



Etec ORLANDO QUAGLIATO

CLASSE DESCENTRALIZADA DE BERNARDINO DE CAMPOS

ANDERSON LUIZ BENETTI
LUCAS VINQUE CARVALHO
JEFERSON RODRIGO BRAUNA BASILI
RAFAEL BRAUNA BASILI

**A INSERÇÃO DE UM BAR COMO FORMA DE COMBATER A FALTA
DE ENTRETENIMENTO EM BERNARDINO DE CAMPOS - SP**

BERNARDINO DE CAMPOS – SP

2020

Etec ORLANDO QUAGLIATO

CLASSE DESCENTRALIZADA DE BERNARDINO DE CAMPOS

ANDERSON LUIZ BENETTI
LUCAS VINQUE CARVALHO
JEFERSON RODRIGO BRAUNA BASILI
RAFAEL BRAUNA BASILI

**A INSERÇÃO DE UM BAR COMO FORMA DE COMBATER A FALTA
DE ENTRETENIMENTO EM BERNARDINO DE CAMPOS - SP**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec “Orlando Quagliato”, do centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, com o requisito para a obtenção do diploma de Técnico em Administração sob orientação do (a) Professor (a) José Augusto Silva Rocha.

BERNARDINO DE CAMPOS – SP

2020

ANDERSON LUIZ BENETTI
LUCAS VINQUE CARVALHO
JEFERSON RODRIGO BRAUNA BASILI
RAFAEL BRAUNA BASILI

**A INSERÇÃO DE UM BAR COMO FORMA DE COMBATER A FALTA
DE ENTRETENIMENTO EM BERNARDINO DE CAMPOS - SP**

Aprovada em: ___ / ___ / ___

Conceito:

Banca de Validação:

_____ - Presidente da Banca
Professor José Augusto Silva Rocha

ETEC “Orlando Quagliato”
Orientador

Professor
ETE C “Orlando Quagliato”

Professor
ETE C “Orlando Quagliato”

**BERNARDINO DE CAMPOS – SP
2020**

RESUMO

Este trabalho apresenta as evidências da necessidade de implementação de uma nova empresa, no caso um bar e petiscária, nomeado como Drink's Bar. Devido à grande carência do município em locais com qualidade e agilidade de atendimento, boa alimentação, lazer e entretenimento a população recorre a outros meios de obter tais necessidades, assim buscando por ambientes fora do município; por meio de observações, pesquisas de campo, entrevistas e questionários foram coletadas informações para evitar tais conflitos, trazer praticidade e atender esses serviços e assim testados a viabilidade e aceitação do negócio constatando a implementação de um estabelecimento a fim de reverter esse quadro.

Palavras-chave: Implementação, Entretenimento, Lazer, Viabilidade, Petiscaria.

ABSTRACT

This work presents evidence of the need to implement a new company, in this case a bar and a snack bar, named as Drink's Bar. Due to the great need of the municipality in places with quality and agility of service, good food, leisure and entertainment, the population resorts there are other ways of obtaining such needs, thus looking for environments outside the municipality; through observations, field research, interviews and questionnaires information was collected to avoid such conflicts, bring practicality and attend these services and thus tested the viability and acceptance of the business, verifying the implementation of an establishment in order to reverse this situation

Keywords: Implementation, Entertainment, Leisure, Viability, snack.

SUMÁRIO DOS GRÁFICOS

Gráfico 1	24
Gráfico 2	24
Gráfico 3	25
Gráfico 4	25
Gráfico 5	26
Gráfico 6	26
Gráfico 7	27
Gráfico 8	27

SUMÁRIO DAS IMAGENS

Imagem 1	18
----------------	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 OBJETIVOS	9
2.1 Geral	9
2.2 Específicos	9
3 JUSTIFICATIVA	10
4 METODOLOGIA	11
5 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
5.1 Empreendedorismo	12
5.2 Empreendedor	13
5.3 Plano de Negócios	13
5.4 Estrutura de um Plano de Negócio	14

5.5 Plano de <i>Marketing</i>	15
5.6 Plano Financeiro	16
6 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA – DRINK’S BAR	18
6.1 Planejamento Estratégico do Negócio.....	18
6.1.1 Missão	18
6.1.2 Visão.....	18
6.1.3 Valores.....	19
6.2 Descrições do Empreendimento	19
6.4 Análise de Mercado	20
6.4.1 Fatores Econômicos	20
6.4.2 Fatores Socioculturais:.....	20
6.4.3 Fatores Políticos/Legais:	20
6.4.4 Fatores Tecnológicos:	20
6.4.5 Concorrência:.....	20
6.4.6 Fatores Internos:	21
6.5 Plano de <i>Marketing</i>	21
6.5.1 Motivação para abertura do negócio	21
6.5.2 Análise FOFA.....	21
6.6 Aspectos de Mercado	22
6.7 Plano Financeiro	23
6.7.1 Aspectos Tributários	23
6.7.2 Dados dos Empreendedores.....	23
6.8 Resultados – Pesquisa de Campo	24
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
8 REFERÊNCIAS	29
ANEXOS.....	31
Questionário	31

1 INTRODUÇÃO

Ao analisar o cenário cultural em que estamos convivendo rotineiramente nos dias atuais, é de fácil percepção a questão do lazer entre todos os públicos, independente de faixa etária. A diversão e o entretenimento são prioridades não só do público jovem, mas também dos adultos.

A nacionalidade brasileira é a que mais marcam presença nas lideranças nos *rankings* de pesquisas de atividades em relação a passatempos e recreação. Desta forma, mundialmente falando e registrados em análises, as pessoas são movidas a euforias e buscam a todo o momento espairecer de seus problemas, na companhia de amigos e familiares.

Perante de diversos benefícios, são grandes os exemplos de investimentos empresariais nesta área e neste ramo, devido a grande aceitação populacional.

Conseqüentemente, a implementação de um bar e petiscaria com um espaço de recreação, é um ótimo levantamento a ser feito, usufruindo das ferramentas essenciais que carregam e formulam o empreendedorismo.

Analisando deste modo, os mais diversos critérios, ingressamos em sociedade de quatro membros e iniciamos o projeto *Drink's Bar*, com o intuito de satisfazer grande parte da população da cidade de Bernardino de Campos, localizada no interior do estado de São Paulo.

2 OBJETIVOS

2.1 Geral

Propor um novo modelo de comércio, trazendo inovações do segmento de bar, visando qualidade de ambiente, produtos e serviços; de forma que possa garantir o público local e de regiões próximas.

2.2 Específicos

Oferecer um ambiente agradável, aconchegante e de alta qualidade para os clientes;

Ofertar um atendimento com qualificação e profissionalismo, visando o tratamento padrão de todos os clientes e visitantes;

Buscar entreter o cliente com jogos, atividades, espaços recreativos, áreas específicas para as mesmas;

Satisfazer o cliente com a boa qualidade e variedades na alimentação ofertada;

Garantir facilidade de pagamentos ao público, inibindo conflitos tanto para quem usufrui do local, quanto para quem ali trabalha.

3 JUSTIFICATIVA

Em nossa cidade, Bernardino de Campos, localizada no interior do estado de São Paulo, percebe-se uma grande ausência de entretenimento e atividades das mais simples possíveis e rotineiras. Diante disso, fica notável que a população local recorre às cidades vizinhas em busca da satisfação dessa necessidade de diversão.

Com base na vida cotidiana das pessoas, é perceptível que nos dias atuais as pessoas vivem em constante cansaço físico e mental, devido ao trabalho excessivo e as grandes preocupações com deveres e afazeres. Para ter uma boa qualidade de vida é recomendável sempre buscar maneiras de fugir da rotina massiva, buscando maneiras de se ocupar com atividades que causam relaxamento ou alguma ação para desestressar.

Analisando esse contexto, observamos a necessidade de um local para satisfazer a população, onde surgiu a ideia da implantação de um bar que ofereça um ambiente agradável onde amigos encontram-se, conversam, ingerem bebidas geladas ou quentes, acompanhadas de petiscos, já que com esse modelo de bar, pode-se contribuir para com o município garantindo entretenimento e lazer para todos que ali habitam.

4 METODOLOGIA

O estudo constou com diversas pesquisas já publicadas em jornais e artigos disponibilizados em sites, portais e o próprio site do SEBRAE. Além de uma pesquisa de campo realizada com clientes de empresas semelhantes, dessa forma obtendo informações importantes para a discussão sobre a inserção de um bar a fim de combater a falta de entretenimento na cidade.

Para obtenção de dados foi utilizada um questionário com quatro perguntas estruturadas, com exatamente cinquenta pessoas. O questionário teve como objetivo compreender as necessidades dos clientes e suas buscas e possíveis melhorias, além da frequência deste serviço semanalmente.

Constatado deste modo, foi possível notar em parte aspectos positivos para a abertura deste negócio, prevendo com ampla porcentagem assertiva na viabilidade e a adesão dos clientes a empresa.

5 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

5.1 Empreendedorismo

Pensar em empreendedorismo nos dias atuais é facilmente sermos transportados para o conceito de inovação, independente dos diversos ramos de negócios. Inovar e elaborar uma hipótese que possa ser fonte de um capital de giro, envolvendo a prestação de serviços e produtos, é critério fundamental para elencar um projeto empreendedor.

O autor Dolabela (2008, p.59) conceitua:

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação.

O empreendedorismo marca forte presença no mundo atual em que vivemos, regido pela globalização e dinheiro vivo, expandindo desta forma o capitalismo.

Assim compreende-se o empreendedorismo como o resultado da iniciativa do empreendedor, impulsionada pelo reconhecimento da oportunidade que deriva em um negócio lucrativo e que cria valor para a sociedade, através do envolvimento entre pessoas, processos, recursos materiais, e fatores motivacionais. (CUNHA; SILVA; YAMAGUCHI 2011, p.168).

Estudos apontam que muitos optam por empreender atualmente, devido ser uma tentativa de fonte de renda, já que o capitalismo traz consigo a desigualdade das classes sociais. Mesmo com amplas concorrências, as tentativas ainda são altas e muitas das vezes bem sucedidas.

Ter sucesso em um empreendimento, não basta apenas querer, mas sim ir em busca de oportunidades consistentes. Para que o contentamento e retorno do negócio sejam garantidos e claros, é preciso de um planejamento total, desde critérios de baixa relevância aos maiores, como por exemplo, a definição do negócio, plano estratégico, plano financeiro, entre tantos outros, critérios e aspectos estes, proporcionados e organizados dentro do Plano de Negócios.

5.2 Empreendedor

O empreendedor é um dos personagens principais da área administrativa, sustentado por documentos e projetos que vão muito além de simples papeis. Todo indivíduo pode ser empreendedor, basta não se limitar e estar sempre evoluindo em suas ideias, buscando firmemente a inovação, utilizando como critério essencial a criatividade.

Segundo Dornelas (2005) “O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”.

Indivíduos que buscam crescer diante do mundo dos negócios devem sempre estar abertos a qualquer aparição de críticas, sejam elas positivas ou negativas, para que assim consigam ainda mais melhorar seus projetos e atermem-se a oportunidades de crescimento.

Ser empreendedor significa possuir, acima de tudo, o impulso de materializar coisas novas, concretizar ideias e sonhos próprios e vivenciar características de personalidade e comportamento não muito comuns nas pessoas. (BAGGIO; BAGGIO 2014, p.27).

Todo o empreendedor carrega consigo características marcantes, tais como: o poder na comunicação, tomada de decisões precisas e confiantes, ótimo espírito de liderança e tantas outras que afetam diretamente o negócio, de maneira positiva, contribuindo para o crescimento empresarial e próprio.

O brasileiro por si só já nasce empreendedor, devido sua perseverança em todas as suas ações, o fato de nunca desistir do que sempre almejou sempre se levantando do zero e conquistando pouco a pouco seu espaço. Representando a diversidade e fé de um país grandemente batalhador, pelo qual não é refém de suas dificuldades.

5.3 Plano de Negócios

O Plano de Negócio vai muito além de um simples papel, ou algum rascunho de projeto esboçado a lápis. A partir do momento em que uma ideia de abertura ou reelaboração de um negócio surge, é evidente a necessidade do planejamento e

não só planejar de maneira abstrata, mas sim traçar metas e objetivos.

O Plano de Negócio dá-nos a permissão de obter um olhar a longo e curto prazo no que se diz respeito a uma empresa e estabelecimento, sendo sem sombra de dúvidas a peça-chave de todo quebra-cabeça administrativo.

O plano de negocio é a parte fundamental do processo empreendedor é uma ferramenta de gestão com múltiplas aplicações. É um documento preparado pelos empreendedores em que são descritos todos os elementos externos e internos relevantes com frequência uma integração dos planos funcionais como os de marketing, finanças, produção e recursos humanos, enfim sendo um documento que reúne informações sobre as características, condições e necessidades do futuro empreendimento, com o objetivo de analisar sua potencialidade e sua viabilidade e facilitar sua implantação. (RAYOL; MOREIRA 2007, p.8).

Portanto, ter sempre em mãos este documento é crucial para todo o processo, antes de tomar qualquer decisão precipitada e afetar drasticamente o empreendimento e todo investimento.

O planejamento produz um resultado imediato: o plano. Todos os planos têm um propósito comum: a previsão, a programação e a coordenação de uma sequência lógica de eventos, os quais, se bem sucedidos, deverão conduzir ao alcance do objetivo que se pretende. (CHIAVENATO 2005 p.127).

5.4 Estrutura de um Plano de Negócio

Abaixo, será apresentado um dos diversos modelos seguidos para a construção de um Plano de Negócio, também intitulado Plano Empresarial, seguindo o embasamento teórico do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, com autoria de Rosa.

a) Capa: a capa de um Plano de Negócios, jamais pode ser deixada em segundo campo, pois é nela que contém todos os dados redigido, com descrição detalhada de quem o elaborou, participantes e outros segmentos importantes, contribuindo também para a estética do documento.

b) Sumário: é um segmento de localização do que fora elaborado dentro do trabalho, podendo ser considerada uma maneira mais rápida de identificar tópicos para pesquisa e consultas requeridas.

c) Análise de mercado: carregando seu significado no título, nesta etapa ocorre uma

análise do mercado em que o novo negócio será inserido. Requer um pouco mais de atenção e trabalho, pois são diversos fatores que afetam o estabelecimento de forma direta, além de avaliar a adaptação do negócio no contexto econômico atual.

d) Plano operacional: o planejamento adequado da inserção de materiais no interior do estabelecimento requer o máximo de atenção, já que é um dos investimentos mais altos durante o processo de toda abertura do negócio, condizentes às máquinas, equipamentos e eletrônicos.

e) Construção de cenário: mantendo os pés no chão negócio, é preciso investigar e consultar profundamente o cenário em que o estabelecimento será implantado. Com a visão em longo prazo, necessita-se até mesmo analisar todos os detalhes, inclusive os mais comuns e simples.

f) Avaliação estratégica: o último critério a ser desenvolvido, porém não o menos importante. A partir desse momento o esboço do negócio começa a sair do papel e toma medidas e formas concretas. Pensando nas estratégias de alcance do negócio, juntamente com tudo o que poderá interferir na empresa, de modo positivo e negativo.

5.5 Plano de *Marketing*

Quando traçamos a meta de que o estabelecimento tenha sucesso na cidade, um dos elementos essenciais para que isso ocorra é seu *marketing*, sua máxima divulgação é fundamental para que o negócio fique conhecido no local e alcance o maior número de pessoas possíveis, para que futuramente sejam seus clientes fiéis.

Seu papel é mostrar como a empresa pretende vender seus produtos ou serviço, como conquistar clientes, manter o interesse dos mesmos e aumentar a demanda. Abordagem de métodos de comercialização, política de preço, canal de distribuição, estratégia de promoção e comunicação, publicidade e principais clientes.

Las Casas (2011, p. 10), define o *marketing* como sendo,

A área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às atividades de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores visando alcançar determinados objetivos de empresas ou indivíduos e considerando sempre o ambiente de atuação e o impacto que essas relações causam no bem estar da sociedade.

Levando em consideração que o Plano de *Marketing* não se trata apenas de

propaganda, vale ressaltar que a criação e satisfação de necessidades também fazem parte deste documento, conseqüentemente o personagem ativo responsável em elaborar este documento, deve analisar todo o cenário atual de mercado.

Deste modo, o plano *marketing* não está ligado diretamente só com a área de vendas, como se pensava no passado, e sim na busca de satisfazer as necessidades dos clientes, oferecendo produtos de qualidade, que tenha características específicas, fazendo com que os produto/serviços se vendam por si só. (COSTA *et al.* 2012 p. 04).

5.6 Plano Financeiro

O âmbito de qualquer negócio a ser aberto, tem por ideal o capital e obtenção de lucros; mediante disto, é de extrema relevância a construção do Plano Financeiro, para que haja organização e não haja conflito e, se houver, poderá ser resolvido calmamente.

Este documento e etapa do Plano de Negócio, também é popularmente conhecido como Planejamento Financeiro, pelo qual condiz de uma das ferramentas básicas do ciclo administrativo: planejar.

Planejamento financeiro é o processo por meio do qual se calcula quanto de financiamento é necessário para se dar continuidade às operações de uma companhia e se decide quando e como a necessidade de fundos será financiada. Sem um procedimento confiável para estimar as necessidades de financiamento, uma companhia pode acabar não tendo fundos suficientes para pagar seus compromissos. Uma empresa fica inadimplente se não for capaz de saldar suas obrigações contratuais. Portanto a falta de um planejamento financeiro sólido pode causar falta de liquidez e, por isso a falência. (GROPELLI 2010, p. 319).

Quando tratamos de temas empresariais, o capital de giro envolvido é uma das questões mais preocupantes, pois como o futuro do negócio pode ser descrito como incerto, é dever do administrador ou responsável estar sempre atento a todos os acontecimentos possíveis.

Um plano financeiro eficaz deve dar à luz no momento de expor as ligações das diferentes propostas de investimento ligadas às várias atividades operacionais da empresa e as opções de financiamento disponíveis a ela no mercado. De modo paralelo, um plano financeiro atribui a empresa à chance de desenvolver, analisar e comparar muitos cenários de diferentes ângulos, permitindo assim, que questões relativas às linhas futuras de negócios da empresa e os melhores esquemas de financiamento se necessários, sejam analisados. (LUCION 2005, p. 145).

6 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA – DRINK’S BAR

6.1 Planejamento Estratégico do Negócio

Durante a abertura de um novo negócio ou até mesmo sua reabertura, é necessário pensarmos em todos os aspectos de mercado possível, desde a comunidade que seja instituído à aceitação pública, avaliado futuramente com os resultados de pesquisas.

Posterior aos levantamentos e hipóteses formuladas, demos início ao projeto de nosso negócio, um sonho empreendedor, pelo qual fora pensado em grupo, com todo o cuidado, documentos e planejamentos adequados, nasce o Drink’s Bar.

A elaboração detalhada do Plano de Negócio, possibilitou a abertura e esboço do estabelecimento de maneira mais tranquila e controlada.

Logotipo da empresa:



6.1.1 Missão

Possibilitar um espaço recreativo para todos os cidadãos e visitantes, assegurando e garantindo a segurança e bem estar, tanto dos funcionários, quanto principalmente de todos os clientes. Prezando a diversão, lazer e calma, satisfazendo a qualquer pessoa que usufrua do estabelecimento.

6.1.2 Visão

Tornar referência regional, em critério de estabelecimento e empresa,

priorizando a gestão organizacional do negócio, sem esquecer das necessidades pelo qual os clientes buscam o bar.

6.1.3 Valores

- a) Ética: respeito e transparência para com os clientes.
- b) Respeito: priorizar as vontades e desejos de qualquer visitante do estabelecimento.
- c) Disciplina: postura agradável de nossos funcionários, visando a espontaneidade.
- d) Rígida burocracia: todo o documento responsável pela abertura e funcionamento do negócio possui amplo controle e verificação adequada de tempos em tempos.

6.2 Descrições do Empreendimento

O *Drink's Bar* consiste em um empreendimento voltado ao combate à falta de entretenimento na cidade de Bernardino de Campos. Levando em consideração seu princípio de valor, sendo o lazer, a diversão, a satisfação em estar reunidos em família e amigos, companhias harmoniosas.

O acesso a este bar, não é limitado ou focado em apenas um grupo de pessoas, fazendo com que todos possam desfrutar do ambiente aconchegante existente. A renda mínima do público alvo, seria de um salário mínimo atual, porém apenas para registros significativos.

Contém espaço amplo para o melhor aproveitamento, tanto em período diurno como para acontecimentos noturnos, facilitando para que todos possam ir até o bar e passar o tempo que quiser, com lotação, definida pelo alvará de abertura de quinhentas pessoas.

O título da empresa deu origem, trazendo o significado da empresa, um espaço para ingerir bebidas, alcoólicas e não alcoólicas, com petiscos de acordo com o cardápio e vontade dos clientes, logo *Drink's Bar*.

O interior da empresa, é constituído por: bancada de bebidas, bancada de petiscos, cozinha, adega, banheiro para funcionários, banheiro masculino e feminino destinados aos visitantes, bebedouro, mesa para jogos, prateleira para solicitar jogos de tabuleiro, espaço para compra de guloseimas e área de fumantes.

6.3 Produtos e Serviços

Atividades propicias para quem se identifica com o ambiente de bar e jogos.

Nosso bar estabelece medidas e regras para não haver falta de respeito entre os frequentadores.

6.4 Análise de Mercado

6.4.1 Fatores Econômicos:

Em questão de economia, nosso bar apresenta interesse em qualquer cidadão que se dispõe a participar das atividades propostas, mesmo com a crise atual, cremos que os habitantes prezam muito pelo lazer e distração de sua família em companhia de seus amigos.

6.4.2 Fatores Socioculturais:

Conforme mostrado na pesquisa os consumidores são jovens e adultos em busca de divertimento. Fazendo parte de grande número da população do município e graças aos bons preços de fácil acesso a qualquer classe de poder aquisitivo, eles buscam local para entretenimento, lazer, alimentação e consumo de drinks, além da disponibilidade de diferentes atividades no local como jogos etc.

6.4.3 Fatores Políticos/Legais:

Foi observado que os fatores políticos não possuem relevância para o tipo de negócio, já os fatores legais tem grande impacto. Os fatores legais seriam necessários ter grande atenção, nosso bar, busca ter total responsabilidade e estar a par, logo, dentro de todas as leis instauradas, sendo estaduais e municipais. Enfatizando a segurança de todos, focando nos menores de idade, devido às bebidas alcoólicas e drogas lícitas (cigarro). Ofício de alvará de abertura e vigilância sanitária ficará exposto para que todos visualizem.

6.4.4 Fatores Tecnológicos:

Os fatores tecnológicos influenciam de forma boa, contribuindo na qualidade do ambiente, nos serviços e produtos oferecidos.

6.4.5 Concorrência:

A concorrência é um dos aspectos que mais preocupa os sócios, devido ser ampla e vasta, pois existem inúmeros outros estabelecimentos que ofertam o

mesmo serviço que nossa empresa, porém o que mantém a ideia em pé, são os critérios de inovação, para que nosso bar seja diferenciado, de maneira positiva.

6.4.6 Fatores Internos:

O Drink's Bar possuirá grande infraestrutura, local espaçoso, agradável e confortável; pessoal qualificado e com treinamento; limpeza adequada, dois computadores/caixa, impressora, grande variedade de alimentos e drinks de qualidade, banco de dados prático e de fácil utilização.

6.5 Plano de *Marketing*

6.5.1 Motivação para abertura do negócio

Na cidade de Bernardino de Campos percebe-se uma grande ausência de entretenimento, diante disso fica notável que a população local recorre às cidades vizinhas em busca desse prazer.

Com base na vida cotidiana das pessoas, é perceptível que nos dias atuais as pessoas vivem em constante cansaço físico e mental, devido ao trabalho excessivo e as grandes preocupações com deveres e afazeres. Para ter uma boa qualidade de vida é recomendável sempre buscar maneiras de fugir do cotidiano, buscado maneiras de se ocupar com atividades que causam relaxamento, diversão e interação social.

Analisando este contexto, sentimos a necessidade de um local para satisfazer a população, no qual surgiu a ideia da implementação de um bar que ofereça um ambiente agradável onde amigos se encontrem, conversem, tomem bebidas geladas ou quentes, acompanhadas de petiscos.

6.5.2 Análise FOFA

a) Força:

- Inovação;
- Boa localização e visibilidade;
- Ambiente pacífico;
- Espaço amplo e seguro;
- Alimentação e bebidas apetitosas.

b) Fraqueza:

- Visão da sociedade;
- Empresa ainda nova no mercado
- Grande investimento.
- Não há local para o estacionamento.

c) Oportunidade:

- Falta de local para entretenimento e lazer das pessoas;
- Grande parte da população local pertence ao grupo definido do público alvo;
- Procura da população por locais que trazem lazer;
- Localização próxima á feira da cidade.
- Inauguração atrativa.

d) Ameaças:

- Vasta concorrência;
- Eventos na cidade (Festa do peão) que por ser pequena já atrairia grande parte do publico
- Promoções constantes realizadas pela concorrência
- Concorrência á muito tempo no mercado;

6.6 Aspectos de Mercado

a) Público alvo: jovens e adultos

b) Faixa etária: 18 a 60 anos

c) Faixa de renda: critério irrelevante para a empresa, qualquer pessoa tem o direito de frequentar o local.

d) Ocupação do público alvo: habitantes, munícipes, visitantes regionais e qualquer outro indivíduo que desperte interesse em conhecer nosso bar.

e) Concorrentes diretos: inúmeros outros bares que já estão inseridos no mesmo perímetro urbano.

f) Concorrentes indiretos: pizzaria e lanchonetes existentes na cidade.

g) Fornecedores: através de contratos, recebendo de acordo com pedidos realizados, reabastecendo os estoques de bebidas e matérias primas para produção dos petiscos.

6.7 Plano Financeiro

Parcela de grande contribuição para o andamento do negócio. Registros diários de receitas, despesas e levantamento de capital do caixa, juntamente com sua conferência no final de um dia de trabalho. Elaborado unicamente pelos sócios da empresa e verificado por escritório contábil oficial.

Tratando-se de um documento altamente importante, seu papel é mapear e fomentar diferentes aspectos relacionados aos recursos monetários, como faturamentos, investimentos, despesas e dívidas

6.7.1 Aspectos Tributários

Nossa empresa, possui a forma de constituição, classificada e formada pelos sócios que originaram a ideia central do estabelecimento, totalizando quatro integrantes. Cada qual contribuindo com uma parcela igual para com todos, de cinquenta mil reais, resultando um montante de duzentos mil reais para investimento inicial. Optando pelo Simples Nacional e uma empresa limitada (Ltda.).

6.7.2 Dados dos Empreendedores

- Sócio A:

Nome: Anderson Luiz Benetti.

Formação: Administração de empresas.

Cargo: Gestor.

- Sócio B:

Nome: Lucas Vinque Carvalho.

Formação: Contabilidade.

Cargo: Contador.

- Sócio C:

Nome: Jeferson Rodrigo Brauna Basili.

Formação: Especializado em Marketing.

Cargo: Gestão de comunicações.

- Sócio D:

Nome: Rafael Brauna Basili.

Formação: Recursos humanos.

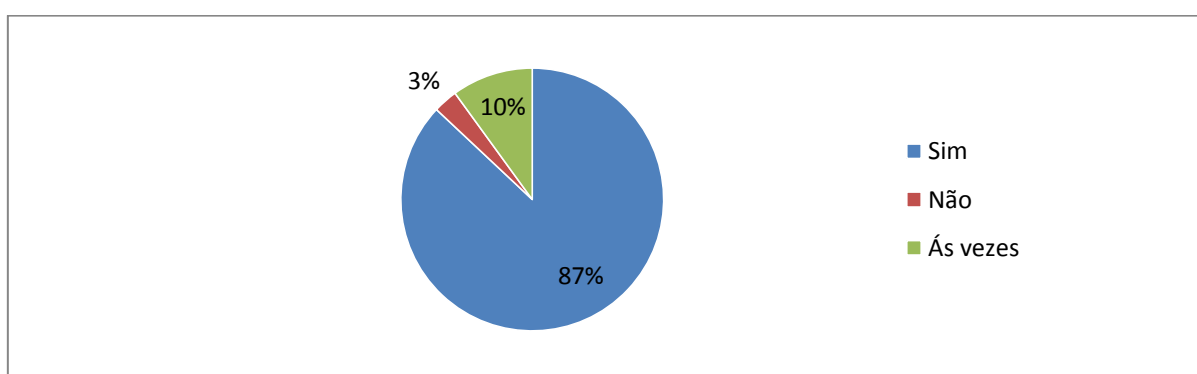
Cargo: Recrutamento pessoal.

6.8 Resultados – Pesquisa de Campo

Demonstração de resultados da pesquisa realizada através da aplicação de questionário. Os gráficos foram todos produzidos pelos autores, neste mesmo ano (2020), somando um total de cem pessoas entrevistadas.

1- Em seu tempo livre, você busca algum lugar fora de casa para se divertir?

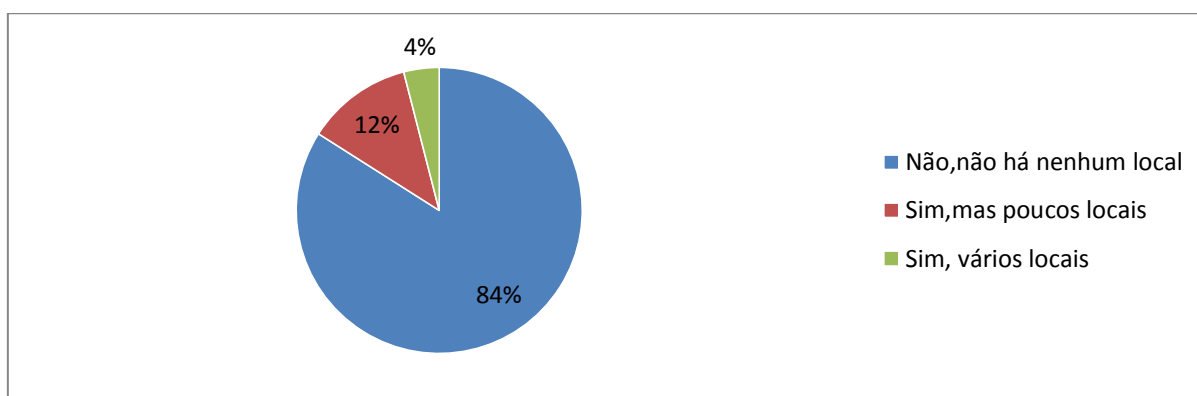
Gráfico 1



Com as respostas dessa primeira pergunta foi notável que a grande maioria da população busca meios para se divertir.

2- Você considera que a cidade tem opção de escolha, de modo que entretém a população local?

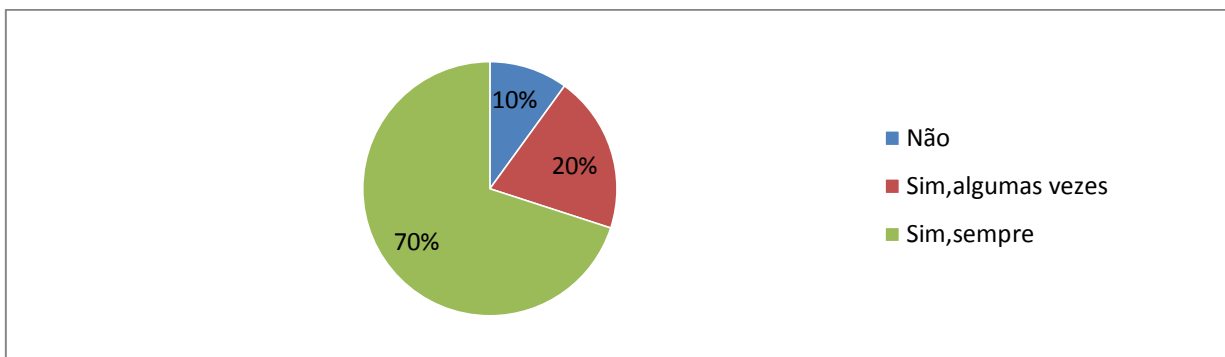
Gráfico 2



Também foi perceptível o descontentamento de modo geral da população pela carencia da cidade.

3-Já recorreu a cidade vizinhas para conseguir locais que atendesse essas necessidades?

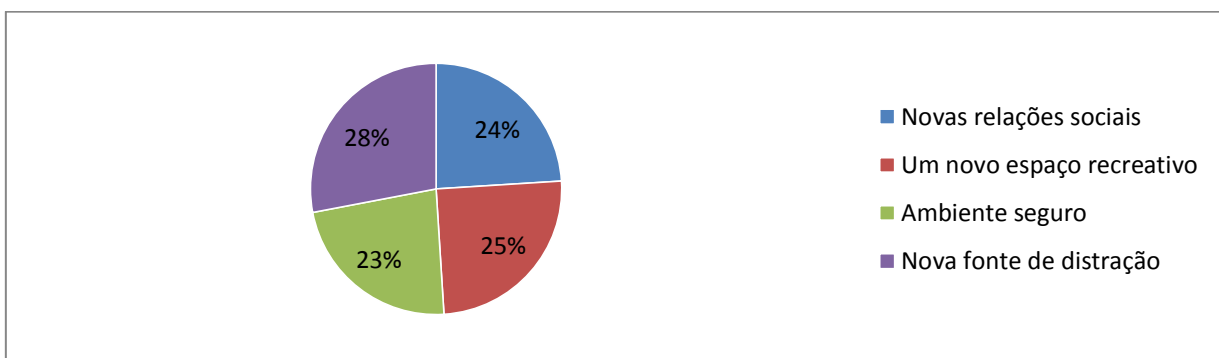
Gráfico 3



E como destacado em textos anteriores pessoas buscam atender suas necessidades fora do município ,grande parte que não recorre a esse meio disse que faria se tivesse o mesmo se houvesse condições (financeiras ou de locomoção).

4-De qual forma um novo segmento de bar com jogos e um ambiente totalmente renovado, contribuiria para o entretenimento da cidade?

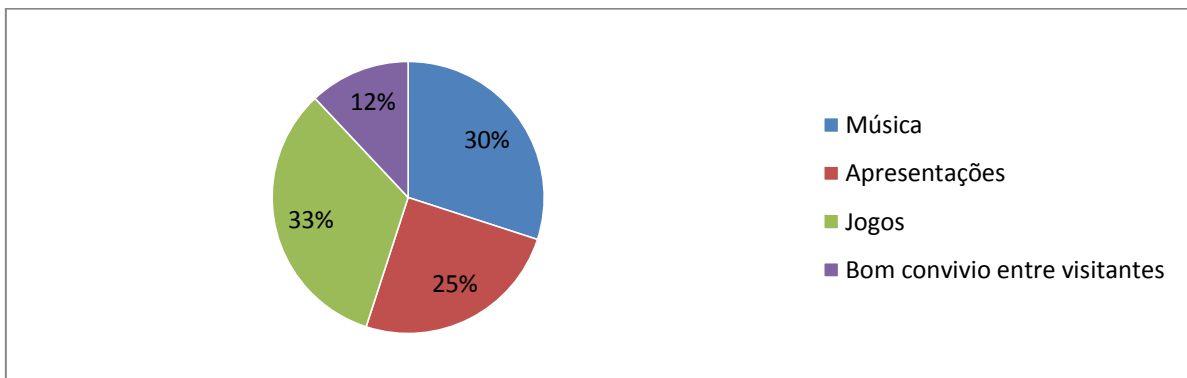
Gráfico 4



Claramente o Drink's Bar contribuiria muito para o entretenimento da cidade.

5- O que esse local deve oferecer ao cliente para garantir maior conforto?

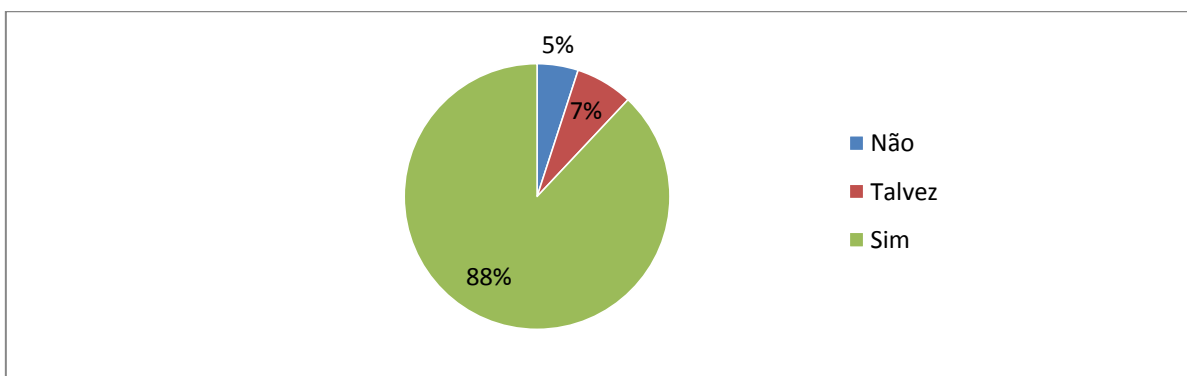
Gráfico 5



Ambos os produtos oferecidos demonstram demanda e foram bem aceitos .

6- Você frequentaria esse tipo de estabelecimento?

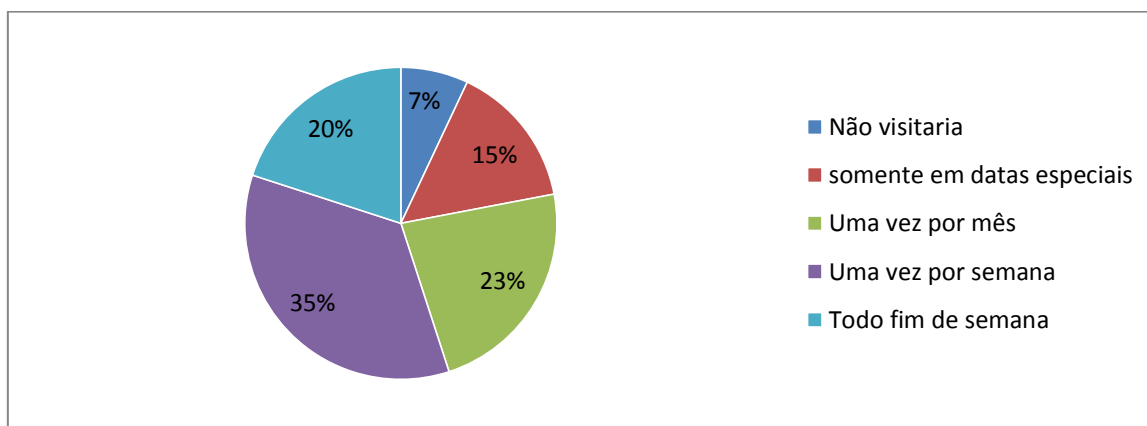
Gráfico 6



À proposta foi bem aceita pela população.

7- Com qual frequência você visitaria esse tipo de estabelecimento?

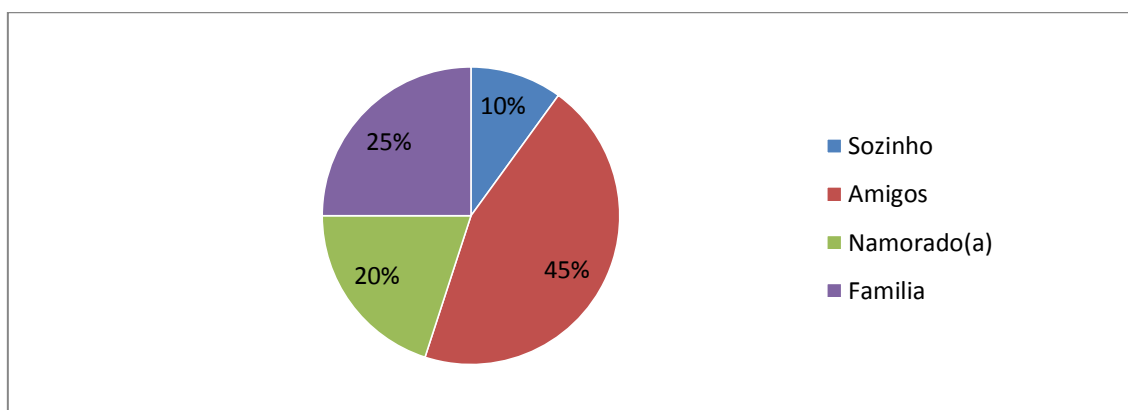
Gráfico 7



Destaca-se que grande parte da população frequentaria o estabelecimento sendo, mensalmente ou semanalmente garantindo assim um bom número de possíveis clientes.

8- Como frequentaria esse local?

Gráfico 8



7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Empreender em tempos de calamidade econômica, como a atual, torna-se uma das alternativas mais viáveis para aqueles que almejam serem donos do próprio negócio, conquistando espaço mediante ao capitalismo. O empreendedorismo tem sido uma das opções mais aclamadas, superando até mesmo a ideia de busca por trabalho em ramo de servidor público, ou seja, o empreendedorismo acaba sendo uma válvula de escape em período crítico, principalmente para os brasileiros.

Planejar, nunca pode sair da mente de um empreendedor de verdade, já que somente assim aumentará significativamente a capacidade do negócio responder as demandas locais, além de inibir as incertezas diante de mudanças no mercado.

Mediante este contexto, neste artigo foi possível demonstrar, de modo geral a relevância da elaboração de um **Plano de Negócio** para o sucesso de um empreendimento, demonstrando a maneira de como planejar e a sua importância para que com isso possa direcionar o empreendedor para a tomada de decisão mais eficaz possível.

O Plano de Negócios poderá ainda proporcionar o aumento da compreensão dos empresários e seus colaboradores do funcionamento do negócio, pensando sempre em um todo, sendo o coração da empresa. Outro fator de grande consideração para o aprendizado também, é a oportunidade que a elaboração do **Plano de Negócios** pode possibilitar aos líderes, sendo a união dos funcionários em torno de um objetivo comum.

Portanto, a abertura do nosso negócio, torna-se consistentemente uma alternativa viável perante o cenário analisado, pelo qual este Plano de Negócios, possibilitou a visão mais clara desta afirmação. Sem contar que o Plano de Negócios pode ser usado como um instrumento dinâmico de implementação da estratégia da empresa, tornando-se uma ferramenta fundamental de gestão que, certamente, nos auxiliará em conseguir o sucesso desejado ou então mostrará conflitos que poderão acontecer futuramente, porém o controle permanecerá.

8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**. Passo Fundo, n. 1, p. 25-38, jan. 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2005.

COSTA, Nara Cristina da Silva. *et al.* **Plano de marketing**: proposta de implantação na empresa Paula Modas – Esperança – PB. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/1316617.pdf>>. Acesso em 29 jun. 2020.

CUNHA, Caroline Valquiria Moura; SILVA, Mayara Vieira da; YAMAGUCH, Nathalia Midori. Empreendedorismo: histórias que motivam, despertam e encantam. **Anuário da Produção Acadêmica Docente**. São Paulo, v. 5, n. 12, p. 165-182, nov. 2011.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

GROPPELLI, A. A ; NIKBAKHT, Ehsan. **Administração Financeira**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de Marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira**. São Paulo: Atlas, 2011.

LUCION, Carlos Eduardo Rosa. Planejamento Financeiro. **Revista Eletrônica de Contabilidade – Curso de Ciências Contábeis UFSM**. Santa Maria: v.1, n.3, p. 142-160, mar/mai. 2005.

RAYOL, Marcus Kleber Bentes; MOREIRA, Heber Lavor. **A importância do plano de negócios para o sucesso do empreendimento**. Disponível em: <

<http://peritocontador.com.br/wp-content/uploads/2015/05/Marcus-Kleber-Bentes-Rayol-A-Import%C3%A2ncia-do-Plano-de-Neg%C3%B3cio-para-o-Sucesso-do-Empreendimento.pdf>>. Acesso em: 28 jun. 2020.

ROSA, Cláudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócios**. Disponível em:<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO_baixa.pdf>. Acesso em: 28 jun. 2020.

ANEXOS

QUESTIONÁRIO

Pesquisa de campo realizada com o total de cem pessoas

1- Em seu tempo livre, você busca algum lugar fora de casa para se divertir?

- (A) Sim.
- (B) Não.
- (C) Às vezes.

2- Você considera que a cidade tem opção de escolha, de modo que entretém a população local?

- (A) Não, não há nenhum local.
- (B) Sim, mas poucos lugares.
- (C) Sim, vários locais.

3- Já recorreu a cidade vizinhas para conseguir locais que atendesse essas necessidades?

- (A) Não.
- (B) Sim, algumas vezes.
- (C) Sim, quase sempre.

4- De qual forma um novo segmento de bar com jogos e um ambiente totalmente renovado, contribuiria para o entretenimento da cidade?

- (A) Novas relações sociais
- (B) Um novo espaço recreativo
- (C) Ambiente seguro
- (D) Nova fonte de distração

5- O que esse local deve oferecer ao cliente para garantir maior conforto?

- (A) Música
- (B) Apresentações
- (C) Jogos

(D) Bom convívio entre visitantes

6- Você frequentaria esse tipo de estabelecimento?

(A) Não

(B) Talvez

(C) Sim

7- Com qual frequência você visitaria esse tipo de estabelecimento?

(A) Não visitaria.

(B) Somente em datas especiais (comemorações, aniversários etc.).

(C) Uma vez por mês.

(D) Uma vez por semana.

(E) Todo fim de semana.

8- Como frequentaria esse local?

(A) Sozinho.

(B) Amigos.

(C) Namorado (a).

(D) Família.