

Bar



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| Apresentação de Negócio..... | 1 |
| Mercado..... | 1 |
| Localização..... | 3 |
| Exigências Legais e Específicas..... | 5 |
| Estrutura..... | 7 |
| Pessoal..... | 8 |
| Equipamentos..... | 10 |
| Matéria Prima/Mercadoria..... | 10 |
| Organização do Processo Produtivo..... | 12 |
| Automação..... | 12 |
| Canais de Distribuição..... | 13 |
| Capital de Giro..... | 14 |
| Custos..... | 15 |
| Diversificação/Agregação de Valor..... | 16 |
| Divulgação..... | 17 |
| Informações Fiscais e Tributárias..... | 18 |
| Eventos..... | 20 |
| Normas Técnicas..... | 20 |
| Glossário..... | 23 |
| Dicas de Negócio..... | 24 |
| Características Específicas do Empreendedor..... | 25 |
| Fonte de Recurso..... | 26 |
| Planejamento Financeiro..... | 27 |
| Produtos e Serviços - Sebrae..... | 28 |
| Entidades Relacionadas ao Negócio..... | 29 |
| Bibliografia..... | 30 |
| Investimentos e faturamento..... | 32 |

1. Apresentação de Negócio

Bar é um negócio que oferece um ambiente agradável onde os amigos se encontram, conversam, tomam bebidas geladas ou quentes, acompanhadas de petiscos. Está presente em todas as cidades e em todos os lugares, mudando suas características de acordo com os hábitos e cultura do local.

O Bar atua como ambiente social integrador, tornando-se ponto de referência por diversos motivos como seu cardápio ou especialidades gastronômicas, bebidas diversificadas, clientela, preços, entre outros atrativos. Alguns atrativos podem ser oferecidos pelo bar como o ambiente e a decoração, as músicas, jogos, etc.

Antes da crise, o setor gerava cerca de 450 mil novas oportunidades de emprego por ano, segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel). Na pandemia, a estimativa é que pelo menos 600 mil empregos tenham sido perdidos, como reflexo também do encerramento de atividades de uma parte dos estabelecimentos. (Fonte: Sebrae Nacional - 2022).

O segmento é também muito importante para a atração de turistas e nos grandes centros urbanos é uma das principais opções de lazer da população. Vida noturna e gastronomia são respectivamente a primeira e a segunda atração turística numa cidade como São Paulo, conforme demonstra pesquisa realizada pelo jornal Folha de São Paulo.

O serviço prestado por um bar deverá ser concebido com visão profissional, o que irá requerer uma avaliação objetiva sobre a forma de atuação, público alvo, localização, cardápio de comidas e bebidas a serem oferecidas, bem como as expectativas comerciais que esse tipo de empreendimento requer.

Para a elaboração de um plano de negócios consulte o Sebrae mais próximo.

2. Mercado

O negócio de bar conta com um mercado bastante promissor por oferecer um item de consumo que abrange todos os segmentos da população. É possível escolher entre vários modelos de negócio, do botequim ao bar temático. O segmento de bares é enorme e tem boas perspectivas a curto, médio e longo prazo devido ao aumento do poder aquisitivo da população.

No Brasil, 35% dos bares e restaurantes fecham as portas em dois anos, segundo dados da Abrasel (Fonte: Sebrae Nacional - 2019), com isso é importante estar por dentro das informações desse mercado e praticar a gestão eficiente da empresa.

Seguem algumas informações importantes do setor:

- No Brasil, este mercado finalizou o ano de 2018 com aumento de 3,5% no faturamento, resultado positivo, ainda mais considerando os resultados negativos dos últimos três anos. Em 2019, a expectativa era um crescimento ainda mais acentuado, de 5% no faturamento (Fonte: ANR, 2019). Contudo, tivemos um período crítico que foi a pandemia e, após esse período, dados recentes da Abrasel indicam que até julho de 2022, cerca de 37% dos

estabelecimentos já haviam obtido lucro em suas operações, enquanto 37% manteve o equilíbrio e 26% realizou prejuízo.

- Em 2021, o crescimento do segmento de Food Service no Brasil foi de cerca de 18%. (Fonte: ABIA, 2021);

- O segmento de Food Service movimentou R\$ 176,3 bilhões no Brasil durante 2021, representando uma participação do varejo alimentar no mercado interno na ordem de 26%. (Fonte: ABIA, 2021);

É um negócio que apresenta uma concorrência acirrada, o que exige uma dose grande de criatividade. Observar o mercado local e identificar o nicho de clientes para o qual o estabelecimento estará direcionado é fundamental para a sua sobrevivência. Vários fatores contribuem para esse quadro, demandando criatividade e bom faro de negócios do empreendedor. O mercado é versátil exigindo mudanças constantes para adaptação às novidades, e os clientes estão cada dia mais exigentes.

É importante notar que a ociosidade do estabelecimento pode ser alta (de até 50%), nos dias de baixo movimento, dependendo da localização e proposta de valor do bar, o que exige várias iniciativas do empresário na gestão financeira e na divulgação de eventos e promoções.

A relação com o mercado fornecedor também deve se basear na sustentabilidade. Podem-se priorizar fornecedores locais como organizações regionais e cooperativas para que a economia da região seja beneficiada com as atividades da empresa, uma prática socialmente justa. Da mesma forma, a preocupação com o meio ambiente também deve ser levada em consideração a partir da escolha por empresas, cujas políticas e diretrizes sociais e ambientais estejam alinhadas com as suas, não sendo somente informações para autovalorização da marca. A questão da sustentabilidade econômica também deve ser observada nas negociações com os fornecedores.

Fatores que devem ser analisados para a escolha de um fornecedor:

- Distância física;
- Referências;
- Custo do frete;
- Qualidade;
- Capacidade de fornecimento;
- Preço;
- Prazo;
- Forma de pagamento e de entrega.

Assim resumidamente podemos destacar as seguintes oportunidades e ameaças:

Oportunidades

- Retorno do crescimento do mercado;
- Investimento em entretenimento;
- Aprovação do trabalho intermitente na nova lei trabalhista;
- Diferenciação pelos serviços.

Ameaças

- Instabilidade econômica e política no país;
- Baixas barreiras de entrada no mercado;
- Concorrência acirrada e agressiva;
- Falta de mão-de-obra capacitada no mercado;
- Lei-Seca.

Duas características podem tornar o seu negócio mais competitivo no mercado: criação de bar de nicho ou bar temático.

Fonte: Pinterest

A criação de bares específicos e dentro de pequenos nichos, atrai normalmente público-alvo menor, tornando os ganhos limitados. Podemos citar os seguintes tipos de bares de nicho: boteco de bairro, bar de espetinho, bar gourmet, bar de luxo, bar de narguilé, bar roqueiro e motorcycle entre outros. Nesse caso, a estrutura do bar deve ser projetada pensando em atingir o público- alvo específico.

A temática do bar pode tornar o ambiente agradável e atrativo, podendo ser considerado um requisito competitivo. Ao se falar em temática, refere-se a decoração, estilo e não necessariamente ao público-alvo em si. Além disso a temática pode ser alterada facilmente, caso deseje. Como exemplo pode-se utilizar feriados e datas comemorativas como uma decoração provisória, como carnaval e dia dos namorados. Em alguns casos, empresários optam por utilizar a temática como identidade do bar, é o caso de um pub, onde o ambiente e temática é preparado para trazer a sensação de estar em um verdadeiro pub antigo ou um bar country com estilo e músicas do gênero.

3. Localização

Uma boa localização é aquela que está “no caminho” dos clientes, no bairro dos clientes ou perto de algum ponto de atração de pessoas e que favoreça o acesso ao estabelecimento com o menor grau de dificuldade. A escolha do local requer pesquisa e decisão sobre o tipo de público a ser atendido, identificando suas características principais, tais como: poder aquisitivo, hábitos, cultura, gostos, etc. A proximidade de estabelecimentos de educação para adultos - como faculdades e cursinhos -, zonas comerciais ou concentração de escritórios traz, em geral, bons resultados.

Neste ramo estar próximo a concorrência pode ser uma boa opção. Frequentemente, em grandes cidades existem regiões apenas com bares e estar em meio deles pode ser um fator de sucesso. Isto não significa que não pode montar um bar afastado da concorrência e obter sucesso. É preciso estudar o mercado da região em que se pretende abrir o bar.

O bairro deve ter todas as condições urbanas que favorecem o fluxo de clientes, tais como: ruas que facilitam o acesso, facilidades para estacionamento nas proximidades, infraestrutura com água, energia elétrica, recolhimento de lixo, transportes urbanos, policiamento, serviços bancários e outros. O empresário deve procurar a prefeitura local e verificar a lei de zoneamento para certificar-se da possibilidade de exploração de bares na região de interesse. Além disso, deve ser pesquisado o comportamento da vizinhança em relação a tolerância a ruídos e

se certificar se a cidade possui Lei do Silêncio para estabelecimentos comerciais.

Mesmo que as regras de zoneamento permitam a abertura em determinado local, as associações organizadas podem criar obstáculos para o funcionamento de um empreendimento que produz barulho e movimentação de pessoas no período noturno.

Para empreendimentos populares é importante observar se existe nas redondezas: ponto de ônibus, metro ou outros transportes coletivos e outros estabelecimentos que atraem clientes.

A localização ideal precisa unir boa capacidade de conquistar o cliente x custo. Evite uma localização que comprometa um % maior do valor estipulado no plano de negócios com a locação do ponto comercial.

Pontos de atenção na escolha do imóvel onde a empresa será instalada:

A relação entre receitas e despesas estimadas precisa ser compatível com os objetivos definidos pelo empreendedor. É preciso estar atento ao custo do aluguel, prazo do contrato, reajustes e reformas a fazer.

Certifique-se de que o imóvel atende às necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, características da vizinhança, serviços de água, luz, esgoto, telefone, transporte etc.

Verifique se existem facilidades de acesso, estacionamento e outras comodidades que possam tornar mais conveniente e menos onerosa a adaptação do imóvel.

Cuidado com imóveis situados em locais sujeitos a inundação ou próximos às zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito.

Confira a planta do imóvel aprovada pela Prefeitura, e veja se não houve nenhuma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área, que deverá estar devidamente regularizada.

As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU), que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço. A consulta de local junto à Prefeitura deve atentar para:

- Se o imóvel está regularizado, ou seja, se possui HABITE-SE;
- Se as atividades a serem desenvolvidas no local respeitam a Lei de Zoneamento do Município, pois alguns tipos de negócios não são permitidos em qualquer bairro;
- Se os pagamentos do IPTU referente ao imóvel estão em dia;
- No caso de serem instaladas placas de identificação do estabelecimento, letreiros e outdoors, será necessário verificar o que determina a legislação local sobre o licenciamento das mesmas;

- Exigências da legislação local e do Corpo de Bombeiros Militar.

Para instalação de um bar em shoppings, galerias e centros comerciais, devem-se considerar os custos totais de ocupação como: aluguel, condomínio, taxas de publicidade e também o tempo de dedicação do empreendedor ao negócio, uma vez que esses empreendimentos possuem horários de funcionamento diferenciado.

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma empresa, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual ou em um dos enquadramentos jurídicos de sociedade. Ele deverá avaliar as opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. Leia mais sobre este assunto no capítulo 'Informações Fiscais e Tributárias'.

O contador, profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa e conhecedor da legislação tributária, poderá auxiliar o empreendedor neste processo.

Para abertura e registro da empresa é necessário realizar os seguintes procedimentos:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Registro na Prefeitura Municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema "Conectividade Social – INSS/FGTS";
- Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa atende as exigências mínimas de segurança e de

proteção contra incêndio, para que seja concedido o "Habite-se" pela Prefeitura Municipal.

Importante:

- Para a instalação do negócio é necessário realizar consulta prévia de endereço na Prefeitura Municipal/Administração Regional, sobre a Lei de Zoneamento.
- É necessário observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC).
- A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças, etc.

As principais exigências legais aplicáveis a este segmento são:

- Além do processo de registro legal da empresa, o empreendedor deverá atentar ainda

para algumas legislações específicas:

1. Resolução RDC nº. 216, de 15 de setembro de 2004, da ANVISA, a qual determina que restaurantes, lanchonetes, padarias, cantinas, bufês, comissarias, confeitarias, delicatêsens, pastelarias, cozinhas industriais e institucionais, rotisseries e congêneres adotem procedimentos para se adequarem ao Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação;
2. As Boas Práticas são um conjunto de normas que abrangem uma série de requisitos, permitindo a produção dos alimentos com segurança. Quem descumprir o regulamento estará sujeito a multas que podem variar entre R\$ 2 mil a R\$ 1,5 milhões;
3. O Regulamento Técnico constante da resolução da ANVISA prevê procedimentos que devem ser observados nas instalações, equipamentos, móveis e utensílios da empresa; higienização das instalações; controle de pragas; abastecimento de água; manejo dos resíduos; cuidados a serem observados pelos manipuladores dos alimentos, como usar cabelos presos e protegidos por redes; cuidados com ingredientes e embalagens; preparo do alimento e armazenamento;
4. Essa resolução visa estabelecer procedimentos de Boas Práticas para serviços de alimentação a fim de garantir as condições higiênico-sanitárias nos processos de preparação dos alimentos.
5. Entende-se por serviços de alimentação os locais que executam: manipulação, preparação, fracionamento, armazenamento, distribuição, transporte, exposição à venda e entrega de alimentos preparados ao consumo;
6. Resolução RDC nº. 218, de 29 de julho de 2005. Dispõe sobre o Regulamento Técnico de Procedimentos Higiênico-Sanitários para Manipulação de Alimentos e Bebidas Preparados com Vegetais;
7. Lei nº. 7.967/89. Dispõe sobre o valor das multas por infração à legislação sanitária, altera a Lei nº. 6.437, de 20 de agosto de 1977, e dá outras providências;
8. Portaria SVS/MS nº. 326/97. Aprova o Regulamento Técnico. Condições Higiênico-Sanitárias e de Boas Práticas de Fabricação para Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos.
9. **IMPORTANTE:** as leis, decretos, portarias, resoluções frequentemente sofrem revisões (atualizações), em virtude de novos acontecimentos ou pela necessidade de melhorar interpretações em relação ao seu conteúdo, função, abrangência ou penalidade. Portanto as leis citadas neste material estão atualizadas, mas a qualquer momento podem mudar. Para saber se estão utilizando a mais atual fiquem atentos as indicações de revisões. COMO? Digitando as características da lei, exemplo: ‘Decreto-Lei nº. 986”, sem a data, em um site de busca e aparecerá nas 10 primeiras opções (links para acesso web), com as sugestões mais recentes.

As legislações abaixo são assuntos correlacionados direta ou indiretamente sobre a produção de alimentos:

- a) Decreto-Lei nº. 986, de 21 de outubro de 1969;

- b) Lei nº. 6.360, de 23 de setembro de 1976;
- c) Portaria nº. 15, de 23 de agosto de 1988;
- d) Portaria nº. 1.428, de 26 de novembro de 1993;
- e) Portaria nº. 152, de 26 de fevereiro de 1999;
- f) Portaria nº. 3.523, de 28 de agosto de 1998;
- g) Resolução nº. 105, de 19 de maio de 1999;
- h) Resolução nº. 211, de 18 de junho de 1999;
- i) Resolução RDC nº. 18, de 29 de fevereiro de 2000;
- j) Resolução RDC nº. 277, de 16 de abril de 2001;
- k) Resolução RDC nº. 91, de 11 de maio de 2001;
- l) Resolução RE nº. 9, de 16 de janeiro de 2003;
- m) Resolução nº. 518, de 25 de março de 2004.

5. Estrutura

A estrutura de um bar pode ser bastante simples, basta um balcão, um salão para a colocação das mesas, banheiros, depósito para o estoque e a área da cozinha. Quando o empreendedor optar por atender um tipo de clientela mais exigente, faz-se necessário um projeto arquitetônico e temático mais bem elaborado, o que pode resultar numa estrutura mais complexa. Mesmo com a simplicidade, o ambiente deve possuir uma identidade visual que concorde com a proposta do seu negócio.

O balcão e o salão para servir bebidas devem ser localizados em área ampla e agradável para a permanência dos clientes.

Balcão – O balcão deve merecer atenção especial e deve estar em local bem escolhido e de acesso imediato. Nem sempre é aconselhável ter que atravessar o salão para chegar ao bar. O balcão deve ter comprimento, altura e largura que atendam ao conforto e à quantidade do público-alvo pretendido. O tampo pode ser de madeira, granito ou mármore, pois é recomendável que seja de material de fácil limpeza.

O espaço interior precisa ter amplitude suficiente para permitir a movimentação dos atendentes e/ou barman.

As bebidas mais nobres merecem um lugar privilegiado nas prateleiras. Certas garrafas de bebidas possuem rótulos que por si só servem de decoração e despertam o desejo de degustá-las.

A iluminação adequada pode potencializar o poder de atração e contribuir para dar uma impressão de amplitude e beleza. Luzes minúsculas colocadas atrás das garrafas ressaltam a cor dos líquidos nelas contidos.

A bancada onde ficam os copos, as geladeiras e a prateleira onde ficam as bebidas devem estar acessíveis para não dificultar o serviço quando a casa estiver cheia.

Os banquinhos devem ser giratórios e projetados em função da altura do balcão, de forma que o cliente possa ficar sentado, com a maior parte do tronco acima do nível do tampo para ter acesso ao copo ou aos petiscos com boa visibilidade. Deve-se cuidar para que os bancos sejam confortáveis e resistentes ao uso.

Salão – O espaço mais nobre e amplo deve ser destinado aos clientes. Deve-se ter um espaço que acomode confortavelmente os clientes, para cada 100 m², sem colunas ou obstáculos, cabem aproximadamente 18 mesas. Em estabelecimentos mais populares, o espaço entre as mesas pode ser menor perdendo um pouco de conforto e do trânsito dos funcionários para servir as mesas. Não se pode esquecer do acesso para os portadores de necessidades especiais.

O caixa pode estar localizado próximo à saída ou em área que possibilite a visão mais ampla possível do salão. A música ao vivo é opcional e exige um espaço complementar para comportar os músicos e não atrapalhar a movimentação dos garçons.

Banheiros – Não devem ficar muito distantes nem muito próximos do salão. Devem ser bem-sinalizados, amplos, arejados, limpos e confortáveis. Não há exigência legal para a quantidade de banheiros em bares, recomenda-se pelo menos um masculino e um feminino, além do banheiro dos funcionários. É importante atentar para o fácil acesso para pessoas com necessidades especiais.

Depósito – Local utilizado para guarda do estoque de alimentos, bebidas, utensílios, objetos de reserva para o bar, e peças de reposição. Todos os cuidados devem ser tomados para manter o local livre do acesso de insetos, baratas, roedores e qualquer outra ameaça externa.

Cozinha – Na cozinha são elaborados os pratos do cardápio. É necessário, antes da execução do projeto, consultar a legislação Municipal e Estadual porque ela é diferente em cada Estado ou Município.

Estacionamento – É bastante requerido pelos clientes. Pode-se manter convênios com estacionamentos próximos.

6. Pessoal

A quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento. Normalmente contrata-se:

- garçons;
- cozinheiros;
- barman;

- auxiliares de limpeza.

Ao escolher esses profissionais, você deve ter cuidado. Lembre-se sempre que os seus funcionários são o cartão de visita do seu negócio e, portanto, devem ser bem escolhidos e, principalmente, bem treinados. A pessoa responsável pelo caixa, por exemplo, deve ser de sua confiança, afinal, conhecerá seus resultados.

O mais importante é que os funcionários sejam treinados e qualificados, contribuindo decisivamente para que o bar seja realmente um local agradável e que os clientes valorizem o bom atendimento. Cortesia, atenção, respeito, honestidade, são valores que o proprietário deve transmitir aos seus funcionários e zelar por sua manutenção.

Deverá ser fornecido uniforme e vestimentas adequadas ao tipo de estabelecimento e função desempenhada, bem como treinamento sobre noções básicas de higiene, atendimento e relacionamento com o público.

A qualificação dos colaboradores requer competências nas seguintes áreas:

- Cozinha: ter experiência e conhecimento de preparo dos pratos e petiscos constantes do cardápio, utilização dos equipamentos da cozinha (forno, fogão e outros), noções de higiene, além dos cuidados com a qualidade dos ingredientes e atenção aos prazos de validade.
- Atendimento ao cliente: ter domínio razoável de etiqueta, saber informar sobre bebidas, conhecer os pratos e lanches, ter facilidade de relacionamento, respeito, atenção, urbanidade, bom humor, interesse pela satisfação das pessoas, discrição e controle emocional.

Quando o negócio começar a ganhar proporção e público, será necessário adaptar a estrutura de sua equipe para atender a nova demanda e fluxo de clientes, caso contrário, se o atendimento não for eficiente, provavelmente seus clientes deixarão de frequentar o seu bar.

É importante que o proprietário participe de seminários, congressos e cursos, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor. Os empregados devem participar de cursos sobre atendimento qualificado e outros que ampliem seus conhecimentos e habilidades.

Posteriormente, quando o seu negócio estiver consolidado, você poderá contratar também um gerente, um responsável por estoque, pelo marketing e diversos outros profissionais que o ajudarão a fazer o negócio crescer ainda mais.

O empreendedor deverá estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores nessa área, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora da carga-horária de trabalho, evitando assim, consequências desagradáveis.

O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados.

7. Equipamentos

Para o salão e área interna do balcão serão necessários os seguintes móveis e equipamentos:

- 01 microcomputador completo;
- 01 impressora;
- 01 linha telefônica;
- 01 impressora de cupom fiscal;
- mesas, cadeiras, armários, de acordo com o dimensionamento das instalações;
- prateleiras para bebidas;
- gaveteiro para guardar dinheiro, cheques e tickets de cartões de débito e crédito;
- equipamento para recebimento através de cartões de débito e crédito (o empreendedor decide);
- aparelho de TV e DVD player;
- geladeira vertical especial para cerveja;
- estufas para salgados;
- sistema de ar-condicionado dimensionado de acordo com o tamanho do ambiente - é opcional;
- equipamento de som;
- materiais de uso diário, tais como: talheres, pratos, copos, panelas, cinzeiros, etc.
- banquetas.

Móveis e equipamentos para a área de cozinha:

- freezer horizontal e geladeira;
- fogão industrial;
- balcão frigorífico;
- chapa com aquecimento a gás;
- exaustor;
- filtro de água;
- espremedor de frutas;
- liquidificador;
- estufa;
- fritadeira elétrica;
- panelas, assadeiras, etc;
- forno de microondas;

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques apresenta particularidades de acordo com o tipo do negócio - comércio ou prestação de serviço. De qualquer forma, deve-se buscar a eficiência nesta gestão, sendo que o estoque de mercadorias deve ser suficiente para o adequado funcionamento da empresa, mas mínimo, para reduzir o impacto no capital de giro.

Fique atento, pois a falta de mercadorias pode representar a perda de uma venda. Por outro lado, possuir mercadorias estocadas por muito tempo é deixar dinheiro parado. É essencial o bom desempenho na gestão de estoques, com foco no equilíbrio entre oferta e demanda.

Esse equilíbrio deve ser sistematicamente conferido, com base, entre outros, nestes três

indicadores de desempenho:

1 - Giro dos estoques: número de vezes que o capital investido em estoques é recuperado por meio das vendas. É medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

2 - Cobertura dos estoques: indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

3 - Nível de serviço ao cliente: demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, no varejo de pronta entrega (segmento em que o cliente quer receber a mercadoria ou o serviço imediatamente após a escolha), pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

As matérias-primas utilizadas no bar são as bebidas e os ingredientes para a composição de pratos para alimentação e petiscos:

As bebidas mais comuns são:

- Cervejas;
- Vinhos;
- Whisky;
- Vodca;
- Energéticos;
- Refrigerantes;
- Aguardente de cana;
- Run;
- Martini
- Campari;
- Chopp;
- Sucos (inclusive naturais, o que pode incluir frutas e polpas);
- Água com e sem gás.

Os petiscos precisam ser selecionados de acordo com o público-alvo a ser atendido, os mais comuns são:

- Queijos e frios;
- Carnes variadas;
- Batata frita;
- Mandioca;
- Bolinhos diversos;
- Linguiças;
- Salsichas;
- Porções fritas (frango, bolinhos, peixes, pastel, quibe).

A opção de servir refeições dependerá da decisão do empreendedor, que deverá estar baseada em pesquisa junto à clientela potencial.

9. Organização do Processo Produtivo

Os processos de um bar podem ser divididos em:

1. Serviços de Recepção e Atendimento ao Cliente – É o primeiro contato com o cliente. O garçom ou barman entregam ao cliente o cardápio e o orientam sobre a escolha. Os bares que adotam uma forma diferenciada de atendimento podem utilizar recepcionistas para esta atividade. Ao barman cabe ainda a preparação das bebidas e coquetéis. Não havendo esse profissional, essas atividades serão exercidas por outro atendente no interior do balcão. O serviço de atendimento ao cliente no salão é realizado pelos garçons e compreende todo o período de permanência no estabelecimento, desde a recepção até o pagamento da conta e saída do recinto.
2. Serviço de produção de alimentos e montagem dos pratos – É responsável pela preparação dos alimentos e a montagem dos pratos descritos no cardápio.
3. Serviço Administrativo – Responsável pela gerência e controle das atividades produtivas do bar. Geralmente essas funções são exercidas pelo proprietário e pessoas de sua confiança. As atribuições são: compras, pagamento de fornecedores e despesas em geral, orientação da organização do ambiente interno, gestão financeira, gestão de pessoas e outras providências necessárias ao bom funcionamento do negócio.

10. Automação

Há uma boa oferta de sistemas para gerenciamento de bares. Os softwares possibilitam o controle dos estoques, lançamento das comandas e mesas, custo dos pratos, os itens mais vendidos do cardápio, demora no atendimento, média de clientes, cadastro e histórico de serviços prestados a cada cliente, serviço de mala direta para clientes e potenciais clientes, controle de estoque de produtos, cadastro de móveis e equipamentos, gerenciamento de serviços dos empregados, controle de pagamento das comissões, controle de contas a pagar e a receber, fornecedores, folha de pagamento, fluxo de caixa, fechamento de caixa, etc. Existem ainda sistemas integrados com a utilização de tablet e smartphone que fazem o registro do pedido do cliente com saída para a cozinha, lançamento no caixa, registro contábil, cadastro do cliente e baixa do estoque.

A utilização da informatização dos processos deverá ser avaliada pelo proprietário, considerando o porte do estabelecimento e a perspectiva de crescimento.

O nível de automação para um bar é praticamente imprescindível, já que a maioria das Secretarias de Fazenda Estaduais requerem que para estabelecimentos que vendam bebidas frias (cervejas e refrigerantes em geral) ou quentes (bebidas em dose), sejam enviadas no SINTEGRA de forma individualizado, item por item, pouco importando a opção tributária do estabelecimento.

Sendo assim faz-se necessário um software que controle individualmente os itens comercializados. Em especial nas emissões de CUPOM FISCAL impressos nas ECF.

Antes de se decidir pelo sistema a ser utilizado, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual, a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor, verificando

ainda se possui funcionalidades, tais como:

- Controle de mercadorias;
- Controle de taxa de serviço;
- Controle dos dados sobre faturamento/vendas, gestão de caixa e bancos (conta corrente) e estoque;
- Emissão de pedidos, notas fiscais, boletos bancários;
- Organização de compras e contas a pagar;
- Relatórios e gráficos gerenciais para análise real do faturamento da loja. A loja física como conhecemos hoje está mudando.

A tendência é a interação cada vez maior entre o ponto de venda e os ambientes virtuais.

Já existe no mercado uma ampla seleção de softwares e plataformas digitais que ajudam o varejista a administrar a pré-venda, monitorar o movimento de funcionários e clientes, integrar lojas físicas e virtuais e resolver questões de logística. Conheça a seguir algumas soluções em software para o varejo:

Preço Certo: O software analisa variáveis como investimento, custos, despesas e margem de lucro e compõe preços competitivos para diferentes produtos.

Splits – Novo serviço de comanda digital por meio de aplicativo.

Trustvox - Verifica a veracidade das postagens nas mídias sociais e canais digitais.

Tracksale - Comportamento do cliente é analisado por meio de perguntas.

FONTE: <https://revistapegn.globo.com/Administracao-de-empresas/noticia/2018/09/12-aplicativos-que-ajudam-o-empresario-administrar-seu-negocio.html>

11. Canais de Distribuição

Canais de distribuição são os meios pelos quais você entrega o seu produto até o cliente final. Em outras palavras, é como você faz com que seus produtos fiquem disponíveis para o consumidor final.

Os canais de distribuição estão diretamente envolvidos com a prestação de informações sobre o produto, customização, garantia de qualidade, oferta de produtos complementares, assistência técnica, pós-venda e logística. Em resumo, é tudo que possa garantir a disponibilidade do produto para o consumidor.

A empresa pode optar por distribuição via canal direto ou indireto. O canal de distribuição direto é quando a própria empresa é responsável pela entrega de seus produtos, sem que haja nenhum intermediário envolvido nesse processo.

Já no canal indireto a empresa repassa seus produtos a um intermediário responsável por entregar os produtos da indústria para o consumidor. O intermediário pode ser um varejista, atacadista, distribuidor, broker ou qualquer outro envolvido no processo de distribuição de produtos.

O canal de distribuição é o próprio bar.

Uma maneira de diversificar o canal de distribuição é implantando no seu bar o sistema de delivery, com a entrega de bebidas, petiscos e pequenas refeições no domicílio do cliente ou no local onde ele solicitar, proporcionando conforto e comodidade. Para trabalhar com esse canal, importante manter o atendimento de qualidade e a agilidade. A escolha do meio de transporte (moto, bicicleta, carro) deve ser considerado levando em conta a logística, distância e produto a ser transportado, mantendo a eficiência no serviço de entrega. Interessante delimitar uma área ou região onde seu negócio deseja atuar no sistema delivery para não comprometer a qualidade do serviço.

12. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

Item: Reserva de Caixa

Quantidade: 1

Valor Unitário: R\$ 13.000,00

O seu capital de giro deve variar entre 20 e 30% do valor do investimento para operação. No exemplo acima temos um Investimento estimado de R\$ 50.000,00. Assim uma reserva (capital de giro e estoque inicial) seria de R\$ 13.000,00, cujo montante corresponde a 26% do investimento.

Quanto maior o prazo concedido aos clientes para pagamento e quanto maior o prazo de estocagem, maior será a necessidade de capital de giro do negócio. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode amenizar a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Prazos médios recebidos de fornecedores também devem ser considerados nesse cálculo: quanto maiores os prazos, menor será a necessidade de capital de giro.

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão, inclusive valores além do pró-labore. No início, todo o recurso que entrar na

empresa, nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. O ideal é preservar recursos próprios para capital de giro e deixar financiamentos (se houver) para máquinas e equipamentos.

Sempre será muito útil que se tenha certo montante de recursos financeiros reservado para que o negócio possa fluir sem sobressaltos, especialmente no início do projeto. No entanto, ter esse recurso disponível não é suficiente senão houver uma boa gestão, ou seja, somente deverá ser utilizado para honrar compromissos imediatos ou lidar com problemas de última hora.

13. Custos

Os custos dentro de um negócio são empregados tanto na elaboração dos serviços ou produtos quanto na manutenção do pleno funcionamento da empresa. Entre esses gastos, estão o que chamamos de custos fixos e custos variáveis.

Custos Variáveis:

São aqueles que variam diretamente com a quantidade produzida ou vendida, na mesma proporção.

Custos de materiais:

Item
Quantidade
Valor unitário
Matéria-Prima ou mercadoria
40
R\$ 12.000,00

Custos dos impostos:

Item
%
Valor unitário
Simples
9 % do faturamento bruto (R\$ 45.000,00)
R\$ 4.050,00

Custos com vendas:

Item
%
Valor unitário
Propaganda
1 % do faturamento bruto (R\$ 45.000,00)
R\$ 450,00

Custos fixos:

São os gastos que permanecem constantes, independente de aumentos ou diminuições na quantidade produzida e vendida. Os custos fixos fazem parte da estrutura do negócio.

Salários e encargos

Função
Quantidade
Salário unitário
Salários, comissões e encargos.
3
R\$ 9.000,00
Depreciação

Ativos fixos
Valor total
Vida útil (anos)
Depreciação
Maquinas e equipamentos
R\$ 7.000,00
10
R\$ 58,00
Equipamentos informática
R\$ 3.000,00
5
R\$ 50,00
Móveis e utensílios
R\$ 14.000,00
5
R\$ 233,00
Despesas fixas e administrativas

Item
Valor unitário
Aluguel, condomínio e segurança
R\$ 2.500,00
Água, luz, telefone e internet
R\$ 800,00
Material de limpeza, higiene e escritório
R\$ 500,00
Assessoria contábil
R\$ 700,00

14. Diversificação/Aggregação de Valor

Diversificar e inovar são formas de agregar valor ao negócio, criando motivos para a constante atração de público, e conseqüentemente o aumento de faturamento e lucro do estabelecimento.

O negócio “bar” pode ser de vários tipos e tamanhos, atraindo públicos distintos e bem definidos, e, portanto, “inovar” aqui significa atender aos anseios de novidade compatíveis com as características do estabelecimento e do público alvo.

Acompanhar as tendências ditadas pela TV, novelas, filmes, e outras fontes de mudança de comportamento e hábitos, pode ser uma importante estratégia para manter o bar sempre com alguma novidade a espera dos seus clientes.

Seu bar pode ser simples, mas apesar da simplicidade, a identidade visual deve concordar com a proposta do seu negócio. Crie um nome de bar criativo e leve criatividade para as paredes, cadeiras e mesas. Através do visual e qualidade você se destacará da concorrência.

Avaliar a concorrência e verificar os serviços, bebidas e comidas que estão sendo oferecidos, também é importante, seja para acompanhar algo realizado e que apresentou sucesso, seja para aproveitar que sua ideia ainda não foi executada e isso poderá ser uma vantagem a ser explorada.

Alguns bares têm como tema a “tradição”, os antigos bares famosos e seus quitutes tradicionais, e/ou seus clientes típicos não valorizam a “novidade”. Neste caso a inovação poderá vir pelo resgate de bebidas ou marcas antigas, receitas tradicionais com uma nova apresentação, ou mesmo por oferecer um serviço diferenciado.

O seu cardápio precisa ser tão bom quanto a bebida oferecida no seu bar, por isso capriche nas fotografias e descreva as bebidas oferecidas no cardápio.

Para aqueles outros, em que o cliente pede por novidade e acompanhamento das tendências, a oferta de drinques exóticos, a utilização de ingredientes não costumeiros na sua região, ou mesmo a mudança da decoração, podem ser estratégias que retenham a atenção do público. Por que não criar um drink com o nome da casa? Ele poderá ser tornar o carro chefe do estabelecimento.

A introdução de TVs por assinatura, com programação específica e da mesma temática que o bar, tem-se mostrado uma forma bastante eficiente para atrair clientes afinados com esse tipo de lugar.

Outra forma de inovação é a oferta de bebidas e comidas para consumo fora do ambiente do bar. Em regiões com grande densidade de moradias, é comum as famílias comprarem os pratos tradicionais para consumir em casa. Ou em regiões com alta densidade de escritórios, os serviços de entrega tipo buffet ou rotisseria, também são uma forma de atender um público que, naquele momento, não estaria disponível.

Uma outra dica, é realizar parcerias com empresas de táxi ou app de transporte para a utilização de seus clientes, como a criação de cupons de descontos. Com a nova lei seca cada vez mais rígida, os clientes optam com mais frequência em não utilizar transporte próprio para irem em bares e restaurantes. Além disso poderá oferecer descontos e promoções em drinques não-alcoólicos para o acompanhante ou “motorista da vez”.

A inovação depende da criatividade e esta não tem limite. O empreendedor deve estar sempre atento aos anseios e expectativas dos seus clientes, procurando atendê-los e criando valor para seu negócio.

15. Divulgação

Divulgar um bar de forma criativa é possivelmente uma das melhores estratégias que o empresário desse setor deve adotar.

Além das estratégias de divulgação tradicionais (propagandas em rádio e TV, panfleto, cartaz e outdoor, distribuição de brindes, promotores de eventos, propagandas em jornais e revistas), as possibilidades são diversas na otimização de tempo e dinheiro, tirando o melhor proveito das estratégias de marketing disponíveis.

Algumas dicas de divulgação unindo o marketing e a criatividade:

1.?????Zele pelos seus clientes regulares: seus clientes ajudarão a criar e determinar a reputação de seu negócio. Não meça esforços no atendimento a esses clientes e tente superar as expectativas deles garantindo a fidelização. Eles são uma ótima maneira de

divulgar seu estabelecimento, já que não há nada melhor do que se sentir à vontade e vivenciar um ambiente agradável.

2.?????Interaja com seus clientes: priorize a comunicação com os clientes insatisfeitos, apresentando soluções para seus problemas e se dispondo a conversar. A aproximação com os clientes insatisfeitos é uma das melhores atitudes para divulgar sua empresa.

3.?????Cuide de sua equipe: uma forma simples de cuidar de sua divulgação é cuidando de seus colaboradores. Promovendo um ambiente de trabalho harmonioso, o engajamento de sua equipe tem grandes chances de ser maior quando o assunto for encantar seu cliente. Planejar um momento durante o mês para conversar com os colaboradores, ouvindo a opinião deles, é uma forma de valorizar seus esforços e seu trabalho, reconhecendo que eles fazem parte do sucesso de sua empresa. Seus funcionários com certeza se tornarão divulgadores naturais do seu negócio. ?

A propaganda é um importante instrumento para tornar a empresa e seus serviços conhecidos pelos clientes potenciais. A divulgação pode ser realizada através de vários canais de comunicação.

Abaixo, sugerem-se algumas ações eficientes: ?

- Divulgar em redes sociais, tais como; Facebook, Instagram, Google+;
- Divulgar através de e-mail marketing e mensagens de WhatsApp;
- Divulgar em sites especializados;
- Confeccionar folders e flyers para a distribuição em residências nos bairros próximos a loja;
- Oferecer brindes para clientes que indicam outros clientes;
- Anunciar em jornais de bairro e revistas;
- Oferecer descontos para produtos combinados (queijos, vinhos e doces);
- Montar um web site com a oferta de produtos para alavancar as vendas;
- Realização de degustações periódicas na loja;
- Divulgar em empresas.

Vale a pena criar um evento ou divulgação do seu bar com frases de impacto e original como “Descubra o melhor happy hour da cidade”. Seja criativo e utilize imagens para chamar atenção.

16. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de BAR, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 5611-2/03, atividades de servir bebidas alcoólicas, com comércio específico para bar, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), desde que a receita bruta anual esteja dentro das faixas de faturamento determinadas

Optantes do SIMPLES Nacional

Este segmento de empresa poderá optar pelo Simples Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições, instituído pela Lei Complementar nº 123/2006.

Os pequenos negócios podem optar pelo Simples, desde que sua categoria esteja contemplada no regime, a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse R\$ 360 mil para microempresa e R\$ 4,8 milhões para empresa de pequeno porte e sejam respeitados os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor de ME e EPP poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional>):

- IRPJ (Imposto de Renda da Pessoa Jurídica);
- CSLL (Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido);
- PIS (Programa de Integração Social);
- COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social);
- CPP (Contribuição Previdenciária Patronal);
- ICMS (Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços): para empresas do comércio

- ISS (Imposto Sobre Serviços): para empresas que prestam serviços;
- IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados): para indústrias.

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do Simples Nacional variam de acordo com as tabelas I a V, dependendo das atividades exercidas e da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo Simples Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período. Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar R\$ 81 mil, o empreendedor poderá optar pelo registro como Microempreendedor Individual (MEI), desde que ele não seja dono ou sócio de outra empresa e tenha até um funcionário. Para se enquadrar no MEI, sua atividade deve constar na tabela da Resolução CGSN nº 140/2018 - Anexo XI

(<http://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>)

Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

I) Sem empregado

- 5% do salário-mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária
- R\$ 1 de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias (para empresas de comércio e indústria)
- R\$ 5 de ISS – Imposto sobre Serviços (para empresas de prestadoras de serviços)

II) Com um empregado (o MEI poderá ter um empregado, desde que ele receba o salário-mínimo ou piso da categoria)

O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais:

- Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração;
- Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

17. Eventos

As representações locais da ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes e os Sindicatos, estão sempre realizando e divulgando eventos com informações de grande importância para o setor. Eventos tradicionais sobre o setor:

Congresso Nacional da ABRASEL

Evento Anual

Local: Em estados diferentes a cada ano

Site: <http://www.congressoabrasel.com.br>

Fispal Food Service

Evento Anual

Site: <https://www.fispalfoodservice.com.br>

Feira AUTOCOM - Feira Internacional de Automação para o Comércio

Evento Anual

Site: <https://feiraautocom.com.br/>

Equipotel - a maior e melhor feira de hotelaria e gastronomia da América Latina

Evento Anual

Site: <http://www.equipotel.com.br>

Super Rio Expofood

Evento Anual

Local: Rio de Janeiro

Site: <https://sretradeshow.com.br/>

18. Normas Técnicas

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características

para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade, em geral, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o foro único de normalização do País.

1. Normas específicas para um Bar

ABNT NBR 14230:2012 - Alumínio e suas ligas - Embalagens descartáveis para alimentos - Pratos redondos números 4, 6, 7, 8 e 9.

Esta Norma especifica os requisitos para as embalagens descartáveis para alimentos do tipo prato redondo números 4, 6, 7, 8 e 9.

ABNT NBR 15074:2004 - Alumínio e suas ligas - Bandejas descartáveis para alimentos.

Esta Norma fixa os requisitos exigíveis para bandejas descartáveis para alimentos produzidas com folhas de alumínio e suas ligas.

ABNT NBR 15635:2015 - Serviços de alimentação - Requisitos de boas práticas higiênico-sanitárias e controles operacionais essenciais.

Esta Norma especifica os requisitos de boas práticas e dos controles operacionais essenciais a serem seguidos por estabelecimentos que desejam comprovar e documentar que produzem alimentos em condições higiênico sanitárias adequadas para o consumo.

ABNT NBR ISO 22000:2019 - Sistemas de gestão da segurança de alimentos - Requisitos para qualquer organização na cadeia produtiva de alimentos

Esta Norma especifica requisitos para o sistema de gestão da segurança de alimentos, onde uma organização na cadeia produtiva de alimentos precisa demonstrar sua habilidade em controlar os perigos, a fim de garantir que o alimento está seguro no momento do consumo humano.

2. Normas aplicáveis na execução de um Bar

ABNT NBR 14518:2020 - Sistemas de ventilação para cozinhas profissionais.

Esta Norma estabelece os princípios gerais para projeto, instalação, operação e manutenção de sistemas de ventilação para cozinhas profissionais, com ênfase na segurança contra incêndio e no controle ambiental.

ABNT NBR ISO 23953-2:2018 - Expositores refrigerados - Parte 2: Classificação, requisitos e condições de ensaio.

Esta parte da ABNT NBR ISO 23953 estipula os requisitos para a construção, as características e o desempenho de expositores frigoríficos utilizados na venda e exposição

de produtos alimentícios. Estipula ainda as condições de ensaio e os métodos para verificar o cumprimento dos requisitos, assim como a classificação dos expositores, a etiquetagem e a lista das características a serem informadas pelo fabricante. Não é aplicável a máquinas frigoríficas de auto-serviço (refrigerated vending machines) ou destinadas ao uso em serviços de bufê ou em aplicações outras que no comércio varejista. Não trata tampouco da decisão quanto à escolha do tipo de produtos alimentícios a serem mantidos nos expositores.

ABNT NBR 15526:2012 - Redes de distribuição interna para gases combustíveis em instalações residenciais e comerciais - Projeto e execução.

Esta Norma estabelece os requisitos mínimos exigíveis para o projeto e a execução de redes de distribuição interna para gases combustíveis em instalações residenciais e comerciais que não excedam a pressão de operação de 150 kPa (1,53 kgf/cm²) e que possam ser abastecidas tanto por canalização de rua (conforme ABNT NBR 12712 e ABNT NBR 14461) como por uma central de gás (conforme ABNT NBR 13523 ou outra norma aplicável), sendo

o gás conduzido até os pontos de utilização através de um sistema de tubulações.

ABNT NBR 15842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

Esta Norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR 12693:2021 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio.

Esta Norma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR 5626:2020 - Instalação predial de água fria e água quente.

Esta Norma estabelece exigências e recomendações relativas ao projeto, execução e manutenção da instalação predial de água fria e água quente. As exigências e recomendações aqui estabelecidas emanam fundamentalmente do respeito aos princípios de bom desempenho da instalação e da garantia de potabilidade da água no caso de instalação de água potável.

ABNT NBR 5410:2004 Versão Corrigida: 2008 - Instalações elétricas de baixa tensão.

Esta Norma estabelece as condições a que devem satisfazer as instalações elétricas de baixa tensão, a fim de garantir a segurança de pessoas e animais, o funcionamento adequado da instalação e a conservação dos bens.

ABNT NBR ISO/CIE 8995-1:2013 - Iluminação de ambientes de trabalho - Parte 1: Interior.

Esta Norma especifica os requisitos de iluminação para locais de trabalho internos e os requisitos para que as pessoas desempenhem tarefas visuais de maneira eficiente, com conforto e segurança durante todo o período de trabalho.

ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

Esta Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.

ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida: 2020 - Acessibilidades a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.

Esta Norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

19. Glossário

Alimento é aquilo que os seres vivos comem e bebem para a sua subsistência. Permite a regulação e a manutenção das funções do metabolismo.

Barman – ocupação do profissional do bar. Conhecedor de drinques, bebidas e composição de coquetéis. Responsável pelo bar, pela elaboração dos coquetéis e organização do bar;

Boas Práticas de Fabricação (BPF) – Manual que abrange um conjunto de medidas que devem ser adotadas pelos estabelecimentos que manipulam alimentos a fim de garantir a qualidade sanitária e a conformidade dos produtos alimentícios com os regulamentos técnicos.

Brunoise: tipo de corte em cubos de 3mm.

Comensal: aquele que come. Pode ser cliente, convidado ou qualquer pessoa que coma algo.

Comida não é apenas uma substância alimentar, mas é também um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se. E o jeito de comer define não só aquilo que é ingerido, como também aquele que o ingere.

Crispy: crocância dada a ser alimentos.

Croûton: pequenos cubos crocantes de pão, dourados no forno na manteiga ou no azeite. Pode ser servido com sopas, caldos e saladas.

CDC: Código de defesa do Consumidor. Código jurídico criado para estabelecer condutas numa relação comercial entre uma entidade vendedora e uma compradora.

Customizar: Adaptar às preferências do usuário.

Dolmã: do turco “túnica”, é uma vestimenta utilizada por Chefs de cozinha, confeitadores e padeiros.

Fidelizar – tornar fiel a uma marca;

Food Park: Em inglês Food significa “comida” e Park, “parque ou estacionamento”. O Food Park é um espaço comercial destinado ao aluguel de vagas para Food Trucks.

Food Truck: Em inglês Food significa “comida” e Truck, “caminhão”. O “Food Truck” pode ser definido como veículo adaptado com cozinha móvel, de dimensões pequenas, sobre rodas, que transporta e vende alimentos de forma itinerante.

Gastronomia: Conjunto de conhecimentos e práticas relacionadas a cozinha, com arranjo das refeições e arte de saborear e apreciar iguarias.

Gourmet: Palavra francesa. Diz-se produto de elevada qualidade culinária. Pessoa que entende e preza pela qualidade e requinte culinário.

Guarnição: preparação/alimento/ decoração que acompanha a parte principal do prato. Pode conter um ou mais alimentos, misturados ou não.

Happy hours – fim do expediente de trabalho, fim de tarde, em um local agradável com os amigos.

Menu ou cardápio: carta de apresentação dos pratos à disposição dos clientes ou convidados.

Parrilla: grelha feita de varas de metal ou de madeira.

Refeição é uma porção de alimentos consumida de uma vez a fim de garantir o sustento de um ser humano por uma grande quantidade horas.

Sala: local no restaurante onde são servidos os clientes. Também tratado como salão.

Sommelier: profissional especializado no serviço de determinadas bebidas (vinho, cerveja ou cachaça).

Toque de blanche: chapéu branco utilizado pelos cozinheiros. A altura do mesmo determina a hierarquia da cozinha. O mais alto é do Chef de cozinha.

Wok: panela redonda feita de aço usada para preparação de pratos orientais.

20. Dicas de Negócio

Dimensionar o conjunto de serviços que serão agregados é importante para se tornar mais competitivo, e, avaliar o custo/benefício desses serviços é vital para a sobrevivência. Seguem algumas dicas para um bar:

- Investir na qualidade do atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente.
- Tenha identidade visual e crie um bar com características próprias. A imagem é essencial para ser fixado na memória do cliente.?
- Oferecer comodidades adicionais tais como: estacionamento, manobristas, ar-

condicionado, música ao vivo ou ambiente.

- Procurar fidelizar a clientela com ações de pós-venda, como: envio de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços e novos produtos ofertados, contato telefônico, lembrando de eventos e promoções.
- A presença do proprietário em tempo integral é fundamental neste setor para o sucesso do empreendimento, porém é interessante orientar pelo menos uma pessoa da equipe e dar autonomia, para que o proprietário não fique sobrecarregado.
- O empreendedor deve estar sintonizado com as mudanças de hábitos e costumes na sua região, pois esse é um negócio que requer inovação e adaptação constantes.
- Monte seu time com treinamento técnico e pessoas dispostas a vestir a camisa da empresa. Eles serão a extensão de tudo o que bar oferecer ao cliente. O treinamento da equipe deverá ser conforme a proposta do ambiente. A capacitação deverá ser adequada para aprimorar técnicas de vendas e foco em postura e relacionamento com o cliente.
- Deve-se ter cuidados especiais com bebidas, desde o armazenamento até a temperatura em que devem ser servidas.
- O cardápio é um elemento fundamental para o sucesso do empreendimento, a sua montagem antecede até mesmo às instalações da cozinha. O cardápio deve ser pensado para oferecer produtos certos para a demanda de cada local, de cada tipo de cliente, de cada dia e de cada horário. Está se tornando uma tendência cada vez maior dos bares oferecerem também refeições.
- A carta de bebidas deve ser bem elaborada, levando em consideração os preços das bebidas e o nível de sofisticação dos coquetéis a serem oferecidos.
- Otimize a rotina do seu bar. Busque software de gestão de otimização de processos, como agilidade nos pedidos e administração das contas dos clientes.
- Não se esqueça da administração e gestão do caixa. Seu acompanhamento e controle é fundamental para o sucesso do empreendimento.
- Conter custos exageradamente, pode não ser tão inteligente, pois pode acabar comprometendo a qualidade dos produtos. Ou mesmo abaixar muito os preços para garantir o retorno do cliente. Esse tipo de estratégia deverá ser muito bem estudado.
- Tome cuidado com tendências. A princípio elas podem ser muito rentáveis, mas é preciso considerar que quando elas surgem também haverá outros competidores. Pense sempre no que fazer quando a moda passar.
- Saiba quem é seu concorrente e qual é o diferencial dele.
- E por último, identifique qual o seu diferencial e trabalhe para dar destaque ao seu negócio

21. Características Específicas do Empreendedor

Antes mesmo do empreendedor abrir seu bar, deve analisar se esse é o negócio ideal para ele e se questionar se é realmente o tipo de pessoa que quer possuir e gerir um bar. Como todo negócio, montar um bar requer dedicação e comprometimento. Porém, algumas características são primordiais para a gestão desse empreendimento:

- O empreendedor precisa conhecer a fundo esse ramo de atividade, ou seja, se não possuir experiência, deve investir nesse tipo de conhecimento (atendimento, alimentos e bebidas, estrutura e funcionamento de um bar);
- Se o empreendedor gosta de se comunicar, é paciente, tem espírito de liderança, tem disponibilidade total para o negócio, ser dono de um bar é uma ótima opção de investimento;

- Ser empreendedor com visão prospectiva, atuando com antecipação de tendências, ter visão de futuro no que tange o interesse e expectativa de mercado e dos consumidores, além de estar sempre antenado com as inovações tecnológicas e de mercado;
- Se é o tipo de pessoa que prefere lidar com rotinas de escritório, trabalhando na maioria das vezes sozinho, montar um bar talvez não seja o melhor negócio. Ser bom em relacionamentos é importante nesse segmento;
- Ser humilde o suficiente para entender que trabalhar com atendimento de público heterogêneo, apesar de ser uma operação que se torna repetitiva, não significa ter um empreendimento de sucesso por si só;
- O empresário de um bar tem que ser uma pessoa extremamente criativa, sempre com capacidade de criar formas inovadoras de atendimento e comercialização, tendo como foco e objetivo de estar sempre a frente de seus concorrentes.

Além dessas características, é necessário levar em consideração o compromisso de tempo e horário que o funcionamento de um bar demanda. Esse tipo de empreendimento requer muitas vezes abrir mão de horários regulares e disposição para trabalhar em horários noturnos. Importante verificar se o negócio se enquadra em seu estilo de vida.

É importante ressaltar que possuir as características indicadas acima são apenas direcionamentos, portanto, não significa que um empreendedor que não possua todas estas características tenha que desistir de investir nesse tipo de negócio. O aprendizado, parcerias e sociedades podem ser meios para a obtenção das competências necessárias para o sucesso do empreendimento.

22. Fonte de Recurso

Provido de recursos federais, os recursos geridos pelo BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento) destinam-se ao financiamento de investimentos de longo prazo e, de forma complementar, capital de giro ou custeio. A contratação e a liberação dos recursos são feitas mediante diversos bancos comerciais, bancos de desenvolvimento, bancos múltiplos e bancos cooperativos de crédito. Como exemplos de instituições repassadoras, citam-se: Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Bancos estaduais, Bancos de desenvolvimento regionais, Banco Santander, Bradesco, Itaú, entre outros.

Dentre os principais programas de financiamento disponíveis à maioria dos empreendimentos, destacam-se:

- BNDES Finame: financiamento para produção e aquisição de máquinas e equipamentos novos, de fabricação nacional;
- BNDES Automático: financiamento a projetos gerais de investimento (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.);
- BNDES Investimentos: aporte maior que o automático, faz financiamento a projetos gerais de investimento (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.),

- BNDES Inovação: financiamento a projetos inovadores (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.),

Para mais informações, consultar o site do BNDES.

O empreendedor pode buscar junto às agências de fomento linhas de crédito que possam ser utilizadas para ajudá-lo no início do negócio. Algumas instituições financeiras também possuem linhas de crédito voltadas para o pequeno negócio e que são lastreadas pelo Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe), em que o Sebrae pode ser avalista complementar de financiamentos para pequenos negócios, desde que atendidas alguns requisitos preliminares.

Informações complementares podem ser obtidas na página do Sebrae na web:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/fampe>

23. Planejamento Financeiro

Ao empreendedor não basta vocação e força de vontade para que o negócio seja um sucesso.

Independentemente do segmento ou tamanho da empresa, é necessário que haja um controle financeiro adequado que permita a mitigação de riscos de insolvência em razão do descasamento contínuo de entradas e saídas de recursos financeiros. Abaixo, estão listadas algumas sugestões que auxiliarão na gestão financeira do negócio:

Fluxo de Caixa:

O controle ideal sobre as despesas da empresa é realizado por meio do acompanhamento contínuo da entrada e da saída de dinheiro através do fluxo de caixa. Esse controle permite ao empreendedor visão ampla da situação financeira do negócio, facilitando a contabilização dos ganhos e gestão da movimentação financeira.

À medida que a empresa for crescendo, dificultando o controle manual do fluxo de caixa, tornando difícil o acompanhamento de todas as movimentações financeiras, o empreendedor poderá investir na aquisição de softwares de gerenciamento.

Princípio da Entidade:

O patrimônio da empresa não se mistura com o de seu proprietário. Portanto, jamais se deve confundir a conta pessoal com a conta empresarial, isso seria uma falha de gestão gravíssima que pode levar o negócio à bancarrota. Ao não separar as duas contas, a lucratividade do negócio tende a não ser atingida, sendo ainda mais difícil reinvestir os recursos, gerados pela própria operação. É o caminho certo para o fracasso empresarial.

Despesas:

O empreendedor deve estar sempre atento para as despesas de rotina como água, luz, material de escritório, internet, produtos de limpeza e manutenção de equipamentos.

Embora pequenas, o seu controle é essencial para que não reduzam a lucratividade do negócio.

Reserva/Provisões:

Esse recurso funcionará como um fundo de reserva, o qual será composto por um percentual do lucro mensal - sempre que for auferido. Para o fundo de reserva em questão, poderá ser estabelecido um teto máximo. Quando atingido, não haverá necessidade de novas alocações de recursos, voltando a fazê-las apenas no caso de recomposição da reserva utilizada. Esse recurso provisionado poderá ser usado para cobrir eventuais desembolsos que ocorram ao longo do ano.

Empréstimos:

Poderão ocorrer situações em que o empresário necessitará de recursos financeiros para alavancar os negócios. No entanto, não deverá optar pela primeira proposta, mas estar atento ao que o mercado oferece, pesquisando todas as opções disponíveis. Deve ter cuidado, especialmente com as condições de pagamento, juros e taxas de administração. A palavra-chave é renegociação, de forma a evitar maior incidência de juros.

Objetivos:

Definidos os objetivos, deve-se elaborar e implementar os planos de ação, visando amenizar erros ou definir ajustes que facilitem a consecução dos objetivos financeiros estabelecidos.

Utilização de Softwares:

As novas tecnologias são de grande valia para a realização das atividades de gerenciamento, pois possibilitam um controle rápido e eficaz. O empreendedor poderá consultar no mercado as mais variadas ferramentas e escolher a que mais se adequar as suas necessidades.

24. Produtos e Serviços - Sebrae

Aproveite as ferramentas de gestão e conhecimento criadas para ajudar a impulsionar o seu negócio. Para consultar a programação disponível em seu estado, entre em contato pelo telefone 0800 570 0800.

Confira as principais opções de orientação empresarial e capacitações oferecidas pelo Sebrae:

Cursos online e gratuitos - <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>

Para desenvolver o comportamento empreendedor:

Empretec - Metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) que proporciona o amadurecimento de características empreendedoras, aumentando a competitividade e as chances de permanência no mercado: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empretec>

Para quem quer começar o próprio negócio:

As soluções abaixo são úteis para quem quer iniciar um negócio. Pessoas que não possuem negócio próprio, mas que querem estruturar uma empresa. Ou pessoas que tem experiência em trabalhar por conta própria e querem se formalizar.

Plano de Negócios - O plano irá orientá-lo na busca de informações detalhadas sobre o ramo, os produtos e os serviços a serem oferecidos, além de clientes, concorrentes, fornecedores e pontos fortes e fracos, construindo a viabilidade da ideia e na gestão da empresa: <http://goo.gl/odLojT>

Para quem quer inovar:

Ferramenta Canvas online e gratuita - A metodologia Canvas ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado: <https://www.sebraecanvas.com/#/>

Sebraetec - O Programa Sebraetec oferece serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação: <http://goo.gl/kO3Wiy>

ALI - O Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) é um acordo de cooperação técnica com o CNPq, com o objetivo de promover a prática continuada de ações de inovação nas empresas de pequeno porte:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/agentelocaldeinovacao>

Para quem busca informações:

Informações mercadológicas e sobre negócios são imprescindíveis na tomada de decisão. Nos sites abaixo você encontrará muitas respostas.

<https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/>

<https://datasebrae.com.br/>

<http://sebraemercados.com.br/sim/>

25. Entidades Relacionadas ao Negócio

Relação de entidades para consultas:

ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes

Relação das representações nos Estados

Site: <http://www.abrasel.com.br>

CNC - Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo

SBN Q1 Bloco B, n.º 14, Edifício CNC – 15º ao 18º andar Brasília - DF CEP: 70041-902

E-mail: abr@cnc.org.br Telefone: (61) 3329-9500

Site: <http://cnc.org.br>

FBHA - Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação

SHN, Quadra 1, Bloco A Salas 215 a 217 Edifício Le Quartier CEP 70701-010

Telefone: (61) 3226 6556 Site: <http://fbha.com.br>

ASSB – Associação Brasileira de Bartenders

Rua Dr. Luis Migliano, 2050 sala 22 - São Paulo

email: assbb@terra.com.br Site: <http://www.assbb.org.br>

Ministério da Saúde

Site:<http://www.saude.gov.br/>

Agência Nacional de Vigilância Sanitária

Site:<http://www.anvisa.gov.br/>

Procurar na localidade:

ABRESI - Associação Brasileira de Gastronomia, Hospedagem e Turismo

Site: <http://abresi.com.br>

Obs: Pesquisa na internet indicará os fornecedores de equipamentos e produtos para bares, que poderão estar localizados mais próximos ao local de instalação do negócio. As Associações de bares e restaurantes existentes nos estados da federação também poderão auxiliar.

26. Bibliografia

AIUB, George Wilson, et all. Plano de Negócios: Serviços. 2.ed. Porto Alegre : SEBRAE, 2000.

BIRLEY, Sue e MUZYKA, Daniel F. Dominando os Desafios do Empreendedor. São Paulo: Pearson/PrenticeHall, 2004.

CHRISTENSEN, Clayton M. e RAYNOR, Michael E. “O Crescimento pela Inovação”, Editora Harvard Business Review Press, Edição: 1ª (29 de dezembro de 2017), 320 p.

CHRISTENSEN, Clayton M., DYER, Jeff e GREGERSEN, Hal “DNA do Inovador: dominando as 5 habilidades dos inovadores e ruptura”, Editora HSM, 25 mar 2019

COSTA, Nelson Pereira. Marketing para Empreendedores: um guia para montar e manter um negócio. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

DAVILA, Tony. EPSTEIN, Marc J e SHELTON Robert. “As Regras da Inovação: Como

Gerenciar, Como Medir e Como Lucrar”, Editora Bookman, Edição: 1 (1 de janeiro de 2007), 336 p.

DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luisa. 14. ed. São Paulo : Cultura Editores Associados, 1999.

FREEMAN, C.; SOETE, L. A Economia da Inovação Industrial. Campinas, Editora Unicamp, Edição: 1 (1 de janeiro de 2009), 816 p, (capítulos 11 e 16).

GOVINDARAJAN, Vijay e TRIMBLE, Chris “Inovação Reversa: Descubra as Oportunidades Ocultas nos Mercados Emergentes”, Editora Campus, 1 jan 2012.

HURSON, Tim “Pense Melhor”, Editora Dvs, 27 jan 2009.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

MARICATO, Percival. Como montar e administrar bares e restaurantes. 6. ed. São Paulo: Ed Senac, 2005.

SENAC/SP. Bares e Restaurantes: Gestão de Pequenos Negócios.

SILVA, José Pereira. Análise Financeira das Empresas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SBICCA, A.; PELAEZ, V. Sistemas de Inovação. In PELAEZ, V., SZMRECSÁNYI, T.(organizadores) Economia da Inovação Tecnológica. São Paulo, Ed. Hucitec, 2006 (capítulo 17).

SZMRECSÁNYI, T. (organizadores) Economia da Inovação Tecnológica. São Paulo, Editora Hucitec, Edição: 2 (2 de março de 2006) (cap. 12).

TIGRE, P.B. Gestão da inovação – a economia da tecnologia no Brasil. Rio de Janeiro, Editora Campus, 22 fev 2015 (capítulos 5 e 9).

VIOTTI, E.B. Modelos de Inovação e Aprendizado. In: VIOTTI, E.B. e MACEDO, M.M. (organizadores) Indicadores de Ciência, Tecnologia e Inovação no Brasil. Campinas, Editora UNICAMP, 614 p. (2003).

Segmento de bares e restaurantes projeta um 2016 mais promissor. Disponível em: <http://hojeemdia.com.br/primeiro-plano/economia/segmento-de-bares-e-restaurantes-projeta-um-2016-mais-promissor-1.352810> Acesso em 23 de novembro de 2017

Panorama dos pequenos negócios 2017. SEBRAE SP. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/Panorama%20dos%20Pequenos%20Negocios%202017.pdf>- Acesso em 25 de novembro de 2017

Noticias ABRASEL. Quer montar um bar ou restaurante leia antes estas dicas. Disponível em: <http://www.pb.abrasel.com.br/component/content/article/7-noticias/606-26032015> - Acesso em: 25 de novembro de 2017

LEONARDO, A.; UVINHA, r. r. A cidade do entretenimento: um estudo sobre a identidade

cultural da cidade de São Paulo. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 32-45, abr. 2016. Disponível em:
<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/935> Acesso em: 23 de novembro de 2017

27. Investimentos e faturamento

O valor a ser investido num novo negócio envolve um conjunto de fatores, identificados ao longo do processo de instalação do empreendimento. O investimento para o início das atividades varia de acordo com o porte do empreendimento e os produtos e serviços que serão oferecidos.

Um bar estabelecida em uma área de 70 m², exige um investimento inicial estimado de R\$ 50 mil reais, a ser alocado nos seguintes itens:

1 - INVESTIMENTOS FIXOS

1.1 - Máquinas e equipamentos

Item

Valor unitário

Balcão, freezer e estufa, etc.

R\$ 7.000,00

1.2 - Equipamentos de informática

Item

Valor unitário

Telefone, Computador e Impressora

R\$ 3.000,00

1.3 - Móveis e utensílios

Item

Valor unitário

Mobiliário salão

R\$ 12.000,00

Mobiliário do Escritório

R\$ 2.000,00

2 - INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Item

Valor unitário

Registro da empresa

R\$ 2.000,00

3 - INVESTIMENTOS FINANCEIROS

Item

Valor unitário

Capital de giro (2 meses de custeio fixo)

R\$ 4.000,00

Formação Estoque Inicial (2 meses)

R\$ 9.000,00

INVESTIMENTO TOTAL (1+2+3)**R\$ 40.000,00****PREVISÃO DE FATURAMENTO**

Faturamento mensal

R\$ 45.000,00

* os itens descritos nas tabelas são exemplos que devem ser considerados, porém existem outros que devem ser também detalhados, para o seu negócio.

**Acesse <http://simulador.ms.sebrae.com.br> e veja exemplos de pesquisas estimando valores e faça a sua simulação.

***Os custos dos itens descritos na tabela são meras estimativas, pois estes dependem de tamanho do negócio, fornecedores, regiões do país, etc.

Antes de montar sua empresa, é fundamental que o empreendedor elabore um Plano de Negócios, onde os valores necessários à estruturação da empresa podem ser mais detalhados, em função: regionalidade, dificuldades financeiras, objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado. O capital de giro necessário para os primeiros meses de funcionamento do negócio também deve ser considerado neste planejamento.

Nessa etapa, é indicado que o empreendedor procure o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta suas particularidades. O empreendedor também poderá basear-se nas orientações propostas por metodologias de modelagem de negócios, em que é possível analisar o mercado no qual estará inserido, mapeando o segmento de clientes, os atores com quem se relacionará, as atividades chave, as parcerias necessárias, sua estrutura de custos e fontes de receita.

