

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL PROF. ARMANDO JOSÉ FARINAZZO
CENTRO PAULA SOUZA

Gabriel Monteiro Rocha
Mikael Augusto Cazaroto
Vitor de Souza Schneider

SUNSET SNOOKER BAR

Fernandópolis
2019

Gabriel Monteiro Rocha
Mikael Augusto Cazaroto
Vitor de Souza Schneider

SUNSET SNOOKER BAR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção da Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de Técnico em **Administração**, no Eixo Tecnológico de **Gestão e Negócio**, à Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, sob orientação do Professor **Thiago Alves da Cruz**.

Fernandópolis
2019

Gabriel Monteiro Rocha
Mikael Augusto Cazaroto
Vitor de Souza Schneider

SUNSET SNOOKER BAR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção da Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de Técnico em **Administração**, no Eixo Tecnológico de **Gestão e Negócio**, à Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, sob orientação do Professor **Thiago Cruz**.

Examinadores:

Fabio Roque Amado

Fatima Peres Silva

Thiago Alves da Cruz

Fernandópolis
2019

DEDICATÓRIA

A nossa querida família que os apoiou na
passagem dessa etapa tão importante em
nossa vida.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos nossos pais, irmãos, amigos e professores, que contribuíram para a realização de nossos estudos e formação como seres humanos.

EPÍGRAFE

“Se existe um único segredo do sucesso,
ele está na capacidade de ver as coisas
do ponto de vista da outra pessoa”.

Henry Ford

RESUMO

Nos últimos anos, o contexto comercial da cidade de Fernandópolis não trouxe nova atratividade para seus moradores, o que fez com que o número de "turistas" da região que se mudasse para cá caísse gradualmente ao longo do tempo. A maioria ou quase todos os estabelecimentos cuja principal atividade é proporcionar relaxamento e lazer aos seus clientes têm quase o mesmo padrão de atividades, ou seja, não trazem algo inovador e diferente. O número de bares na filial "Snooker" é bastante pequeno na região, mas em troca atrai um grande número de pessoas para seus estabelecimentos através de seus jogos de mesa. O projeto SUNSET SNOOKER BAR tem como objetivo analisar a viabilidade de abertura desta empresa na cidade de Fernandópolis. Todos os pontos de mercado do município foram avaliados como localidade; público-alvo; concorrentes; área de cobertura e assim por diante, para que os dados e estimativas sejam o mais próximo possível da realidade. Se for bem-sucedido, nosso bar considerará tornar o Snooker um ambiente de lazer como qualquer outro, evitando o jogo e tornando-o um local familiar, onde todos poderão relaxar em paz. Será totalmente climatizado, organizado, rústico e confortável, oferecendo uma ampla variedade de comidas e bebidas no cardápio, shows ao vivo nos finais de semana e divertidos jogos de mesa.

Palavra Chave: descontração e lazer, snooker, jogos de mesa, contexto comercial.

ABSTRACT

In recent years, the commercial context of the city of Fernandópolis has not brought new attractiveness to its residents and this has caused the number of "tourists" from the region moving here will gradually fall over time. Most, or almost all, establishments whose main activity is to bring relaxation and leisure to their customers have almost the same pattern of activities, that is, do not bring something innovative and different. The number of bars in the "Snooker" branch is quite small in the region, but in return attracts a large number of people to their establishments through their table games. The SUNSET SNOOKER BAR project aims to analyze the feasibility of opening this company in the city of Fernandópolis. All market points of the municipality were evaluated as locality; target Audience; competitors; coverage area and so on so that data and estimates are as close as possible to reality. If successful, our bar will consider making snooker a leisure environment like any other, avoiding gambling and making it a familiar place where everyone can hang out in peace. It will be fully air-conditioned, organized, rustic and comfortable, offering a wide range of food and drinks on the menu, live weekend shows and fun table games.

Keyword: relaxation and leisure, snooker, table games, commercial context.

SUMÁRIO

1 - Histórico	14
1.1 – Missão	14
1.2 – Visão.....	15
1.3 - Valores	15
2 – Apresentação da empresa.....	17
2.1 – Dados da empresa.....	17
2.2 - Forma jurídica.....	17
2.3 - Enquadramento tributário	18
2.4 - Contrato social.....	18
2.5 – Organograma da empresa	19
2.6 – Canvas do modelo de negócio.....	19
3 – Serviços e Distribuição	20
3.1 – Fornecedores.....	21
3.1.1 – Prospecção de Fornecedores	21
3.1.2 – Política da Empresa com os Fornecedores.....	21
3.2 - Layout.....	22
3.3 - Capacidades de atendimento	22
3.4 - Manutenção.....	23
3.5.1 - Tipos de manutenção	23
3.5.2 - Política de Manutenção da Empresa	24
3.6 – Distribuição e Transporte	24
3.7 - Alianças Estratégicas.....	24
4 – Gestão de pessoas.....	26
4.1 - Planeamento de Recursos Humanos.....	26
4.2 – Descrições de Cargos e Salários	26
4.3 – Recrutamento	28
4.3.1- Recrutamento interno	28
4.3.2 – Recrutamento externo.....	28
4.4 – Seleção.....	29
4.5 – Admissão.....	29
4.5.2 – Exame médico admissional.....	29

4.6 – Integração.....	30
4.6.1 – Manual de integração Sunset Snooker Bar	30
4.6.2 – Nossa missão, visão e valores.....	30
4.6.3 – Gestão de talentos.....	31
4.6.4 – Recrutamento e seleção	31
4.6.5 – Apresentação pessoal.....	31
4.6.6 – Treinamento e desenvolvimento	31
4.6.7 – Admissão	32
4.6.8 – Vestimenta.....	32
4.6.9 – Remuneração	32
4.6.10 – Motivação e integração	32
4.6.11 – Registro de ponto.....	33
4.6.12 – Atraso	33
4.6.13 – Faltas.....	33
4.6.14 – Atestado.....	34
4.6.15 – Ausência legal.....	34
4.6.16 – Férias.....	34
4.6.17 – 13º Salário	34
4.6.18 – FGTS	35
4.7- Treinamento	35
4.7.1 - Operacional	35
4.7.2 - Técnico.....	35
4.8 - Benefícios.....	35
4.8.1 – Legais	36
4.8.2 – Espontâneos.....	36
4.9 – Remuneração	36
4.9.1 - Remuneração básica e complementar.....	37
4.9.2 - Folha de pagamento.....	37
4.9.3 - Pró-labore.....	37
4.10 - Avaliação de desempenho.....	38
4.11 - Segurança do trabalho.....	39
4.11.1. Mapa de Risco	39
4.11.2. NRs utilizada na empresa	39
4.12. Qualidade de vida	39
4.13. Desligamento.....	40
4.14. Outsourcing	40
5. Planejamento de Marketing.....	41

5.1. Briefing	41
5.2. Definição do público alvo	41
5.3. Comportamento do Consumidor	41
5.3.1. Fatores culturais	42
5.3.2. Fatores sociais.....	42
5.3.3. Fatores Pessoais	42
5.3.4. Fatores Psicológicos.....	43
5.4. O Composto de Marketing	43
5.5. Análise do ambiente - SWOT / BCG / CVP	44
5.6. Análise dos Concorrentes	47
5.7. Definição de Objetivos e Metas.....	49
5.8. Posicionamento de mercado.....	49
5.9. Definição de marca	50
5.9.1. Uniforme	50
5.9.2. Embalagens Manual de Identidade Visual	50
5.10. Endomarketing.....	51
5.10.1. Motivação	51
5.11. Plano de fidelização.....	51
5.12. Estratégias de Pós-Vendas & Garantias	52
5.13. Marketing Social e Verde	52
6. Planejamento financeiro	53
6.1. Investimentos fixos	53
6.2. Investimento financeiro	54
6.3. Investimentos pré-operacionais	54
6.4. Investimento total.....	55
6.5. Estimativa do faturamento	55
6.6. Custo da mercadoria vendida	56
6.7. Custos de comercializações	57
6.8. Custos com mão de obra	57
6.9. Custos com depreciação.....	58
6.10. Custos fixos mensais	58
6.11. Demonstração do resultado do exercício	59
6.12. Indicadores	59

INTRODUÇÃO

A sinuca é um jogo de mesa e tacos, que foi inventado no ano de 1875 na Grã-Bretanha. De uns tempos pra cá, o jogo foi se espalhando muito ao redor do mundo, principalmente pelos seus estabelecimentos onde a atração principal que desperta a curiosidade e o desejo do povo é o próprio bilhar. Devido ao grande sucesso que o jogo foi ganhando, ele acabou se tornando em alguns lugares um jogo de apostas, altamente disputados pelos jogadores e que envolviam uma grande quantia de dinheiro, e por fim, ele se tornou “proibido” em alguns lugares do mundo. Como a sinuca é um jogo muito divertido e que pode acabar prendendo a atenção do jogador por horas, ainda é praticado por milhões de pessoas, mas de forma legal, não envolvendo nenhum tipo de aposta, só a diversão e o lazer. Os “Snooker pub’s” vem tendo um grande destaque no comércio mundial atualmente, especialmente pelo seu ambiente interno muito bem agradável e diferenciado, que conforta as pessoas que os frequentam por inúmeros fatores como a música, os jogos, o tema, as comidas e a diversão que há nele. É comum encontrá-los nos grandes centros urbanos aqui do Brasil, como São Paulo, Campinas, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul, mas também estão espalhados pelo resto do país, inclusive na região do interior de São Paulo. Diante dos fatos analisados, chegamos a conclusão de que seria viável a abertura de um Snooker Bar na cidade de Fernandópolis, pois este negócio muito provavelmente dará uma alavancada no círculo comercial de Fernandópolis. Traremos aos nossos clientes momentos prazerosos e emocionantes, comidas, bebidas exóticas e de melhor qualidade, ambiente climatizado, rústico e aconchegante. Tudo isso visando em fazer com que os nossos clientes frequentem o nosso estabelecimento e se sintam em casa e fiquem a vontade para voltarem quando quiserem. Realizaremos parcerias com empresas da cidade ou região que irão fornecer os produtos necessários para o nosso Pub, como Dibral, Cofan e Império para o ramo de bebidas, Atacadão São José do Rio Preto e Amigão para a compra dos alimentos. Tentaremos ao máximo manter nossos estoques

abastecidos para que não falte produtos em nenhum momento, por isso temos fornecedores de “segundo plano” aqui cidade, caso algo de errado ou um prazo seja ultrapassado. A importância do Sunset Snooker Bar na cidade de Fernandópolis se dá pelo fato de ser uma empresa de um ramo bem diferente dos demais encontrados aqui na cidade e esse tipo de comércio tende a atrair pessoas de todos os lugares e assim aumentando o movimento de pessoas no município.

CAPÍTULO I

1. Histórico

A Sunset Snooker Bar não possui nenhum histórico pois ela ainda não foi introduzida no mercado, permanece por enquanto na fase de planejamento, onde está sendo avaliada em vários quesitos como viabilidade; comodidade; atratividade e possíveis expansões.

1.1. Missão

A missão é a afirmativa concisa do propósito fundamental da organização, o propósito de sua existência, pela qual foi criada. A missão é como o DNA da empresa, definindo a sua identidade e não costuma mudar ao longo do tempo.

A missão funciona como o propósito orientador para as atividades da organização e para aglutinar os esforços dos seus membros. Serve para clarificar e comunicar os objetivos da organização, seus valores básicos e a estratégia organizacional. (CHIAVENATO, 2005, p.63)

Pensando neste fato, o Sunset Snooker Bar estabeleceu sua missão como:

Proporcionar momento de descontração e lazer aos nossos clientes, por meio de um ambiente de diversão, mesas de bilhar, comidas e bebidas de qualidade.

1.2. Visão

A visão demonstra um estado futuro para a empresa, onde ela deseja chegar, o que quer alcançar. Divergente da missão, a visão é estabelecida para um período de tempo pré-determinado, entretanto a visão pode mudar ao longo do tempo, de acordo com o estado em que se encontra a organização.

Os grandes navegadores sempre sabem onde fica o norte. Sabem aonde querem ir e o que fazer para chegar a seu destino. Com as grandes empresas acontece a mesma coisa: elas têm visão. É isso que lhes permite administrar a continuidade e a mudança simultaneamente. (COLLINS e PORRAS, 1998)

Pensando neste fato, o Sunset Snooker Bar estabeleceu sua missão como:

Ser um dos snooker pub's mais bem aclamados da região e adorado pelos nossos clientes, sempre buscando o maior conforto e lazer do nosso público.

1.3. Valores

Uma vez definida a missão e a visão, precisamos definir os valores que são crenças e atitudes estabelecendo uma “ética” a organização como um todo.

Em uma organização os valores ‘dizem’ e os comportamentos ‘fazem’. Portanto, os valores organizacionais podem ser definidos como princípios que guiam a vida da organização, tendo um papel tanto de atender aos objetivos organizacionais quanto de atender às necessidades dos indivíduos. (BARRET, 2000)

Com a preocupação de ser uma empresa sólida e estável ao seu público e ao mercado, o Sunset Snooker Bar tem como seus principais valores:

- Ética e respeito ao nosso público;
- Transparência;
- Bom atendimento;
- Imparcialidade e Igualdade.

CAPÍTULO II

2. Apresentação da empresa

2.1. Dados da empresa

Neste campo, são inseridas todas as informações da empresa. Ao gerar os documentos como notas fiscais e boletos, eles serão enfim validados.

Segue abaixo os dados da nossa empresa:

CNPJ: 75.179.877/0001-90

Razão social: Sociedade Limitada

Nome fantasia: Sunset Snooker Bar

CNAE Principal: Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas

Inscrição municipal: 247124365-3 Natureza de operação: Tributação no município

Data de fundação: 01/08/2019 CEP: 15600-000

Endereço: Avenida dos Expedicionários Brasileiros Número: 245

Bairro: Jardim Santa Elena Cidade: Fernandópolis

Fone Comercial: 3484-7066 E-mail: sunsetsnooker@hotmail.com

2.2. Forma jurídica

A empresa Sunset Snooker Bar, terá como forma jurídica a sociedade limitada, no qual é composta por três sócios, onde todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

Entende-se por sociedade limitada, aquela formada por duas ou mais pessoas que se responsabilizam solidariamente de forma limitada ao valor de suas quotas pela integralização do capital social. (SEBRAE)

Conforme os dados do SEBRAE (2016), Sociedade Limitada é o tipo de sociedade mais comum no Brasil. Seu objetivo é regulamentar a abertura da

empresa definindo o investimento entre os sócios, como uma quantia para cada sócio definido em contrato.

2.3. Enquadramento tributário

O sucesso de uma empresa depende muito da boa escolha do regime tributário. Uma decisão mal tomada nessa parte do processo pode acabar gerando uma necessidade de pagamento de impostos inadequados, podendo comprometer muito a parte financeira do negócio, ou até mesmo com a receita federal. As empresas podem escolher um dentre três regimes, que são: Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real. É aconselhado que essa decisão seja tomada por um contador, pois ele tem uma certa experiência nessa área e com isso pode lhe fornecer as devidas instruções para saber qual o tipo de regime mais se adequa ao seu negócio.

É o conjunto de leis que regulamenta a forma de tributação da pessoa jurídica no que diz respeito ao imposto de renda (IRPJ) e a contribuição social sobre o lucro líquido (CSLL). A variação dá-se nas alíquotas de imposto e na base de cálculo, que pode ser a partir do lucro presumido ou do lucro real. (Dicionário Financeiro)

2.4. Contrato social

Ele é um documento onde é especificado as regras e condições que a empresa deverá seguir e também onde estão os direitos e obrigações para cada um dos proprietários

Costuma-se dizer que um contrato social é para uma pessoa jurídica o mesmo que uma certidão de nascimento é para uma pessoa física. (Anderson Feitosa, 2018)

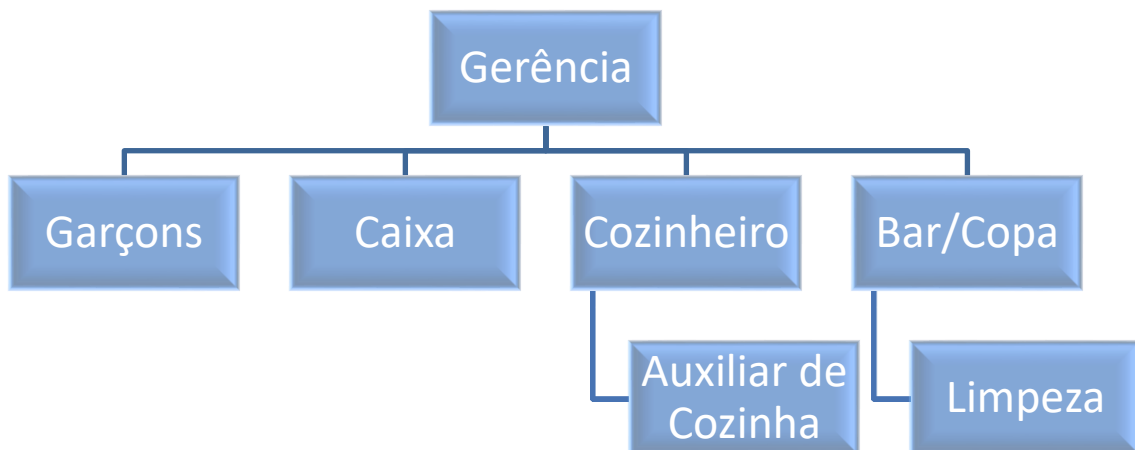
2.5. Organograma da empresa

O organograma é a estrutura que representa os níveis hierárquicos de uma organização e objetiva a clareza aos funcionários em saber em que área atua, e seu superior direto

Conforme Cury (2000), para representar a estrutura organizacional, deve ser utilizado o gráfico universal denominado organograma, que é conceituado como representação gráfica e abreviada da estrutura da organização

Entretanto, segue nosso organograma:

Figura 1



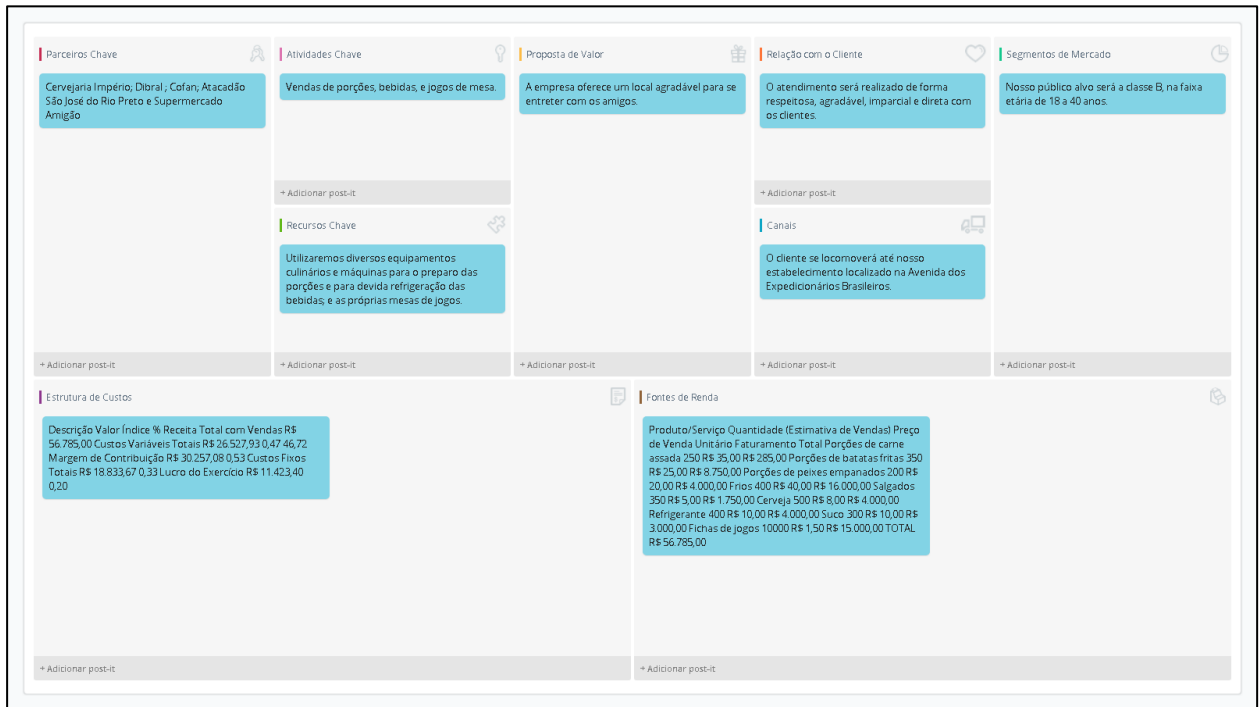
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

2.6. Canvas do modelo de negócio

O Business Model Canvas, mais conhecido como Canvas, é uma ferramenta de planejamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes.

Segue nosso Canvas:

Figura 2



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

CAPÍTULO III

3. Serviços e Distribuição

Um serviço é um produto da atividade humana que satisfaz a uma necessidade, portanto a empresa Sunset Snooker Bar disponibilizará um local agradável para se divertir com os amigos, onde será realizada a venda de bebidas, porções e fichas de jogos mesa.

3.1. Fornecedores

Para alcançar o topo de vendas no ramo em que atuamos, realizaremos parcerias com empresas próximas para fornecer os produtos necessários para nosso estabelecimento como a Dibral, Cofan e Império para a distribuição de bebidas, e o Atacadão São José do Rio Preto e Amigão Supermercado para a compra de alimentos.

3.1.1. Prospecção de Fornecedores

Entraremos em contato com nossos fornecedores por meio do E-mail e do WhatsApp, para tratar assuntos relacionados a qualidade, entrega e logística dos produtos.

3.1.2. Política da Empresa com os Fornecedores

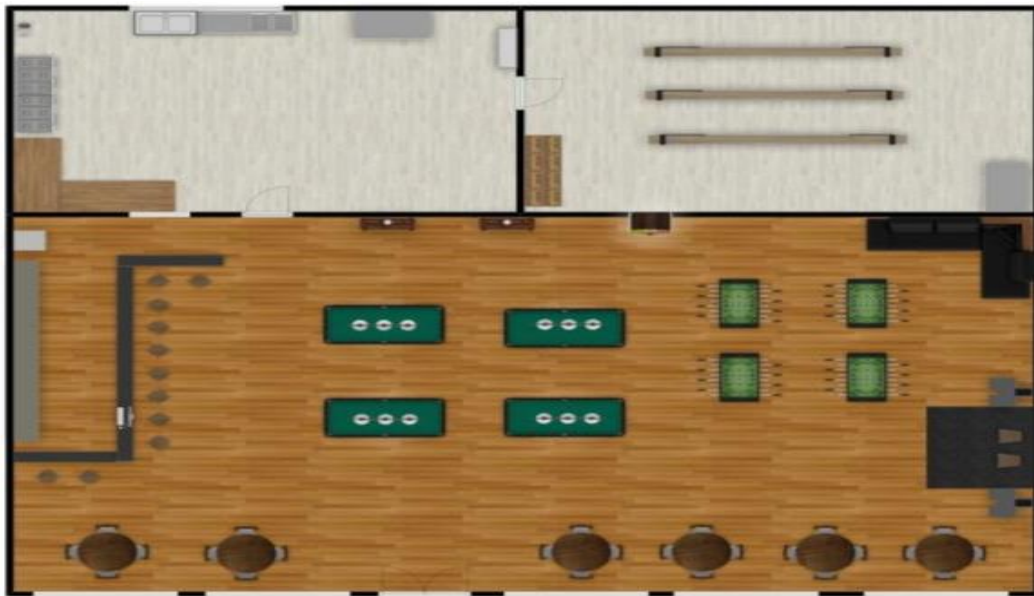
Para manter uma boa relação com seus fornecedores, devemos realizar uma pesquisa de mercado para fazer parcerias pertinentes, visando qualidade, prazo de entrega, logística, preço. Entretanto boas parcerias deve resultar na redução dos impactos negativos em processos e produtos, ausência ou redução de falhas, estabelecimento de metas mais ousadas para avanço da empresa e, maior segurança para cumprir prazos com os clientes.

3.2. Layout

O layout é um dos pontos mais importantes na organização de uma empresa, é a peça essencial para que tudo flua bem sem grandes problemas organizacionais e além disso, trás resultados surpreendentes na redução nos custos de operação, no aumento da produtividade e da eficiência.

Segue abaixo o layout da nossa empresa:

Figura 3



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

3.3. Capacidades de atendimento

A boa recepção dos clientes é um dos fatores mais importantes da empresa, responsável por fazer com que as pessoas se sintam a vontade e voltem a frequentar o ambiente. O Sunset Snooker Bar terá isso como uma de suas prioridades e de início, poderá atender 50 pessoas por dia, conforme o negócio for crescendo, esse número pode chegar ate 150 pessoas.

“Quando o atendimento é bom, e proporciona à satisfação do cliente, a organização está assim trilhando seu sucesso e garantindo um futuro promissor” (Idelma Lacerda)

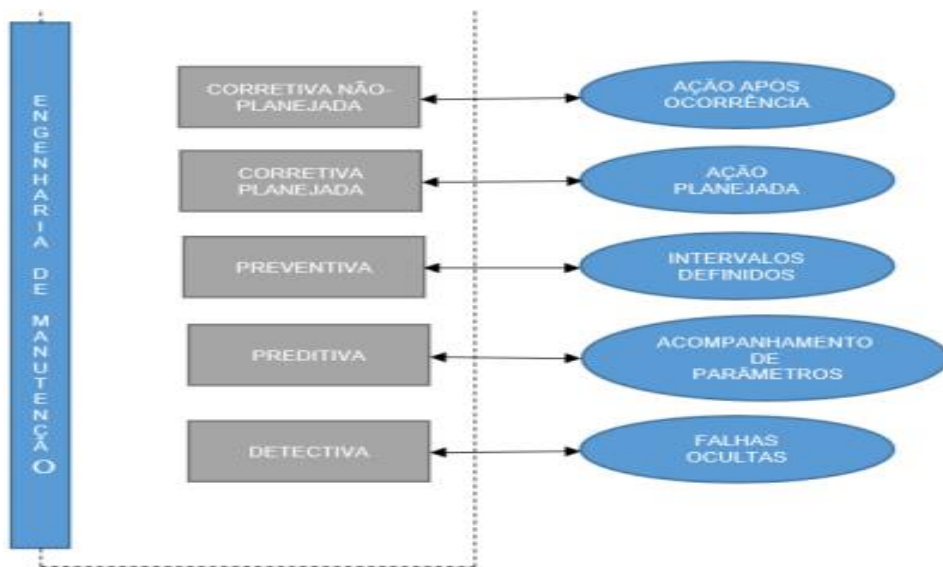
3.4. Manutenção

Segundo Monchy (1987), a manutenção dos equipamentos de produção é um elemento chave tanto para a produtividade das empresas quanto para a qualidade dos produtos. É um desafio industrial que implica rediscutir as estruturas atuais inertes e promover métodos adaptados à nova natureza dos materiais.

De acordo com a citação acima, vamos revisar nossos equipamentos mensalmente, portanto utilizaremos a nossa manutenção preventiva para evitar o mal funcionamento das máquinas da nossa empresa, e para não haver paralisações no ambiente colaborativo.

3.4.1. Tipos de manutenção

Figura 4



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

3.4.2. Política de Manutenção da Empresa

Pode se dizer que é de suma importância a manutenção dentro da sua empresa, para garantir confiabilidade e segurança nos equipamentos, portanto melhorando nossa qualidade e evitando desperdícios.

Auxiliando no atendimento de produção, tendo a confiabilidade e a disponibilidade dos equipamentos, estabelecer recursos disponíveis com qualidade, pensando sempre na melhor qualidade e satisfação.

3.5. Distribuição e Transporte

O objetivo principal da gestão logística de distribuição e transporte é disponibilizar a quantidade de mercadorias certas, no prazo determinado e em boas condições, visando ter um estoque sustentável.

Logística é o processo de gerenciamento estratégico da compra, do transporte e da armazenagem de matérias primas, partes e produtos acabados (além dos fluxos de informação relacionados) por parte da organização e de seus canais de marketing, de tal modo que a lucratividade atual e futura sejam maximizadas mediante a entrega de encomendas com o menor custo associado. (CHRISTOPHER, 2007, p. 3).

Portanto nossa distribuição será feita por fornecedores confiáveis, onde grandes partes das matérias primas viram da própria cidade em que residimos, e algumas de São José do Rio Preto por meio do transporte rodoviário.

3.6. Alianças Estratégicas

São pontos de vistas organizacionais, que destacam aquisições, fusões, alianças complementares, que são criadas entre as firmas que concordam usar suas experiências e capacidades em estágios diferentes da cadeia de valor, para criar valor para ambas as firmas. Entretanto nosso método é o horizontal que envolve parcerias estratégicas e Joint Ventures, e nossos fornecedores são Dibral, Cofan e

Império para a distribuição de bebidas, e o Atacadão São Jose do Rio Preto e Amigão supermercado para compra de alimentos.

Kotler (2000, p. 103), comenta que: “as empresas estão descobrindo que precisam de parceiros estratégicos se quiserem ser efetivar [...] as novas tecnologias vêm exigindo padrões globais e levando a alianças globais...”. As organizações precisam de criatividade para encontrar parceiros que possam complementar suas forças e compensar suas fraquezas.

CAPÍTULO IV

4. Gestão de pessoas

Gestão de pessoas é a habilidade de trabalhar bem com o outro, é preciso habilidade e comprometimento para garantir que esse gerenciamento funcione e que as boas relações não se percam no meio do caminho.

“Os objetivos da gestão de pessoas possam ser alcançados, é necessário que as pessoas sejam tratadas como elemento básico para a eficácia organizacional.” (CHIAVENATO, 2008, p. 11).

4.1. Planejamento de Recursos Humanos

Tem como missões fazer com que a empresa e seus colaboradores alcancem seus objetivos e tenham uma boa relação trabalhista.

O nosso RH irá realizar processos de análise para encontrar melhores ações para serem colocadas em prática para que todas as demandas de trabalho sejam cumpridas e com isso mantendo o alinhamento da equipe com os objetivos da empresa.

O planejamento estratégico é conjunto de informações, que serve como referência e para o planejamento de ações organizacionais. Pode ser considerado como orientador para os membros de uma determinada organização. (Sandra Santis, 2009)

4.2. Descrições de Cargos e Salários

Título do Cargo: Serviços Gerais	
Descrição:	- Cuidar da limpeza do ambiente interno da empresa
Condições Gerais do exercício:	- Trabalhar na empresa, diariamente,

	por jornada diária.
Remuneração:	- Salário de R\$1.160,00.
Carga Horária:	- 8 horas diárias; 40 horas semanais.
Local de Trabalho:	- Estabelecimento Sunset Snooker Bar.

Título do Cargo: Garçon	
Descrição:	- Entregar os pedidos de forma adequada nas mesas determinadas.
Condições Gerais do exercício:	- Trabalhar na empresa, diariamente, por jornada diária.
Remuneração:	- Salário de R\$1.200,00
Carga Horária:	- 8 horas diárias; 40 horas semanais.
Local de Trabalho:	- Estabelecimento Sunset Snooker Bar.

Título do Cargo: Recepcionista de caixa	
Descrição:	- Recepcionar os clientes de forma adequada e agradável. - Registrar mercadorias em um ponto de venda e receber o pagamento do cliente.
Condições Gerais do exercício:	- Trabalhar na empresa, diariamente, por jornada diária.
Remuneração:	- Salário de R\$1.100,00.
Carga Horária:	- 8 horas diárias; 40 horas semanais.
Local de Trabalho:	- Estabelecimento Sunset Snooker Bar.

Título do Cargo: Cozinheiros	
Descrição:	- Preparo de porções e refeições. - Liderança dentre os demais funcionários.

Condições Gerais do exercício:	- Trabalhar na empresa, diariamente, por jornada diária.
Remuneração:	- Salário de R\$1.250,00.
Carga Horária:	- 8 horas diárias; 40 horas semanais.
Local de Trabalho:	- Estabelecimento Sunset Snooker Bar.

4.3. Recrutamento

Recrutamento é uma rede de informações que visa atrair candidatos qualificados, que serão selecionados futuros funcionários da empresa. A missão do recrutamento é suprir a necessidade de pessoas qualificadas para cada cargo da organização.

Há tempos atrás, ao se falar em recursos humanos, associava-se a ideia de folha de pagamento de funcionários de uma empresa; hoje, o recrutamento e seleção de profissionais capacitados é parte integrante das funções deste setor. (ROSA, 2004).

4.3.1. Recrutamento interno

É basicamente o aproveitamento dos colaboradores internos da empresa e também para a retenção ou motivação desses funcionários. É muito utilizada pelas empresas pois os funcionários estão mais integrados com a empresa e é mais econômico para a organização.

4.3.2. Recrutamento externo

Este tipo de recrutamento é feito quando se esgotam os recursos humanos da empresa, é o preenchimento de uma vaga através de uma pessoa fora da empresa. Nós utilizaremos este método de recrutamento, pois há um leque maior de opções e poderemos fazer uma seleção mais exigente.

4.4. Seleção

Diante da alta competitividade do mercado de recursos humanos selecionar pessoas torna-se fundamental, uma vez que são elas que proporcionam produtividade, qualidade e competitividade para as organizações.

A seleção é a escolha dos candidatos mais adequada para organização, dentre os candidatos recrutados, por meio de vários instrumentos de análise avaliação e comparação de dados. (França e Arellano, 2002)

Portanto nossa seleção será realizada através da análise de currículo, entrevista de emprego e postura comportamental.

4.5. Admissão

A admissão acontece quando há necessidade de contratação de um profissional para uma função determinada, sendo assim um contrato de adesão pelo qual o empregado, adere aos direitos previstos nas normas jurídicas da empresa em que esta inserida. Portanto toda admissão realizada pelo Sunset Snooker Bar, avaliaremos o contratado especialmente no período de experiência.

A vantagem para a empresa desse período de experiência é que, caso o empregado não seja aprovado no prazo previsto, a incidência de encargos sociais seja menor. Não caberá pagamento de aviso prévio, nem férias proporcionais ou décimo terceiro proporcional. (LACOMBE, 2005, p.95).

4.5.1. Exame médico admissional

O Exame Admissional é um exame médico singelo, porém obrigatório, requerido por empresas antes de consolidar a contratação de um empregado com carteira anotada, com objetivo de analisar se o futuro contratado está salubre para função determinada. Portanto contaremos com a empresa MSO.

4.6. Integração

A integração na empresa é essencial para o funcionário que foi recentemente contratado, para que ele seja bem sucedido na sua função. Deixá-lo bem integrado na área onde vai desempenhar, com a equipe que vai trabalhar fortalece os laços deste funcionário com a empresa.

A integração tem como finalidade reforçar, com os funcionários, a importância de trabalhar em equipe e somar as forças existentes para conquistar resultados satisfatórios e o crescimento da organização. (Kenoby, 2018)

4.6.1. Manual de integração Sunset Snooker Bar

O Manual de Integração é um documento que facilita muito no processo de integração do novo funcionário na empresa. Fornece informações que ajudam o colaborador a se integrar no ambiente e o grupo que pessoas com quem vai trabalhar. Nele se encontram informações como as políticas da empresa, objetivos gerais, estrutura, funcionamento, áreas estratégicas de atuação.

O manual deve ser entregue ao funcionário no dia de início de suas atividades na empresa ou após a assinatura do contrato, de forma com que o funcionário tenha o conhecimento dessas informações relacionadas a empresa de imediato.

4.6.2. Nossa missão, visão e valores

Missão: Proporcionar momento de descontração e lazer aos nossos clientes, por meio de um ambiente de diversão, mesas de bilhar, comidas e bebidas de qualidade.

Visão: Ser um dos snooker pub's mais bem aclamados da região e adorados pelos nossos clientes, sempre buscando o maior conforto e lazer do nosso público.

Valores:

- Ética e respeito ao nosso público;
- Transparência;
- Bom atendimento;
- Imparcialidade e Igualdade.

4.6.3. Gestão de talentos

Atende a necessidade de reter equipes de alto desempenho e identificar os grandes talentos que se encontram dentro da instituição, ou seja, é uma estratégia que consiste em contratar, treinar, reter os funcionários com o melhor desempenho.

4.6.4. Recrutamento e seleção

Esse processo visa atrair candidatos qualificados que possam suprir as necessidades da empresa. É ideal que essas pessoas tenham o mínimo dos requisitos exigidos pela instituição.

4.6.5. Apresentação pessoal

A imagem da empresa é refletida pelo colaborador de forma imediata. É essencial que o funcionário a preserve, usando uma vestimenta adequada no ambiente de trabalho, mantendo o uniforme limpo e em bom estado, cuidando da sua aparência e higiene pessoal.

4.6.6. Treinamento e desenvolvimento

Tem o objetivo de criar ou melhorar as competências pessoais e profissionais dos funcionários. Isto é essencial devido ao fato de que a mudança do nosso mundo atual vem surgindo numa velocidade muito grande, e para que a nossa empresa se mantenha no mercado é preciso que os funcionários estejam em nível de se manter em atividade em meio a esse grande número de avanços.

Portanto, nossa instituição sempre buscará ter iniciativa, criatividade, proatividade, mudança de hábitos, visando melhorar a qualidade em nosso serviço. A empresa incentiva os funcionários para que eles cresçam tanto pessoalmente, quanto profissionalmente.

4.6.7. Admissão

O colaborador será instantaneamente registrado na forma de Lei Trabalhista. Ele terá um período de experiência de 90 dias.

4.6.8. Vestimenta

O uniforme será oferecido gratuitamente pela empresa e deverá ser usado corretamente durante o período de serviço.

4.6.9. Remuneração

O pagamento do salário será depositado na conta bancária do colaborador até o quinto dia útil de cada mês.

4.6.10. Motivação e integração

Iremos oferecer aos nossos colaboradores benefícios consequente de legislações congruentes, são eles:

- Bolsa de estudos
- Planos de saúde
- Comemoração de final de ano
- Valorização
- Aniversário da empresa
- Eventos familiares

4.6.11. Registro de ponto

Registro de ponto é o que comprova a sua presença e pontualidade no local de trabalho e na nossa empresa será registrado da seguinte maneira:

- 1º Registro – início das operações
- 2º Registro – saída para o almoço
- 3º Registro – volta do almoço
- 4º Registro – término das operações

4.6.12. Atraso

O parágrafo 1º do artigo 58 da CLT, incluído pela Lei nº 10.243/2001, estabelece que não seja descontadas nem computadas como jornada extraordinária as variações de horário no registro de ponto não excedentes de 5 (cinco) minutos, observado o limite máximo de 10 (dez) minutos diários.

Qualquer atraso excedente que ultrapasse este limite estipulado pela lei da CLT será descontado na folha de pagamento do colaborador.

4.6.13. Faltas

A falta que não for justificada do colaborador ao serviço acarreta no desconto do dia de trabalho de acordo com a sua remuneração. Perde-se também a remuneração do dia de repouso quando não for cumprida, integralmente, a jornada de trabalho semanal, e caso haja feriado, não poderá ser usufruído o descanso no respectivo dia. As faltas que não são justificadas causam reflexos nos dias de férias, atendendo limites legais. São eles:

Faltas no ano	Dias de Férias
De 1 a 5 faltas	30 dias
De 6 a 14 faltas	24 dias
De 15 a 23 faltas	18 dias
De 24 a 32 faltas	12 dias
Acima de 33 faltas	Sem férias

4.6.14. Atestado

As faltas que forem provocadas por problemas de saúde deverão ser comprovadas com atestado. Eles deverão ser entregues ao Departamento de Recursos Humanos com o prazo de 48 horas após seu recebimento.

4.6.15. Ausência legal

- Luto – 7 dias quando houver morte de cônjuge ou de familiares (pai, mãe, filhos, irmão ou pessoa que vive sobre dependência financeira)
- Licença maternidade – 120 dias com estabilidade de 5 meses após o parto
- Licença paternidade – 5 dias a partir do nascimento
- Casamento – 5 dias consecutivo
- Doação de sangue – 1 dia por ano
- Acompanhamento em consulta médica dos filhos – 1 dia por ano

4.6.16. Férias

Após 12 meses de trabalho, o colaborador tem direito a 30 dias de férias que serão concedidas nos próximos meses após o período aquisitivo.

4.6.17. 13º Salário

Foi implementado no Brasil no ano de 1962, através da Lei 4090/62. O 13º salário garante que todo colaborador com carteira assinada tem o direito a esse benefício. O valor é equivalente ao salário de um mês de trabalho e seu pagamento é feito no mês de Dezembro.

4.6.18. FGTS

A empresa faz o depósito mensal de um valor que é equivalente a 8% do salário mensal do colaborador em uma conta que está vinculada com a Caixa Econômica Federal. Os valores pertencem aos trabalhadores que, em algumas situações, poder dispor deste valor.

4.7. Treinamento

Com os avanços do mundo na era tecnológica, devemos cada vez nos capacitar e crescer profissionalmente para atender o mercado de trabalho. Portanto, visando o desenvolvimento da nossa organização, o Sunset Snooker Bar oferecerá aos seus colaboradores cursos de aprimoramento profissional, e descontos consideráveis em graduações e pós-graduações.

4.7.1. Operacional

O treinamento operacional é de grande importância para a empresa, e objetiva tornar as tarefas cotidianas mais eficientes e bem executadas. Sendo assim contaremos com os cursos: NR6 – Uso do EPI, Ambientalização, Integração.

4.7.2. Técnico

O treinamento técnico visa desenvolver competências específicas do colaborador, aumentar a produtividade, processos mais eficientes e diminuir riscos. Entretanto ofereceremos treinamento técnico como: Curso de Atendimento, Culinária, entre outros.

4.8. Benefícios

Para manter um bom clima organizacional e o contentamento dos nossos profissionais, todos contam com uma série de benefícios oferecidos pela empresa. Estes benefícios são divididos entre “Legais” e “Espontâneos”.

4.8.1. Legais

Os benefícios legais são aqueles constituídos na legislação e que devem obrigatoriamente garantidos aos funcionários. Portanto temos:

FGTS: Determina que o empregador deva realizar um depósito mensalmente de uma quantia correspondente a 8% da remuneração do trabalhador em uma conta bancária vinculada à Caixa Econômica Federal. Porém existem algumas condições para o saque desse benefício.

Vale – Transporte: Define que o empregador deve custear as despesas de transporte da residência do funcionário para sua área de trabalho e vice-versa. Entretanto será descontado do empregado a parcela equivalente a 6% de sua remuneração referente aos gastos com o transporte.

13° Salário: Esse direito é garantido a todo funcionário que esteja devidamente registrado, e determina que receba um salário a mais anualmente. Ou seja, ao trabalhar 12 meses no ano, tem o direito de receber o 13° integral (completo), portanto se o mesmo trabalhar um número inferior a três meses receberá proporcional ao tempo de serviço no ano.

Férias: Determina que todo colaborador tem direito a 30 dias de férias a cada 12 meses de trabalho. Além disso, deverá ser realizado o pagamento das férias com o adicional de 1/3 do salário dois dias antes do início do período.

4.8.2. Espontâneos

Os benefícios espontâneos são aqueles em que a empresa não tem obrigação de conceder a seu colaborador, e oferece por conta própria. Sendo assim oferecemos bolsas de estudo para os colaboradores que querem se especializar na área em que atua, e plano de saúde.

4.9. Remuneração

O pagamento mensal será depositado em conta bancário até o quinto dia útil de cada mês.

4.9.1. Remuneração básica e complementar

A remuneração básica será composta pelo salário proposto, e terá como complementar o ticket de alimentação.

4.9.2. Folha de pagamento

Tabela 1

Função	Nº de Funcionários	Salário Mensal	FGTS	FGTS 13º	1/3 Férias	13º	Multa	TOTAL UNIT.	TOTAL GERAL
Garçons	2	R\$ 1.200,00	R\$ 96,00	R\$ 8,00	R\$ 33,33	R\$ 100,00	R\$ 41,60	R\$ 1.478,93	R\$ 2.957,87
Recepcionista	1	R\$ 1.100,00	R\$ 88,00	R\$ 7,33	R\$ 30,56	R\$ 91,67	R\$ 38,13	R\$ 1.355,69	R\$ 1.355,69
Cozinheiros	2	R\$ 1.250,00	R\$ 100,00	R\$ 8,33	R\$ 34,72	R\$ 104,17	R\$ 43,33	R\$ 1.540,56	R\$ 3.081,11
Faxineiro	2	R\$ 1.160,00	R\$ 92,80	R\$ 7,73	R\$ 32,22	R\$ 96,67	R\$ 40,21	R\$ 1.429,64	R\$ 2.859,27
TOTAL DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA									R\$ 10.253,94

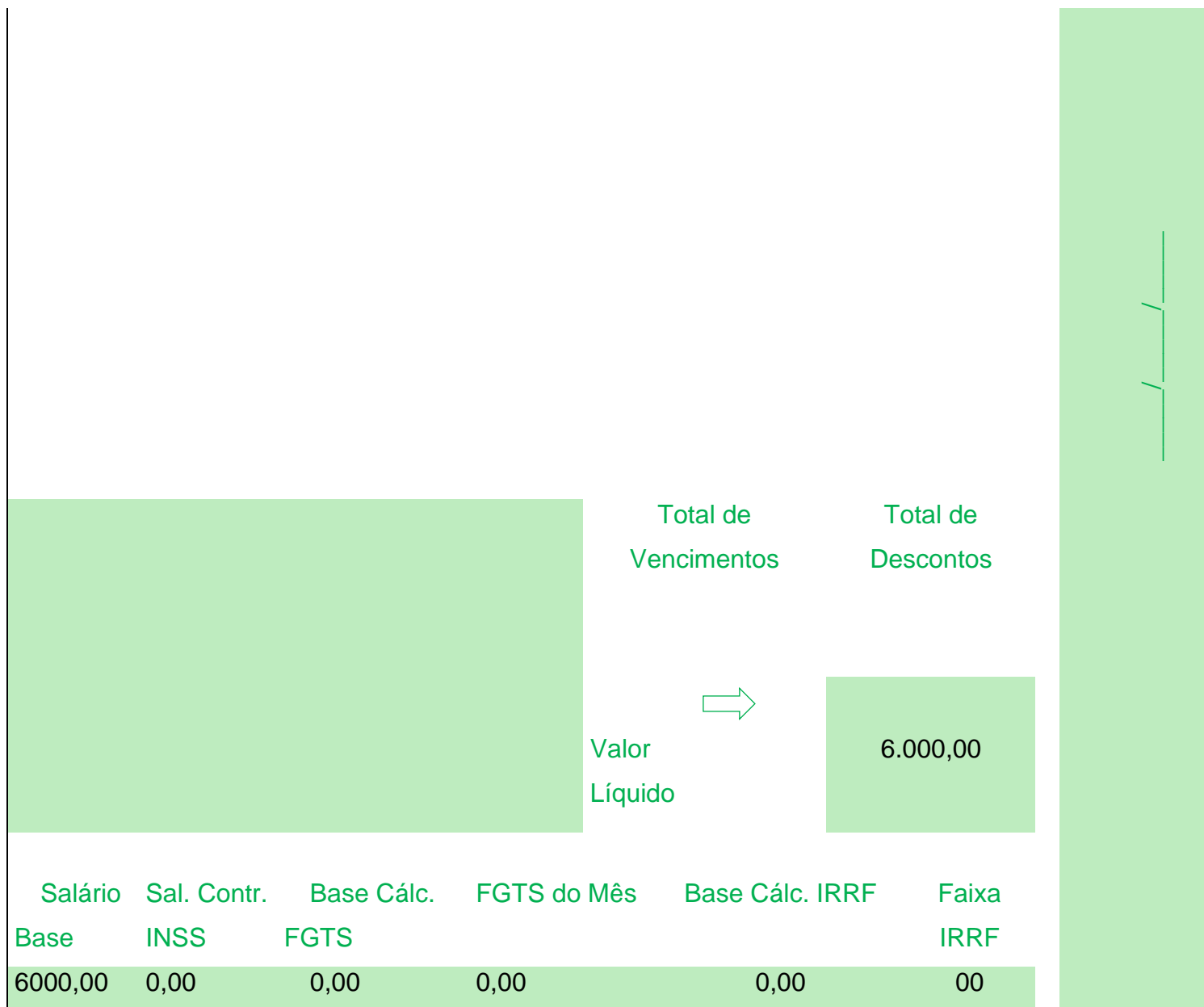
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

4.9.3. Pró-labore

Figura 5

Código		Nome do Funcionário	CBO	Emp. Local	Depto.	Setor	Seção	Fl.
025		MIKAEL CAZAROTO	5153-25	- Sócio				
Cód.	Descrição	Referência	Vencimentos	Descontos				
101	PRÓ LABORE	30d						

DECLARO TER RECEBIDO A IMPOTANCIA LIQUIDA
 DISCRIMINADA NESTE RECIBO



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

4.10. Avaliação de desempenho

Há um mecanismo que busca conhecer e medir o desempenho dos nossos funcionários na empresa, estabelecendo uma comparação entre o desempenho esperado e o apresentado por esse trabalhador.

Através disso, podemos identificar os fatores influenciados, que insatisfazem nossos trabalhadores em relação ao ambiente corporativo.

Sabemos que temos bons empregados dentro de nossa empresa, pois são capacitados para seu devido lugar específico, sempre com disposição de aprender mais.

4.11. Segurança do trabalho

O conjunto de situações adotadas para minimizar os acidentes de trabalho e as doenças ocupacionais, objetivando proteger a integridade e a capacidade do funcionário.

4.11.1. Mapa de Risco

Uma representação gráfica que mostra os riscos aos quais os trabalhadores são expostos. Um dos objetivos do mapa de risco é reunir as informações necessárias para estabelecer o diagnóstico da saúde do trabalhador na empresa, bem como difundir a cultura de prevenção entre os empregadores.

4.11.2. NRs utilizada na empresa

São as normas regulamentadoras que tem orientações trabalhistas sobre procedimentos obrigatórios relacionados à saúde e à segurança do nosso empregado. Ao todo são 36 Normas que as empresas devem seguir para atuar dentro da legislação. Cada uma segue seu próprio parâmetro, para que não venha acontecer acidentes, ou até mesmo doenças nos nossos trabalhadores.

4.12. Qualidade de vida

Sabemos que a qualidade de vida dos nossos funcionários afeta diretamente na produtividade e rentabilidade da empresa, e pensando nisso que investimos no bem-estar dos nossos colaboradores. Portanto procuramos sempre incentiva-los promovendo eventos da empresa como o futebol, a participação de lucros e uma boa gestão de pessoas.

4.13. Desligamento

Cabe ao RH este processo, que conduzirá uma entrevista com o funcionário e deverá ser imparcial, deixando-o a vontade para fazer as suas posições perante a situação. Além disso, esta é a hora de fornecer um feedback para ele que é um ex-funcionário agora, explicando as razões pela qual ele foi desligado.

4.14. Outsourcing

Nossa empresa não utilizará desse processo de terceirização.

CAPÍTULO V

5. Planejamento de Marketing

5.1. Briefing

O Sunset Snooker Bar se baseia em um bar de temática americana, onde se tem um local agradável e climatizado, com variedades de jogos de mesa, porções e bebidas em geral.

5.2. Definição do público alvo

A definição do público alvo é um fatos muito importante na abertura de uma empresa, é responsável por dar um norte ao negócio e definir qual tipo de pessoa ele vai atender e direcionar as suas atividades. Segue abaixo o público alvo da empresa Sunset Snooker Bar:

Homens e mulheres que moram em Fernandópolis e região, com a faixa etária de 18 à 40 anos de idade, da classe B ou C, normalmente que tenha família pequena ou que more sozinho. Estão inseridas no mercado de trabalho e/ou estudantes.

Afinal, estudar o público-alvo representa entender as suas características, hábitos e interesses para entregar a ele a mensagem mais efetiva possível para despertar a sua atenção e conduzi-lo a uma venda. (Hugo Rocha, 2019)

5.3. Comportamento do Consumidor

O comportamento do consumidor é o porquê de um cliente querer ou não comprar um determinado produto em meu ou em outro estabelecimento, de como o fazer adquirir e utiliza-lo. Entretanto tentar compreender o processo de tomada de decisão do meu cliente, tanto dele sozinho como em família ou com amigos.

Entender o comportamento do consumidor é entender como as pessoas pesquisam e consomem produtos e serviços. É

entender quais são os fatores que pesam na hora de escolher uma marca. (Daniela Shermann, 2018)

5.3.1. Fatores culturais

Os fatores culturais é um processo de sociabilização com a família com amigos da empresa, entre outros aspectos, por isso, uma determinada sociedade pressiona o indivíduo consciente ou inconscientemente a comportar-se de uma maneira relativamente ideal.

As classes sociais são divisões da sociedade que compartilham valores, interesses e comportamentos, com base em renda, riqueza, profissão, nível de instrução, tipo e localização de moradia. (HONORATO, 2004, p.128)

5.3.2. Fatores sociais

Os fatores sociais é uma divisão de status social, se uma pessoa tem ou não dinheiro, posses, estilos de vida que influenciam principalmente no tipo e na forma de consumo. Por tanto envolvem os grupos de referência, a família, os papéis e a posição social.

5.3.3. Fatores Pessoais

Os fatores pessoais pode se disser que nesse fator o estágio do ciclo de vida, a ocupação, as condições econômicas, o estilo de vida, a personalidade e o auto conceito muda. Por tanto a cada fase da vida, os desejos e necessidades são modificados. Jovens, recém-casados, casal com filhos, sem filhos; cada uma dessas fases exige produtos diferentes e com isso, o hábito de consumo muda. Entretanto temos que se adequar em cada ciclo, para termos quase todas as faixas etárias na nossa empresa.

5.3.4. Fatores Psicológicos

Os fatores psicológicos tem a motivação, a percepção, a aprendizagem, as crenças e as atitudes como elementos influenciados a decisão de compra. A motivação baseia-se em um estado intrínseco, interno que a leva a um comportamento direcionado por um objetivo. São os impulsos, anseios ou desejos que iniciam a sequência de eventos que a levam a uma ação.

O conhecimento do consumidor também é fator condicionante no processo decisório. A medida que o conhecimento aumenta, o consumidor passa a fazer distinções mais apuradas entre as marcas.

5.4. O Composto de Marketing

Produto

- Comidas;
- Bebidas;
- Jogos de mesa;

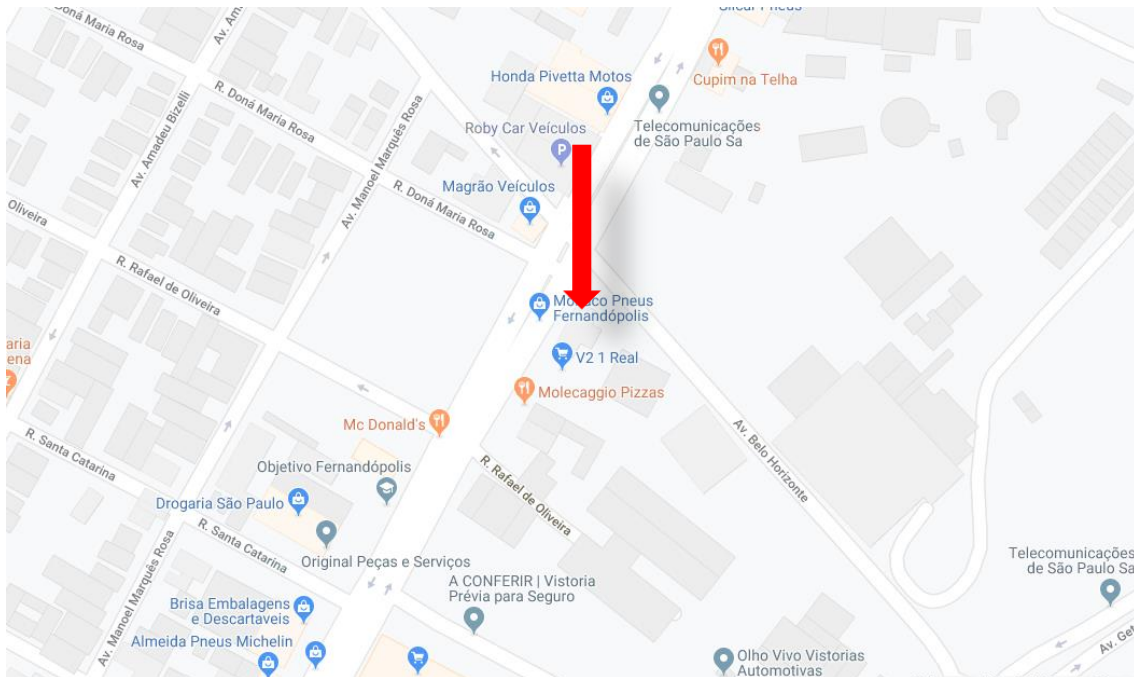
Preço

- Bebidas R\$4,00 à R\$15,00;
- Porções R\$15,00 à R\$35,00;
- Fixas para jogos R\$2,00;

Praça

Localizado na Avenida dos Expedicionários Brasileiros, nº:212, em Fernandópolis.

Figura 6



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Promoção

Através de status do Whatsapp, do Facebook, de Instagram, mando fotos para amigos conhecidos, através do nosso aplicativo.

5.5. Análise do ambiente - SWOT / BCG / CVP

Matrizes – Análise SWOT

Forças: Ambiente diferenciado e atrativo, único do tipo “Snooker” na cidade, tema rústico.

Fraquezas: Ambiente um pouco apertado, sem capacidade de atender muitas pessoas.

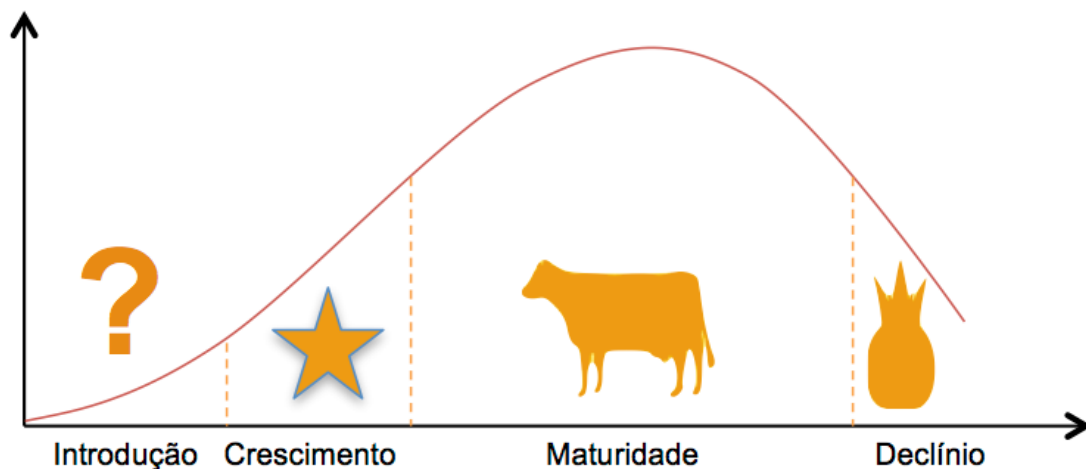
Oportunidades: Conseguir atrair os clientes das outras empresas através do diferencial que são os jogos de mesa e shows nos finais de semana, conseguir abranger a nossa empresa pela região.

Ameaças: Os demais concorrentes da cidade como o Serv Festas Universitário, que já tem um grande nome na cidade.

CVP e BCG

O modelo de ciclo de vida do produto (CVP) é a linha de produção de um produto, é representado através de suas fases de vendas: introdução, crescimento, maturidade e declínio. Ele também é altamente utilizado para a avaliação de uma forma de produto. Portanto, nossa empresa se encontra na introdução, pois está se iniciando, não tem uma grande rentabilidade e ainda está em estado de aceitação do público.


Figura 7



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

A matriz BCG se baseia em dois eixos caracterizados por crescimento do mercado (alta e baixa) e participação relativa de mercado (alta e baixa), obtendo quatro eixos: Em questionamento (introdução), Estrela (crescimento), Vaca Leiteira (maturidade) e Abacaxi (declínio). Entretanto, nossa empresa se encontra no questionamento por ter baixa participação de mercado e alto crescimento de mercado.

Figura 8

		Participação relativa de mercado	
		Alta	Baixa
Crescimento do mercado	Alta	 Estrela	 Questionamento
	Baixa	 Vaca leiteira	 Abacaxi

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

5.6. Análise dos Concorrentes

Tabela 2

	Qualidade	Preço	Condições De Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços Aos Clientes	Garantias oferecidas
Empresa: Snooker bar	Local climatizado, com jogos para jogar entre amigos.	Bebidas R\$4,00 à R\$15,00 Porções R\$15,00 à R\$45,00 Fichas para jogos R\$2,00	<ul style="list-style-type: none"> • Á vista • Cartão de crédito • Promoções semanais 	Entrada principal de Fernandópolis	Ótimo	Porções, bebidas e mesas de Jogos	<ul style="list-style-type: none"> • Segurança • Monitoramento por câmera
Serv festa Universitário	Local agradável e aconchegante.	Bebidas R\$5,00 à R\$25,00 Porções R\$20,00 à R\$35,00	A vista, no cartão credito e debito	Residencial Universitário	Bom	Porções e bebidas	Não tem

Boteco dos amigos	Local bem ventilado, com música ao vivo.	Bebidas R\$5,00 à R\$20,00 Porções R\$20,00 à R\$35,00	A vista, no cartão credito e debito	Av. Líbero de Almeida	Bom	Porções e bebidas	Não tem
<p>Conclusões: Nossa empresa tem a capacidade de competir com as outras empresas, fará com que os clientes passem a frequentá-la pelo nosso diferencial que são as mesas de bilhar e será um ambiente bem espaçoso e confortável onde todos se sentirão a vontade.</p>							

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

5.7. Definição de Objetivos e Metas

Objetivos

Encontrar oportunidade de crescer, conseguir fazer nosso público aumentar, fazer que venham na nossa empresa, que consigam participar de todas as atividades, fazendo que joguem nossos jogos, fazer que nossa empresa seja conhecida em vários lugares, e se possível tornamos uma franquia.

Metas

Esperamos prosseguir nessa empresa por muitos anos, aumentar o nosso terreno, conseguir terrenos para colocar nossas franquias, aplicativos para ver a hora de atendimento, ou até mesmo compra de fichas.

Muitos vivem apenas porque estão vivos. Vivem sem objetivos, sem metas, sem ideais e sem sonhos. Não sabem como lidar com suas fragilidades e lágrimas. Sabem lidar com os aplausos, mas desesperam-se diante das vaias. (Augusto Cury).

5.8. Posicionamento de mercado

É basicamente a forma de como o cliente enxerga a nossa empresa e quais são os conceitos que ele deixar a partir da comunicação com outras pessoas.

Posicionamento de mercado é a ação de projetar o produto e a imagem da organização com o fim de ocupar uma posição diferenciada na escolha de seu público-alvo. (Philip Kotler).

Se posicionar de maneira adequada no mercado de trabalho é fundamental para que a empresa consiga se diferenciar das demais concorrências e obter melhores resultados diante as demais.

5.9. Definição de marca

A definição da marca é idealizar a maneira de como sua empresa será visto em meio as demais empresas presentes no mercado.

Um nome, sinal, símbolo ou desenho, ou combinação dos mesmos, que pretende identificar os bens e serviços de um vendedor ou grupo de vendedores e diferenciá-los daqueles dos concorrentes. (PINHO, 1996, p. 14).

5.9.1. Uniforme

Todos os funcionários da empresa serão devidamente uniformizados com o traje abaixo:

Figura 9



Fonte: (Do próprio autor, 2019).
autor, 2019).

Figura 10



Fonte: (Do próprio

5.9.2. Embalagens Manual de Identidade Visual

Consiste em um rótulo de identificação do produto a ser vendido, onde é identificada tabela nutricional, teor de álcool, e data de fabricação e validade.

5.10. Endomarketing

O endomarketing é definido pelas ações institucionais que são voltadas para o ambiente interno da empresa e objetiva melhorar o ambiente e as relações entre os colaboradores obtendo uma equipe motivada.

O principal objetivo do endomarketing é fazer com que todos os funcionários tenham uma visão compartilhada sobre o negócio da empresa, incluindo itens como gestão, metas, resultados, produtos, serviços e mercados nos quais atua. (BRUM, 1998).

5.10.1. Motivação

Motivação no ambiente empresarial é definido pelas ações que levam o funcionário estar mais determinado na função em que exerce.

O endomarketing auxilia na motivação dos colaboradores. Isso acontece porque a empresa se mostra mais aberta às ideias e melhorias que os funcionários têm a oferecer. A motivação dos funcionários aumenta consideravelmente ao perceberem que estão inseridos em um ambiente que se preocupa com a qualidade de trabalho e bem estar. (Rock)

5.11. Plano de fidelização

Os planos de fidelização tem como objetivo principal incentivar a lealdade entre cliente e empresa. Os clientes que são cadastrados neste plano, tem benefícios que são obtidos através de pontos que vão se acumulando de acordo com que ele vá consumindo em nosso estabelecimento.

Com isso em mente, nossa empresa pensou em dar aos nossos clientes 1 copo de chopp gratuitamente a cada 10 copos consumidos. Isso será controlado através de um cartão que a empresa disponibilizará ao cliente e que será carimbado a cada compra do copo de chopp.

Concorrência há em todos os lugares e o assédio é natural, porém quando uma empresa fideliza o cliente ele deixa de se interessar pelas outras ofertas mesmo que, muitas vezes,

melhores do que a empresa que o fidelizou. (Felipe Leocata, 2009).

5.12. Estratégias de Pós-Vendas & Garantias

O processo de pós-vendas é de grande importância para a fidelização dos clientes, e se baseia no atendimento que oferecemos ao cliente após a venda de um produto ou serviço.

Atrair um novo cliente é cinco vezes maior que o custo para manter um cliente atual satisfeito. Daí a importância da empresa desenvolver estratégias de pós-vendas. Um pós-venda bem feito é sinal de compromisso, respeito e profissionalismo. (Kotler)

5.13. Marketing Social e Verde

O Marketing Social se baseia nas ações institucionais que uma empresa toma visando eliminar problemas sociais e ambientais.

Marketing social é uma estratégia de mudança de comportamento que combina elementos e abordagens tradicionais da mudança social, que pode ser considerado planejamento e ação, e pode aproveitar os avanços na tecnologia das comunicações e na capacidade do marketing. (Kotler e Roberto, 1999).

Tendo isso em vista, o Sunset Snooker Bar trabalhará com a reciclagem de latas de alumínio, objetivando o descarte adequado para não poluir o meio ambiente.

CAPÍTULO VI

6. Planejamento financeiro

6.1. Investimentos fixos

São todos os bens que devem ser adquiridos para que o negócio possa funcionar, veja as tabelas abaixo:

Tabela 3

A - Máquinas e Equipamentos

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Fogão	2	R\$ 1.299,00	R\$ 1.299,00
Geladeira	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
Freezer	2	R\$ 1.499,00	R\$ 2.998,00
Jukebox	1	R\$ 5.552,90	R\$ 5.552,90
SUBTOTAL			R\$ 12.349,90

B - Móveis e Utensílios

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Jogos de mesas	6	R\$ 20,00	R\$ 120,00
Mesas de bilhar	4	R\$ 1.899,91	R\$ 7.599,64
Mesas de pebolim	4	R\$ 999,90	R\$ 3.999,60
Pratos	100	R\$ 11,00	R\$ 1.100,00
Copos	100	R\$ 16,99	R\$ 1.690,00
Jogo de talheres	100	R\$ 150,00	R\$ 1.500,00
SUBTOTAL			R\$ 16.009,24
TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS			R\$ 28.359,14

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.2. Investimento financeiro

São uma operação de compra e venda de um ativo financeiro, uma área específica de investimentos destinada às finanças da empresa, como as tabelas a seguir:

Tabela 4

A - Estimativa do Estoque Inicial

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Carne assada	50kg	R\$ 15,00	R\$ 750,00
Carvão	20kg	R\$ 5,50	R\$ 110,00
Batata frita	20kg	R\$ 7,95	R\$ 159,00
Óleo	10,8L.	R\$ 3,69	R\$ 39,85
Peixes empanados	10kg	R\$ 10,00	R\$ 100,00
Frios	50kg	R\$ 20,00	R\$ 1.000,00
Carne moída	20kg	R\$ 12,00	R\$ 240,00
Frango	30kg	R\$ 14,99	R\$ 449,70
Cerveja	60	R\$ 1,99	R\$ 119,40
Refrigerante	50	R\$ 3,00	R\$ 150,00
Suco	50l.	R\$ 4,00	R\$ 200,00
SUBTOTAL			R\$ 3.317,95

B - Estimativa de Capital de Giro

Descrição	TOTAL
Reserva de Caixa (Cobertura dos Custos)	R\$ 10.000,00
TOTAL DOS INVESTIMENTOS FINANCEIROS	R\$ 13.317,95

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.3. Investimentos pré-operacionais

É todos os gastos realizados antes do início das atividades da empresa, isto é, antes que o negócio abra as portas e comece a faturar. Veja na tabela a seguir:

Tabela 5

Investimentos Pré-Operacionais	TOTAL
Despesas de Legalização	R\$ 200,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 10.000,00
Divulgação	R\$ 200,00
Cursos e treinamentos	R\$ 200,00
Outras despesas	R\$ 200,00
TOTAL	R\$ 10.800,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.4. Investimento total

É composto por dois valores: Investimento Fixo (ou físico): são as máquinas, móveis, veículo, equipamentos de informática, fachadas, reformas e decorações entre outros. Como na tabela a seguir:

Tabela 6

Descrição	TOTAL
Estimativa dos Investimentos Fixos	R\$ 28.359,14
Estimativa dos Investimentos Financeiros	R\$ 13.317,95
Estimativa dos Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 10.800,00
TOTAL	R\$ 52.477,09

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.5. Estimativa do faturamento

É basicamente uma previsão de receita decorrente das vendas de um produto ou a prestação de serviço de qualquer natureza em determinado período do ano.

Tabela 7

Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário	Faturamento Total
Porções de carne assada	250	R\$ 35,00	R\$ 285,00
Porções de batatas fritas	350	R\$ 25,00	R\$ 8.750,00
Porções de peixes empanados	200	R\$ 20,00	R\$ 4.000,00
Frios	400	R\$ 40,00	R\$ 16.000,00
Salgados	350	R\$ 5,00	R\$ 1.750,00
Cerveja	500	R\$ 8,00	R\$ 4.000,00
Refrigerante	400	R\$ 10,00	R\$ 4.000,00
Suco	300	R\$ 10,00	R\$ 3.000,00
Fichas de jogos	10000	R\$ 1,50	R\$ 15.000,00
TOTAL			R\$ 56.785,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.6. Custo da mercadoria vendida

É o valor da mercadoria que leva em consideração a aquisição de produtos e insumos e o processo de pós-venda, que pode retornar novos itens ao estoque.

Tabela 8

Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Custo Unitário	CMV
Porções de carne assada	250	R\$ 10,00	R\$ 2.500,00
Porções de batatas fritas	350	R\$ 3,97	R\$ 1.389,50
Porções de peixes empanados	200	R\$ 5,00	R\$ 1.000,00
Frios	400	R\$ 15,00	R\$ 6.000,00
Salgados	350	R\$ 1,65	R\$ 577,50
Cerveja	500	R\$ 1,99	R\$ 995,00
Refrigerante	400	R\$ 3,00	R\$ 1.200,00
Suco	300	R\$ 4,00	R\$ 1.200,00
Fichas de jogos	50	R\$ 0,50	R\$ 25,00
TOTAL			R\$ 14.887,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.7. Custos de comercializações

É todo custo gasto na divulgação do seu produto, para vendê-lo mais, igual na tabela a seguir:

Tabela 9

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
Impostos	19,50%	R\$ 56.785,00	R\$ 11.073,08
Comissões	0,00%	R\$ 56.785,00	R\$ -
Propagandas	1,00%	R\$ 56.785,00	R\$ 567,85
Juros	0,00%	R\$ 56.785,00	R\$ -
TOTAL			R\$ 11.640,93

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.8. Custos com mão de obra

Refere-se aos gastos com funcionários que aplicam sua força de trabalho na transformação de matérias-primas em produtos de forma direta ou indireta. – Inclui a remuneração e os encargos sociais e trabalhistas.

Tabela 10

Função	Nº de Funcionários	Salário Mensal	FGTS	FGTS 13º	1/3 Férias	13º	Multa	TOTAL UNIT.	TOTAL GERAL
Garçons	2	R\$ 1.200,00	R\$ 96,00	R\$ 8,00	R\$ 33,33	R\$ 100,00	R\$ 41,60	R\$ 1.478,93	R\$ 2.957,87
Recepcionista	1	R\$ 1.100,00	R\$ 88,00	R\$ 7,33	R\$ 30,56	R\$ 91,67	R\$ 38,13	R\$ 1.355,69	R\$ 1.355,69
Cozinheiros	2	R\$ 1.250,00	R\$ 100,00	R\$ 8,33	R\$ 34,72	R\$ 104,17	R\$ 43,33	R\$ 1.540,56	R\$ 3.081,11
Faxineiro	2	R\$ 1.160,00	R\$ 92,80	R\$ 7,73	R\$ 32,22	R\$ 96,67	R\$ 40,21	R\$ 1.429,64	R\$ 2.859,27
TOTAL DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA									R\$ 10.253,94

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.9. Custos com depreciação

A depreciação é o valor em que os bens perdem devido ao tempo e desgastes. Temos como exemplo as máquinas e equipamentos que se tornam ultrapassados e perdem a durabilidade.

Tabela 11

Ativos Fixos	Valor do Bem	Vida Útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 12.349,90	10	R\$ 1.234,99	R\$ 102,92
Móveis e Utensílios	R\$ 16.009,24	5	R\$ 3.201,85	R\$ 266,82
Veículos	R\$ -	1	R\$ -	R\$ -
TOTAL				R\$ 369,74

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.10. Custos fixos mensais

São aqueles que não sofrem alteração de valor em caso de aumento ou diminuição da produção. Veja na tabela a seguir:

Tabela 12

IPTU	R\$ 500,00
Água	R\$ 150,00
Energia Elétrica	R\$ 200,00
Telefone	R\$ 60,00
Honorários do Contador	R\$ 400,00
Pró-Labore	R\$ 6.000,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$ 450,00
Salários + Encargos	R\$ 10.253,94
Material de Limpeza	R\$ 300,00
Material de escritório	R\$ 150,00
Combustível	R\$ -
Taxas Diversas	R\$ -
Serviços de Terceiros	R\$ -
Depreciação	R\$ 369,74
Outros (especificar)	R\$ -
TOTAL	R\$ 18.833,67

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.11. Demonstração do resultado do exercício

É uma demonstração contábilística dinâmica que se destina a evidenciar a formação do resultado líquido devendo ter alterações em um exercício, através do confronto das receitas, custos e resultados, apuradas segundo o princípio contábil do regime de competência.

Tabela 13

Descrição	Valor	Índice	%
Receita Total com Vendas	R\$ 56.785,00		
Custos Variáveis Totais	R\$ 26.527,93	0,47	46,72
Margem de Contribuição	R\$ 30.257,08	0,53	
Custos Fixos Totais	R\$ 18.833,67	0,33	
Lucro do Exercício	R\$ 11.423,40	0,20	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.12. Indicadores

São instrumentos de gestão essenciais para medir o resultado de uma empresa. Com eles é possível acompanhar se metas traçadas no seu fluxo de caixa estão sendo alcançadas e qual a porcentagem de melhoria ou piora em relação a indicadores financeiros passados.

Tabela 14

Ponto de Equilíbrio	R\$ 35.346,12	
Lucratividade	20,12%	
Rentabilidade	21,77%	
Prazo de Retorno do Investimento	4,59	Meses
	0,38	Anos

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO

1. Você sabe o que é um " Snooker Bar " ?

Sim 53 pessoas

Não 39 pessoas

2. Se sim, frequentaria um?

Sim 58 pessoas

Não 27 pessoas

3. Que tipo de alimento você consumiria lá?

Porções e lanches 80 pessoas

Comida por quilo 9 pessoas

Pratos feitos 15 pessoas

Salgados 36 pessoas

4. Se você escolheu porções, quais seriam?

Batatas fritas 69 pessoas

Peixes empanados 40 pessoas

Carne assada 38 pessoas

Frios 36 pessoas

5. Se escolher salgado, quais sabores escolheriam?

Presunto e queijo 46 pessoas

Carne 22 pessoas

Frango 32 pessoas

Pizza 32 pessoas

6. Que tipo de bebidas você consumiria lá?

Cerveja 38 pessoas

Refrigerante 51 pessoas

Suco 51 pessoas

Destilada 25 pessoas

7. Quais jogos você mais jogaria lá?

Bilhar 61 pessoas

Baralho 37 pessoas

Pebolim 30 pessoas

MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL - SOCIEDADE LIMITADA
CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO - SOCIEDADE LIMITADA

1. Gabriel Monteiro Rocha, brasileiro, solteiro, 26/06/2002, estudante, nº do CPF:234.167.398-84 , nº do RG:62.480.903-8 , residente e domiciliado na rua Ademar Cândido da Silva , Nº 1100, São Lourenço 3, Ouroeste, SP, CEP: 15685-000;

2. Mikael Augusto Cazaroto, brasileiro, solteiro, 19/01/2002, estudante, nº do CPF: 060.578.426-42, nº do RG: 25.562.734-5, residente e domiciliado na rua José Segatti, nº: 93, Terra das Paineiras, Fernandópolis, SP, CEP:15600-000 e,

3. Vitor de Souza Schneider, brasileiro, solteiro, 19/12/2002, estudante, nº do CPF: 487.814.428-90, nº do RG: 52.696.343.8, residente e domiciliado na rua Waldir Ferrari Ribeiro, nº: 230, São Lourenço, Ouroeste, SP, CEP:15685-000

Resolvem constituir uma Sociedade Limitada mediante as seguintes cláusulas:

1ª) - A sociedade girará sob a denominação social (ou firma social) SUNSET SNOOKER BAR e terá sede e domicílio na Avenida dos Expedicionários Brasileiros, Nº: 245, Jardim Santa Elena, Fernandópolis, SP, CEP: 15600-000

2ª) - Seu objeto social será: Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas

3ª) - O capital social será de R\$150.000,00 reais, dividido em (3) quotas de valor nominal de R\$50.000,00 reais, cada uma, subscritas, e

3.1) - integralizadas, neste ato, em moeda corrente do País, pelos sócios:

Gabriel Monteiro Rocha..... nº de quotas: 5000 - R\$10,00

Mikael Augusto Cazaroto..... nº de quotas: 5000 - R\$10,00

Vitor de Souza Schneider..... nº de quotas: 5000 - R\$10,00

Total..... nº de quotas: 15000 - R\$150.000,00

3.2) - que serão integralizadas até 9/12/2019, em moeda corrente do País, sendo distribuídas conforme segue:

Gabriel Monteiro Rocha..... n° de quotas: 5000 - R\$10,00

Mikael Augusto Cazaroto..... n° de quotas: 5000 - R\$10,00

Vitor de Souza Schneider..... n° de quotas: 5000 - R\$10,00

Total..... n° de quotas 15000 - R\$150.000,00

Obs.: Para sócio casado e no caso do imóvel pertencer ao casal, é necessária autorização do cônjuge no final do instrumento, salvo se casados no regime de separação absoluta de bens.

4ª) - A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

5ª) - As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço, o direito de preferência para sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª) - A sociedade iniciará suas atividades em.....(data não pode ser anterior a data da assinatura) e seu prazo de duração é por tempo indeterminado (se for determinado, dizer a data do encerramento).

7ª) - A administração da sociedade caberá a Gabriel Monteiro Rocha com os poderes e atribuições de Vitor de Souza Schneider, 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 do outro sócio.

8ª) - Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo

aos sócios, na proporção de suas quotas (ou se outro ajuste for estipulado), os lucros ou perdas apurados.

9ª) - Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador (es) quando for o caso.

10ª) - A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

11ª) - Os sócios poderão de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de “pró labore”, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12ª) - Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único: O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

13ª) - (Os) Administrador (es) declara(m), sob as penas da Lei, de que não est (ao) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar (em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa de concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

Inserir cláusulas facultativas desejadas.

14ª) - Fica eleito o foro de Fernandópolis para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados, assinam o presente instrumento em 3 vias.

Local: ETEC Fernandópolis, data: 12 de Setembro de 2019

Mikael A. Cazaroto

Gabriel M. Rocha

Vitor S. Schneider

Visto: _____ (nome, OAB e Órg. Emissor).

Referências

Autor desconhecido, **Características das empresas pela forma Jurídica**, Disponível em:

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/caracteristicas-das-empresas-pela-forma-juridica,813ae3ae7d316410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

acesso em set, 2019.

Autor desconhecido, **[MODELO] Business Model Canvas**, Disponível em:

https://solucoes.hidroconsultoria.com.br/modelo-canvas?qclid=EAlaIQobChMIw83ahYC25QIVEgSRCh0zAAObEAAAYASAAEgKgYPD_BwE acesso em set, 2019.

CALADO, João *et al.* **Gestão de Manutenção de uma Empresa Gráfica**, Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/47133550.pdf> acesso em set, 2019.

BORDALO, Anne *et al.* **Análise das vantagens da implantação da estratégia logística vmi em uma multinacional do setor de telecomunicações**, Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2012_TN_STP_157_915_20437.pdf

acesso em nov, 2019.

SANTOS, Ana *et al.* **RECRUTAMENTO, SELEÇÃO, ADMISSÃO E TREINAMENTO DE PESSOAL: um estudo de caso na formação de jovens aprendizes na empresa CIEE Lins /SP**, Disponível em: <http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/60997.pdf> acesso em nov, 2019.

Autor desconhecido, **Integração na empresa: a importância no trabalho dos funcionários**, Disponível em: <http://www.kenoby.com/blog/integracao-na-empresa/> acesso em set, 2019.

Autor desconhecido, **LEITURA ESPONTÂNEA E PRAZEROSA: UMA CONQUISTA NA FORMAÇÃO DE LEITORES**, Disponível em: <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/educacao/leitura-espontanea-prazerosa-uma-conquista.htm> acesso em nov, 2019.

SCHERMANN, Daniela, **Comportamento do consumidor: fatores que influenciam o comportamento do consumidor**, Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/comportamento-do-consumidor-marketing/> acesso em nov, 2019.

BÔAS, Eduardo, **Fatores culturais e sociais influenciam o comportamento dos consumidores**, Disponível em: <https://www.audaces.com/fatores-culturais-e-sociais-influenciam-o-comportamento-dos-consumidores/> acesso em set, 2019.

CURY, Augusto, **Muitos vivem apenas porque estão vivos**, Disponível em: <https://www.pensador.com/frase/NjE5MTk5/> acesso em nov, 2019.

Autor desconhecido, **Posicionamento de marketing: o que é e como as pesquisas podem ajudar**, Disponível em: <https://mindminers.com/blog/posicionamento-de-marketing/> acesso em set, 2019.

LOPES, Andréa, **O benefício do endomarketing como ferramenta de gestão de pessoas**. Disponível em: <https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/o-beneficio-do-endomarketing-como-ferramenta-de-gesto-de-pessoas/> acesso em set, 2019.

CRISTIANE, **O que é endomarketing? Conheça 6 formas de aplica-lo**. Disponível em: <https://exametoxicologico.labet.com.br/o-que-e-endomarketing-conheca-6-formas-de-aplica-lo-em-sua-empresa/> acesso em set, 2019.

BERRO, Diego, **Atendimento pós-venda: gestão estratégica da excelência**. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/atendimento-pos-venda-gestao-estrategica-da-excelencia> acesso em set, 2019.