



**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA
PAULA SOUZA**

**ETEC Prof. ALCÍDIO DE SOUZA PRADO
TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

AUTORES: EDSON ALVES DOS SANTOS

GIOVANA DE JESUS GUERRA

GISELE DE JESUS GUERRA

GUILHERME HENRIQUE DE OLIVEIRA MEDEIROS

MARIA HELENA DE OLIVEIRA SIMÕES

PEDRO HENRIQUE DAMASCENO BRUSTELLO

ETEC PROFº ALCÍDIO DE SOUZA
PRADO, apresenta Trabalho de Conclusão de
Curso (TCC) como parte dos requisitos para
obtenção do certificado de Curso Técnico em
Administração.

“ESPAÇO GOURMET”



Este trabalho foi julgado e aprovado para a obtenção
do título de técnico em Administração da ETEC
PROFº ALCÍDIO DE SOUZA PRADO.

Orlândia (SP), dezembro de 2019

Orientador: Profº Carlos César Marcelo

Coordenadora do curso: Profº Ana Maria Lavanholli

Dinardi

Dezembro/2019

DEDICATÓRIA

Dedicamos este trabalho primeiramente a Deus que nos deu força e confiança para alcançarmos este objetivo em comum, pela fé que em nele confiamos; a nossa família especialmente aos pais pelo dom da vida, pelo apoio e orgulho que em nos confiaram; aos colegas de sala por estarem presentes compartilhando este momento de forma amigável.

Dedicamos também este trabalho a todas as pessoas que tiveram presentes e que fizeram que isso tudo fosse possível; professores da área de gestão e negócios que nos orientaram e nos guiaram por este caminho que enfim conseguimos chegar e aos palestrantes que nos disponibilizaram conhecimentos onde podemos absorver informações importantes, para conclusão do curso.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus pelo momento proporcionado, aos nossos familiares que nos apoiaram e incentivaram durante esta jornada, aos nossos professores pela sabedoria transmitida, em especial ao nosso orientador do trabalho Profº Carlos César Marcelo, e aos outros envolvidos, que nos acompanharam nesta trajetória, para a realização deste trabalho.

Obrigado à todos!

ABSTRACT

The lack of cost accounting systems in today's business disables managers to present accurate decisions for decision making. Considering that companies operate in a highly competitive environment and with intense updating, the need for accurate and useful information becomes more and more indispensable. As organizations seek an ever-increasing level of excellence vis-à-vis their shareholders, more and more information generated by cost areas must be tailored and structured to meet the specific needs of the organization.

In summary, cost accounting is like a transformation process, like an industry, where you receive the data and organize it in a way that standardizes it to create a better way of analyzing and interpreting it for the translation of cost information into the various areas of the organization.

Sumário

.....	1
DESCRIÇÃO DA EMPRESA	8
Localização da empresa.....	8
Regime tributário (Simples Nacional)	10
Composição acionária (quotas)	10
COMPETÊNCIAS DOS SÓCIOS.....	11
1. Liderar a construção das estratégias de negócio.....	11
2. Acompanhar a área financeira.....	12
3. Conhecer o mercado	12
4. Divulgar a empresa	12
5. Captar recursos.....	13
GRÁFICO	13
EQUIPAMENTO E MÁQUINAS UTILIZADOS	14
ASPECTOS ESTRATÉGICOS	17
Negócio:.....	17
MISSÃO; VISÃO; VALORES	18
FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO.....	18
ASPECTOS ECONÔMICOS QUE FAVORECEM O NEGÓCIO	19
ASPECTOS DE TECNOLOGIA	19
AMBIENTE COMPETITIVO	20
TECNOLOGIAS APLICADAS (SOFTWARE BI)	20
CONCORRENTES	20
FORNECEDORES	21
CARDÁPIO.....	21
MERCADO	23
PÚBLICO ALVO	23
DIMENSIONAMENTO DO MERCADO POTENCIAL E PRETENDIDO.....	24

CONCLUSÕES SOBRE O MERCADO.....	25
PLANO DE MARKETING.....	26
Estratégias para que se atinja o mercado definido	26
O QUE SÃO OS “4 Ps”?	27
O produto	27
O preço	28
A praça.....	28
A promoção.....	29
O QUE FAZER COM TUDO ISSO?	29
POSICIONAMENTO	30
BOCA A BOCA E MARKETING VIRAL.....	31
ADEQUAÇÃO DAS PESSOAS PARA ATINGIR OS OBJETIVOS DO PLANO DE MARKETING	31
FLUXO DE OPERAÇÕES	32
DESENHO DA PLANTA	32
MOTIVAÇÃO DE EQUIPE	33
PARA MOTIVAR NOSSOS FUNCIONÁRIOS USAMOS	33
Programas de incentivo:.....	33
Treinamento e capacitação	34
Benefícios:	34
BENEFÍCIO	34
CULTURA ORGANIZACIONAL DA EMPRESA	35
PROCESSO DE RECRUTAMENTO.....	36
Os tipos de recrutamento e seleção?	37
Os principais benefícios desse tipo de recrutamento são	38
Recrutamento externo	38
Recrutamento misto	38
Recrutamento online	39
Como é o processo de recrutamento e seleção?.....	39

SELEÇÃO?.....	40	
ENTREVISTA.....	41	
O QUE É TREINAMENTO DE PESSOAL?.....	42	
O que é desenvolvimento de pessoas.....	43	
PLANO DE CARREIRA?	44	
MEIO AMBIENTE	44	
RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	46	
Métodos De Conscientização:.....	47	
PESQUISA DE CAMPO	48	
REFERÊNCIAS	52	
PLANO FINANCEIRO		
.....	48	Planilha
orçamentária		
48		

DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Localização da empresa

A localização da empresa é essencial para o negócio, escolher um ponto de venda é uma das decisões mais importantes na hora de estabelecer um negócio. Para decidir onde será a localização ideal para nossa empresa pensarmos no nosso público alvo, onde teria uma maior concentração de pessoas que iriam consumir nossos produtos e por isso decidimos que a localização ideal é na Praça Mario Furtado nº 2 Centro Orlândia.

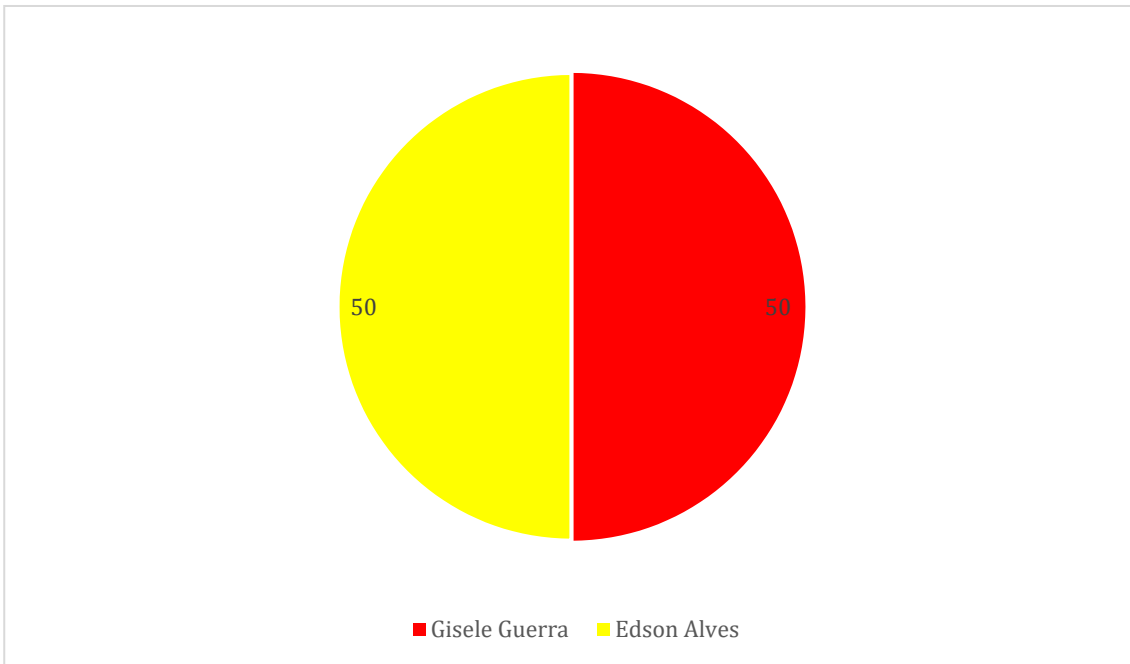
Regime tributário (Simples Nacional)

O que é o simples nacional? É uma opção de regime tributário destinado a empresas que tem como limite o faturamento máximo de R\$ 3.600.000,00 ao ano, a partir de 2018, o limite da receita bruta é de R\$4.800.000,00/ano. O faturamento, é dividido em faixas, assim, quanto mais você fatura, mais aumenta sua alíquota de imposto. A alíquota é um percentual ou valor fixo usado para cálculo do valor de um tributo. Elas são definidas pelo governo, segundo o faturamento do último ano da empresa.

Composição acionária (quotas)

Composição acionária é a quantidade de ações ordinárias detidas pelos acionistas da empresa. O acionista ou quotista é um sócio capitalista que participa na gestão da sociedade na mesma medida em que detém capital da mesma, tendo por isso, direitos de voto proporcionais à quantidade de ações que possui.

A empresa será composta por dois sócios, as mesmas irão colocar na empresa um capital idêntico, por isso terão a mesma quantidade de quotas, ou seja, será 50% para cada um. Cada sócio irá trabalhar em uma área da empresa, na parte do administrativo e gerenciamento do negócio.



COMPETÊNCIAS DOS SÓCIOS

1. Liderar a construção das estratégias de negócio

Uma das funções do empreendedor é cuidar das estratégias da empresa, visto que ele é o principal responsável pelos seus objetivos e pelas metas a nível de negócio. Portanto, executar esse tipo de tarefa deve ser uma das prioridades do sócio proprietário. Sendo assim, ele precisa fazer reuniões de alinhamento com sua equipe, conduzi-la na criação de mecanismos para a elaboração dessas estratégias e monitorar os resultados dia após dia.

2. Acompanhar a área financeira

Principalmente no início das operações da empresa é importante que o sócio proprietário preste uma atenção especial na área financeira. É preciso estar atento ao andamento dos assuntos que permeiam essa diretoria, bem como às compras e à saúde financeira do negócio.

Por questões de sobrevivência, sempre será preciso ter alguém para ser mais rígido com os gastos, e ninguém melhor do que o sócio proprietário para desempenhar esse papel.

3. Conhecer o mercado

Outra atividade essencial que um sócio proprietário deve desenvolver é conhecer o mercado em que o seu negócio está atuando.

Nesse sentido, é interessante que o empreendedor aprenda a fazer marketing e vendas, fornecendo inteligência de mercado para que as equipes consigam conquistar mais clientes e trabalhar pontos que diferem o negócio dos seus concorrentes.

4. Divulgar a empresa

Além de conhecer o mercado, o empreendedor deve ser a “cara” da empresa, mostrando que ela é um destaque no mercado. Por isso, ampliar a rede de contatos, marcar presença em eventos e em reuniões que fortaleçam esse aspecto é essencial.

É importante entender também que o sócio proprietário deve prezar pela reputação da empresa. Portanto, é imprescindível que ele transmita uma boa imagem — pois, como já falamos, ela será a própria imagem da empresa.

5. Captar recursos

Por fim, a última atividade que listamos é a captação de recursos. Caso o negócio precise captar recursos para sobreviver e sustentar seus planos de expansão, o empreendedor é quem deve tomar a frente disso.

O motivo dessa atividade é bem claro: na captação de recursos é preciso saber “vender” a ideia do negócio, os seus planos e os resultados obtidos.

GRÁFICO

Publicidade-1

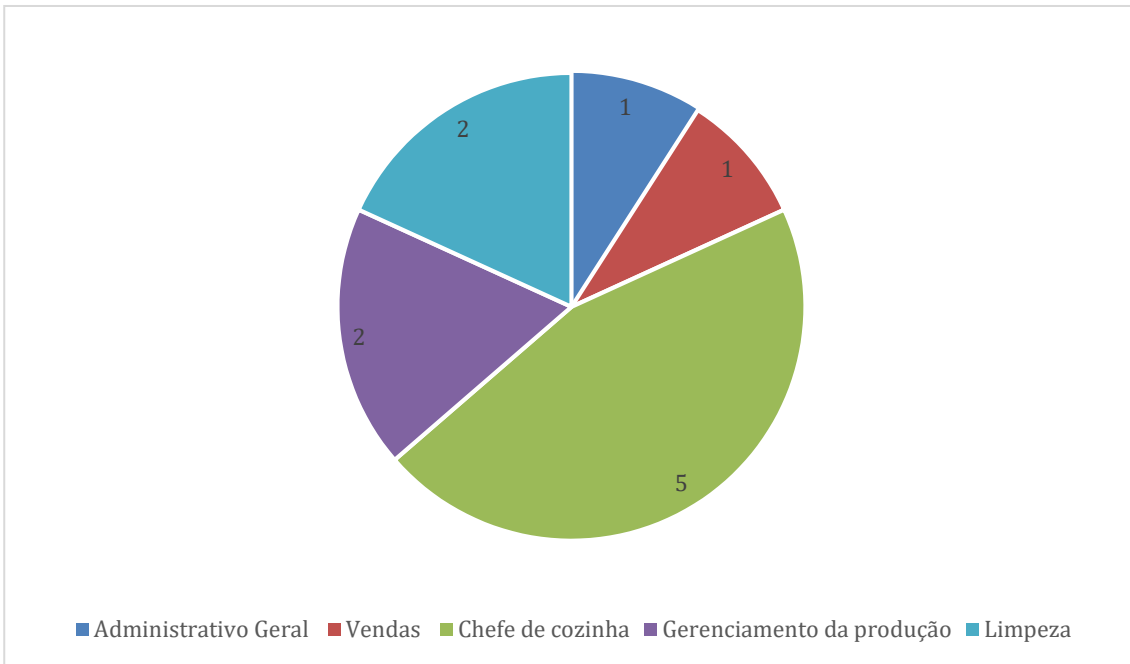
Administrativo Geral- 1

Vendas-1

Chefe de Cozinha-5

Gerenciamento da produção-2

Limpeza-2



EQUIPAMENTO E MÁQUINAS UTILIZADOS

Máquinas e equipamentos são as máquinas e equipamentos que a empresa usa para desenvolver as suas atividades.

Equipamento

Tocas

Avental

Luvas de plástico

Botas

Facas

Máquinas

Fogão industrial

Micro-ondas

Freezer

Mesa fria

Geladeira

Colheres

Multiprocessador

Panelas

Liquidificador

Funil

Peneiras

Panos de prato

Bacias

Descascador

Tábua

Panela de pressão

Mascara

Extintor

Kit de primeiros socorros

Luvas de segurança térmica

Louças para servir

Embalagens

Sacolas plásticas



ASPECTOS ESTRATÉGICOS

Negócio: O nosso negócio surgiu de uma conversa entre amigos sobre quedas de vendas de alguns produtos do ramo alimentício quando se trata do clima, após esse questionamento, surgiu a ideia de abrir um negócio do ramo, de forma que as vendas não sofressem tanto durante determinada estação do ano. O nosso negócio trabalhará com dois pratos chefe, o sacolé e o caldo gourmet, com isso os pratos chefe, vai ser uma boa ideia nas épocas quentes, e frias do ano. O propósito da nossa empresa e oferecer para nossos clientes, um produto de qualidade com uma aparência elegante e um preço acessível, de forma que as pessoas de todas as classes possam degustar nosso produto, com objetivo de fidelizar as pessoas que frequentam o “Espaço Gourmet”. O sacolé gourmet prato chefe da casa, será produzido com os melhores ingredientes que tem no mercado .

MISSÃO; VISÃO; VALORES:

Missão: Somos uma empresa que preza pela melhor qualidade e performance em nossos produtos.

Visão: Tornamos uma empresa regionalmente conhecida pela qualidade dos nossos produtos, e atendimento dos nossos colaboradores.

Valores: Empatia, honestidade e autoconfiança são valores cultivados dentro da nossa empresa, para garantir o bem-estar de todos.

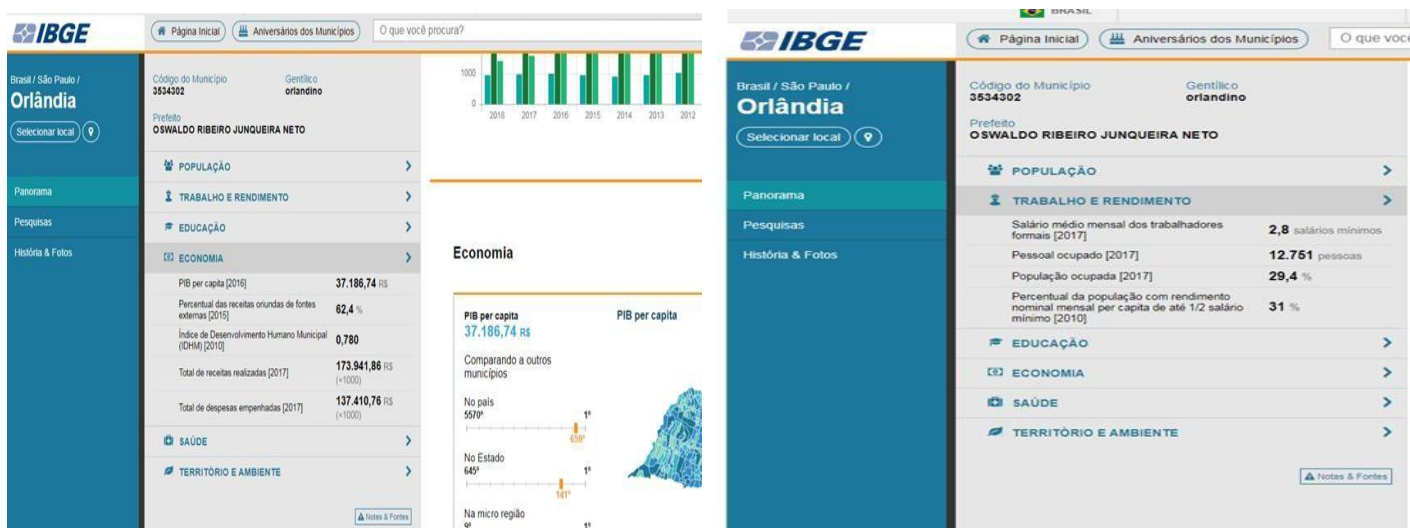
FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO:

- Alto nível de recursos financeiros;
- Excelência na gestão de projetos;
- Atendimento rápido ao cliente;
- Desenvolvimento das habilidades dos colaboradores;
- Alta produtividade;
- Linha de produtos/serviços de qualidade;
- Conhecimento acerca do mercado e nicho de atuação;
- Bom relacionamento com os fornecedores;
- Controle e contenção de gastos;
- Localização geográfica privilegiada;

- Canais de distribuição e logística adequados;
- Ações e estratégias para a melhoria da imagem perante a sociedade;
- Parcerias estratégicas.

ASPECTOS ECONÔMICOS QUE FAVORECEM O NEGÓCIO:

A empregabilidade no município de Orlandia, em conjunto PIB, salário médio mensal dos trabalhadores e população ocupada.



ASPECTOS DE TECNOLOGIA:

Nosso negócio irá trabalhar com programa de custos e despesas, controle de fornecedores, câmeras de segurança, Wi-Fi, cartão fidelidade e máquina de débito e crédito.

AMBIENTE COMPETITIVO:

Coletar, organizar e refletir sobre as variáveis controláveis e não controláveis que afetam o ambiente de negócio é fundamental para garantir consistência, coerência e finalmente credibilidade.

TECNOLOGIAS APLICADAS (SOFTWARE BI):

BI, (ou Business Intelligence, em inglês) refere-se ao processo de coleta, organização, análise, compartilhamento e monitoramento de informações que oferecem suporte a gestão de negócios. É um conjunto de técnicas e ferramentas para auxiliar na transformação de dados brutos em informações significativas e úteis a fim de analisar o negócio. As tecnologias BI são capazes de suportar uma grande quantidade de dados desestruturados para ajudar a identificar, desenvolver e até mesmo criar uma nova oportunidade de estratégia de negócios. O objetivo do BI é permitir uma fácil interpretação do grande volume de dados. Identificando novas oportunidades e implementando uma estratégia efetiva baseada nos dados, também pode promover negócios com vantagem competitiva no mercado e estabilidade a longo prazo.

CONCORRENTES:

- SABOR E ARTE
- TAPIOCA DA MARTA

- PANIFICADORA CRISTAL

FORNECEDORES:

Os nossos fornecedores são:

Produtos diversos: Atacadão Ribeirão Preto

Indústria de Alimentos Nilza Sa:

Endereço: Rodovia Anhanguera Lex - s/n KM 312, Ribeirão Preto - SP, 14097-140 Telefone: (16) 3624-0555

MinaMar Distribuidora de Água Mineral: Endereço: R. Lafaiete, 2027 - Vila Seixas, Ribeirão Preto - SP, 14015-080 Telefone: (16) 3635-6824

CARDÁPIO:

Espaço Gourmet

Caldos Gourmet

Caldo de mandioca (Bacon).....	R\$
Caldo de feijão (torresmo).....	R\$
Caldo de batata (queijo).....	R\$
Caldo de abóbora (carnesecca).....	R\$
Caldo de mocotó (pão)	R\$
Caldo de kenga (torrada).....	R\$
Caldo de batata doce (gingibre).....	R\$



Geladinhos Gourmet

Morango com nutella.....	R\$
Ninho com nutella.....	R\$
Kit Kat com ninho.....	R\$
Ovomaltine com ninho.....	R\$
Prestigio.....	R\$
Paçoca com nutella.....	R\$
Capuccino.....	R\$
Caipirinha.....	R\$
O Lactose	R\$
Fitnes.....	R\$



Refrigerantes

Coca-Cola.....	R\$
Fanta-Laranja.....	R\$
Sprite.....	R\$



Sucos Naturais

Suco de laranja.....	R\$
Suco de limão.....	R\$
Suco de abacaxi.....	R\$
Suco de acerola.....	R\$



Cervejas

Skol 350 ml.....	R\$3,50
Brahma 350 ml.....	R\$4,00
Antarctica 350 ml.....	R\$3,50
Budweiser 350 ml.....	R\$6,00



MERCADO:

Designa-se mercado o local no qual os agentes econômicos procedem a troca de bens por uma unidade monetária ou por outros bens.

Os mercados tendem a se equilibrar-se pela lei da oferta e da procura.

PÚBLICO ALVO:

Público-alvo é um grupo específico de consumidores ou organizações que compartilham um perfil semelhante e por isso devem ser o foco das ações de

marketing e vendas da sua empresa, uma vez que estão mais dispostos a adquirir os produtos/serviços que ela oferece.

Para determinar este perfil, realiza-se uma série de pesquisa envolvendo diversos fatores para determinar quais as características em comum desta fração da sociedade que irá ser o foco do seu negócio.

Essas informações podem ser sobre o comportamento de compra, hábitos de consumo, classe social, dados demográficos, condição socioeconômica, preferências, faixa etária dentre diversas outras possibilidades.

O importante é que quanto maior o número de informações e mais completo e verdadeiro o perfil estabelecido, maior a chance da sua empresa manter um bom relacionamento com o cliente.

Isso faz com que o público-alvo adquira seus produtos e serviços e, conseqüentemente, traz prosperidade para que seu negócio prospere.

A nossa empresa Espaço Gourmet tem como público alvo toda a população da cidade de Orlandia, e também as cidades próximas, nosso público alvo abrangerá todos os sexos e faixas etárias, no entanto também pensando nas necessidades de nossos clientes teremos comidas fitness e as linhas zero lactose.

DIMENSIONAMENTO DO MERCADO POTENCIAL E PRETENDIDO:

Dimensionar é estabelecer a dimensão, ou tamanho do mercado que se vai atuar, é formar uma ideia embaçada em dados e com procedimentos lógicos do potencial de consumo do produto ou serviço que as vai oferecer ao mercado.

Potencial de mercado é quando um dado segmento do mercado país, estado, município ou bairro pode gastar com determinado produto ou serviço. Ou seja, é

quanto dinheiro há na mão dos clientes potenciais para comprar um determinado produto.

Este levantamento é feito, usualmente, quando se está estudando a possibilidade de abrir um negócio. Faz-se uma análise do potencial do mercado, quantos concorrentes há no momento, quantos concorrentes poderão chegar, etc.

O Espaço Gourmet ficará localizada em um local de grande circulação de pessoas e público alvo pretendido, visando sempre satisfazer os seus clientes com produtos de qualidade com preços acessíveis, pensando em futuramente atingir toda a região.

CONCLUSÕES SOBRE O MERCADO:

Através da pesquisa de mercado aplicada na cidade de Orlandia verificamos que a abertura do nosso negócio será viável, 32,9% das pessoas entrevistadas acharam uma excelente ideia ter um Espaço Gourmet na cidade e 55,9% acharam bom, ou seja, todos pensam que será ótimo ter uma loja dessa em Orlandia.

Identificamos também que nosso produto diferencial sem lactose e fitness agrada as pessoas, pois 88,3% das pessoas entrevistadas gostariam de um ponto fixo para a venda do produto

Verificamos que a maioria das pessoas está pagando suas contas em dinheiro, mas mesmo assim uma parte utiliza cartões de créditos para o pagamento, por

isso teremos máquinas de cartão no estabelecimento, também verificamos que os nossos maiores concorrentes serão em primeiro lugar a e depois

No geral a aceitação do negócio foi excelente.

PLANO DE MARKETING:

Estratégias para que se atinja o mercado definido

A estratégia de marketing é fundamental para quem quer ter sucesso em suas ações. Você vai ver como definir seus objetivos e o que é preciso ser feito para alcança-los.

Uma boa estratégia de marketing precisa ter objetivos bem definidos, a estratégia em si para alcançar esses objetivos, as ações, as metas e os indicadores de monitoramento dessas ações.

Para ficar mais claro, vamos dar um exemplo:

- **Objetivo:** transformar a marca em uma referência no mercado
- **Estratégia:** desenvolver uma estratégia de marketing de conteúdo para ampliar a autoridade da marca
- **Ações:** criar um blog da marca
- **Indicadores Meta:** alcançar 10.000 visitas por mês no blog em 3 meses
- : número de visitantes no blog

“4Ps”

Existem diversos aspectos que impactam diretamente no sucesso de um negócio, e ter um pleno conhecimento de tudo o que o engloba é um dos mais essenciais, pois só assim é possível traçar **planos de ação** assertivos para chegar ao topo.

Então, confira aqui 4 estratégias de marketing e como utilizá-las para consolidar o seu negócio.

O QUE SÃO OS “4 Ps”?

Também denominado como Composto ou Mix de Marketing, os “4 Ps” são os quatro fatores mais importantes de qualquer negócio.

Divididos em Produto, Preço, Praça e Promoção, são considerados como os pilares que sustentam o planejamento de **todo o tipo de comércio**.

Estar alinhado com essa ferramenta é o primeiro passo para construir uma estratégia de marketing sólida, e isso é fundamental para criar um plano funcional.

Essas variáveis podem ser controladas e devem ser definidas para que se complementam; possibilitando, dessa maneira, que todo o planejamento e a execução trabalhem no mesmo ritmo, tenham o mesmo foco e atinjam o mesmo objetivo.

O produto:

O produto é aquilo que a empresa tem a oferecer para o mercado, independentemente de ser físico ou não.

Ter um produto bem definido é a **etapa mais importante** de uma boa estratégia de marketing, pois só assim será possível determinar os próximos passos que gerarão impacto.

E essa definição serve para que todos possam entender seu real objetivo, desde a empresa na hora do seu planejamento até o consumidor na hora da compra.

Para ter um produto bem definido, é importante que tudo o que o envolve seja muito claro e de fácil identificação. Para isso, existem algumas perguntas sugeridas para facilitar essa visualização:

- Qual o seu nome/marca?
- Qual a sua cor e conteúdo?
- Qual o seu diferencial?
- Qual efeito ele terá na vida do consumidor?
- Qual é exatamente o seu alcance? – Para prestação de serviços.

O preço:

O preço de um produto é reflexo de diversos fatores, que englobam custo de produção, exclusividade de mercado, valor social, entre outros.

O preço deve ser condizente com a **realidade do produto**, pois muitas vezes os consumidores não se importam de pagar mais caro em itens relevantes, importantes e com funções insubstituíveis, mas por outras vezes evitam o consumo de algo supérfluo, por mais barato que possa ser.

É necessário encontrar o preço ideal, pois ele potencializará as vendas e o lucro, e existem muitos caminhos para se chegar a essa resposta, como uma análise do valor da concorrência ou um balanço nas vendas.

Deve se ter um cuidado especial com o preço durante a construção da estratégia de marketing, pois é ele quem está ligado mais diretamente à entrada de caixa da empresa. Vale lembrar que é muito importante que o cliente esteja ciente do **impacto** que o produto lhe trará, e essa percepção terá ligação direta com o valor definido.

A praça:

A praça trabalha com as formas de distribuição e de venda, ou seja, lida com como o cliente pode chegar até o produto, seja por um meio físico ou online; mas, também, lida com setores de logística, visibilidade e canais de distribuição.

Em síntese, todo o tipo de movimentação, seja ela do cliente ou do próprio produto, deve ser trabalhada na praça.

Se no seu olhar a praça não parece ser tão importante como os outros itens, você está errando **gravemente!**

De nada adianta vender um excelente produto (ou serviço) com um ótimo preço se você não reconhece onde está o seu cliente ou se o seu contato com ele não é viável.

A acessibilidade é um quesito essencial para que haja um bom fluxo, e o cliente não pode ter dificuldades em chegar até o produto.

Esse pode ser considerado com o item que mais envolve a “estratégia” em uma estratégia de marketing, já que lida com posicionamento e alcance.

A promoção:

A promoção lida diretamente com divulgação e é onde define-se como o produto será mostrado. Criando, assim, a sua primeira imagem e construindo como ele será visto por todos, tornando-o reconhecido por aqueles atributos.

Ela é essencial para “fazer a cabeça” dos consumidores e elevar o número de vendas.

Nessa etapa é necessário mostrar para as pessoas que elas têm a necessidade de possuir o produto, mesmo que ainda não saibam disso.

Essa é a hora de **espalhar a marca** por todos os cantos, buscando assim a sua consolidação e reconhecimento, bem como abusar das propagandas nos meios mais adequados (rádio, carro de som, jornais, redes sociais) para poder atrair os clientes certos e se destacar da concorrência.

O QUE FAZER COM TUDO ISSO?

Esses tópicos ilustram caminhos diferentes, mas que tem a mesma finalidade: fortalecer a marca e conquistar mais clientes.

A divisão dos “4 Ps” serve para deixar tudo mais visual e perceptível, porém, por mais que estejam divididos, eles devem sempre trabalhar bem e em união, pois um pilar afeta diretamente o outro e, se apenas um não estiver bem posicionado, a sustentação do seu negócio pode ceder em algum momento.

Portanto, se o seu negócio está com dificuldades, utilize essa ferramenta estratégica do marketing para identificar onde está o problema e começar a traçar planos de ação para resolvê-lo.

Ou, se está começando um negócio, preste muita atenção na formulação de cada um desses tópicos, pois o bom planejamento agora só trará bons resultados no futuro!

POSICIONAMENTO

Posicionamento é a **ação de se posicionar em relação a algo**, ou seja, tomar uma atitude e assumir um partido sobre determinado assunto. Literalmente, esta palavra ainda pode significar a localização de algo ou alguém num lugar específico.

Quando se fala sobre o posicionamento de uma empresa no mercado de trabalho, por exemplo, significa a sua opinião, filosofia e critério em relação a certos temas ou produtos, como o modo como lida com estes em comparação com as demais empresas.

Do ponto de vista do marketing, o **posicionamento de uma marca** é o modo como esta é vista pelo consumidor, também em comparação às outras marcas. Para que a marca assuma um bom **posicionamento de mercado**, por norma, é necessária uma estratégia de marketing que seja eficaz, atingindo com êxito o público-alvo.

BOCA A BOCA E MARKETING VIRAL

A viralidade alcança números impressionantes de acessos, e além de distribuir o conteúdo de forma muito eficiente, funciona como uma ótima prova social.

Foca em espalhar informações e opiniões a respeito de um produto ou serviço, de pessoa a pessoa, de preferência usando os meios digitais, que conseguem ampliar alcance da divulgação boca a boca.

O maior alcance é um benefício inegável, porém o fato da viralidade ser gratuita, é ainda melhor. E também são uma poderosa ferramenta para:

- Divulgar sua marca;
- Disseminar seu conteúdo;
- Aumentar o engajamento dos seus usuários.

ADEQUAÇÃO DAS PESSOAS PARA ATINGIR OS OBJETIVOS DO PLANO DE MARKETING

O primeiro passo é efetuar uma análise do mercado, com vista a conhecer o mercado, os consumidores que se pretende atingir e as suas necessidades, a concorrência, o produto/serviço e a forma como se deve posicionar.

Efetuada esta análise o dono do negócio vai elaborar a sua estratégia de Marketing, que consiste na formulação de um plano de atuação no mercado no qual a rede vai instalar. Estratégia implica conhecer através do estudo de mercado as variáveis incontrolláveis (sociais, econômicas, políticas e legais) que constituem a situação envolvente da rede e desenvolver um plano para as variáveis controláveis (o seu marketing mix, produto/serviço, preço, distribuição e comunicação).

A elaboração da estratégia de marketing por fases, deve-se em primeiro lugar levar a efeito um inventário das realidades, na análise do mercado. Fazer uma análise externa (Ameaças e Oportunidades), caracterização do meio envolvente, análise do mercado, análise da concorrência. E ainda análise interna (Forças e Fraquezas) da empresa e do produto/serviço: organização interna, capacidade produtiva/prestação do serviço, força de vendas e imagem de marca.

FLUXO DE OPERAÇÕES

Fluxo de operações é a forma de como ocorre o processo produtivo da empresa, é ele que direciona todo funcionamento da empresa.

Em nossa empresa de produtos alimentícios as garçonetes irão conduzir nossos clientes até o local onde queiram sentar, em uma de nossas mesas. Depois de acomodar nossos clientes, as garçonetes anotam os pedidos, levando-os até o cozinheiro, para serem providenciados. Após este processo, a garçonete ficará responsável por levar os pedidos prontos até a mesa dos clientes. Em seguida, uma equipe de limpeza atua para manter o local limpo e higienizado para os próximos clientes.

A empresa vai trabalhar com as seguintes formas de pagamentos: dinheiro em espécie e cartão (débito e crédito), onde nossos clientes poderão deixar o pagamento na mesa ou chamar a garçonete com a comanda.

DESENHO DA PLANTA



MOTIVAÇÃO DE EQUIPE

A motivação de equipe envolve saber integrar reconhecimentos, recompensas e desafios, que possa gerar motivação aos seus funcionários, intencionando-os a ajudar a empresa com orgulho e motivação.

PARA MOTIVAR NOSSOS FUNCIONÁRIOS USAMOS:

Programas de incentivo:

Novamente estamos listando mais uma providência que todos deveriam aplicar: recompensar seus funcionários, principalmente vendedores, por seu desempenho. Mas, por incrível que pareça, muitas empresas não têm esse hábito ou o fazem de forma errada. Além da tradicional comissão de vendas, dos prêmios pelo atingimento de metas e dos bônus de performance anual,

campanhas pontuais com prêmios mais lúdicos, como viagens, aparelhos eletrônicos e até carros, têm um efeito muito bom na motivação da equipe.

Treinamento e capacitação:

Como motivar um funcionário se ele não foi corretamente treinado para executar sua função? Os colaboradores ressentem-se disso e é preciso mostrar que a empresa se esforça para fornecer todas as condições para que eles tenham pleno domínio técnico e teórico de suas tarefas. Ajudar a pagar cursos universitários, pós-graduações ou de idiomas são outras excelentes formas de como motivar funcionários.

Benefícios:

Hoje em dia, os benefícios estão extremamente arraigados na cultura empresarial e, muitas vezes, funcionários mudam de empresa por causa de alguns reais a mais em um ticket ou um plano de saúde melhor.

BENEFÍCIO

Se conhece por benefícios aquelas facilidades, conveniências ou vantagens que um colaborador recebe da empresa, no sentido de causar estímulos para que estes se sintam mais motivados. Podendo ser financiados parcialmente ou totalmente pela empresa. Em resumo, os planos de benefícios sociais estão geralmente apontados a certos objetivos. Os objetivos referem-se às expectativas de curto e longo prazo da organização em relação aos resultados dos planos. Quase sempre, os objetivos básicos dos planos de benefícios sociais são:

- Melhoria de qualidade de vida dos colaboradores;
- Melhoria do clima organizacional;
- Redução da rotação de pessoal e do absenteísmo;
- Facilidade na atração e na manutenção de recursos humanos;
- Aumento de produtividade em geral.
- É importante saber que o plano de benefícios geralmente é desenhado e planejado para auxiliar o colaborador em três áreas de sua vida:
- No exercício do cargo (como gratificações, seguro de vida, prêmios de produção etc.);
- Fora do cargo, mas dentro da organização (lazer, refeitório, cantina, transporte etc.);
- Fora da empresa, ou seja, na comunidade (recreação, atividades comunitárias etc.);
- **Benefícios legais:** são os benefícios exigidos pela legislação trabalhista ou previdenciária, ou ainda, por convenção coletiva entre sindicatos, tais como: 13º salário, férias, aposentadoria, horas extras etc.
- **Benefícios espontâneos:** são os benefícios concedidos por liberdade das organizações já que não são exigidos por lei, nem por negociação coletiva, como exemplo gratificações, transporte, refeição etc.
- **Benefícios Monetários:** são os benefícios concedidos em dinheiro. Geralmente através de folha de pagamento e gerando encargos sociais deles decorrentes, tais como: 13º Salário, férias gratificações, aposentadoria etc.
- **Benefícios não-monetários:** são os benefícios oferecidos na forma de serviços, ou vantagens, ou facilidades para os usuários. Dentre eles, relatórios, assistência médico-hospitalar e odontológica, entre outras.

O Espaço Gourmet irá oferecer os benefícios previstos em lei, ou seja, benefícios legais 13º salário, férias, FGTS, PIS, hora extra e os espontâneos empregados do mês – Bônus adicional, aumento por mérito e assistência médica.

CULTURA ORGANIZACIONAL DA EMPRESA

A cultura organizacional é responsável por reunir os hábitos, comportamentos, crenças, valores éticos e morais e as políticas internas e externas de uma

empresa. Uma boa cultura pode motivar os funcionários e ajuda-los a crescer junto com o empreendimento, assim como uma cultura “desorganizacional” pode empurra a empresa e os funcionários para problemas de produtividade e no ambiente de trabalho. A cultura organizacional é uma maneira de garantir que todos os colaboradores estão em sintonia e trabalhando para cumprimento dos objetivos da empresa.

No Espaço Gourmet temos uma boa relação com os funcionários, e demonstrando como os clientes são importantes para o nosso crescimento, sempre tendo uma qualidade nos nossos produtos a serviços.

PROCESSO DE RECRUTAMENTO

O **recrutamento** é a parte do processo que cuida de atrair candidatos mais capazes para preencher vagas que estão em aberto em uma empresa.

O **objetivo do recrutamento** de pessoas é **encontrar o maior número de pessoas qualificadas para ocupar um cargo**, de modo a aumentar as chances de conseguir um funcionário que se encaixe bem na estrutura da empresa.

A realização de um **processo de recrutamento e seleção** adequado tem se tornado uma parte importante na estrutura empresarial. Isso porque tem muitos benefícios e pode otimizar diversos setores e funções, gerando, assim, mais **lucro e eficiência**.

Além disso, uma seleção e recrutamento adequados podem **ajudar na redução do turnover na empresa**, fazendo com que haja menor rotatividade. Outra vantagem positiva é a redução de custo, já que, quanto menor o turnover, menos processos de contratações e, por consequência, **menos dinheiro gasto**.

Cargos X Salários

Cargos	Qtd	Capacitação	Descrição do Cargo	Turno	Salário
Gerente Administrativo	1			Diurno	R\$ 2.500,00

		Técnico em Administração de empresas	Gerenciar , planejar organizar ,identificar e interpretar as diretrizes do planejamento estratégico, do planejamento tático e do plano diretor aplicáveis à gestão organizacional;		
Gerente de Marketing	1	Técnico em Marketing	Analisar o perfil dos clientes da empresa e elaborar um estudo amplo sobre o mercado; Implementar estratégias de segmentação para definir o público-alvo; Avaliar vendas, preços e produtos;	Diurno	R\$ 2.500,00
Chefe de Cozinha	2	Tecnólogo em Gastronomia	Elabora pratos e cardápios, atuando direta e indiretamente na preparação dos alimentos. Este profissional gerencia brigadas de cozinha e planeja as rotinas de trabalho, administra estoques e atua na capacitação de funcionários.	Diurno	R\$ 1.967,00
Faxineira	2	Ensino Médio Completo	Realiza trabalhos como a faxina, que é a limpeza diária do local que inclui varrer, tirar o pó, lavar, retirar o lixo e outras.	Diurno	R\$ 998,00
Entregador	1	Ensino Médio Completo	Entregar os produtos ao consumidor no horário combinado, entregando os produtos em perfeito estado aos nossos clientes.	Diurno	R\$ 1.100,00

Os tipos de recrutamento e seleção?

- recrutamento interno;
- recrutamento externo;

- recrutamento misto;
- recrutamento online;

O recrutamento interno é um processo que ocorre **dentro da própria empresa**. Ou seja, a busca pelo funcionário ideal se volta para o ambiente interno e **fica restrita aos colaboradores já contratados**.

Os principais benefícios desse tipo de recrutamento são:

- redução de custo;
- facilidade de análise de perfis;
- aumento da moral no ambiente de trabalho;
- maior rapidez no processo;
- retenção de talentos;

Recrutamento externo

Este é o **modelo de recrutamento** mais comum nas empresas. O recrutamento externo se caracteriza pela **busca de novos talentos no mercado de trabalho** para o preenchimento das vagas em aberto.

Ele também possui suas vantagens, que são:

- oxigenação de ideias;
- aumento da motivação;
- facilidade de instituição de novas práticas organizacionais;
- aumento do capital intelectual;

Recrutamento misto

Já o **recrutamento misto** é, como o nome já diz, uma **mistura dos dois processos anteriores**. Ele analisa, ao mesmo tempo, **candidatos externos e internos para o cargo**. Dessa forma, é possível conciliar uma abertura para novos talentos, com a possibilidade de valorizar os que a empresa já possui.

Recrutamento online

Recentemente, outra forma de recrutamento começou a aparecer no mercado: o recrutamento online. Ele se refere a processos de contratação que são feitos primariamente pelo **meio digital**.

Nesses casos, é feito o uso de softwares e ferramentas para realizar todas as **etapas do recrutamento e seleção**. É um tipo de recrutamento que requer técnicas específicas, mas pode trazer ótimos benefícios, tais como:

- rápida divulgação;
- maior alcance;
- comunicação facilitada com os candidatos;
- pré-seleção com filtros;
- automatização de tarefas complexas;

Como é o processo de recrutamento e seleção?

O **processo de recrutamento e seleção** é composto de diversas etapas e cada uma delas possui **grande importância**. Por isso, elas devem ser sempre cumpridas de modo correto.

No entanto, elas possuem características específicas que devem ser analisadas e adaptadas de acordo com as **necessidades da empresa**. Dependendo da situação, é possível, até mesmo, suprimir algumas partes do processo para otimizar a contratação.

Algumas das **etapas principais de processos de recrutamento e seleção** padrão são as seguintes:

1. análise de necessidades;
2. prospecção dos candidatos;
3. triagem de currículos;
4. entrevistas;

5. testes e provas técnicas;
6. entrevista de seleção;
7. verificação de dados;
8. comunicação da escolha da empresa.

SELEÇÃO?

A seleção de pessoal é uma atividade de responsabilidade do sistema de gestão de pessoas, que tem por finalidade escolher, sob metodologia específica, candidatos ao emprego recebidos pelo setor de recrutamento para o atendimento das necessidades internas da empresa.^[4]

A seleção é o complexo de conjunto de práticas e processos usados para escolher dentre os candidatos disponíveis, aquele que parece ser o mais acertado para o cargo existente. O candidato mais adequado será o que trará mais resultados, tem o perfil que a empresa precisa e o que mais poderá se ajustar ao cargo. Inicia-se com o recrutamento e finaliza com a contratação efetiva após o período de experiência. Ela é considerada boa, quando o candidato não tem o perfil para determinada vaga, mas tem um potencial eminente para outro tipo de cargo e a empresa realoca o mesmo, para um novo processo seletivo ou armazena o currículo no banco de dados dos profissionais da empresa, considerando uma futura seleção. Geralmente a unidade central de seleção faz a triagem inicial e a preliminar da seleção, mas a escolha final envolve a chefia direta do futuro funcionário.

O processo de seleção busca entender se os valores e crenças dos funcionários estão alinhados ao da cultura da empresa, pois geralmente quando não estão ajustados, o funcionário não permanece por um período longo na organização, desta forma o empregado gera custos com o processo de seleção e admissão e não desempenha os papéis que foram esperados pela empresa.

Para garantir uma boa seleção é necessário selecionar um número grande de candidatos para aumentar a probabilidade de contratar a pessoa correto, quanto mais alto o nível deve-se admitir sempre os melhores:

- Habilidades para executar: capacidade analítica, boas ideias, educação, experiência e conseguir implantar as teorias na prática;

- Projeto de carreira: deve selecionar o candidato não pensando somente momentaneamente, mas como uma visão de futuro para o crescimento do profissional contratado;
- Orientação para equipe: pessoas com um alto nível de exigência contratam pessoas com o mesmo nível de cobrança, o que eleva o grau de dificuldade para os selecionados, é sensacional o líder saber trabalhar em equipe.

ENTREVISTA

A entrevista é executada por um profissional da área, pois é um tipo de seleção com o intuito de extrair informações sobre fatos profissionais, educacionais e socioeconômicos relativos ao candidato, possibilitando o contato direto.^[2] É o momento no qual o selecionador irá conhecer com mais detalhes o candidato por meio de conversas e/ou perguntas e respostas. Os questionamentos podem ser divididos em open-ended ou resposta livre, que são respostas não específicas e questões específicas. Também pode ser realizada a entrevista direta, que inclui respostas e questões específicas com múltipla escolha.

A entrevista as vezes segue quatro estágios: Abertura, onde o entrevistador se apresenta, expõe a proposta da entrevista e como esta será conduzida. Pesquisa, onde objetiva extrair do candidato as informações necessárias à avaliação de seu perfil pessoal e profissional. Troca, o momento em que o candidato faz as perguntas que revelam seus interesses, valores, atitudes e preocupações. Normalmente são perguntas relacionadas ao cargo, às condições de trabalho e à empresa. E o fechamento, onde o entrevistador faz comentários e análises sobre a entrevista e informa as etapas futuras do processo seletivo.

Perguntas da entrevista:

- 1) Qual o seu nome? Idade?
- 2) Fale um pouco de você? (Família, onde mora, formação)
- 3) Já trabalhou?
- 4) Por que deveríamos contratá-lo?
- 5) O que te motiva?

6) Quais seus pontos fortes e fracos?

O QUE É TREINAMENTO DE PESSOAL?

Muito se ouve falar sobre treinamento de pessoas, mas você sabe dizer o que é isso exatamente? A ferramenta leva aprendizado para os colaboradores de uma organização incentivando a obtenção ou otimização de habilidades para determinado cargo ou ação.

O treinamento tem como objetivo impulsionar a **eficiência**, aumentar a produtividade, elevar os níveis de qualidade, promover a segurança no trabalho e evitar a necessidade de refazer as atividades. Em geral, os resultados de um treinamento são obtidos em curto prazo e são satisfatórios.

O processo é essencial para que determinado funcionário evolua para assumir uma nova posição ou progrida para melhorar no cargo que já está. O objetivo é que ele seja um profissional mais completo. Conseqüentemente, ele entregará trabalhos com mais qualidade. Além disso, a ferramenta ainda poderá motivar características importantes para qualquer nível hierárquico, tais como a **proatividade**, empatia e criatividade.

Confira algumas das modalidades de treinamento:

- Treinamento presencial;
- Treinamento à distância;
- Treinamento em serviço;
- Rodízio;

- Estágio;
- Visita técnica;
- Reuniões informativas;
- Encontros de disseminação de treinamento;
- Palestras;
- Assinaturas de jornais e revistas;
- Workshop;
- Seminário.

O que é desenvolvimento de pessoas

O desenvolvimento de pessoas é outro termo comum de se ouvir em empresas que estão buscando por profissionais mais capacitados. O método está relacionado ao aprimoramento do conhecimento e das habilidades de natureza complexa e não estruturadas. Trata-se da capacidade de acumular conhecimentos e informações que podem melhorar efetivamente o desempenho de um colaborador em sua função.

A ideia é que o colaborador esteja apto para evoluir os conhecimentos que já possui e para aprender novidades. Todo esse estudo deve estar relacionado à área em que ele trabalha de forma não engessada. A consciência deve estar além apenas do local de trabalho, ela deve estar dentro de tudo que envolve esse universo.

Por maximizar o desempenho e melhorar os resultados, o desenvolvimento impacta também no clima organizacional. Este é um processo que tem retorno a médio e longo prazo, o que pode dificultar um pouco a sua aplicação.

PLANO DE CARREIRA?

um conjunto de caminhos e metas bem definidos que servem como um **guia de crescimento** profissional.

Nos últimos anos, o plano de carreira vem deixando de ser apenas um benefício oferecido pela empresa e passou a ser um plano individual, no qual cada um traça seus próprios objetivos.

Faz mais sentido, afinal nem todo mundo segue a mesma trajetória profissional, passando pelas mesmas etapas. Por isso, hoje o plano de carreira pode ter propósitos diferentes, como:

- Promoção de cargos
- Aumento de salário
- Aumento de responsabilidade
- Transferência de empresa
- Aquisição de novos conhecimentos e habilidades
- Experiência no exterior
- Melhoria de vida

MEIO AMBIENTE:

O meio ambiente envolve todas as coisas **com vida** e **sem vida** que existem na Terra ou em alguma região dela e que afetam os outros ecossistemas existentes e a vida dos seres humanos.

Na ecologia, o meio ambiente é o ecossistema em que se desenvolve a vida de um tipo organismo, ou seja, existem diversos tipos de ecossistema em que os organismos vivem.



Exigências Legais:

O Espaço Gourmet por ser um estabelecimento do ramo alimentício não precisara de nenhuma exigência legal, o dano ambiental que a empresa pode causar é o lixo diário, e para isso teremos uma política para evitar desperdícios, a coleta seletiva.

Plano De Conscientização:

O Plano de Conscientização da nossa empresa contará com várias iniciativas que tem como objetivo conscientizar e responsabilizar nossos colaboradores e funcionários de uma questão de suma importância que é meio ambiente. Na sequência teremos:

- Coleta de lixo diariamente;
- Coleta de recicláveis;
- Usaremos lâmpadas fluorescentes para um menor consumo de energia;
- Lixeiras, embalagens e sacolas de papel.

Deste modo contribuiremos com nossos deveres com a sociedade e conseqüentemente para um ambiente mais limpo.

RESPONSABILIDADE SOCIAL



A responsabilidade social é quando empresas, de forma voluntária, adotam posturas, comportamentos e ações que promovam o bem-estar dos seus públicos interno e externo. É uma prática voluntária pois não deve ser confundida exclusivamente por ações compulsórias impostas pelo governo ou por quaisquer incentivos externos (como fiscais, por exemplo). O conceito, nessa visão, envolve o benefício da coletividade, seja ela relativa ao público interno (funcionários, acionistas, etc) ou atores externos (comunidade, parceiros, meio ambiente, etc.).

A responsabilidade social implica a noção de que uma empresa não tem apenas o objetivo de fazer lucro e além de trazer benefício financeiro às pessoas que trabalham na empresa, também deve contribuir socialmente para o seu meio envolvente. Desta forma, a responsabilidade social muitas vezes envolve medidas que trazem cultura e boas condições para a sociedade.

O conceito de responsabilidade social pode ser compreendido em dois níveis: o **nível interno** relaciona-se com os trabalhadores e, a todas as partes afetadas pela empresa e que, podem influenciar no alcance de seus resultados. O **nível externo** são as consequências das ações de uma organização sobre o meio ambiente, os seus parceiros de negócio e o meio em que estão inseridos.

Métodos De Conscientização:

Como métodos de conscientização utilizaremos a reciclagem, todos os materiais da nossa empresa que forem para a reciclagem serão vendidos e dados as instituições da região, cada mês será para uma entidade, por isso também pediremos aos nossos clientes que se quiserem ajudar podem nos entregar seus matérias recicláveis, assim eles também farão uma boa ação para a sociedade.

Todos início de mês iremos visitar uma entidade e os clientes que quiserem se juntar a nossa empresa podem nos acompanhar para fazermos está boa ação.

A reciclagem é de extrema importância nos dias de hoje, tanto no campo econômico, como no campo ambiental e social, pois este processo:

- Reduz a produção excessiva de novos materiais, evitando assim que se esgotem nossas fontes naturais;
- Reduz o acúmulo exponencial de lixo, devido ao consumo desenfreado nas grandes cidades;
- Diminui a poluição;
- Limita o descarte irregular do lixo, pilhas, baterias e dentre outros materiais;
- Poupa matérias primas e energia;
- Proporciona melhor qualidade de vida para a população, através da preservação do meio ambiente;
- Gera empregos para população de renda baixa.

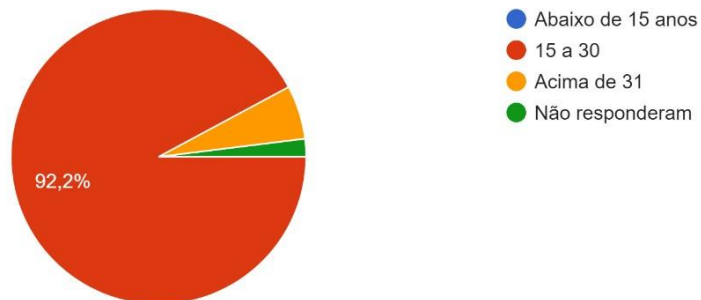
Abaixo está uma tabela com os tipos de lixo, quais se enquadram ou não como recicláveis, esse folheto ficará disponível no estabelecimento para poder ajudar a população a entender que matérias são recicláveis e quais não são, juntamente com a nossa lixeira de separação.



PESQUISA DE CAMPO

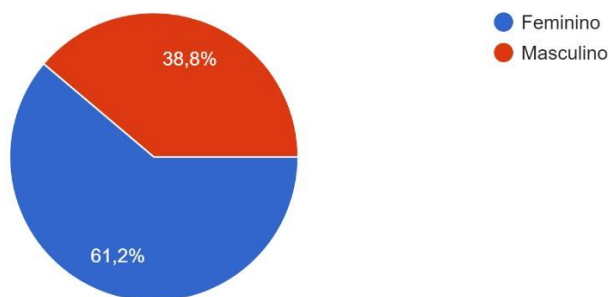
Idade

102 respostas



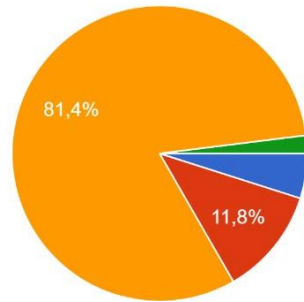
Sexo

103 respostas



Qual a cidade que mora?

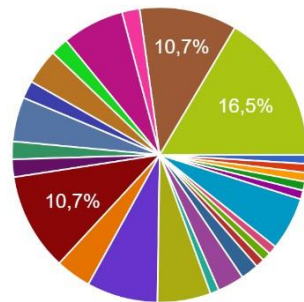
102 respostas



- Nuporanga
- Sales Oliveira
- Orlândia
- Morro Agudo

Se for de Orlândia, qual o bairro?

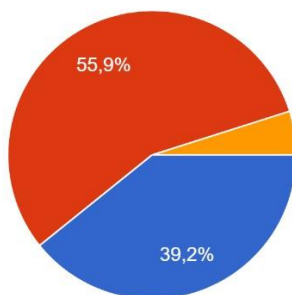
103 respostas



- Jardim Prado
 - Adalberto Morandini
 - Fazenda Palmito
 - Comove
 - Santa Helena
 - São Francisco
 - Santo Expedito
 - Marioto
- ▲ 1/4 ▼

O que você acha de um espaço gourmet na cidade de Orlândia?

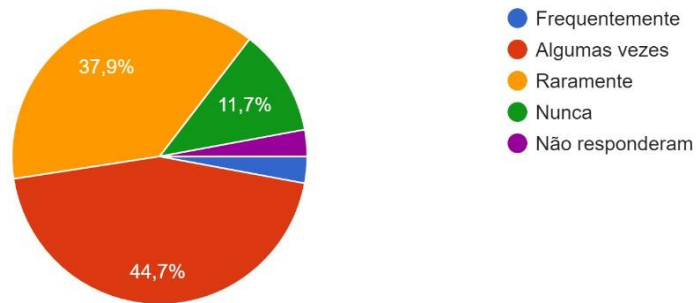
102 respostas



- Excelente
- Bom
- Ruim
- Não responderam

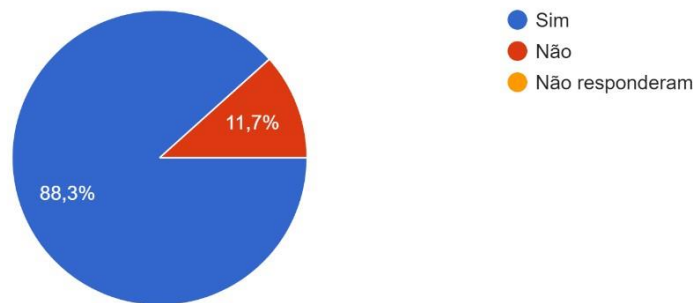
Com qual frequência você toma caldos?

103 respostas



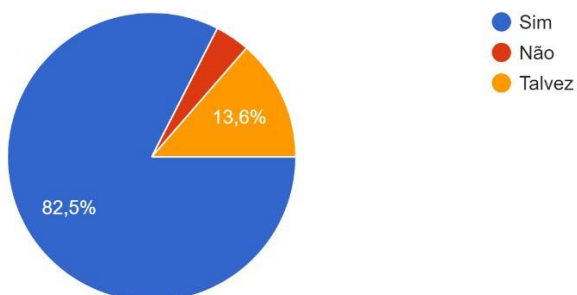
Gostaria de um ponto fixo para vender Geladinho Gourmet?

103 respostas



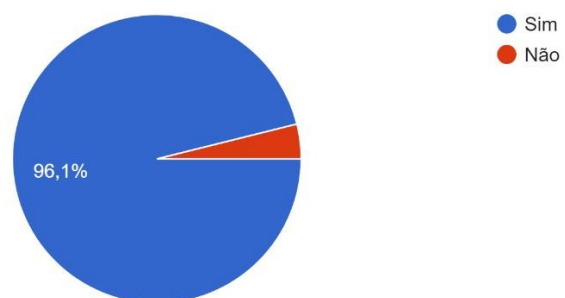
Acha importante ter um lugar com produtos sem lactose e fitness?

103 respostas



Você acha importante o estabelecimento fazer entregas à domicílio?

103 respostas



PLANO FINANCEIRO

Planilha orçamentária

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Saldo Anterior		158.407,11	148.852,17	141.087,75	129.542,59	123.428,26	114.136,08	115.173,84	108.077,05	97.867,19	100.009,73	101.711,21	R\$ 1.338.292,98
Capital Social	200.000,00												R\$ 200.000,00
Receitas		40.000,00	42.000,00	41.000,00	43.000,00	42.000,00	41.000,00	42.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	R\$ 827.733,21
Vendas a vista		42.000,00	41.000,00	45.000,00	42.000,00	43.000,00	45.000,00	46.000,00	41.000,00	46.000,00	43.000,00	43.000,00	R\$ 477.000,00
Vendas à prazo	0,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	42.000,00	41.000,00	40.000,00	39.000,00	45.000,00	38.000,00	37.000,00	42.000,00	R\$ 444.000,00
Inadimplência	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	R\$ -
Total	0,00	82.000,00	81.000,00	85.000,00	84.000,00	84.000,00	85.000,00	85.000,00	86.000,00	84.000,00	80.000,00	85.000,00	R\$ 921.000,00
Despesas Gerais													
Despesas na Abertura	500,00												R\$ 500,00
Documentação Abertura	250,00												R\$ 250,00
Movéis Utensílios	2.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	R\$ 2.000,00
Compra Máq. e Equip.	7.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	R\$ 7.000,00
Compra Veículos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	R\$ -
Licenciamento/Seguro/IPVA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	R\$ -
Total	9.750,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	R\$ 9.750,00
Despesas Tributárias													
Simples Nacional	0,00	4.920,00	4.860,00	5.100,00	5.040,00	5.040,00	5.100,00	5.100,00	5.160,00	5.040,00	4.800,00	5.100,00	R\$ 55.260,00
Total	0,00	4.920,00	4.860,00	5.100,00	5.040,00	5.040,00	5.100,00	5.100,00	5.160,00	5.040,00	4.800,00	5.100,00	R\$ 55.260,00
Despesas Terceiros													
Empresa de Software	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	R\$ 3.600,00
Escritório Contábil	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	R\$ -
Consultoria	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	R\$ -
Total	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	R\$ 3.600,00
Despesas Financeiras													
Despesas Bancárias	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	R\$ 840,00
Despesas Boletos Bancários	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	R\$ -
Total	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	R\$ 840,00
Despesas Operacionais													
Fornecedores	5.000,00	6.000,00	5.500,00	5.750,00	6.100,00	5.600,00	5.350,00	5.630,00	6.144,98	5.490,00	6.200,00	5.990,00	R\$ 68.754,98
Água e Esgoto	35,00	36,00	162,00	170,00	37,50	168,00	170,00	170,00	172,00	168,00	160,00	170,00	R\$ 1.618,50
Energia Elétrica	150,00	146,30	364,50	382,50	152,00	378,00	382,50	382,50	387,00	378,00	360,00	382,50	R\$ 3.845,80
Telefone	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	R\$ 1.020,00
EPI	1.237,39	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.237,39	R\$ 2.474,78
EPC	127,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	127,20	R\$ 254,40
Uniforme	318,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	318,00	R\$ 636,00
Combustível	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	R\$ -
Materiais Escritório	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	R\$ 600,00
Material Limpeza	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	R\$ 2.400,00
Manutenção Veículo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	R\$ -
Manutenção Máq. e Equip.	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	R\$ 600,00
Aluguel do Prédio	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	R\$ 21.600,00
Publicidade	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	R\$ 1.200,00
Seguro Predial	99,90	99,90	99,90	99,90	99,90	99,90	99,90	99,90	99,90	99,90	99,90	99,90	R\$ 1.198,80
Total	9.252,49	8.567,20	8.411,40	8.687,40	8.674,40	8.530,90	8.287,40	8.567,40	9.088,88	8.420,90	9.104,90	10.609,99	R\$ 106.203,26
Despesa Recursos Humanos													
Pró-Labore	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	R\$ 120.000,00
Salários	9.930,00	9.930,00	9.930,00	9.930,00	9.930,00	9.930,00	9.930,00	9.930,00	9.930,00	9.930,00	9.930,00	9.930,00	R\$ 119.160,00
Provisão 13º Salário Prod	827,17	827,17	827,17	827,17	827,17	827,17	827,17	827,17	827,17	827,17	827,17	827,17	R\$ 9.926,03
FGTS sobre Salário	794,40	794,40	794,40	794,40	794,40	794,40	794,40	794,40	794,40	794,40	794,40	794,40	R\$ 9.532,80
Provisão de Férias	275,83	275,83	275,83	275,83	275,83	275,83	275,83	275,83	275,83	275,83	275,83	275,83	R\$ 3.310,00
Convênio Médico	369,00	369,00	369,00	369,00	369,00	369,00	369,00	369,00	369,00	369,00	369,00	369,00	R\$ 4.428,00
Seguro de Vida	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	R\$ 1.440,00
Treinamentos	1.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	R\$ 500,00
Refeições	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	R\$ 3.000,00
Total	23.566,40	22.566,40	22.566,40	22.566,40	22.566,40	23.166,40	22.566,40	22.566,40	22.566,40	22.566,40	22.566,40	22.566,40	R\$ 272.396,83
Investimentos													
Investimentos Financeiros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	R\$ -
Total	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	R\$ -
Taxa de retorno													1,4
Total Receita	200.000,00	240.407,11	229.852,17	226.087,75	213.542,59	207.428,26	199.136,08	200.173,84	194.077,05	181.867,19	180.009,73	186.711,21	
Total Despesas	42.938,89	36.423,60	36.207,80	36.723,80	36.650,80	37.107,30	36.323,80	36.603,80	37.185,28	36.397,30	36.841,30	38.646,39	
Total Líquido Desc. Invest	157.061,11	203.983,51	193.644,37	189.363,94	176.891,79	170.320,96	162.812,28	163.570,04	156.891,77	145.469,88	143.168,43	148.064,82	
Resultado Operacional	42.938,89	3.576,40	5.792,20	4.276,20	6.349,20	4.892,70	4.676,20	5.396,20	2.814,72	3.602,70	3.158,70	1.353,61	
Saldo de Caixa	157.061,11	203.983,51	193.644,37	189.363,94	176.891,79	170.320,96	162.812,28	163.570,04	156.891,77	145.469,88	143.168,43	148.064,82	

Taxa de retorno

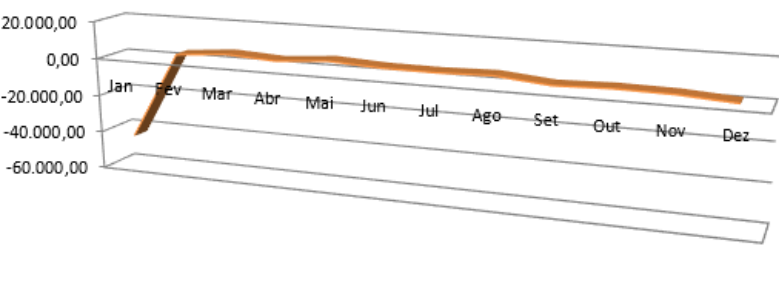
Em finanças, retorno sobre investimento, também chamado taxa de lucro ou simplesmente retorno, é a relação entre a quantidade de dinheiro ganho (ou perdido) como resultado de um investimento e a quantidade de dinheiro investido.

A taxa de retorno financeiro é calculada através da Fórmula:

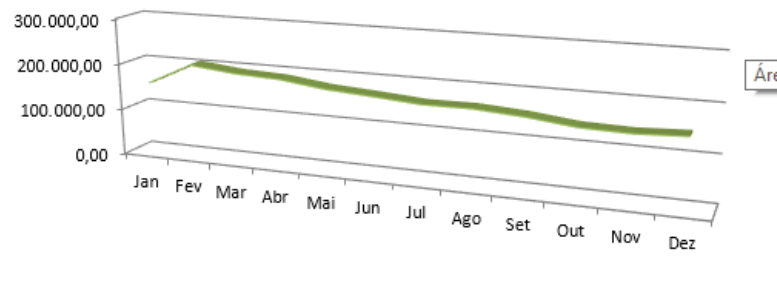
Taxa de Retorno Financeiro	
Capital Inicial	R\$ 200.000,00
Lucro Líquido	R\$ 272.396,83
TRF	1,4

Retorno financeiro será em 1 ano e 4 meses

RESULTADO OPERACIONAL



SALDO DE CAIXA



REFERÊNCIAS

<https://www.ibccoaching.com.br/portal/conheca-principais-fatores-criticos-de-sucesso-de-uma-empresa/>

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/orlandia/panorama>

https://pt.wikipedia.org/wiki/Intelig%C3%A2ncia_empresarial

https://www.lecto.com.br/anuncio/exibe/industria-de-alimentos-nilza-sa_ribeiraopreto

<https://www.guiamais.com.br/ribeirao-preto-sp/distribuidores-de-alimentos-e-bebidas/distribuidores-de-agua/12997633-4/minamar-distribuidora-de-agua-mineral>

<https://rockcontent.com/blog/publico-alvo/>

https://liderjr.com/blog/4-estrategias-de-marketing-para-alavancar-seu-negocio/?gclid=EAlalQobChMI_LzS8prQ5AIVEAiRCh1sEQGbEAAYASAAEgLuTfD_BwE

<https://blog.opinionbox.com/estrategia-de-marketing/>

<https://www.significados.com.br/posicionamento/>

<https://www.agendor.com.br/blog/como-motivar-funcionarios/>

<https://administradores.com.br/producao-academica/a-importancia-da-cultura-organizacional-para-a-empresa>

<https://www.xerpa.com.br/blog/recrutamento-e-selecao/>

<https://www.jrmcoaching.com.br/blog/qual-a-diferenca-entre-treinamento-e-desenvolvimento-de-pessoas/>

<https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/remunera-e-beneficios-sociais/>

<https://www.guiadacarreira.com.br/carreira/o-que-e-plano-de-carreira/>