATIVA DE ESTOQUE INICIAL	64
TABELA 15 - CAIXA MÍNIMO	65
TABELA 16 – FORNECEDORES.....	65
TABELA 17 – ESTOQUE	66
TABELA 18 - CAPITAL DE GIRO	66
TABELA 19 - CAIXA MÍNIMO	66
TABELA 20 - CAPITAL DE GIRO (RESUMO).....	67
TABELA 21 - INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS.....	67
TABELA 22 - INVESTIMENTO TOTAL (RESUMO).....	67
TABELA 23 - ESTIMATIVA DO FATURAMENTO.....	68
TABELA 24 - ESTIMATIVA DO CUSTO UNITÁRIO	69
TABELA 25-ESTIMATIVA DE COMERCIALIZAÇÃO	70
TABELA 26- ESTIMATIVA DO CUSTO COM DEPRECIACÃO	70
TABELA 27- ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENS AIS	71
TABELA 28 - DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS (MENSAL).....	71
TABELA 29 - CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS	75
TABELA 30 - ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A	77

Lista de Gráficos

GRÁFICO 1 - FAIXA ETÁRIA	17
GRÁFICO 2- RENDA	18
GRÁFICO 3- CONHECE O ESPORTE.....	19
GRÁFICO 4 - PREÇO DA PARTIDA	20
GRÁFICO 5 - EXISTE UM ESPAÇO SUFICIENTE.....	21
GRÁFICO 6- FALTAM LUGARES DE ENTRETENIMENTO VOLTADOS A PRÁTICA DE SINUCA EM PRESIDENTE EPITÁCIO.....	22
GRÁFICO 7 – SE UMA CASA DE SINUCA FOSSE ABERTA EM PRESIDENTE EPITÁCIO, VOCÊ FREQUENTARIA.....	23
GRÁFICO 8 - COM QUE FREQUÊNCIA VOCÊ VAI A BARES OU LOCAIS QUE POSSUEM MESA DE SINUCA NA CIDADE DE PRESIDENTE EPITÁCIO	24
GRÁFICO 9 - O QUE VOCÊ ESPERA ENCONTRAR EM UM AMBIENTE DE JOGO DE SINUCA.....	25
GRÁFICO 10 -VOCÊ COSTUMA CONSUMIR ALIMENTOS E BEBIDAS EM BARES	26
GRÁFICO 11 - QUANTO VOCÊ ESTÁ DISPOSTO A GASTAR COM ALIMENTOS E BEBIDAS EM UM AMBIENTE DE LAZER	27
GRÁFICO 12 – QUAL SUA OPÇÃO DE CONSUMO.....	28

Lista de Figuras

FIGURA 1 -LOGOTIPO DO NEGÓCIO	36
FIGURA 2 -MODELO DE REDE SOCIAL DO NEGÓCIO	37
FIGURA 3 - CARDÁPIO DO NEGÓCIO	38
FIGURA 4 - CARDÁPIO DO NEGÓCIO	39
FIGURA 5 - LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO	40
FIGURA 6 - LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO	41
FIGURA 7 - LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO	41
FIGURA 8- LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO.....	42
FIGURA 9 - LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO	42
FIGURA 10 - LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO.....	43
FIGURA 11 - LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO FACHADA	47
FIGURA 12 - LAYOUT VISÃO DE CIMA COM O TETO	48
FIGURA 13 - LAYOUT VISÃO DE CIMA APENAS OS MOVEIS	48
FIGURA 14 - LAYOUT VISÃO DE CIMA DOS MOVEIS E DISTÂNCIA	49
FIGURA 15 - LAYOUT VISÃO DE LADO MESAS DE SINUCA E CAIXA	49
FIGURA 16 - LAYOUT VISÃO DE LADO AS MESAS, BISTRÔS E PENDENTES	50
FIGURA 17 - LAYOUT VISÃO DE FRENTE DO BAR.....	50
FIGURA 18- LAYOUT VISÃO DE CIMA DA COZINHA E BANHEIRO.....	51
FIGURA 19 - LAYOUT VISÃO DE LADO DA COZINHA E BANHEIRO.....	51
FIGURA 20 - LAYOUT VISÃO DO SALÃO MESA DE SINUCA E MESA	52
FIGURA 21 - LAYOUT MESA DE SINUCA E BISTRÔS	52
FIGURA 22 - LAYOUT VISÃO DO BAR.....	53
FIGURA 23 - LAYOUT, VISÃO DO SALÃO COM BISTRÔ, MESA DE SINUCA, MESAS BAR E CAIXA ...	53
FIGURA 24 - LAYOUT, VISÃO DO BAR E CAIXA	54
FIGURA 25 – LAYOUT, VISÃO DO BAR E BISTRÔS.....	54
FIGURA 26 - LAYOUT DAS MESAS DE SINUCA E NICHOS 1.....	55
FIGURA 27 - LAYOUT DAS MESAS DE SINUCA E NICHOS 2.....	55
FIGURA 28- LAYOUT DAS MESAS E POLTRONAS	56
FIGURA 29 - LAYOUT VISÃO DO CAIXA PARA O SALÃO	56
FIGURA 30 - LAYOUT DO BAR COM LUZES	57



FIGURA 31 - LAYOUT DO CAIXA E ESPAÇO PARA FOTO COM BISTRÔ	57
FIGURA 32 - LAYOUT DO BANHEIRO	58
FIGURA 33- LAYOUT DA FACHADA COM LUZES 1.....	59
FIGURA 34 - LAYOUT DA FACHADA COM LUZES 2.....	59
FIGURA 35 - LAYOUT DA COZINHA COM MOVEIS	60
FIGURA 36 - FLUXOGRAMA DA CASA DAS PATROAS	61





SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
1.2 DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES	12
1.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO	13
1.4 MISSÃO, VISÃO E VALORES DA EMPRESA	13
1.5 SETOR DE ATIVIDADES	13
1.6 FORMA JURÍDICA	14
1.7 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO	14
1.8 CAPITAL SOCIAL	15
1.9 FONTES DE RECURSOS	15
2. ANÁLISE DE MERCADO	16
2.1 PESQUISA DE MERCADO	16
2.2 ESTUDO DE CONCORRENTES	29
2.2.1 CONCORRENTE 1 - PAGANI PUB	29
2.2.2 CONCORRENTE 2 - BAR DO ANDRÉ	30
2.2.3 CONCORRENTE 3 - BAR DO LINCOLN	30
2.3 ESTUDO DE FORNECEDORES	31
2.4 AVALIAÇÃO SOBRE OS FORNECEDORES	34
3. LOGOTIPO DO NEGÓCIO	36
3.2 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS	37
3.3 PREÇO	38
3.4 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO	40
4. ESTRATÉGIA DE MARKETING	45
4.1 PROPORCIONAR UM NOVO ESTILO DE LAZER NOTURNO	45
4.2 SER REFERÊNCIA EM INOVAÇÃO E LAZER	45
4.4 PROMOÇÕES	45
4.5 FIDELIZAR CLIENTES	46
5. PLANO OPERACIONAL	47
5.1 LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO	47
5.2 CAPACIDADE COMERCIAL	61
5.3 PROCESSOS OPERACIONAIS	61
5.4 NECESSIDADE DO PESSOAL	62





6. PLANO FINANCEIRO.....	63
6.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS	63
6.2 CAPITAL DE GIRO	64
6.3 INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAIS	67
6.4 INVESTIMENTO TOTAL	67
6.5 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA	68
6.6 ESTIMATIVA DE CUSTO DE MERCADORIA VENDIDA (CMV).....	69
6.7 ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO	70
6.8 ESTIMATIVA DO CUSTO COM DEPRECIAÇÃO	70
6.9 ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAS	71
6.10 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS (MENSAL).....	71
6.11 – INDICADORES DE VIABILIDADE	72
6.11.1 – PONTO DE EQUILÍBRIO.....	72
6.11.2 – LUCRATIVIDADE	73
6.11.3 – RENTABILIDADE.....	74
7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS.....	75
7.1 AÇÕES CORRETIVAS E PREVENTIVAS.....	75
8 . AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	76
8.2- ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A.....	77
9. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.....	79
REFERÊNCIAS	81



Capítulo I

Criado na Grã-Bretanha em 1875 a sinuca iniciou como um jogo de bilhar sendo jogado apenas com apenas 3 bolas, tem origem incerta por isso é reivindicado por diversos países como França, Inglaterra, Espanha, China e Itália. Desde 1988 a prática foi reconhecida como esporte e hoje está cada vez mais profissional, chegando a cogitar uma atuação olímpica (Pacievitch Thais, InfoEscola,2022).

Já na região do Oeste Paulista, temos mais torneios e festividades carecendo de lugares onde o esporte de sinuca é o foco principal. Por este motivo o projeto irá proporcionar mais vivências qualitativas no âmbito de esportes de mesa, e entrelaçar esta vivência a uma prática de lazer noturno trazendo mais admiradores, enaltecendo os interesses já existentes e transformando esta realidade do esporte na região.

O salão de jogos de sinuca Casa das Patroas, é um espaço bem equipado e moderno ideal para amantes profissionais e amadores do esporte Sinuca. Garantindo uma instalação com uma levada clássica com toques de modernidade e tecnologia em um local centralizado e de fácil acesso. O ambiente será bem equipado para atender toda comunidade, turistas e visitantes.

O espaço de sinuca Casa das Patroas será o único em promoção de esportes de mesa e na expansão da diversidade social em momentos de lazer existente na cidade de Presidente Epitácio, promovendo sempre a boa harmonia e a coleção de boas memórias. Pensando nisso, a estrutura irá se desenvolver além da estética clássica e aconchegante, ela irá proporcionar também um pouco de modernidade nas suas luzes e equipamentos adicionais fazendo com que os clientes sintam a “vibe” de um centro de jogos em Las Vegas. O amplo espaço, as mesas de sinuca junto a boa ventilação, bebidas geladas e qualidade nos petiscos serão o principal ponto de entretenimento para as noites quentes de Presidente Epitácio.

Serão promovidas pequenas competições, rodadas promocionais, além de torneios de pequeno porte e shows ao vivo com cantores locais, otimizando ainda mais o ambiente. Será implementado um sistema de gestão de horários e distribuição de serviços bem estruturado com os funcionários para que a execução do trabalho saia com menos erros possíveis, A Casa das



Patroas é uma empresa de 4 colegas do curso Técnico em Administração Lieni, Ana, Elisângela e Nicolly sendo elas também as gerenciadoras.

Capítulo II

O projeto visa suprir a escassez de entretenimento relacionado ao esporte de sinuca na cidade de Presidente Epitácio. A falta de opções nesse segmento motivou a criação de um negócio que busca desafiar preconceitos e oferecer novas oportunidades para o proprietário e clientes em potencial. O objetivo é promover esportes de mesa e apresentar uma nova perspectiva sobre os esportes oferecidos em locais não convencionais, como bares, proporcionando diversidade em um ambiente geralmente dominado por homens e influenciado pelos organizadores.

O empreendimento busca atender a todos, sem discriminação, e oferecer um local de qualidade que seja escasso na cidade, aproveitando o interesse e a falta de entretenimento de qualidade nesse segmento.

Um diferencial do empreendimento é que ele foi idealizado e será administrado por quatro mulheres, com uma estrutura pensada para oferecer um serviço diferenciado e de alta qualidade.

Cada sócio contribuirá com recursos provenientes de acervo veicular, imóvel, dinheiro financeiro bancário e bem ativo de veículo, totalizando um investimento inicial de aproximadamente R\$109.331,41.

Em resumo, o projeto propõe a criação de um espaço de entretenimento voltado para o esporte de sinuca em Presidente Epitácio. A empresa busca ser referência nesse segmento, oferecendo diversidade, inclusão e um serviço de alta qualidade. A estrutura será composta por um bar, mesas de sinuca e outros elementos que proporcionem uma experiência diferenciada aos clientes. A expectativa é de que o empreendimento seja bem recebido pela comunidade local e se torne uma opção atrativa de lazer noturno na cidade.



1. Introdução

O projeto foi pensado em cima da escassez de entretenimento voltado ao esporte de sinuca que existe na cidade Presidente Epitácio. Sendo assim, um projeto que tem por finalidade destravar pré-conceitos e abrir novas oportunidades de atuação para o proprietário do negócio e seus futuros clientes. Ampliando a promoção de esportes de mesa, apresentando um novo olhar sobre os esportes oferecidos em lugares não convencionais, como o bar, trazendo diversidade para um local que geralmente não é muito frequentado por mulheres por ter uma predominância masculina maior e mais influenciada pelos próprios organizadores. Sendo esta análise um dos principais motivos para a elaboração do plano de negócios. Lugares como o do empreendimento, que acolhem todos os tipos de pessoas, sem discriminação, e atendem com qualidade são raros na cidade e esta é uma das queixas mais abordadas dos munícipes, em principal as mulheres. Sabendo do interesse e a falta de entretenimento de qualidade deste tipo na cidade o empreendimento tornou-se viável para a iniciação de um plano de negócios.

O empreendimento é um diferencial desde sua criação sendo elaborado por quatro mulheres, o funcionamento da casa também vai ser feito por elas e sua estrutura toda pensada em atuar com diferencial e qualidade.



1.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições

Tabela 1 - Dados dos sócios

Sócio 1	Sócio 2	Sócio 3	Sócio 4
Nome: Ana Carolina da Silva Rodrigues	Nome: Lieni Nunes Ribeiro	Nome: Elisangela Santos dos Anjos	Nome: Nicolly Gardinal de Souza
Cidade/Estado: Presidente Epitácio/SP	Cidade/Estado: Presidente Epitácio/Sp	Cidade/Estado: Presidente Epitácio/SP	Cidade/Estado: Presidente Epitácio/SP
Estado Civil: Solteira	Estado Civil: Solteira	Estado Civil: Solteira	Estado Civil: Solteira
Idade: 18 anos	Idade: 24 anos	Idade: 20 anos	Idade: 20 anos
Naturalidade: Presidente Epitácio	Naturalidade: Presidente Epitácio	Naturalidade: Bahia	Naturalidade: Presidente Epitácio
Experiência Profissional	Experiência Profissional	Experiência Profissional	Experiência Profissional
Atendimento ao cliente e rotinas administrativas	Atendimento ao cliente, rotina administrativa e vendas	Babá, auxiliar geral, auxiliar de escritório	Atendimento ao cliente, rotina de cotações, estoque, vendas e atendimento imobiliário
Formação Acadêmica	Formação Acadêmica	Formação Acadêmica	Formação Acadêmica
Ensino: Médio Completo	Ensino: Superior Completo	Ensino: Médio Completo	Formação Acadêmica
Funções: Responsável pelo caixa	Funções: Responsável pelo manuseio de alimentos (bar girl).	Funções: Responsável pelo atendimento e recepção de clientes, servindo bebidas e alimentos.	Formação Acadêmica
			Ensino: Médio Completo
			Funções: Responsável por auxiliar os setores.

Fonte: Os próprios autores

1.3 Dados do empreendimento

Tabela 2- Dados do empreendimento

Nome Fantasia	Casa das Patroas
Razão Social	Silva Snooker LTDA.

Fonte: Os próprios autores

1.4 Missão, visão e valores da empresa

Missão:

Proporcionar entretenimento e diversidade para Presidente Epitácio no momento de lazer noturno.

Visão:

Ser o melhor e mais frequentado espaço de lazer com uma modalidade de jogo diferenciada e única na sua forma de atuação no comércio local.

Valores:

- Estímulo ao esporte;
- Boa convivência;
- Bom atendimento;
- Diversidade e inclusão.

1.5 Setor de atividades

- Entretenimento.

5611-2/05 Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, com entretenimento

Notas Explicativas:

Esta subclasse compreende:



- as atividades de servir bebidas alcoólicas, com entretenimento (música ao vivo ou não, apresentações, utilização de equipamentos sonoros, ainda que de forma eventual ou periódica), ao público em geral, com serviço completo.

1.6 Forma Jurídica

- Sociedade Empresarial Limitada (LTDA)

Essa sociedade é constituída por dois sócios ou mais, a responsabilidade da empresa é limitada ao seu capital social, sendo os patrimônios de pessoa física e jurídica que são legalmente separados ao contrário da empresa individual. Contudo, os bens pessoais dos sócios podem ser confiscados se constarem atos de má fé, como sonegação de impostos, fraude contra credores ou confusão patrimonial. Caso a empresa tenha funcionários, a justiça trabalhista pode determinar que as dívidas rescisões sejam pagas com o patrimônio pessoal.

1.7 Enquadramento tributário

Para a abertura de uma empresa como Sociedade Limitada é necessário o investimento inicial de 100 (cem) vezes o salário mínimo, esse valor será para constituir o capital social da empresa; é dispensada a figura do outro sócio; sendo necessário, no entanto, a confecção de escritas contábeis.

A empresa Limitada, que receberá tanto no nome firma, como denominação o sufixo LTDA neste ponto, há que se destacar que o valor do faturamento anual (R\$4.8 milhões) foi ampliado para o ano de 2018 para os tributos federais. Entretanto, para os tributos estaduais (ICMS) e municipais (ISS) o teto, para estar enquadrado no Simples Nacional, continua sendo R \$3,6 milhões.

Assim, o empresário que faturar mais de R\$3,6 milhões em 2018, deverão ser destacados os impostos estaduais e municipais e oferecer a tributação de forma separada. LTDA pode ser tributada pelo lucro presumido ou lucro real, a depender da escolha do empresário.

Outro ponto importante a LTDA, poderá se enquadrar em Microempresa (ME), ou Empresa de Pequeno Porte (EPP).

As Microempresas são aquelas que faturam até R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais) anuais.

Já as Empresas de Pequeno Porte são aquelas que faturam até R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) anuais.

1.8 Capital Social

Tabela 3 – Capital Social

	Nome do Sócio	Valor (R\$)	% de participação
Sócio 1	Ana Carolina Silva Rodrigues	9.000,00	4,60
Sócio 2	Lieni Nunes Ribeiro	140.000,00	71,43
Sócio 3	Elisangela Santos dos Anjos	20.000,00	10,20
Sócio 4	Nicolly Gardinal de Souza	27.000,00	13,77
Total		196.000,00	100,00

Fonte: Os próprios autores

1.9 Fontes de recursos

Serão obtidos determinados recursos para a implantação da empresa e seus respectivos investimentos por parte dos proprietários.

Primeiro sócio utilizando acervo de veículo como investimento inicial para contribuição, com ligame maternal. Na quantia de 9.000,00 (nove mil reais).

Segundo sócio aplicação de bens ativo de terceiros com vínculo familiar, contendo um imóvel escriturado no valor aquisitivo de 140.000,00 (cento e quarenta mil reais).

Terceiro sócio implantando um dinheiro financeiro bancário próprio de conta poupança no valor de 20.000,00 (vinte mil reais).

Quarto sócio agregando um bem ativo de laços paternos, automóvel (carro) no valor de 27.000,00 (vinte e sete mil reais).

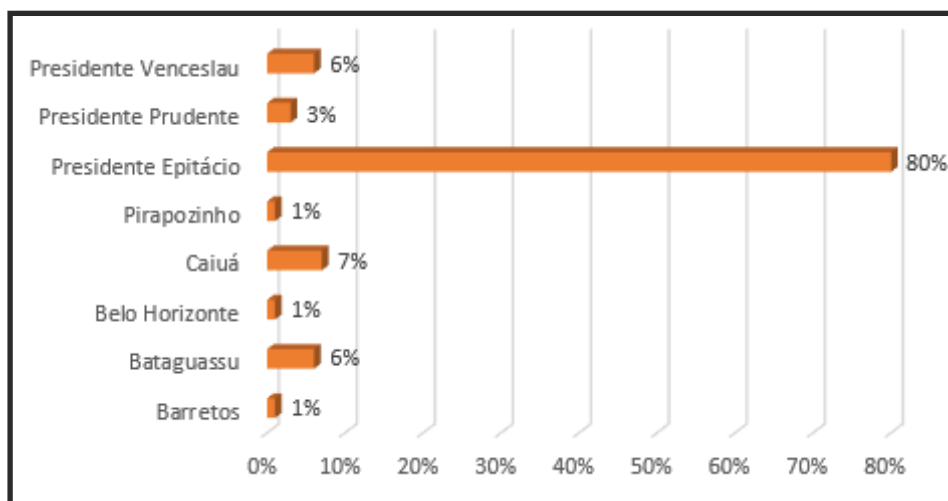
2. ANÁLISE DE MERCADO

Para a elaboração dos seguintes gráficos foi feita uma pesquisa de mercado na cidade de Presidente Epitácio por meio da plataforma Google Formulários em 2022 com referência e base nos contatos das quatro sócias por meio das redes sociais de ambas. O questionário foi baseado na ideia do projeto Casa das Patroas, com objetivo básico de entreter e expandir a diversidade tanto em entretenimento como em convívio social em Presidente Epitácio.

2.1 Pesquisa de mercado

A partir deste ponto é possível conferir os resultados da pesquisa iniciando pela Origem dos respondentes.

Gráfico – Origem dos respondentes



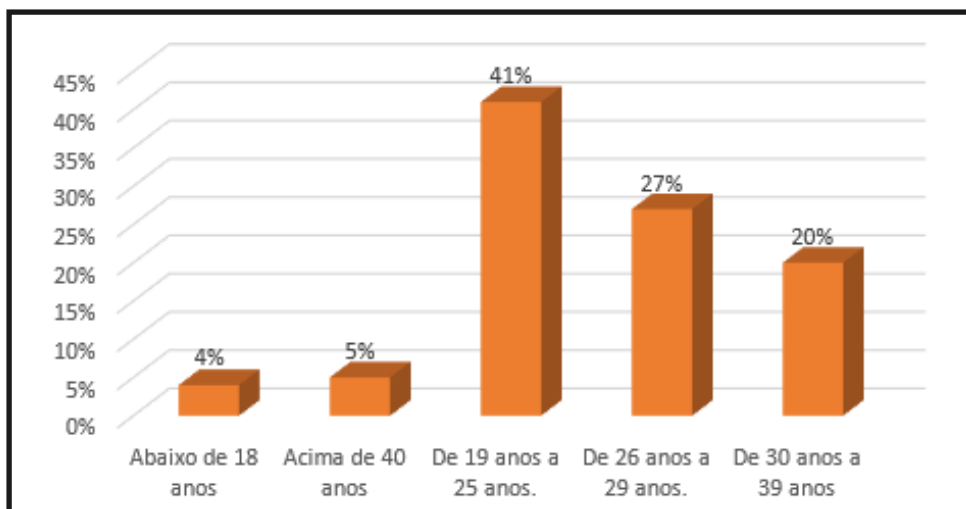
Fonte: Os próprios autores

No gráfico é apresentado os municípios em que as pessoas que responderam ao questionário residem. Em Presidente Epitácio foram notados 80% respondentes, em segundo lugar na pesquisa a maior parte está em Caiuá 7%. O restante se encontra em lugares próximos de Presidente Epitácio como Presidente Venceslau e Bataguassu com 6%, Presidente Prudente 3%, Pirapozinho, Barretos e Belo Horizonte com 1%.

Com isso é notável que a maior parte das pessoas que responderam o gráfico residem em Presidente Epitácio.

Em seguida é identificada a faixa etária dos respondentes.

Gráfico 1 - Faixa etária

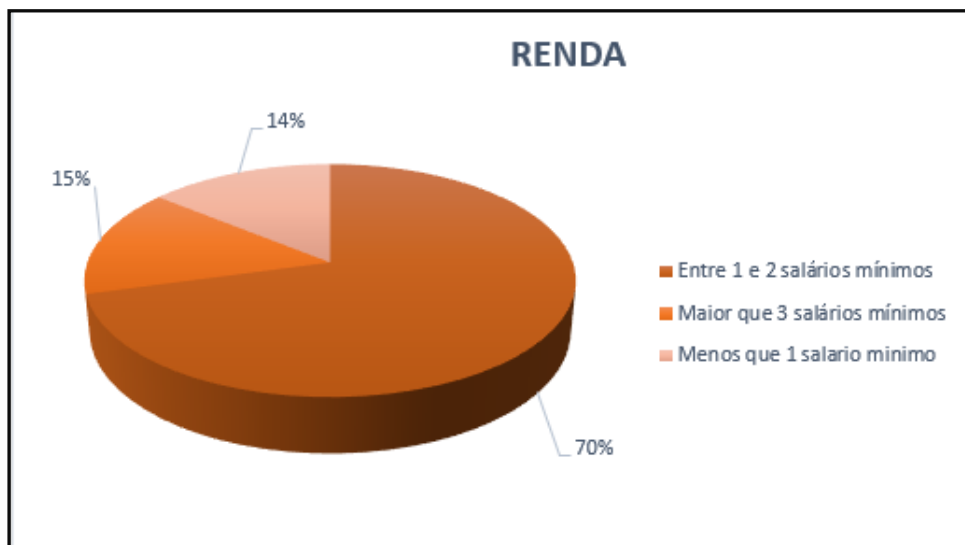


Fonte: Os próprios autores

No Gráfico 2 mostra que 41% dos entrevistados tem a faixa etária de 19 a 25 anos de idade, 27% têm entre 26 a 29 anos de idade, 20% tem entre 30 a 39 anos de idade, 4% tem abaixo de 18 anos e 5% acima de 40 anos. Com isso é notável que o público alvo serão pessoas de 19 anos a 25 anos, porém serão atender todas as faixas etárias acima de 18 anos.

Em seguida será analisado o gráfico referente a renda destes respondentes.

Gráfico 2- Renda



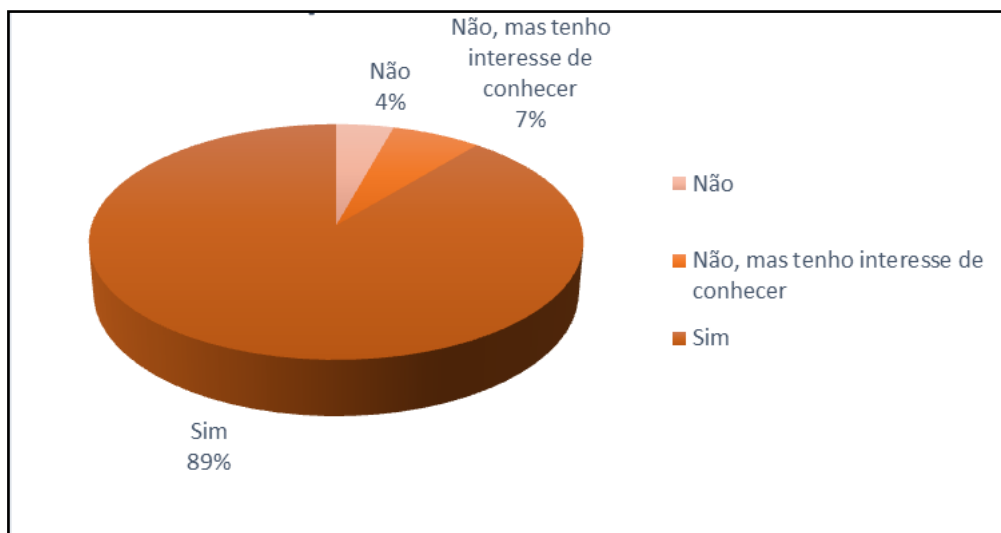
Fonte: Os próprios autores

O Gráfico 3 faz referência à renda das pessoas que responderam ao questionário. 70% recebem entre 1 e 2 salários mínimos, 15% maior que 3 salários mínimos, 14% menos que 1 um salário mínimo.

Referente a isso observa-se que a maior parte das pessoas que responderam ao questionário recebem entre 1 e 2 salários mínimos e por isso podem tranquilamente usufruir dos recursos oferecidos do estabelecimento sem que comprometa sua renda.

Já no gráfico a seguir é possível identificar o nível de conhecimento do público-alvo sobre o esporte de sinuca

Gráfico 3- Conhece o esporte



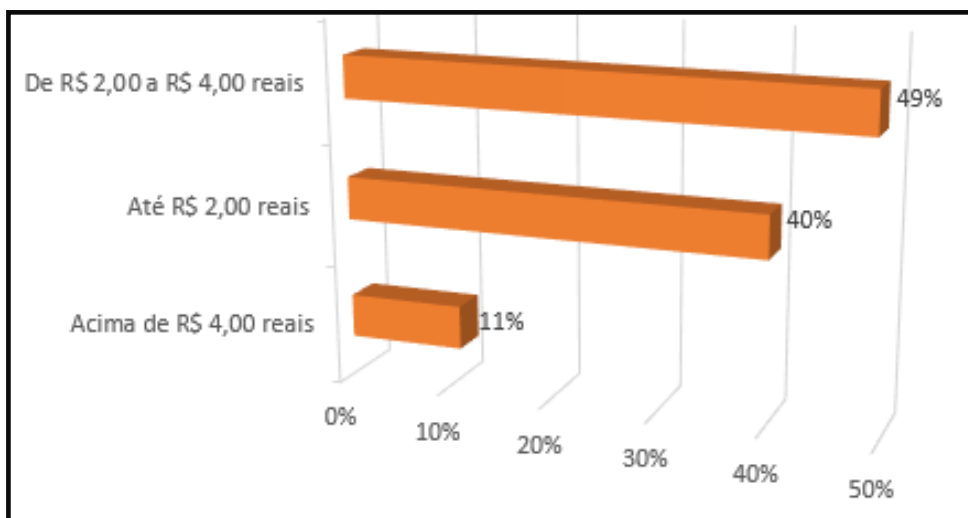
Fonte: Os próprios autores

No Gráfico 4 é apresentado a quantidade de respondentes que conhecem o esporte sinuca sendo a maioria de 89% dizendo “sim”, em segundo com 7% de respondentes dizendo “não mas tenho interesse” e apenas 4% do restante dizendo “não”

Sendo assim, é notável que a maioria dos entrevistados conhecem o jogo facilitando a inserção do esporte na vivencia de lazer noturno da cidade de Presidente Epitácio.

Em seguida é identificado quanto os respondentes da pesquisa estão dispostos a pagar para jogar sinuca.

Gráfico 4 - Preço da partida



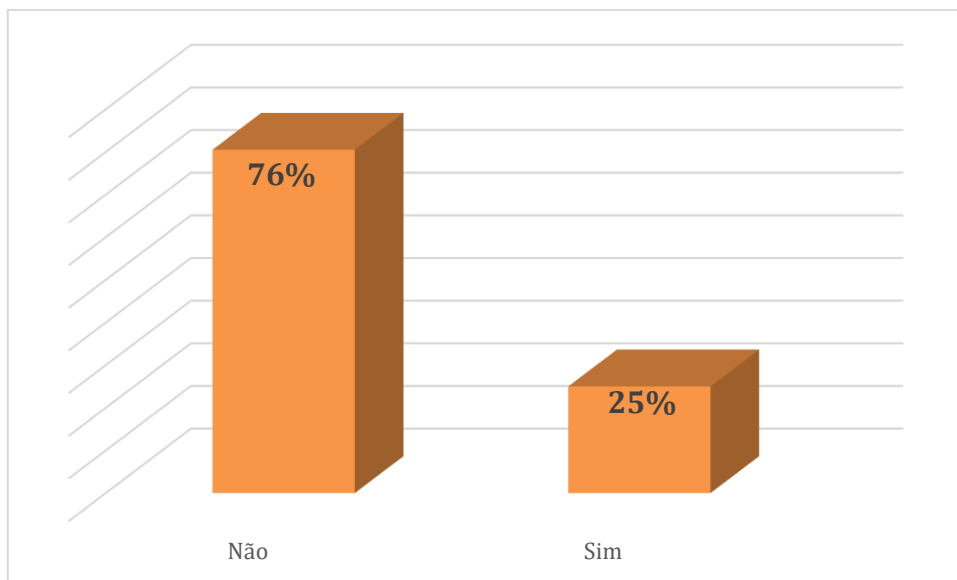
Fonte: Os próprios autores

No Gráfico 5 é apresentado a disposição financeira dos entrevistados em relação ao esporte, a maioria com 49% respostas representando disponibilidade de gastos de R\$ 2,00 a R\$ 4,00 reais, em segundo 40% mostrando compatibilidade com a cobrança até R\$2,00 e apenas 11% representando os respondentes que pagariam acima de R\$ 4,00 reais em uma partida.

Sendo assim, é notável que a maioria dos entrevistados querem um jogo que custe entre R\$2,00 a R\$4,00.

Pensando sobre o jogo e sua estrutura, foi perguntado os entrevistados sobre sua satisfação com os espaços existentes para jogos de sinuca na cidade de Presidente Epitácio.

Gráfico 5 - Existe um espaço suficiente

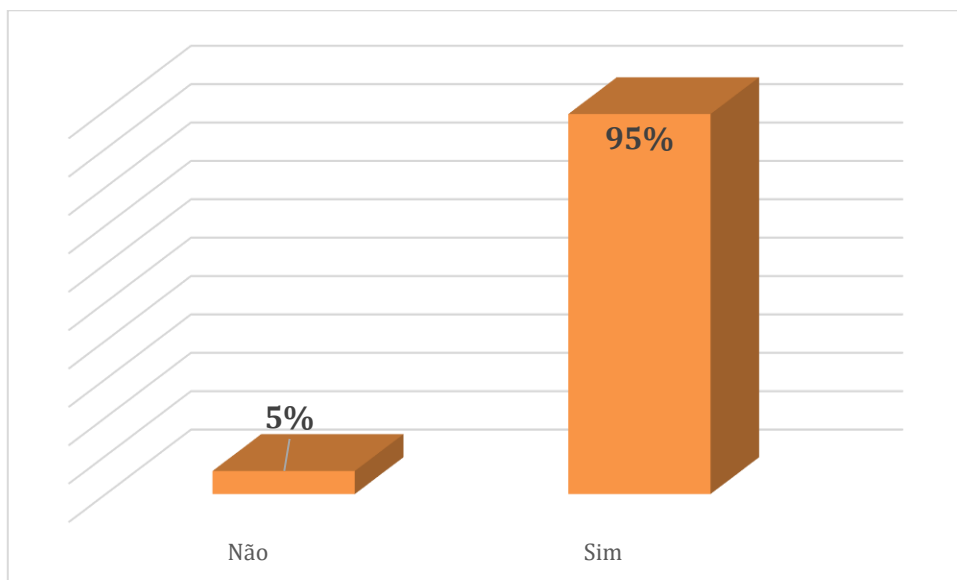


Fonte: Os próprios autores

No gráfico é apresentado a quantia de 76% representando os respondentes que não conhecem um lugar bom e suficiente na cidade para a prática do esporte e lazer, enquanto apenas 25% conhecem. Isso significa que a cidade de Presidente Epitácio carece de um bom espaço para a prática do esporte de sinuca e também de um lazer de qualidade.

Em seguida é identificado a falta específica deste tipo de lazer na cidade de Presidente Epitácio.

Gráfico 6- Faltam lugares de entretenimento voltados a pratica de sinuca em Presidente Epitácio

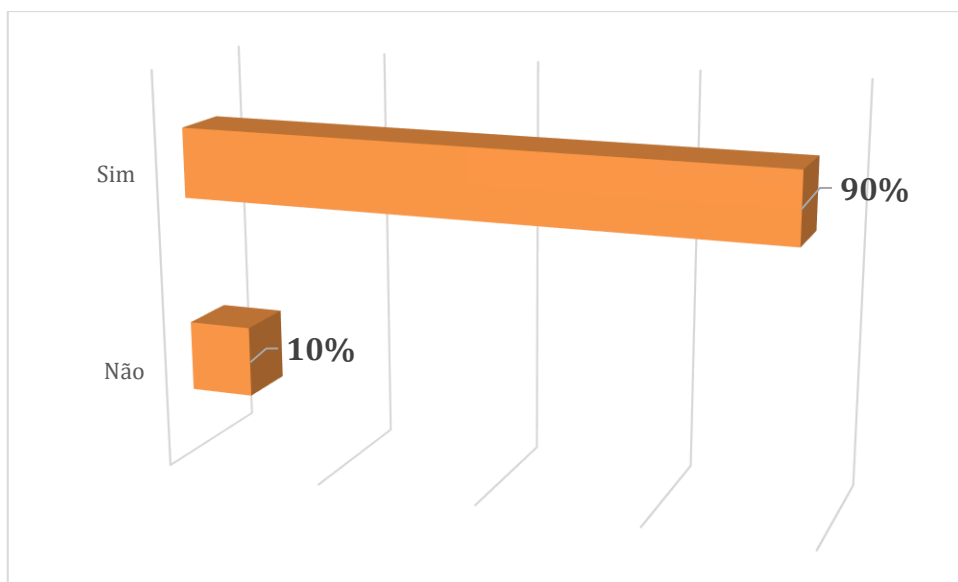


Fonte: Os próprios autores

É perceptível de imediato a necessidade de um espaço como a Casa das Patroas em Presidente Epitácio, já que 95% dos respondentes disseram que sim, faltam lugares voltados à prática. Restaram apenas 5% dos respondentes e estes disseram que não tem essa necessidade.

Em seguida foi mensurado o interesse dos respondentes em um local de jogos de sinuca na cidade de Presidente Epitácio.

Gráfico 7 – Se uma casa de sinuca fosse aberta em Presidente Epitácio, você frequentaria

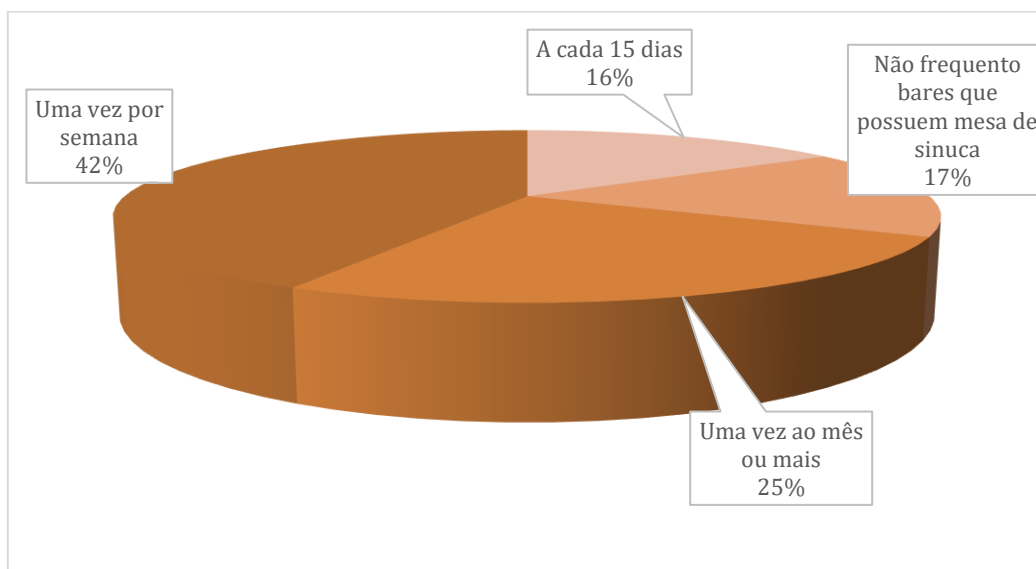


Fonte: Os próprios autores

É representado por 90% dos votos os entrevistados que dizem “sim” a frequência ao ambiente. Restando apenas 10% votos para os que dizem não ir. O interesse da maioria é o que desperta ainda mais o andamento do projeto.

Em seguida mensuramos a frequência dos respondentes a bares que possuem mesa de sinuca na cidade de Presidente Epitácio, é certo que não existe nada parecido como o projeto na cidade ainda mas existe um bar ou outro com uma mesa ou duas em sua estrutura e os mesmos foram identificados na análise de concorrentes, aqui é identificado apenas a frequência dos respondentes aos lugares semelhantes ao projeto.

Gráfico 8 - Com que frequência você vai a bares ou locais que possuem mesa de sinuca na cidade de Presidente Epitácio

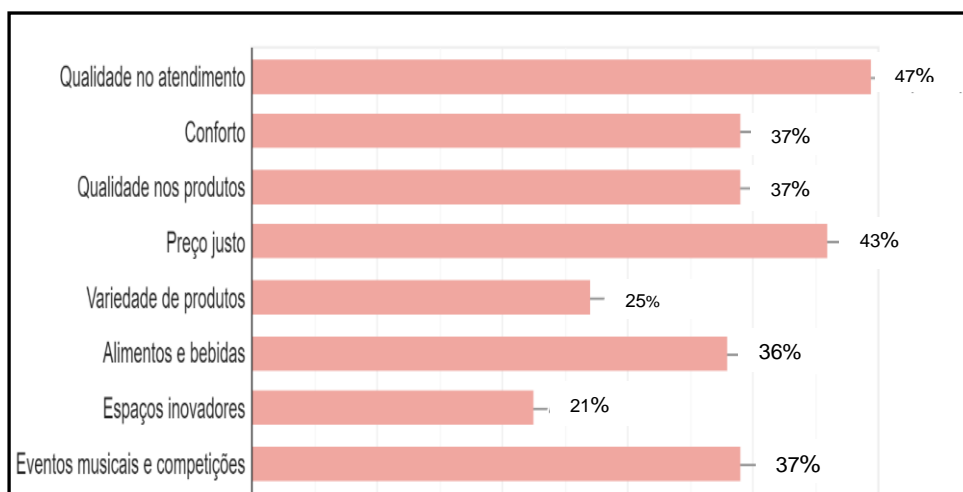


Fonte: Os próprios autores

É notável que a grande maioria representado por 42,4% dos respondentes vão a locais que tem mesa de sinuca ao menos uma vez na semana, seguidos por 25,2% que vão uma vez ao mês, depois 16,7% que não frequentam bares que possuem mesas e por fim 15,7% que vão a cada 15 dias ou mais.

Seguindo as análises foi perguntado aos respondentes sobre as expectativas no ambiente de jogos de sinuca.

Gráfico 9 - O que você espera encontrar em um ambiente de jogo de sinuca

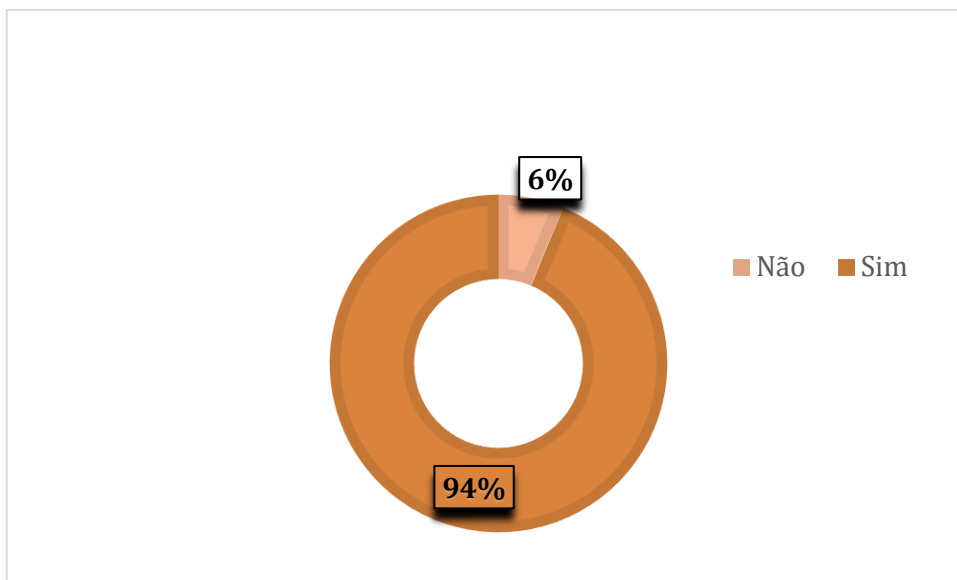


Fonte: Os próprios autores

É apresentada no Gráfico 10 uma porcentagem de 47% de interesse dos respondentes ao encontrar um lugar com qualidade no atendimento; seguido por 43% em preço justo; 37% em conforto, qualidade dos produtos e eventos musicais e competições; 36% alimentos e bebidas; 25% em variedade de produtos e por fim 21% em espaços inovadores. Esta pergunta poderia ser respondida com mais de uma resposta e mesmo assim podemos notar nos gráficos os maiores interesses dos entrevistados no bom atendimento e preço justo.

Para ter uma noção mais clara sobre o tipo de potenciais clientes que o projeto pode ter, foi questionado aos respondentes sobre o seu consumo em bares e sobre a sua disponibilidade financeira sobre esse consumo.

Gráfico 10 -Você costuma consumir alimentos e bebidas em bares

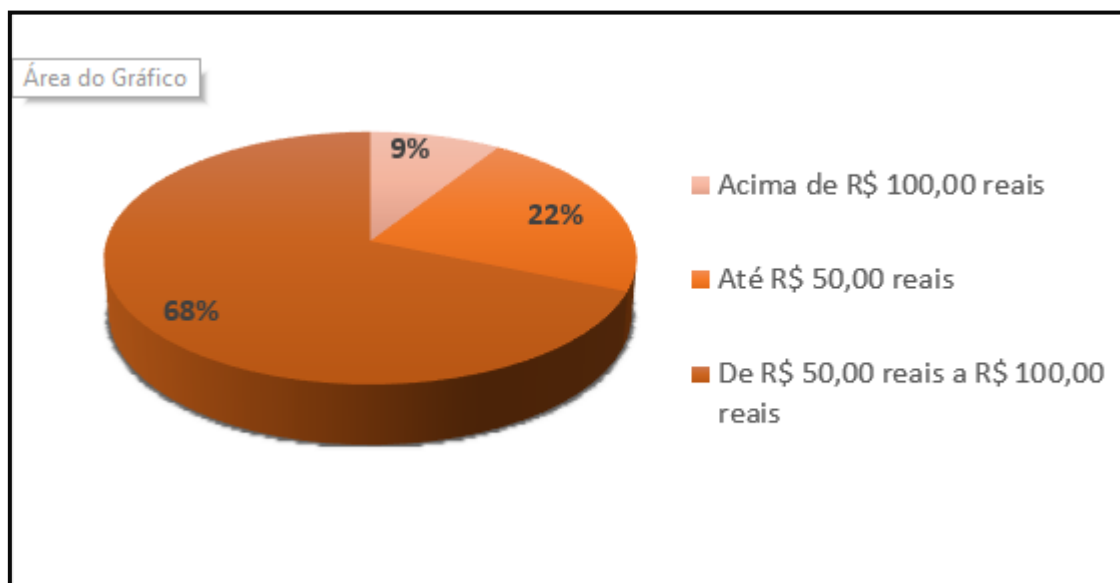


Fonte: Os próprios autores

No gráfico é apresentado um resultado de 94% das respostas alegando o interesse dos entrevistados no consumo de bebidas e alimentos, restando apenas 6% com desinteresse na oferta. Uma demanda significativa de interessados em consumir favorece o cenário do projeto, quando será trabalhado não somente a oferta de diversão com o esporte de sinuca, mas também bebidas e comidas no local.

Visando os consumidores anteriormente identificados segue o gráfico que demonstra a disposição financeira dos respondentes para sua atividade.

Gráfico 11 - Quanto você está disposto a gastar com alimentos e bebidas em um ambiente de lazer

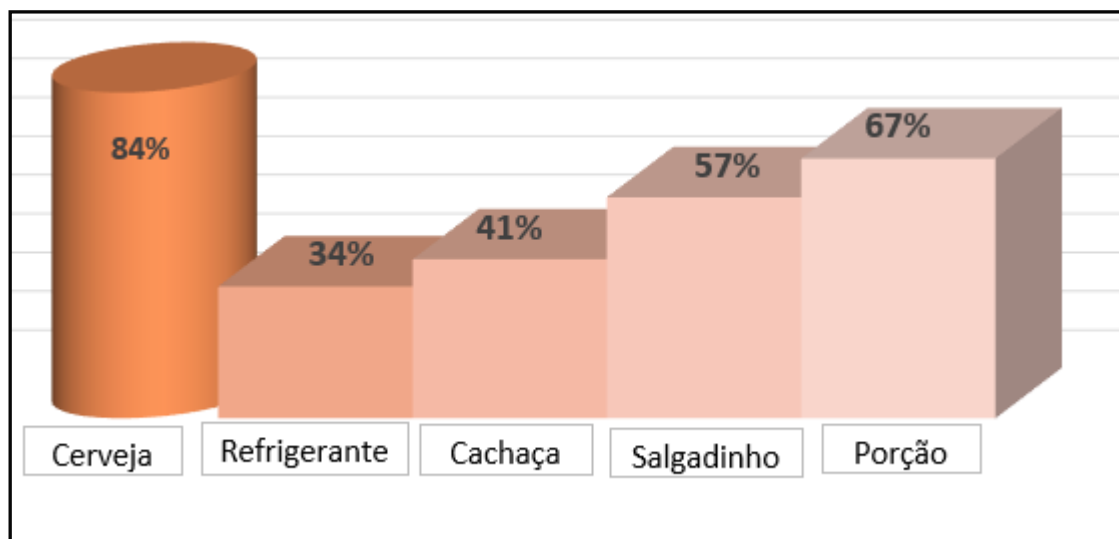


Fonte: Os próprios autores

É notável que 68% dos respondentes estão dispostos a pagarem entre R\$50,00 reais a R\$100,00 reais ao desfrutar do lazer, depois 22% pretendem gastar até R\$50,00 reais e por fim 9% gastariam acima de R\$100,00 reais. Visando a venda de bebidas e alimentos no ambiente os resultados com a pesquisa são animadores já que a grande maioria opta por gastos de R\$ 50,00 reais a R\$ 100,00 reais.

Visando uma noção melhor sobre o gosto dos clientes segue o Gráfico que demonstra as opções de consumo dos respondentes

Gráfico 12 – Qual sua opção de consumo



Fonte: Os próprios autores

Na parte de bebidas é notável que 84% dos respondentes consomem cerveja, depois 41 % preferem a cachaça e por fim 34% tomam também refrigerantes.

Na parte de alimentos a porção leva destaque com 67% e o salgadinho ocupa o lugar de 57% ficando em segundo no interesse.

2.2 Estudo de concorrentes

A pesquisa de concorrentes é entendida como um método de análise das dimensões do mercado, harmonizando com o mapeamento visual estratégico. A observação dos pontos fortes e fracos das empresas concorrentes beneficiam da implementação de soluções diferenciadas para cobrir o mercado,

O estudo de concorrentes foi feito dentro da cidade de Presidente Epitácio, analisando os bares e locais de entretenimento noturno que se assemelham ao projeto. Foram feitas visitas e em alguns casos foi possível ter contato com o dono do negócio.

2.2.1 Concorrente 1 - Pagani Pub

Pagani Pub se encontra na avenida Presidente Vargas 3-25 na cidade de Presidente Epitácio, considerado uma localização de fácil acesso por ser na avenida principal, tornando - se um dos pontos de vantagem da empresa, na condição de ser um forte adversário no ramo de empreendimento em jogos de sinuca. Contendo três mesas de sinuca, bebidas diversas, exceto a carência de variedades em alimentos comestíveis como porções, são ofertadas espetinhos de carne e frango, que decai no quesito de não ser recorrente e fixo diariamente no menu de cardápio, sendo assim instável.

Os torneios de sinuca são elaborados com prêmios em dinheiro, com a realocação de vencedores em primeiro, segundo e terceiro lugar, de forma que é necessária uma taxa estipulada para a execução de inscrição. Realiza shows em categorias de entrada franca ou de pagamentos por covers, estabelecidos estrategicamente aos finais de semana. Possui um espaço abrangente para circulação de indivíduos, com dois banheiros para mulheres e homens. Dias específicos em jogos de futebol é apresentado por uma televisão para que os consumidores possam assistir e se entreter. As estratégias de marketing da empresa para atrair clientes são divulgadas através das redes sociais do próprio dono, analisando pontos negativos da falta de montagem de perfil próprio da sociedade. O atendimento é oferecido por duas pessoas das 19:00h às 00:00h que trabalham e são proprietários da empresa. Nas pesquisas do Google ele está inserido no site de cadastro de empresas contendo informações sobre o empreendimento.



2.2.2 Concorrente 2 - Bar do André

O segundo concorrente, Bar do André, foram analisados pontos negativos e positivos que a empresa pode nos intimidar na condição de entretenimento. Os pontos positivos observados são: porções diferenciadas e bebidas abundantes, agregando um custo de valor acessível para os clientes. Já os pontos negativos decorrem por falta de redes sociais do negócio que se tem como porta de entrada essencial de novas oportunidades de indivíduos, músicas em escolha de categoria do proprietário sendo recorrente estilos de rock, mas tendo a abertura de escolha do cliente se acaso houver alguma solicitação, as mesas de sinuca em apenas duas unidades resultando aspectos dificultosos para jogar em um núcleo de pessoas na quantidade maior, carência de fachada com o nome da empresa e espaço reduzido em amplitude. O posicionamento se encontra na rua Guanabara com Álvaro Coelho n 11-05 de esquina, apontado como visitas de atingível acesso rápido, entretanto no Google a localização é oculta necessitando de atualizações. Os atendimentos são servidos pelo proprietário e filho dentro os horários das 20:00h às 5:00h sendo oscilante, concluído que não obtém turnos definidos disponibilizado.

2.2.3 Concorrente 3 - Bar do Lincoln

Examinando o Concorrente 3 Bar do Lincoln através de abordagem em pesquisas coletadas se é notório as observações das áreas de diversão em jogos, englobando duas mesas de sinuca, aparentemente com qualidades excelentes para uso, em valor coerente de pagamento para se entreter por alguns minutos e bebidas em quantia alcançável para todos os consumidores. A escassez da fachada em frente ao estabelecimento com a logomarca da empresa, falta de iluminação em pontos importantes do ambiente proporcionando desconforto, não estabelecendo o marketing por meio de redes sociais, com apenas um funcionário sendo o próprio dono. Localizando na rua José Ramos Junior 15-11 de esquina, tendo um acesso razoável por ser um pouco mais distante das vias principais da cidade, entre os horários das 19:00h às 00:00h findando inexistência atualizada em consultas no Google.



2.3 Estudo de Fornecedores

Tabela 4 - Fornecedores de moveis e eletrônico

Ordem	Descrição dos Itens a Serem Adquiridos (Matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do Fornecedor	Preço Total/Qnt	Prazo de entrega
1	Mesa de sinuca - (Sinuca Ecológica Semioficial; Sinuca Black e Red. Semioficial)	Dinâmica e Diversões	R\$12.996 (05)	20 dias
2	Tacos - (4 Tacos Bar Sinuca Snooker Ipê 1.45m+ Kit Giz+10 Virolas)	Mercado Livre	R\$749,5 (05)	4 dias
3	Bolas - (Jogo de bola bilhar sinuca 50mm + 1 bola branca)	Shopee	R\$710,55 (05)	13 dias
4	Refrigerador - Expositor Refrigerado de Bebidas	Magazine Luiza	R\$:3.898 (1)	7 dias
5	Geladeira Consul Frost Free Duplex 386 litros	Cosul	R\$:2.785 (1)	
5	Mesas - (Kit com 4 Conjuntos)	Madeiramadeira	R\$ 4.016,52	20 dias
6	Ar condicionado- Electrolux Split 18.000	Electrolux	R\$ 3.129,00	7 dias
7	Notebook Ultra	Magazine Luiza	R\$ 1.500	7 dias
8	Caixa de som	Mercado Livre	R\$ 700,00	7 dias
9	Estabilizador	Mercado Livre	R\$ 1.199	3 dias
11	Maquina de cartão Pont Mini (Mercado Pago)	Mercado Pago	R\$: 15,00	3 dias

Fonte: Os próprios autores

Tabela 5 – Fornecedores de acessórios de cozinha e salão

Ordem	Descrição dos Itens a Serem Adquiridos (Matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do Fornecedor	Preço Total/Qnt	Prazo de entrega
1	Cronômetro - (Cronômetro progressivo de mão digital alarme)	Shopee	R\$ 89,94 (06)	15 dias
2	Palito de dente - (Palito de dente 6,5 embalado inovem eco 1.000 unidades na caixa)	Shopee	R\$ 20,71	12 dias
3	Tábuas - (Kit Com 6 Tabua 23 cm De Corte Frios E Petiscos Madeira Pinus)	Mercado livre	R\$ 451,22 (Qnt.06)	7 dias
4	Plástico Insulfilm - (Rolo Bobina Útil Plástico De Filme Pvc 28cm X 300 Metro)	Shopee	R\$ 35,82	15 dias
5	Produtos para utilizar na cozinha - (Touca descartável; Faqueiro; Luva descartável)	Mercado Livre	R\$ 77,32	1 dia
6	Copos - (Copo Americano ex c/ 24 unidades nadir 190ml)	Mercado Livre	R\$ 151,78	7 dias

Fonte: Os próprios autores

Tabela 6– Fornecedores de produtos de limpeza e higiene

Ordem	Descrição dos Itens a Serem Adquiridos (Matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do Fornecedor	Preço Total/Qnt	Prazo de entrega
1	Produtos Higiene - (Papel higiênico neve c/ 24 rolos; Papel toalha Kitchen Jumbo 540 folhas; Sabonete 2 litros DetaGold)	Casas Bahia	R\$ 189,84	9 dias
2	Produtos Limpeza - (Qboa 5L; Detergente 5L; Pano de chão; Desinfetante 5L; Vassoura Paulistinha; Rodo Plástico Duplo)	De casa	R\$ 71,90	Retirada no local

Fonte: Os próprios autores

Tabela 7– Fornecedores de Bebidas

Ordem	Descrição dos Itens a Serem Adquiridos (Matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do Fornecedor	Preço Total/Qnt	Prazo de entrega
1	Cachaça - (Cachaça Cabaré Ouro 700ml; Cachaça Cabaré Prata 700ml; Cachaça Cabaré Amburana 700ml)	Petrópolis	R\$ 219,69	2 dias
2	Bebidas - (Coca 350ml; Coca 350ml zero; Coca 220 ml; Coca 1 litro; Coca 2 litros; Coca 2 litros zero; Fanta 350 ml; Sprite 350ml; Sprite 1,5litros)	Coca- Cola Brasil	R\$ 247,16	2 dias
3	Bebidas - (Skol 350 ml; Brahma 350 ml; Antartica 350 ml; Guaraná 2 litros; Crystal)	Super mercado neto	R\$ 534,62	Retirada no local

Fonte: Os próprios autores

Tabela 8 - Fornecedores de Frios

Ordem	Descrição dos Itens a Serem Adquiridos (Matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do Fornecedor	Preço Total/Qnt	Prazo de entrega
1	Frios - (Mussarela; Salsicha Perdigão; Mortadela Tradicional; Salame Italiano; Azeitona S/C Tozzi; Presunto Cozido)	Central Max	R\$ 291,07	Retirada no local

Fonte: Os próprios autores

Tabela 9- Fornecedores de Salgadinhos

Ordem	Descrição dos Itens a Serem Adquiridos (Matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do Fornecedor	Preço Total/Qnt	Prazo de entrega
1	Salgadinhos - (Snacks sortidos c/ 20 unidades)	Diego Doces	R\$ 25,00	Retirada no local

Fonte: Os próprios autores

2.4 Avaliação sobre os fornecedores

As empresas foram escolhidas por oferecer qualidade em vários aspectos, desde atendimento até qualidade do produto e entrega.

3. PLANO DE MARKETING

O plano de marketing é essencial para quem deseja abrir um negócio e direcioná-lo para o sucesso. Além de ajudar a empresa a obter sucesso e vantagens competitivas quando comparada com seu concorrente. Diante das rápidas mudanças que acontecem no mercado, é muito importante que seja montado um bom, organizado e flexível marketing. Pensando nisso a equipe do Casa das Patroas, inicia desde o seu nome até seu cardápio e estrutura do salão com várias propostas diferenciadas que despertam e influenciam o cliente a querer descobrir e desfrutar deste único e maravilhoso espaço em Presidente Epitácio.

Pensar no marketing é pensar no público alvo e como chegar nele, com esta questão é viável optar pela divulgação como as redes sociais, que transmitem conexão tecnológica, descolada, inovadora, e versátil, utilizando uma estratégia com influencers da cidade que possui aptidão nas mídias para alcançar uma grande diversidade de clientes. Proporcionando também auxílio como forma de apoio os carros de som (propagandas auditivas) que apesar de ser um uso mais tradicional e clássico, ainda são muito utilizados na cidade e de rápida chegada. Através das redes sociais inicia-se o filtro do público focando em pessoas que se desfrutam de entretenimentos em jogos, com isso trilhando possíveis chances de despertamentos em novos indivíduos. Desde a primeira interação com eles, será feito o convite de conhecer algo novo sem dizer o que realmente é, promovendo uma abordagem de mistério e curiosidade, esse tipo de postagem irá fazer com que o cliente fique mais estimulado pelo que está por vir, nos carros de som será similar ao objetivo. Tanto nas plataformas digitais quanto na divulgação por som serão métodos para os clientes conhecerem a casa na grande inauguração.



Figura 1 -Logotipo do negócio



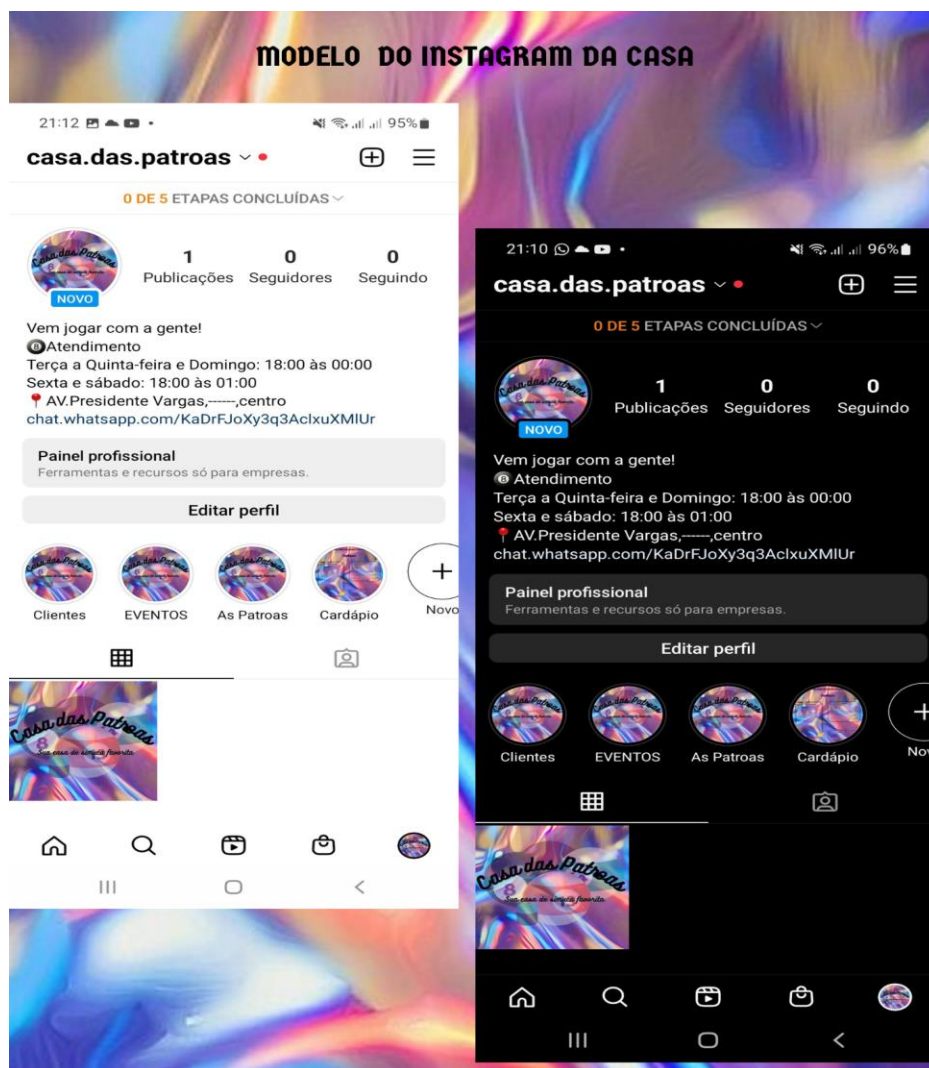
Fonte: Os próprios autores

3. Logotipo do negócio

A construção do logotipo precede caminhos de referência ao quesito entretenimento, foi abordado a temática de jogos de sinuca, usamos as bolas com cores em tons pastéis sendo escolhido o verde, roxo, bege e cinza. Conciliando com o nome A Casa das Patroas em uma paleta mais escura trazendo aspecto diferenciado e vibrante. O slogan da logo marca foi implementado para obter boas junções ao público, tornando- se receptivo.



Figura 2 -Modelo de rede social do negócio



Fonte: os próprios autores

3.2 Descrição dos principais produtos e serviços

Os principais itens da casa serão fornecidos pelas empresas escolhidas na tabela dos fornecedores em sua grande quantidade de alimentos, bebidas e equipamentos para os jogos e toda estrutura do negócio. Todos os dias será incentivada a prática do jogo de sinuca, será oferecido promoções temáticas e cotidianas, tudo dentro da possibilidade do nosso estoque e caixa. Serão realizados shows com cantores locais e torneios não vão faltar. O principal foco vai ser a promoção do jogo de sinuca e os produtos oferecidos além do jogo serão os frios, bebidas e snacks.



3.3 Preço

Na decisão sobre o preço de venda existem pontos a serem levados em consideração, sendo eles os concorrentes e ao mesmo tempo ser atrativo e justo para o cliente. Pensando por este ponto é possível ter um resultado mais otimizado e organizado, com um diagnóstico estratégico para a formação dos preços. No caso do projeto é importante ressaltar que os insumos para a produção das porções já vão ser compradas cortados e isso irá facilitar o trabalho na cozinha.

Este é o cardápio com os valores dos produtos ofertados estes que foram formulados a partir da cotação dos recursos pesquisados neste projeto e na montagem de cada porção com as gramas de cada uma.

Figura 3 - Cardápio do negócio



Fonte: Os próprios autores

Figura 4 - Cardápio do negócio



Bebidas

• Água Bouonavita 510 ml -----	2,00	• Antartica 350 ml -----	3,20
• Coca Cola 1 lt -----	8,00	• Brahma 350 ml -----	3,50
• Coca Cola 350 ml -----	5,00	• Cachaça Cabaré Prata 700ml (chote) -----	3,00
• Fanta 350 ml -----	3,00	• Cachaça Cabaré Amburana 700ml(chote) ---	3,00
		• Cachaça Cabaré Ouro 700ml (chote)-----	3,00
		• Skol 350 ml -----	3,60

8 fazer pedido no caixa **13**

Dias de funcionamento: terça a quinta e domingo
Horário: 18:00 às 00:00
Finais de semana: sexta e sabado - 19:00 às 02:00
Fixas a 3,00 reais

Fonte: Os próprios autores

3.4 Localização do negócio

A escolha foi realizada com base em pontos estratégicos da cidade, situado na localização Rua Maceió, 22-75, centro. Com essa localização conseguimos atingir um público maior, além dos moradores de Presidente Epitácio que frequentarão a tabacaria. A rua Maceió é a rua mais agitada da cidade depois da avenida principal, assim atingiremos uma grande demanda de espectadores e clientes potenciais.

A estrutura de comercialização seria o espaço físico em si. Os clientes teriam espaços para se acomodarem sentados no salão principal do bar.

Figura 5 - Localização do negócio



Fonte: Google maps

Figura 6 - Localização do negócio



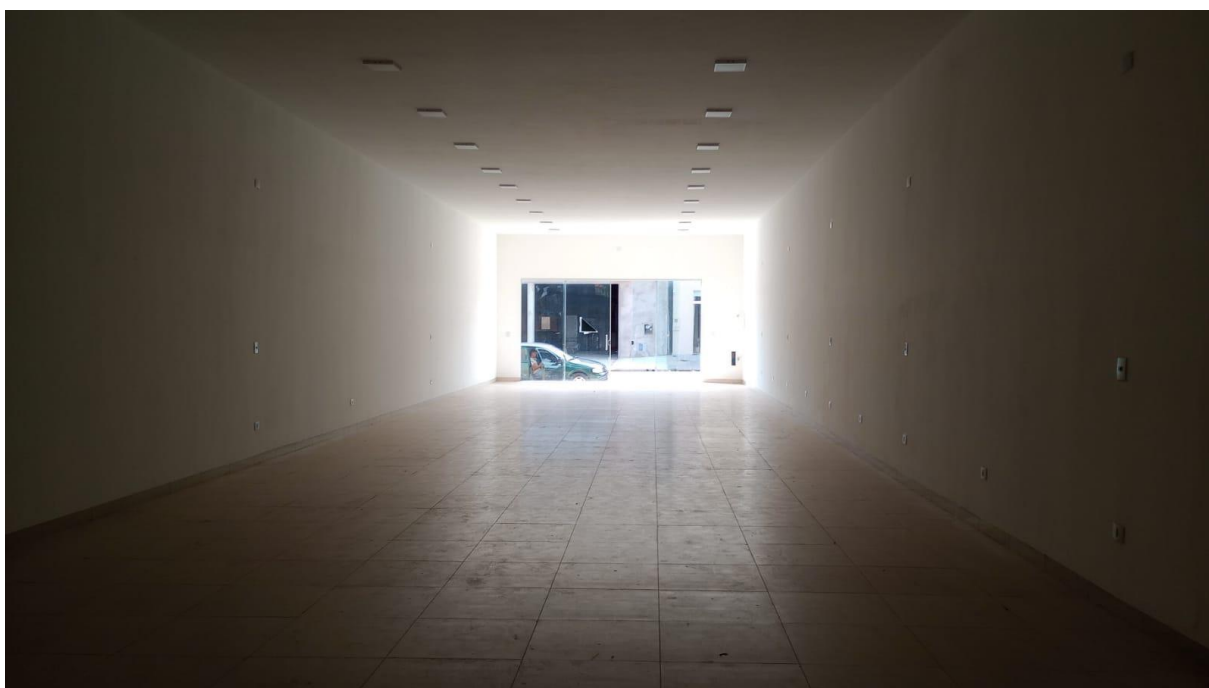
Fonte: Site Forte Imobiliária

Figura 7 - Localização do negócio



Fonte: Site Forte Imobiliária

Figura 8- Localização do negócio



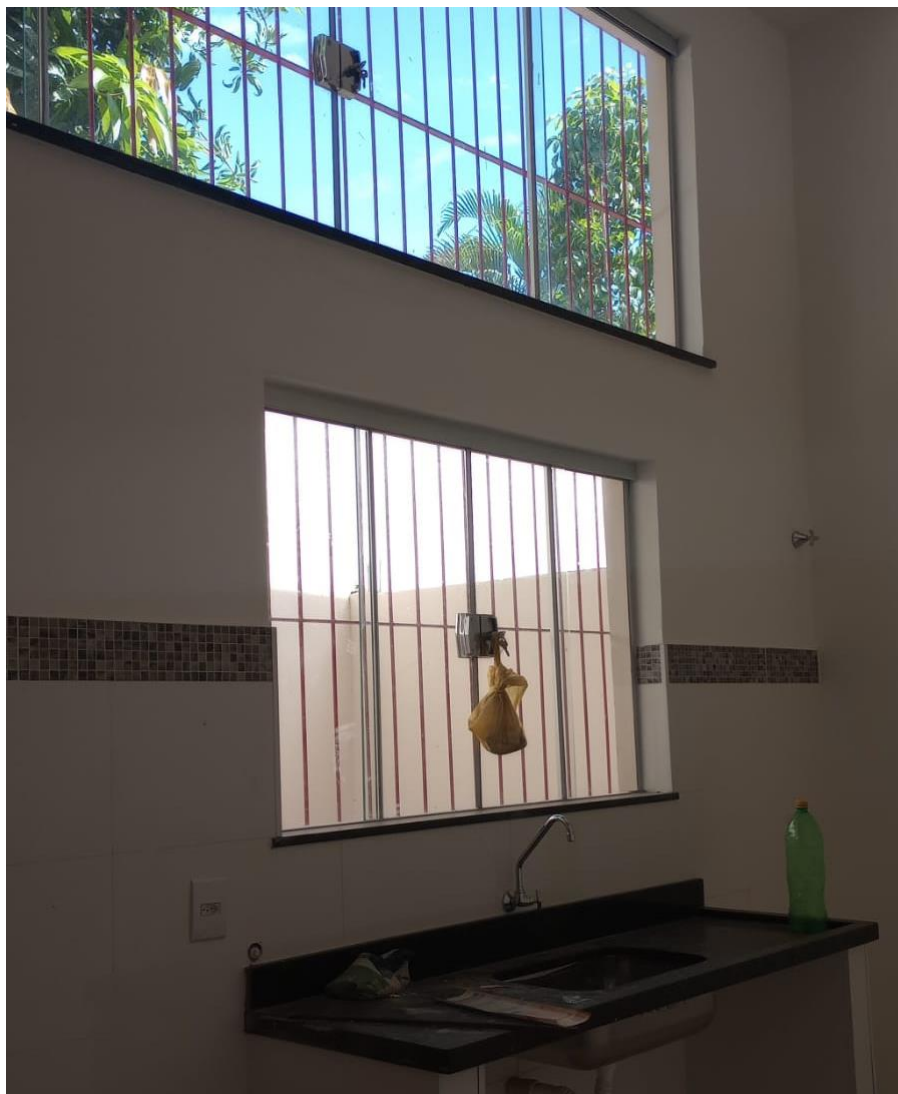
Fonte: Site Forte Imobiliária

Figura 9 - Localização do negócio



Fonte: Site Forte Imobiliária

Figura 10 - Localização do negócio



Fonte: Site Forte Imobiliária

Com um espaço amplo para as mesas de sinuca e mesas ambientes, o local atende as demais expectativas esperadas, contendo também um espaço para cozinhar e atender os clientes no momento de servir os frios.

O lugar também foi escolhido por conta de haver dois banheiros assim tornando o estabelecimento mais organizado e preservando a privacidade dos clientes.

Com tudo o espaço será renovado para a abertura do estabelecimento com decoração e cores voltada a sinuca.

4. ESTRATÉGIA DE MARKETING

Na estratégia de marketing foi traçado um plano para atingir os objetivos do marketing do negócio. Será cumprido com eficiência a missão visando o caminho ao decorrer junto às táticas da qual integra o negócio.

De acordo com a pesquisa realizada em 2021 por alunas do curso de administração do IFSP campus de Presidente Epitácio, o público alvo é destinado a pessoas que gostam de aproveitar o lazer em bares com jogos de mesa do tipo sinuca juntamente com degustação de petiscos e drinks.

A seguir serão apresentadas as estratégias desenvolvidas para a Casa Das Patroas.

4.1 Proporcionar um novo estilo de lazer noturno

Visando melhores experiências e diversificando a gama de lazeres noturnos da cidade, o mercado será implementado com o poder de atração e fluxo no desenvolvimento da casa, atraindo mais público e fornecendo sempre o diferente e cativante a todos que frequentarem a casa. Será utilizado o esporte de sinuca ao nosso favor nesta proposta de inovação.

4.2 Ser referência em inovação e lazer

Visar melhorias e gerar aquecimento nas noites Epitácianas com as diversas propostas de jogos e eventos vinculados a prática de sinuca e mais, ser referência e boa memória para os clientes, atuando de maneira inovadora e descontraída, aceitando todos que vierem pelo bem e para viver bons momentos.

4.3 Ganhar visibilidade, popularidade, vendas e gerar interesse do mercado

Estruturar e garantir a efetivação do plano de negócio avaliando o retorno tanto nos meios tecnológicos quanto no mercado regional, visando mensurar o alcance e modificando assim o que for possível na precificação e oferta de lazer para atrair mais clientes com qualidade e preço justo.

4.4 Promoções

1- A mesa mais cheia ganha um mimo da casa. (serão escolhidos dias específicos para a ativação desta promoção, o número máximo de pessoas na mesa será 10 pessoas)



2- Promoções temáticas, por exemplo, dia dos namorados: casais com roupas combinando ganham uma porção de 300g.

3- Promoção de bebidas leve 3 pague 10,00 de acordo com a disponibilidade da casa.

(Todas as promoções deverão ter um regulamento a ser seguido e deverá ser exibido aos clientes).

4.5 Fidelizar clientes

Para a fidelização de clientes foi pensada uma recepção diferenciada, onde na hora do atendimento anunciamos as boas vindas e mostramos que estamos felizes com a possibilidade daquelas pessoas se tornarem clientes fixos. O atendimento humanizado, prático e de qualidade é essencial para superar as expectativas dos clientes. Pedir o feedback dos clientes, demonstrar confiança e habilidade é muito importante e caso os clientes atendidos não fizeram parte de nenhuma das promoções (por não ter ido no dia certo por ex.) use isso como um motivo para voltarem, dizer que vai esperá-los e indicar as redes sociais do empreendimento para manter contato e mostrar novidades, gerando amizade e proximidade.

A Casa das Patroas precede alternativas de sistemas de mídias sociais e de comunicação para atrair e se dedicar a cada cliente.

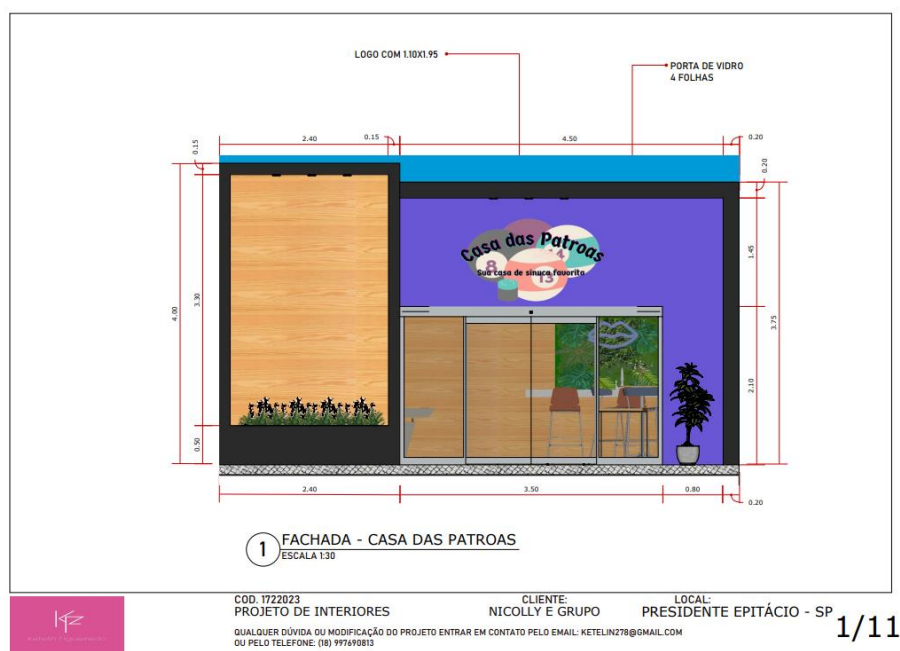


5. PLANO OPERACIONAL

O plano operacional é um desdobramento do planejamento estratégico, que lida com o fluxo de trabalho. O mesmo trabalha com os processos internos do negócio e com os recursos, eles podem ser financeiros ou humanos. É necessário considerar vários aspectos importantes, como localização, público-alvo, equipe de funcionários, fornecedores, equipamentos, horários de funcionamento, entre outros.

5.1 Layout ou arranjo físico

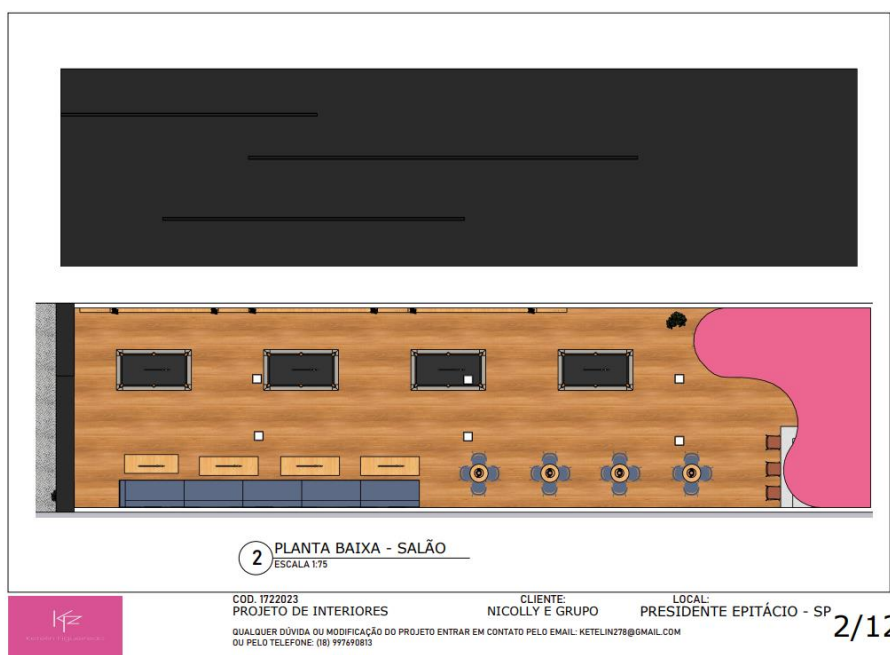
Figura 11 - Layout ou arranjo físico fachada



Fonte: Figueredo 2023

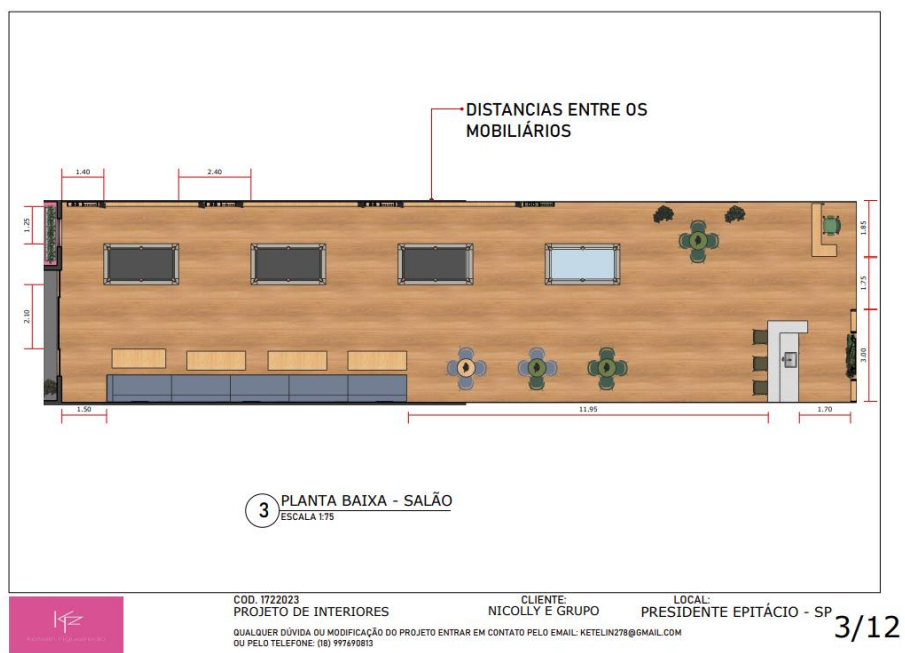


Figura 12 - Layout visão de cima com o teto



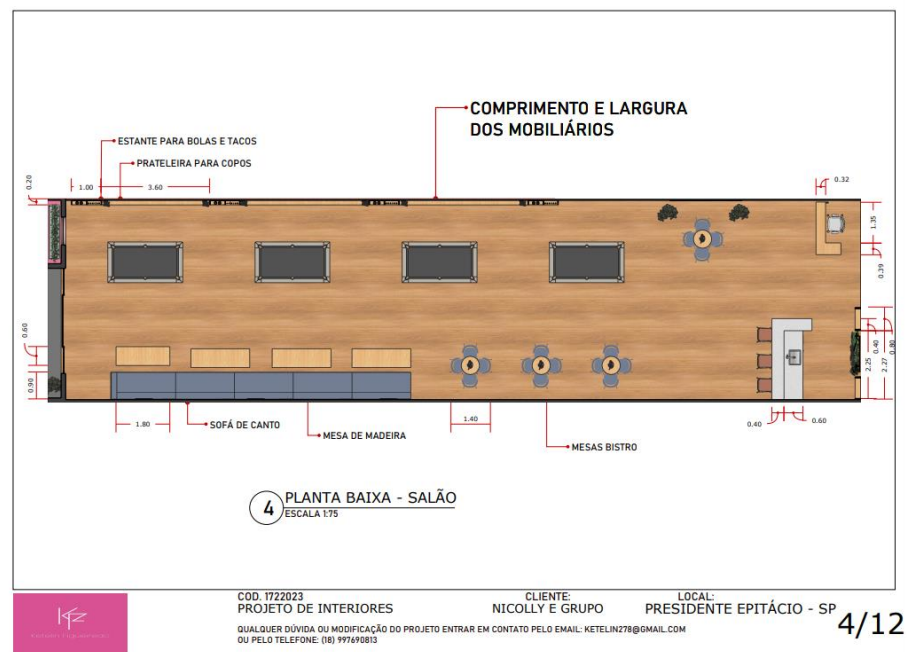
Fonte: Figueredo 2023

Figura 13 - Layout visão de cima apenas os moveis



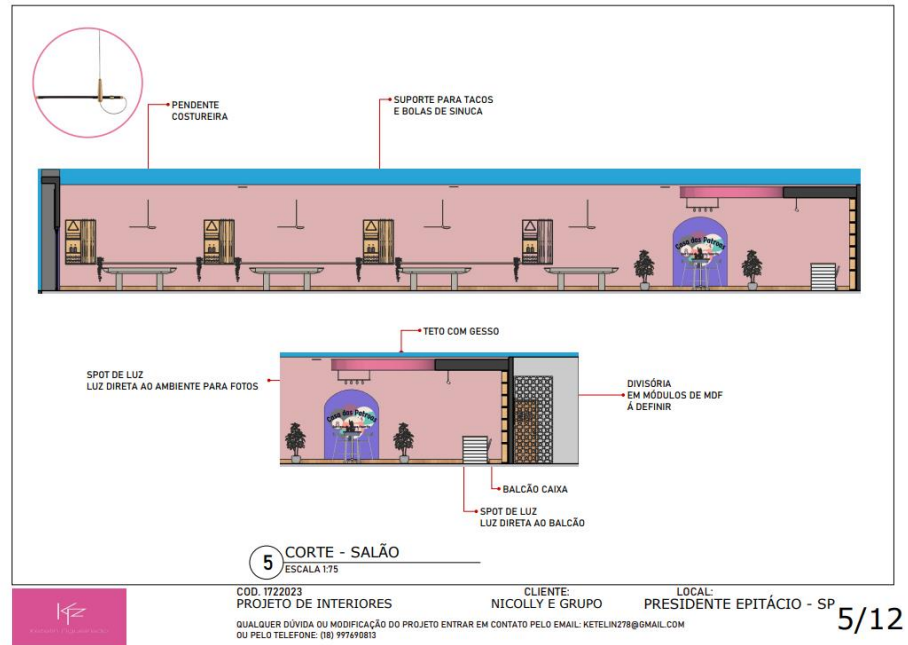
Fonte: Figueredo 2023

Figura 14 - Layout visão de cima dos moveis e distância



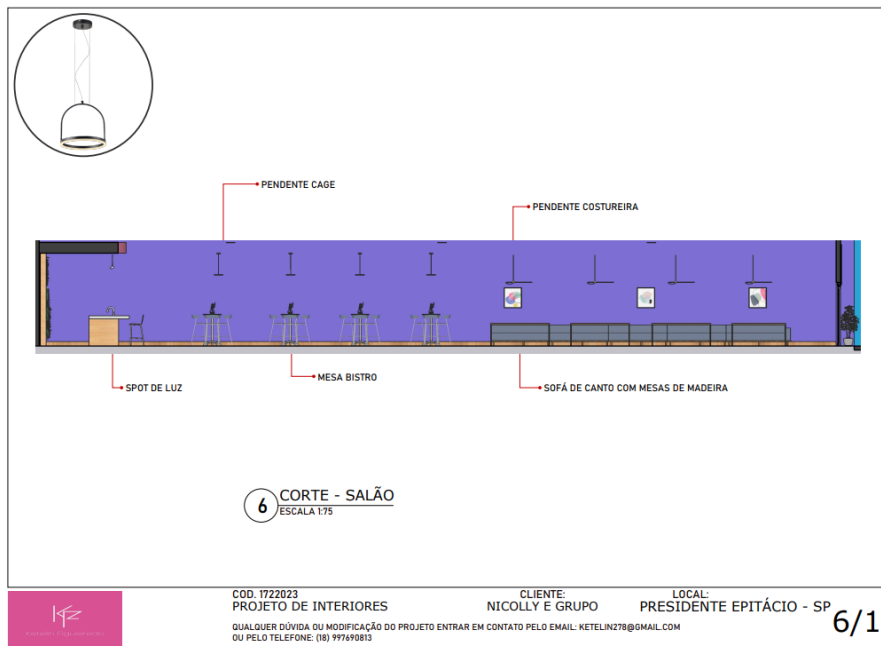
Fonte: Figueredo 2023

Figura 15 - Layout visão de lado mesas de sinuca e caixa



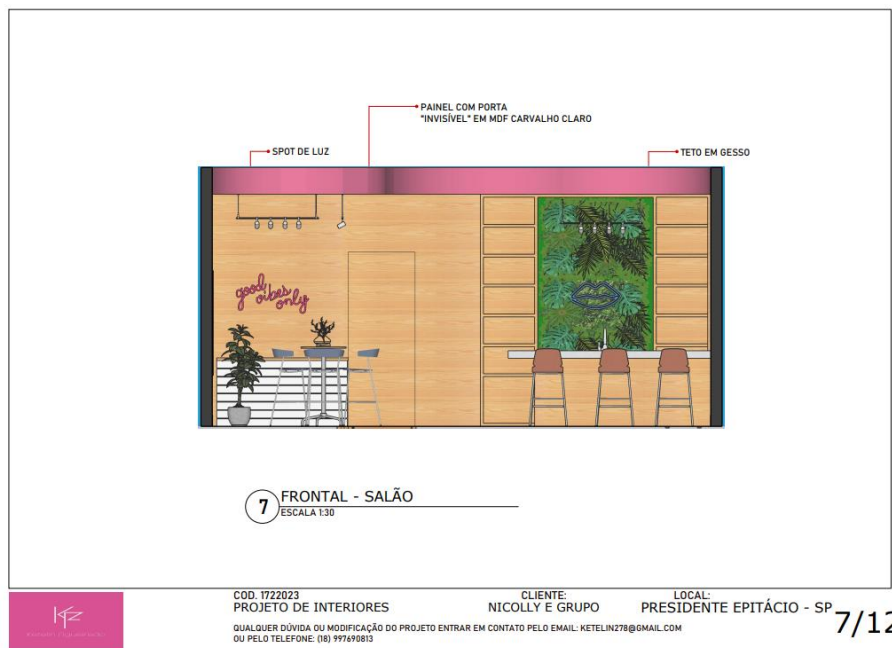
Fonte: Figueredo 2023

Figura 16 - Layout visão de lado as mesas, bistrôs e pendentes



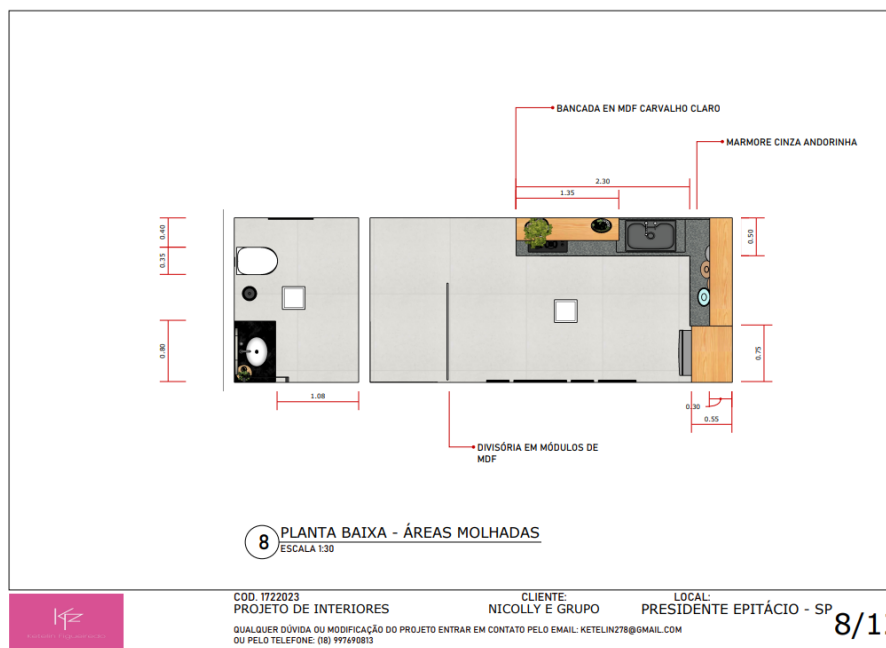
Fonte: Figueredo 2023

Figura 17 - Layout visão de frente do bar



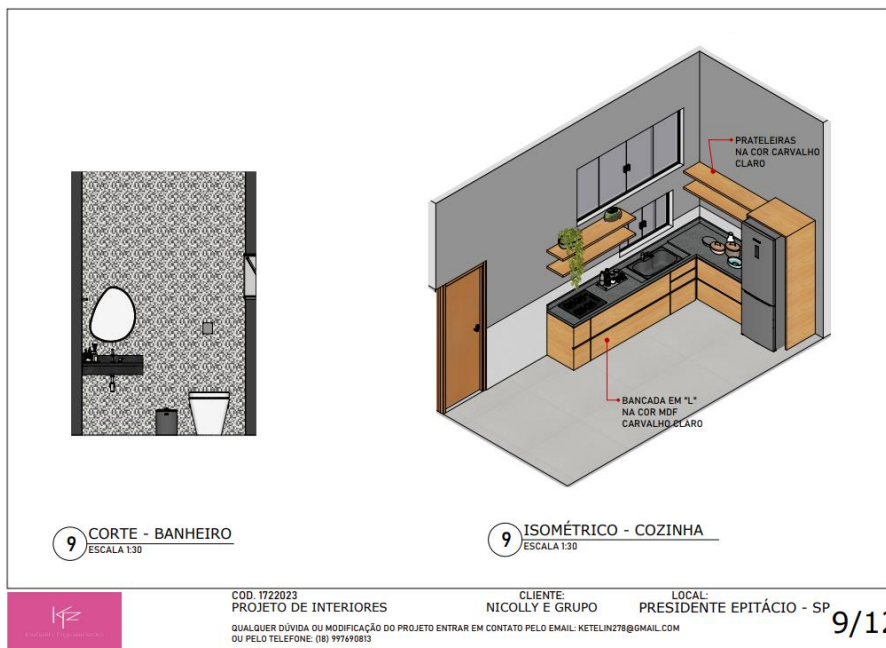
Fonte: Figueredo 2023

Figura 18- Layout visão de cima da cozinha e banheiro



Fonte: Figueredo 2023

Figura 19 - Layout visão de lado da cozinha e banheiro



Fonte: Figueredo 2023

Figura 20 - Layout visão do salão mesa de sinuca e mesa



Fonte: Figueredo 2023

Figura 21 - Layout mesa de sinuca e bistrô



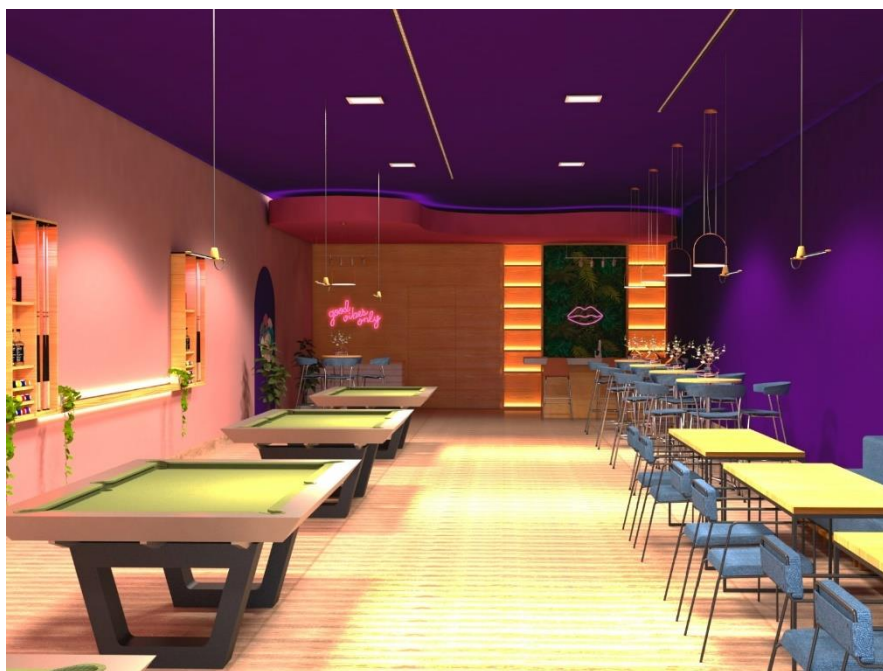
Fonte: Figueredo 2023

Figura 22 - Layout visão do bar



Fonte: Figueredo 2023

Figura 23 - Layout, visão do salão com bistrô, mesa de sinuca, mesas bar e caixa



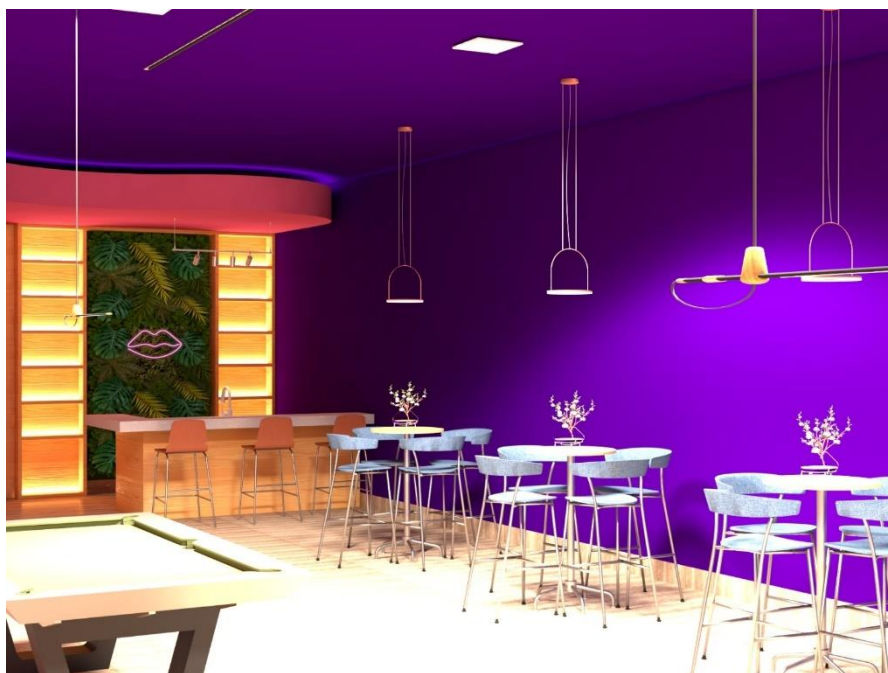
Fonte: Figueredo 2023

Figura 24 - Layout, visão do bar e caixa



Fonte: Figueredo 2023

Figura 25 – Layout, visão do bar e bistrôs



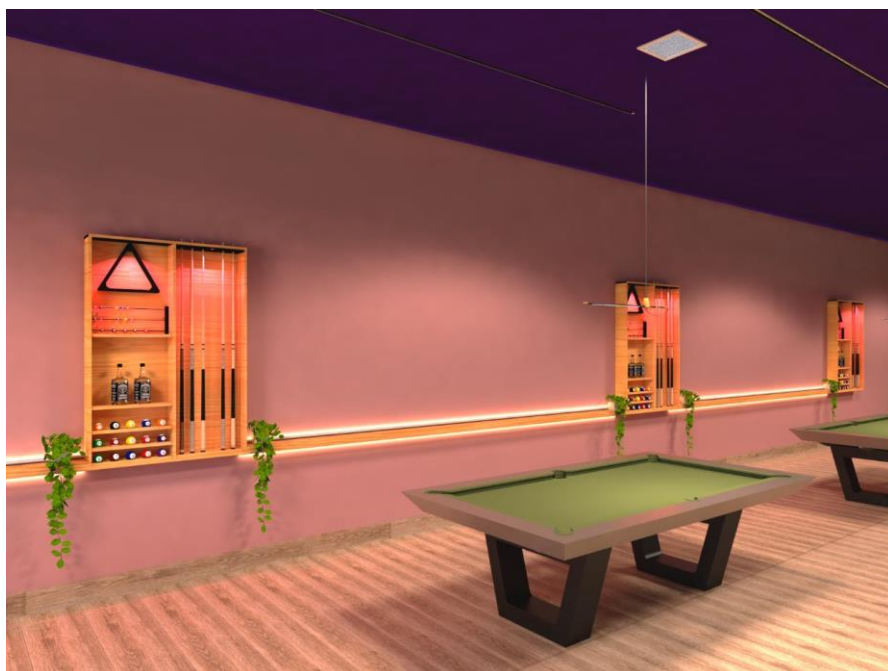
Fonte: Figueredo 2023

Figura 26 - Layout das mesas de sinuca e nichos 1



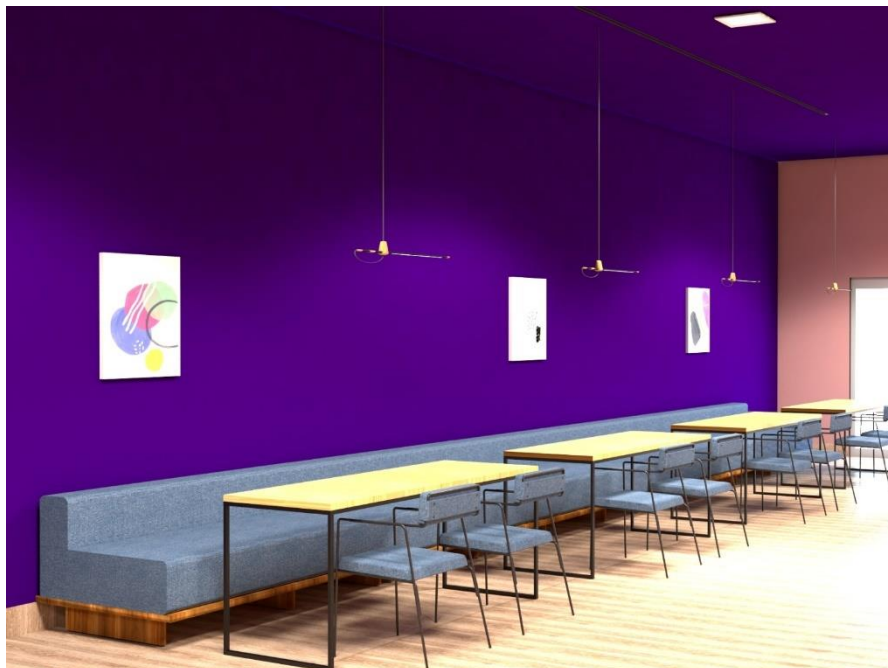
Fonte: Figueredo 2023

Figura 27 - Layout das mesas de sinuca e nichos 2



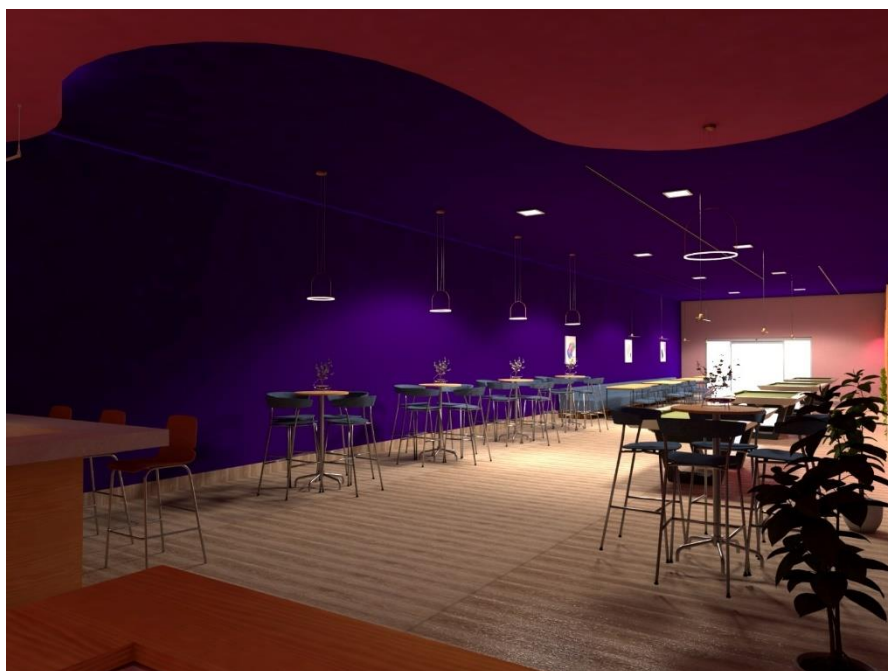
Fonte: Figueredo 2023

Figura 28- Layout das mesas e poltronas



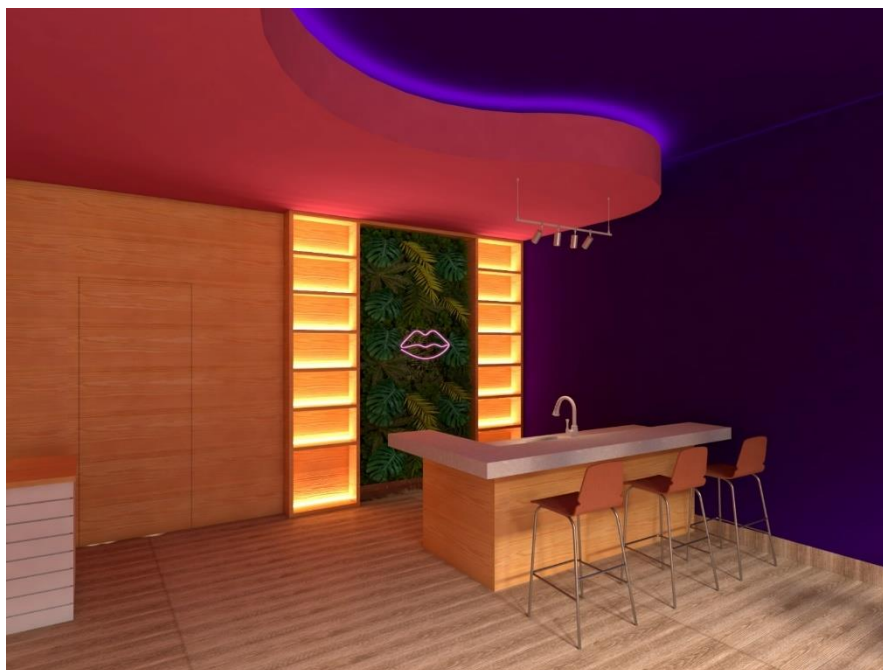
Fonte: Figueredo 2023

Figura 29 - Layout visão do caixa para o salão



Fonte: Figueredo 2023

Figura 30 - Layout do bar com luzes



Fonte: Figueredo 2023

Figura 31 - Layout do caixa e espaço para foto com bistrô



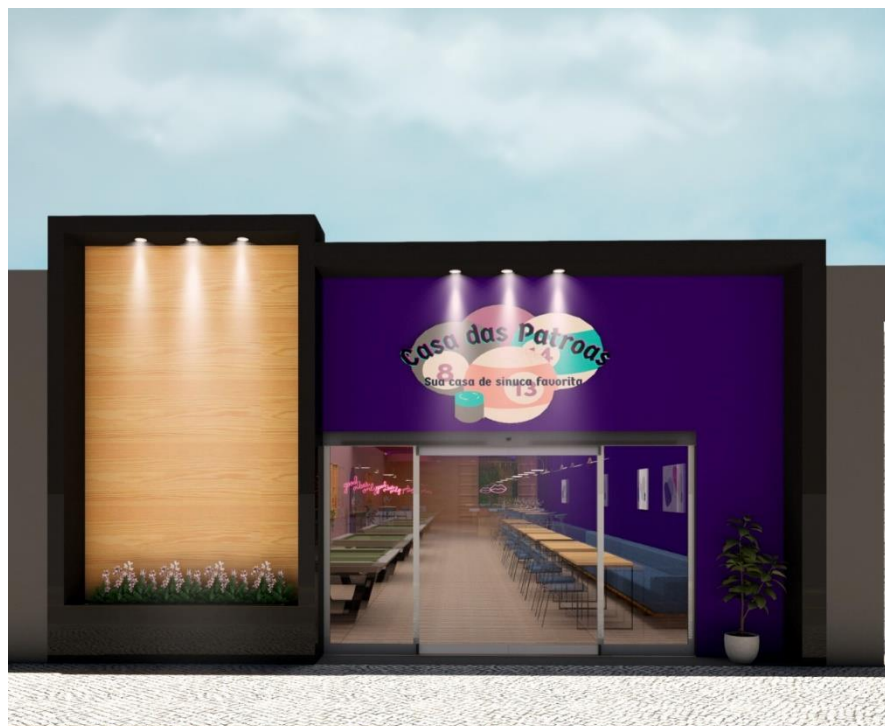
Fonte: Figueredo 2023

Figura 32 - Layout do banheiro



Fonte: Figueredo 2023

Figura 33- Layout da fachada com luzes 1



Fonte: Figueredo 2023

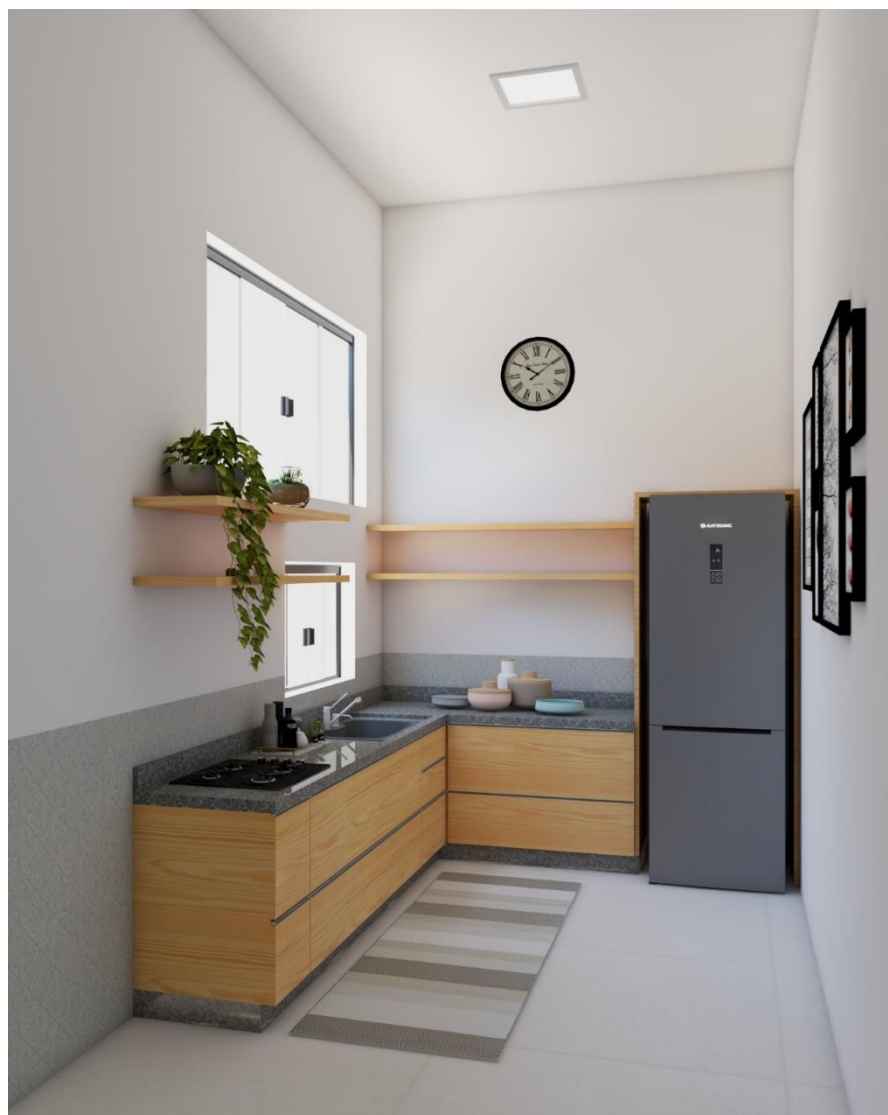
Figura 34 - Layout da fachada com luzes 2



Fonte: Figueredo 2023



Figura 35 - Layout da cozinha com moveis



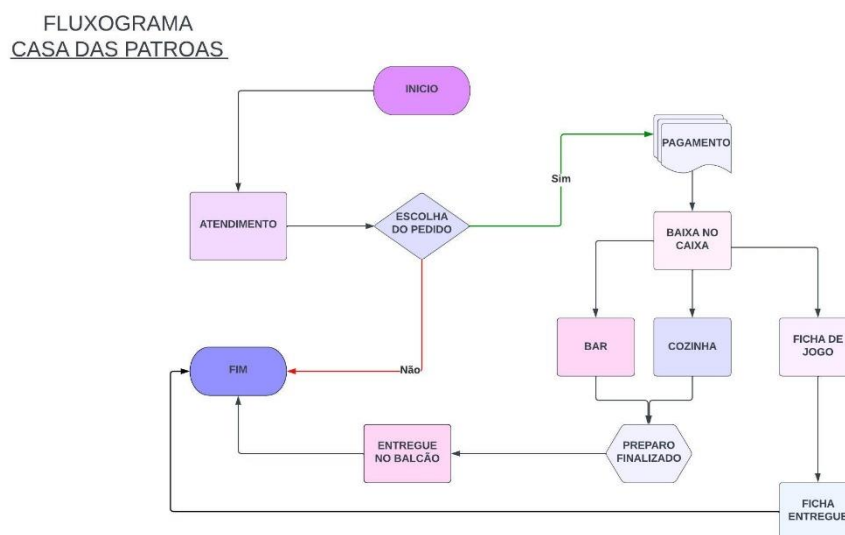
Fonte: Figueredo 2023

5.2 Capacidade comercial

Na capacidade comercial a casa vai contar com duas das colaboradoras para administrarem a parte de recepção e adequação dos clientes na casa, serão atendidos em sua máxima um total de 34 clientes sendo 17 clientes para cada colaboradora, serão 918 clientes ao mês. Foi levado em conta para esta operação a soma das cadeiras disponíveis no salão, o espaço e o tempo de uma hora para o desfruto dos clientes.

5.3 Processos operacionais

Figura 36 - Fluxograma da casa das patroas



Fonte: Os próprios autores

Os clientes serão recebidos pela recepção da casa e acomodados por um dos funcionários disponíveis do salão, no salão terá 2 colaboradores e sendo assim o que estiver livre faz o atendimento. Após as acomodações os mesmos receberão informações sobre o funcionamento da casa e dos jogos. Deixaremos os clientes à vontade para efetuarem os pedidos diretamente no caixa, acertando assim o valor do seu pedido. No caixa o cliente também poderá fazer o pedido das fichas para os jogos. No salão, o funcionário que o acomodou vai estar mediando o tempo das jogadas. Assim que pago, o caixa passará por meio de anotação em comanda o pedido do cliente (junto ao nome do cliente para maior identificação). O cliente vai retirar o pedido no mesmo balcão que fez o pagamento. Todo o processo conta com alta qualidade de

atendimento e dinâmica da equipe, para que assim o cliente se sinta completamente confortável para permanecer e voltar sempre que quiser.

5.4 Necessidade do pessoal

Tabela 9 - Cargo e qualificação

CARGO/ FUNÇÃO	QUALIFICAÇÃO NECESSÁRIA
OPERADOR DE CAIXA	Conhecimento básico em informática
	Ensino Médio completo
	Facilidade com cálculos matemáticos
	Agilidade e boa comunicação
BARTENDER (BARGIRL)	Excelente conhecimento em drinks
	Agilidade no manuseio de alimentos
	Capacidade de organização, higienização e o abastecimento do bar
	Atitudes positivas e boa comunicação
ATENDENTE	Altamente capacitado para fornecer informações sobre produtos e serviços da empresa
	Gestão dos pedidos
	Agilidade e coerência
	Comunicação clara e objetiva

Fonte: Os próprios autores

6. PLANO FINANCEIRO

Um plano financeiro pode ajudá-lo a estabelecer metas realistas e alcançáveis, monitorar seu progresso e ajustar suas estratégias de acordo com as mudanças em sua vida ou situação financeira. Também pode ajudá-lo a identificar áreas onde você pode economizar dinheiro e a tomar decisões financeiras informadas que alinhem com seus objetivos de longo prazo.

6.1 Estimativa dos investimentos fixos

Tabela 10 - Maquinas e equipamentos

	DESCRIÇÃO	QNTDE.	VALOR U.	TOTAL
1	Ar Condicionado Electrolux Split 18.000 Btus.	02	R\$ 3.129	R\$ 6.258
2	Caixa de som Kit Heruz	01	R\$600,00	R\$ 600,00
3	Estabilizador 220 V	02	R\$ 1.199	R\$ 2.398
4	Expositor Refrigerado de Bebidas	01	R\$ 3.898	R\$ 3.898
5	Geladeira Consul Frost Free Duplex 386 litros	01	R\$ 2,785	R\$ 2.785
6	Maquina de cartão Pont Mini (Mercado Pago)	01	R\$ 15,00	R\$ 15,00
7	Notebook Ultra	01	R\$ 1.500	R\$ 1.500
TOTAL				R\$ 17.454

Fonte: Os próprios autores

Tabela 11 - Moveis e utensílios

	DESCRIÇÃO	QNTDE.	VALOR U.	TOTAL
1	Bolas - (Jogo de bola bilhar sinuca 50mm)	5	R\$ 142,11	R\$ 710,55
2	Copos - (Copo Americano cx c/ 24 uni.)	3	R\$ 151,78	R\$ 455,34
3	Cronômetro - (Cronômetro progressivo)	5	R\$ 14,99	R\$ 74,95
4	Mesa de sinuca - (Sinuca Ecológica Semioficiais)	4	R\$ 2.599,20	R\$ 10.396,80
5	Mesas - (Kit com 4 Conjuntos com cadeiras)	4	R\$ 1.004,13	R\$ 4.016,52
6	Tacos - (4 Tacos Bar Sinuca Snooker)	5	R\$ 149,90	R\$ 749,50
TOTAL				R\$ 16.403,66

Fonte: Os próprios autores

Tabela 12 - Total dos investimentos

Total dos investimentos fixos	Maquinas e equipamentos, moveis e utensílios	R\$ 33.857,66
--------------------------------------	--	---------------

Fonte: Os próprios autores

6.2 Capital de Giro

O capital de giro é importante para as empresas porque elas precisam ter uma quantidade suficiente para operar sem interrupção e atender às suas obrigações financeiras. O capital de giro é geralmente calculado pela diferença entre os ativos circulantes (como estoques, contas a receber e caixa) e os passivos circulantes (como contas a pagar, empréstimos e outras dívidas de curto prazo).

Tabela 13 - Estimativa de estoque inicial

	DESCRIÇÃO	QNTDE.	VALOR U.	TOTAL
1	Água Bouonavita 510 ml	200	R\$ 0,89	R\$ 178,00
2	Antarctica 350 ml	500	R\$ 2,24	R\$ 1.120,00
3	Azeitona S/C Tozzi 1kg	4	R\$ 64,90	R\$ 259,60
4	Brahma 350 ml	1500	R\$ 2,40	R\$ 3.600,00
5	Cachaça Cabaré Prata 700ml	3	R\$ 21,59	R\$ 64,77
6	Cachaça Cabaré Amburana 700ml	3	R\$ 26,27	R\$ 78,81
7	Cachaça Cabaré Ouro 700ml	3	R\$ 21,37	R\$ 64,11
8	Coca Cola 1 L	12	R\$ 5,05	R\$ 60,60
9	Cola Cola 350 ml	24	R\$ 2,82	R\$ 67,68
10	Desinfetante 5 L	2	R\$ 11,00	R\$ 22,00
11	Detergente 5 L	2	R\$ 19,90	R\$ 39,80
12	Fanta 350ml	12	R\$ 2,51	R\$ 30,12
13	Faqueiro Jogo De Talheres Inox 25 Peças Talher Conjunto	2	R\$ 37,90	R\$ 75,80
14	Luva descartavel (100 uni)	1	R\$ 19,90	R\$ 19,90
15	Mortadela Tradicional Marba 1kg	5	R\$ 19,90	R\$ 99,50
16	Palito de dente - (Palito de dente 6,5 embalado inovem eco 1.000 unidades na caixa)	2	R\$ 11,99	R\$ 23,98
17	Pano de chão xadrez tradicional	5	R\$ 5,50	R\$ 27,50
18	Papel higiênico neve c/ 24 rolos	4	R\$ 29,90	R\$ 119,60
19	Papel toalha Kitchen Jumbo 540 folhas	2	R\$ 22,90	R\$ 45,80
20	Plástico Insulfilm - (Rolo Bobina Útil Plástico De Filme Pvc 28cm X 300 Metro)	2	R\$ 35,82	R\$ 71,64



21	Presunto Cozido Seara 1kg	5	R\$ 33,99	R\$ 169,95
22	Qboa 5L	2	R\$ 13,00	R\$ 26,00
23	Queijo Muçarela 1 kg	5	R\$ 48,90	R\$ 244,50
24	Queijo Prato Aurora Fatiado 1kg	5	R\$ 49,99	R\$ 249,95
25	Rodo Plástico Duplo 60cm.	1	R\$ 10,50	R\$ 10,50
26	Sabonete 2 litros DetaGold	2	R\$ 17,54	R\$ 35,08
27	Salame Italiano Aurora Vácuo 1kg	5	R\$ 99,39	R\$ 496,95
28	Salgadinhos - (Snacks sortidos c/ 20 unidades)	4	R\$ 25,00	R\$ 100,00
29	Skol 350 ml	1500	R\$ 2,68	R\$ 4.020,00
30	Tábuas - (Kit Com 6 Tabua 23 cm De Corte Frios E Petiscos Madeira Pinus)	7	R\$ 64,46	R\$ 451,22
31	Touca descartável (100 uni)	1	R\$ 19,90	R\$ 19,90
32	Vassoura Paulistinha	1	R\$ 12,00	R\$ 12,00
TOTAL			R\$ 762,10	R\$ 11.905,26

Fonte: Os próprios autores

Tabela 14 - Caixa mínimo

Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
À vista	60%	0	0
À prazo (1)	40%	30	12
Prazo médio total			12

Fonte: Os próprios autores

Tabela 15 – Fornecedores

Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
À vista	50%	15	7,5
À prazo (1)	50%	30	15
Prazo médio total			23

Fonte: Os próprios autores



Tabela 16 – Estoque

Cálculo da necessidade média de estoques

	Número de dias
Necessidade média de estoques	07

Fonte: Os próprios autores

Tabela 17 - Capital de giro

Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

	Número de dias
Recursos da empresa fora do seu caixa	
Contas a Receber – prazo médio de vendas	12
Estoques – necessidade média de estoques	7
TOTAL	19
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
Fornecedores – prazo médio de compras	23
TOTAL	23
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	1

Fonte: Os próprios autores

Tabela 18 - Caixa mínimo

Custo fixo mensal	R\$ 4.682,15
Custo Variável Mensal	R\$14.307,65
Custo Total da Empresa	R\$ 8.989,80
Custo Total Diário	R\$ 632,99
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	1
Total do Caixa Mínimo	R\$ 632,99

Fonte: Os próprios autores

Tabela 19 - Capital de giro (Resumo)

Investimentos Financeiros	R\$
Estoque Inicial	R\$ 11.905,26
Caixa Mínimo	R\$ 632,99
Total do Capital de Giro	R\$12.538,25

Fonte: Os próprios autores

6.3 Investimento pré-operacionais

Os investimentos pré-operacionais são importantes porque garantem que a empresa tenha as condições necessárias para iniciar suas atividades operacionais de forma adequada e eficiente. Se bem planejados e executados, esses investimentos podem ajudar a empresa a se estabelecer no mercado de forma sólida e competitiva.

Tabela 20 - Investimentos pré-operacionais

Investimentos financeiros	R\$
Despesas de legalização	R\$ 1.606,16
Obras civis e/ou reformas	R\$ 50.000,00
Divulgação	R\$ 1.200,00
Total	R\$ 52.806,16

Fonte: Os próprios autores

6.4 Investimento total

O investimento total é o montante de recursos financeiros que uma empresa precisa investir para iniciar e manter suas operações durante um determinado período de tempo. Esse investimento inclui não apenas os investimentos pré-operacionais, mas também os gastos com capital de giro, despesas operacionais e outros custos relacionados ao funcionamento da empresa.

Tabela 21 - Investimento total (resumo)

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
Investimentos Fixos	R\$ 33.857,66	34%
Capital de Giro	R\$ 12.538,25	13%
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 52.806,16	53%
Total	R\$ 99.202,07	100,00%

Fonte: Os próprios autores

6.5 Estimativa do faturamento mensal da empresa

Tabela 22 - Estimativa do faturamento

	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas	Preço de Venda (Un)	Total
1	Água Bouonavita 510 ml	50	R\$ 2,00	R\$ 100,00
2	Antarctica 350 ml	300	R\$ 3,20	R\$ 960,00
3	Brahma 350 ml	1000	R\$ 3,50	R\$ 3.500,00
4	Cachaça Cabaré Prata 700ml (chote)	10	R\$ 3,00	R\$ 30,00
5	Cachaça Cabaré Amburana 700ml (chote)	10	R\$ 3,00	R\$ 30,00
6	Cachaça Cabaré Ouro 700ml (chote)	10	R\$ 3,00	R\$ 30,00
7	Casinha Mortadela 400g	70	R\$ 5,00	R\$ 350,00
8	Casinha Queijo muçarela 400g	60	R\$ 15,00	R\$ 900,00
9	Casinha Queijo Prato 400g	50	R\$ 15,00	R\$ 750,00
10	Casinha Salame 200g	40	R\$ 18,00	R\$ 720,00
11	Coca Cola 1 lt	10	R\$ 8,00	R\$ 80,00
12	Coca Cola 350 ml	50	R\$ 5,00	R\$ 250,00
13	Fanta 350 ml	20	R\$ 3,00	R\$ 60,00
14	Partidas por mesas de sinuca (5)	2500	R\$ 3,00	R\$ 7.500,00
15	Porção: Mesa (Mortadela, Queijo muçarela, Azeitona)4000g	100	R\$ 15,50	R\$ 1.550,00
16	Porção: Patroa 1 (Azeitona, Queijo Prato, Salame)400g	100	R\$ 24,00	R\$ 2.400,00
17	Porção: Patroa 2 (Salame, Queijo Prato, Queijo muçarela)350g	100	R\$ 18,00	R\$ 1.800,00
18	Skol 350 ml	1200	R\$ 3,60	R\$ 4.320,00
19	Salgadinhos - (Snacks sortidos c/ 20 unidades)	60	R\$ 3,00	R\$ 180,00
	Total	5740	R\$ 153,80	R\$ 25.510

Fonte: Os próprios autores

6.6 Estimativa de Custo de Mercadoria Vendida (CMV)

Tabela 23 - Estimativa do custo unitário

Descrição		QNTDE.	Custo	Total
1	Água Bouonavita 510 ml	50	R\$ 0,89	R\$ 44,50
2	Antarctica 350 ml	300	R\$ 2,24	R\$ 672,00
3	Brahma 350 ml	1000	R\$ 2,24	R\$ 2.240,00
4	Cachaça Cabaré Prata 700ml	10	R\$ 0,10	R\$ 1,00
5	Cachaça Cabaré Amburana 700ml	10	R\$ 0,10	R\$ 1,00
6	Cachaça Cabaré Ouro 700ml	10	R\$ 0,10	R\$ 1,00
7	Casinha Mortadela 400g	70	R\$ 2,00	R\$ 140,00
8	Casinha Queijo muçarela 400g	60	R\$ 8,00	R\$ 480,00
9	Casinha Queijo Prato 400g	50	R\$ 8,00	R\$ 400,00
10	Casinha Salame 200g	40	R\$ 9,00	R\$ 360,00
11	Coca Cola 1 lt	10	R\$ 5,05	R\$ 50,50
12	Coca Cola 350 ml	60	R\$ 2,82	R\$ 169,20
13	Fanta 350 ml	10	R\$ 2,51	R\$ 25,10
14	Partidas por mesas de sinuca (5)	1880	R\$ -	R\$ -
15	Porção: Mesa (Mortadela, Queijo muçarela, Azeitona)4000g	100	R\$ 13,50	R\$ 1.350,00
16	Porção: Patroa 1 (Azeitona, Queijo Prato, Salame)400g	100	R\$ 19,00	R\$ 1.900,00
17	Porção: Patroa 2 (Salame, Queijo Prato, Queijo muçarela)350g	100	R\$ 13,00	R\$ 1.300,00
18	Skol 350 ml	1000	R\$ 2,68	R\$ 2.680,00
19	Salgadinhos - (Snacks sortidos c/ 20 unidades)	60	R\$ 1,25	R\$ 75,00
Total		4920	R\$ 92,48	R\$ 11.889,30

Fonte: Os próprios autores

6.7 Estimativa dos custos de comercialização

Tabela 24- Estimativa de comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
Impostos			
1. Impostos Federais			
Simplex Nacional	4,50%	R\$ 25.510,00	R\$ 1.147,95
2. Gastos com vendas			
Propagandas	0%	R\$ 25.510,00	
Taxa de administração (cartão de crédito)	5%	R\$ 25.510,00	R\$ 1.270,40
Outros		R\$ 25.510,00	-
Total	5,00%	R\$76.530,00	R\$ 1.270,40

Fonte: Os próprios autores

6.8 Estimativa do custo com depreciação

Tabela 25- Estimativa do custo com depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida Útil	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
1 Máquinas e Equipamentos	R\$ 17.454,00	10	R\$ 1.745,40	R\$ 145,45
2 Móveis e utensílios de escritório	R\$ 16.403,66	10	R\$ 1.640,37	R\$ 136,70
3 Veículos	R\$ -	-		
Total de Depreciação	R\$ 33.857,66		R\$ 3.385,77	R\$ 282,15

Fonte: Os próprios autores

6.9 Estimativa de custos fixos operacionais mensais

Tabela 26- Estimativa de custos fixos operacionais mensais

Descrição	Custo Total Mensal
Salários	R\$ -
Depreciação	R\$ 282,15
Pro labore (socio 4)	R\$ 5.280
Água	R\$ 120,00
Energia	R\$ 1.000,00
Aluguel	R\$ 1.800,00
Internet	R\$ 80,00
Total	R\$ 4.682,15

Fonte: Os próprios autores

6.10 Demonstrativo de resultados (mensal)

Tabela 27 - Demonstrativo de resultados (mensal)

Item	Descrição	Valor
6.5	Receita Total	R\$ 25.510,00
	Receita com vendas	R\$ 25.510,00
6.6	Imposto e gastos de Vendas	R\$ 2.418,35
	Imposto sobre Vendas (-)	R\$ 1.147,95
	Gastos com vendas	R\$ 1.270,40
	Custos Variáveis totais	
6.6	Custo de Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ 11.889,30
	Margem de Contribuição	R\$ 11.202,35
6.6	Custos Fixos Totais	R\$ 8.562,15
	Resultado do Exercício	R\$ 2.642,20

Fonte: Os próprios autores

6.11 – Indicadores de viabilidade

Para calcular o indicador de viabilidade, podemos utilizar o índice de margem de contribuição sobre os custos fixos totais. Esse indicador nos mostrará se a empresa está gerando margem suficiente para cobrir seus custos fixos e ainda obter um resultado positivo. Vamos calcular:

Margem de Contribuição / Custos Fixos Totais = Índice de Margem de Contribuição sobre Custos Fixos

Índice de Margem de Contribuição sobre Custos Fixos = R\$11.202,35 / R\$8,560 = 1,30

O resultado do cálculo é de 1,30. Esse valor indica que a empresa tem uma margem de contribuição 1,30 vezes maior que seus custos fixos. Em outras palavras, a empresa está gerando uma margem de contribuição suficiente para cobrir seus custos fixos e ainda obter um resultado positivo de R\$2.640,20.

6.11.1 – Ponto de equilíbrio

Os dados de viabilidade apresentados indicam informações importantes sobre a saúde financeira de um negócio. A análise de custos e a margem de contribuição são essenciais para determinar o ponto de equilíbrio e a rentabilidade da empresa.

Margem de Contribuição Unitária = Margem de Contribuição / Receita com Vendas

Dado os valores fornecidos:

Custos Fixos Totais = R\$ 8,560

Margem de Contribuição = R\$ 11.202,35

Receita com Vendas = R\$ 25.510,00

Margem de Contribuição = R\$ 11.202,35 / R\$ 25.510,00 = 0,4392



Ponto de Equilíbrio em Quantidade = R\$8.560 / 0,4392

Ponto de Equilíbrio em Quantidade \approx R\$ 19.489,98

Portanto, o ponto de equilíbrio em quantidade é de aproximadamente R\$19.489,98. Esse é um número importante para o planejamento financeiro e estratégico da empresa, pois indica o mínimo de vendas necessário para que o negócio seja rentável.

6.11.2 – Lucratividade

A lucratividade de uma empresa é um dos principais indicadores de seu desempenho financeiro e pode ser avaliada através de uma série de métricas, como o lucro líquido e a receita total.

Lucratividade = (Resultado do Exercício / Receita Total) * 100

Dado os valores fornecidos:

Resultado do Exercício = R\$ 2,640,20

Receita Total = R\$ 25.510,00

Lucratividade = (2.640,20 / 25.510,00) * 100

Lucratividade = 0,2551 * 100

O resultado é 10,34% ano

Isso significa que a lucratividade da empresa é de 10,34% uma porcentagem relativamente boa. Esse valor indica a eficiência da empresa em gerar lucro em relação à sua receita. Uma lucratividade alta indica que a empresa está gerando lucro de forma consistente e eficiente, o que pode ser um sinal positivo para investidores e stakeholders.



6.11.3 – Rentabilidade

A rentabilidade mede a capacidade de gerar retorno financeiro em relação ao capital investido.

$$\text{Rentabilidade} = (\text{Resultado do Exercício} / \text{Investimento Total}) * 100$$

Dado os valores fornecidos:

$$\text{Resultado do Exercício} = \text{R\$ } 2.640,20$$

$$\text{Investimento Total} = \text{R\$ } 109.331,41$$

$$\text{Rentabilidade} = (2.640,20 / 109.331,41) * 100$$

$$\text{Rentabilidade} = 0,024146 * 100$$

O resultado é 2,41%.

Isso significa que a rentabilidade do investimento é de 2,41% que demonstra um retorno positivo. Em outras palavras, a empresa obteve um retorno de 2,41% sobre o investimento total realizado pelos sócios. Esse valor indica a eficiência da empresa em gerar retorno em relação ao capital investido.



7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

Tabela 28 - Construção de cenários

Quadro	Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
		Valor (R\$)	%	Valor (R\$)	%	Valor (R\$)	%
6.5	Receita total com vendas	R\$ 25.510,00	Atual %	R\$ 22.959	-10%	R\$31.887	+25%
6.6	Custos variáveis totais	R\$ 11.889,30		R\$10.700,37		R\$14.861	
6.6	(-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 11.889,30		R\$10.7000,37		R\$14.861	
6.6	(-) Impostos sobre vendas	R\$ 2.418,35		R\$2.176		R\$3.022,93	
6.6	(-) Gastos com vendas	R\$ 1.270,40		R\$1.143,09		R\$1588	
Total		8.200,55		R\$ 7.381		R\$10.250	
6.6	Margem de contribuição	R\$11.202,35		R\$ 10.082,15		R\$14.002	
6.9	(-) Custos fixos totais	R\$ 8.562,15		R\$7.705,93		R\$10.702,68	
	Lucro/Prejuízo Operacional	R\$ 2.640,20		R\$2.376		R\$3.300	

Fonte: Os próprios autores

7.1 Ações corretivas e preventivas

Analisando os dados na **Tabela 28 - Construção de cenários** na parte de dados atuais do empreendimento foi possível identificar possíveis ações corretivas e preventivas para que o negócio alcance o cenário positivo o mais rápido possível.

- Redução de custos fixos: uma forma de aumentar o lucro operacional é reduzindo os custos fixos. É importante identificar quais são esses custos e verificar se é possível eliminá-los ou reduzi-los. Por exemplo, é possível renegociar contratos de aluguel ou de fornecedores para obter preços mais vantajosos.

- Controle de estoque: é importante manter um controle eficiente do estoque para evitar desperdícios e perdas. Além disso, é possível pensar em estratégias para reduzir os custos de armazenagem, como a negociação de preços com fornecedores ou a otimização do espaço físico.
- Análise de rentabilidade por produto: é possível que alguns produtos estejam gerando mais prejuízo do que lucro para a empresa. Uma análise de rentabilidade por produto pode ajudar a identificar esses produtos e pensar em estratégias para melhorar sua rentabilidade, como a redução de custos ou o aumento do preço de venda.

Essas são algumas ações que podem ser implementadas para melhorar a rentabilidade da empresa. É importante ressaltar que cada caso é único e que as estratégias devem ser adaptadas de acordo com a realidade da empresa e do mercado.

8 . AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

A avaliação estratégica de uma empresa é um processo de análise e planejamento que tem como objetivo avaliar a situação atual da empresa e definir uma estratégia para alcançar seus objetivos de longo prazo. Esse processo envolve a análise do ambiente interno e externo da empresa, a identificação de suas forças e fraquezas, a definição de sua visão, missão e valores, e a formulação de estratégias para alcançar seus objetivos. A avaliação estratégica pode ser feita através de diversas ferramentas, como análise SWOT, análise de Porter, matriz BCG, entre outras. É um processo importante para garantir a sobrevivência e o sucesso da empresa no longo prazo.



8.2- Análise da matriz F.O.F.A.

A análise SWOT (FOFA) é uma ferramenta que auxilia na identificação dos pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças de uma empresa. Esses fatores são divididos em internos (controláveis) e externos (incontroláveis).

Tabela 29 - Análise da matriz F.O.F.A

Fatores internos (controláveis)	Fatores externos (incontroláveis)
Forças	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Preços acessíveis • Produtos de qualidade • Espaço climatizado • Excelência no atendimento • Empreendimento inovador • Propaganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Rede de bares sem inovação • Falta de espaços voltados para todo tipo de público • Espaço diferenciado
Fraquezas	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Pouca experiência dos sócios na área 	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrentes • Entrada de novos concorrentes

Fonte: Os próprios autores

Fatores internos (controláveis):

Forças:

- Preços acessíveis: A empresa oferece produtos com preços competitivos, o que pode atrair clientes.
- Produtos de qualidade: A qualidade dos produtos oferecidos pela empresa é uma vantagem em relação à concorrência.
- Espaço climatizado: Ter um ambiente climatizado pode proporcionar maior conforto aos clientes.
- Excelência no atendimento: A empresa se destaca pelo atendimento de qualidade, o que pode gerar satisfação e fidelização dos clientes.
- Empreendimento inovador: A proposta do empreendimento é inovadora, o que pode despertar interesse e curiosidade nos clientes.

- Propaganda: A empresa investe em divulgação, o que pode contribuir para atrair mais clientes.

Fatores externos (incontroláveis):

Oportunidades:

- Rede de bares sem inovação: A falta de inovação em outros bares da região pode ser uma oportunidade para a empresa se destacar e conquistar um público diferenciado.
- Falta de espaços voltados para todo tipo de público: Se a cidade possui uma carência de locais que atendam a diversos públicos, a empresa pode aproveitar essa oportunidade para atrair diferentes perfis de clientes.
- Espaço diferenciado: Se a empresa oferece um espaço diferenciado em relação aos concorrentes, isso pode ser uma oportunidade para se destacar no mercado.

Fraquezas:

- Pouca experiência dos sócios na área: A falta de experiência dos sócios na área pode ser uma fraqueza, pois pode influenciar a tomada de decisões e a gestão do negócio.

Ameaças:

- Concorrentes: A presença de concorrentes no mercado pode representar uma ameaça, pois a empresa precisa se destacar e conquistar clientes em meio à concorrência.
- Entrada de novos concorrentes: A possibilidade de novos concorrentes ingressarem no mercado pode representar uma ameaça, pois aumenta a competição e pode afetar a participação de mercado da empresa.

A análise SWOT permite identificar os pontos fortes que devem ser valorizados, as fraquezas que precisam ser superadas, as oportunidades que devem ser aproveitadas e as ameaças que devem ser enfrentadas pela empresa. Com base nessa análise, a empresa pode

tomar decisões estratégicas para maximizar seus pontos fortes, minimizar suas fraquezas, explorar oportunidades e se proteger contra ameaças.

9. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

A proposta de criar um espaço de entretenimento voltado para o esporte de sinuca em Presidente Epitácio mostrou potencial para suprir uma demanda existente na região e oferecer uma opção de lazer diferenciada.

A introdução do plano destaca a história da sinuca e a falta de espaços dedicados a esse esporte na região do Oeste Paulista. Isso evidencia a oportunidade de preencher essa lacuna e proporcionar vivências qualitativas no âmbito dos esportes de mesa. Além disso, a proposta de entrelaçar a prática esportiva com o lazer noturno pode atrair mais admiradores e transformar a realidade do esporte na região.

A descrição da Casa das Patroas como um espaço bem equipado, moderno e de fácil acesso é promissora. A proposta de oferecer uma estética clássica com toques de modernidade e tecnologia, além de proporcionar shows ao vivo com cantores locais, mostra um esforço em criar uma atmosfera atraente para os clientes.

A estratégia de marketing apresentada no plano também possui pontos interessantes. A busca um novo estilo de lazer noturno, a vontade de ser referência em inovação e lazer, e a proposta de ganhar visibilidade, popularidade, vendas e gerar interesse do mercado são estratégias que podem impulsionar o negócio. Além disso, as promoções planejadas visam atrair clientes e fidelizá-los, o que é fundamental para o sucesso do empreendimento.

A participação de quatro mulheres como sócias e gerenciadoras do negócio também é um diferencial interessante, trazendo diversidade e mostrando um empreendimento que busca desafiar preconceitos e oferecer oportunidades.

Porém, mediante os dados do plano financeiro, revela-se que em 41 meses o que não é algo bom para quem planeja um retorno rápido, o investimento total de R\$109.331,41 gerou um lucro líquido de R\$2.640,20, resultando em uma taxa de retorno do investimento de aproximadamente 2,41% ao ano. Esse valor indica a porcentagem de retorno em relação ao



investimento inicial e serve como um indicador importante para avaliar o desempenho financeiro do investimento.

No geral, a proposta do empreendimento Casa das Patroas é promissora, com potencial para suprir uma demanda existente, oferecer diversidade de lazer e atrair clientes, porém é importante ressaltar o tempo de 41 meses para o retorno financeiro que acaba tornando o projeto inviável por mais que seus outros aspectos tenham boas performances.



REFERÊNCIAS

A maior sinuca do Brasil! Atlanta Snooker bar. Disponível em: <<https://www.atlantasnookerbar.com.br/o-atlanta/>>. Acesso em: 20 Set 2022.

PACIEVITH, Thais. Sinuca. Info escola Navegando e Aprendendo. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/esportes/sinuca/>>. Acesso em: 20 de Set 2022.

PAGOTTO, Guilherme. Sociedade Limitada Unipessoal – Novo enquadramento, novas possibilidades. OSP assessoria contábil. São Paulo. 13 de out 2020. Disponível em: <<https://www.ospcontabilidade.com.br/blog/sociedade-limitada-unipessoal-novo-enquadramento-novas-possibilidades/>>. Acesso em: 23 de Set 2022.

Sinuca é esporte e tem até seletiva para 'Brasileirão'. Disponível em: <<https://esportes.yahoo.com/noticias/sinuca-%C3%A9-esporte-e-tem-120000960.html>>. Acesso em 22 de Set 2022.

GERBER, Aranega. A tributação nas principais sociedades empresariais. JusBrasil. 2017. Disponível em: <<https://advocaciaaranega.jusbrasil.com.br/artigos/544086330/a-tributacao-nas-principais-sociedades-empresariais>>. Acesso em: 22 de Set 2022.

Salão Comercial para Alugar, Presidente Epitácio / SP, bairro CENTRO, área construída 308 m², terreno 320 m². Disponível em: <<https://www.forteimoveispe.com.br/Propriedade/salao-comercial-em-otima-localizacao-2/>>. Acesso em: 21 de Set 2022.

Sinuca Ecológica Semioficial 2,20x1,20m. Disponível em: <<https://www.dinamicadiversoes.com.br/mesa-de-sinuca-ecologica-semi-oficial>>. Acesso em: 10 de Nov 2022.

Mesa de Sinuca e Bilhar Charme Carlin Bilhares Superfície em Pedra de Ardósia 20mm 2,20 x 1,20 Preta Tx Tecido Preto Bordas Verdes. Disponível em: <https://www.shoptime.com.br/produto/5345310881?pfm_carac=mesa-de-sinuca-e-bilhar-charme-superficie-em-pedra-de-ardosia-20mm-2-20-x-1-20-preta-tecido-preto-bordas-verdes&pfm_index=1&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&offerId=62b5bc22f2adc6d985cebad9&ch>.



INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
SÃO PAULO
Campus Presidente Epitácio

