
Etec "Sales Gomes" – 101 – Tatuí

Técnico em Administração

Alysson Henrique da Silva

Amanda Ribeiro de Oliveira

Edson José Fonseca Junior

Samuel Barbosa da Silva

Tauane Cristine Sá Oliveira

Organização e estruturação.



Tatuí- SP

2020

Etec "Sales Gomes" – 101 – Tatuí

Alysson Henrique da Silva
Amanda Ribeiro de Oliveira
Edson José Fonseca Junior
Samuel Barbosa da Silva
Tauane Cristine Sá Oliveira

Boteco do Tuka.
Organização e estruturação.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Sales Gomes, orientado pelos Professores Edimur Diniz Vaz Pós-Graduado em contabilidade e Auditoria, e Juliana do Espírito Santo Rodrigues Oliveira, Pós-Graduada em Comércio Exterior, como requisito parcial para obtenção do título em técnico em administração.

Tatuí- SP

2020

Alysson Henrique da Silva
Amanda Ribeiro de Oliveira
Edson José Fonseca Junior
Samuel Barbosa da Silva
Tauane Cristine Sá Oliveira

Boteco do Tuka.
Organização e estruturação.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Sales Gomes, orientado pelos Professores Edimur Diniz Vaz Pós-Graduado em contabilidade e Auditoria, e Juliana do Espírito Santo Rodrigues Oliveira, Pós-Graduada em Comércio Exterior, como requisito parcial para obtenção do título em técnico em administração.

Tatuí, 7 de dezembro de 2020.
Banca examinadora

Prof. Edimur Diniz Vaz (Orientador)
Pós-Graduado em Contabilidade e Auditoria

Prof. Juliana do espírito Santo Rodrigues Oliveira (Orientador)
Pós-Graduado em Comércio exterior

Professor(a)

Professor(a)

Professor(a)

Dedicamos este trabalho de conclusão de Curso aos professores da escola técnica Sales Gomes, que por seus métodos de ensino, capacitação, profissionalismo e dedicação, nos auxiliaram grandiosamente na criação e elaboração deste trabalho. Uma atenção especial para os professores Edimur e Juliana que estiveram à frente na orientação do documento. Também agradecemos nossos familiares por estarem conosco em todas as fases do curso de administração.

Agradecimentos

Agradecemos aos integrantes do grupo, que mesmo com todas as dificuldades fizeram com que concluíssemos este projeto, a elaboração do mesmo foi essencial para que entendêssemos um pouco mais sobre como ser um empreendedor. Aos professores deixamos nossos sinceros reconhecimentos, pois sabemos que a cada nova turma, há uma nova luta, e por nenhum momento desistiram de nós, aos colegas de classe, estamos muito satisfeitos pelo trabalho em equipe e coordenação, e com isso durante o curso nos mostraram que serão excelentes administradores. E por último e não menos importante a nossos familiares por nos amparar e dar forças.

“A melhor maneira de prever o futuro é criá-lo”
Peter Drucker

Organização e estruturação. Tatuí, 2020, 30 páginas (Trabalho de Conclusão de Curso para Habilitação Profissional Técnica em Administração. Área de Concentração: Desenvolvimento de Trabalho de Conclusão de Curso da Escola Técnica Sales Gomes).

Resumo

Por meio deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), mostraremos como podemos diminuir gastos, atrair mais clientes e fidelizar a clientela, por meio de ferramentas administrativas conseguimos mostrar que isso pode se tornar uma realidade no "Boteco do Tuka", o projeto vai buscar viabilizar o baixo ou zero custo, tornando viável o projeto para o bar, as ferramenta administrativas podem ser explorada de várias maneiras e buscamos ganhar a confiança do local e aplicar uma a uma, até que seja visível as melhorias e mudanças.

Palavras – Chave: Treinamento e Desenvolvimento, Gestão de Pessoas.

Organização e estruturação. Tatuí, 2020, 30 páginas (Trabalho de Conclusão de Curso para Habilitação Profissional Técnica em Administração. Área de Concentração: Desenvolvimento de Trabalho de Conclusão de Curso da Escola Técnica Sales Gomes).

Resume

Through this Course Completion Work (TCC), we will show how we can reduce expenses, attract more customers and retain customers, through administrative tools we can show that this can become a reality at "Boteco do Tuka", the project will seek to make the low or zero cost viable, making the project for the bar viable, the administrative tools can be explored in various ways and we seek to gain the trust of the place and apply one by one, until the improvements and changes are visible.

Keywords: Training: and Development, People Management.

Figuras

Figura 1 - Bebidas	10
Figura 2 - Bebidas e Comidas 1	10
Figura 3 - Logo	11
Figura 4 – Boteco do Tuka	11
Figura 5 - Promoção.....	11
Figura 6 - Mapa de Empatia	15
Figura 7 - Canvas.....	15
Figura 8- Canvas.....	20
Figura 9 Exemplo Curva ABC	24
Figura 10 - bebidas	27
Figura 11 - Publicação.....	29
Figura 12 - Promoção.....	30

Sumário

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	Justificativa.....	12
1.2	Problema.....	12
1.3	Hipótese	13
1.4	Objetivo	16
1.5	Resultados esperados.....	19
1.6	Orçamento.....	19
2	CANVAS E MAPA DE EMPATIA.....	20
2.1	Canvas	20
2.2	Mapa de empatia.....	22
3	controle de estoque.....	24
4	5s.....	26
5	marketing.....	29
6	LAYOUT	32
5.1	Tipos de Layout de fábrica.....	32
7	Referências	34

1 INTRODUÇÃO

Tivemos em vista escolher um local onde pudéssemos aplicar os conteúdos absorvidos durante o curso, e tínhamos diversas possibilidades, como marketing, legislação empresarial, gestão de pessoas, cálculos estatísticos, análise de estoque entre outros. Ao realizarmos buscas, encontramos cabelereiros, lanchonetes e metalúrgicas, porém não haviam muitas possibilidades para que usássemos nossos conhecimentos.

Até que por fim foi decidido o projeto para o Boteco do Tuka, o bar hoje tem capacidade para 40 pessoas contando com áreas externas, também possui uma ampla gama de funcionários, que consegue atender todos os clientes, mas nem sempre foi assim, com o intuito de ser uma lanchonete o bar já esteve em cuidado de diversos líderes, e mesmo passando por todos, haviam problemas em manter o estabelecimento, forçando-os a vender, e ao se ver em poder desse pequeno estabelecimento, Diego atual dono resolveu realizar algumas mudanças em serviços e produtos para diversificar-se dos bares e restaurantes da região, como servir bebidas em geral, lanches diversificados, porções e algumas marcas finas.

Figura 1 - Bebidas



Fonte: Facebook Boteco do Tuka

Figura 2 - Bebidas e Comidas 1



Fonte: Facebook Boteco do Tuka

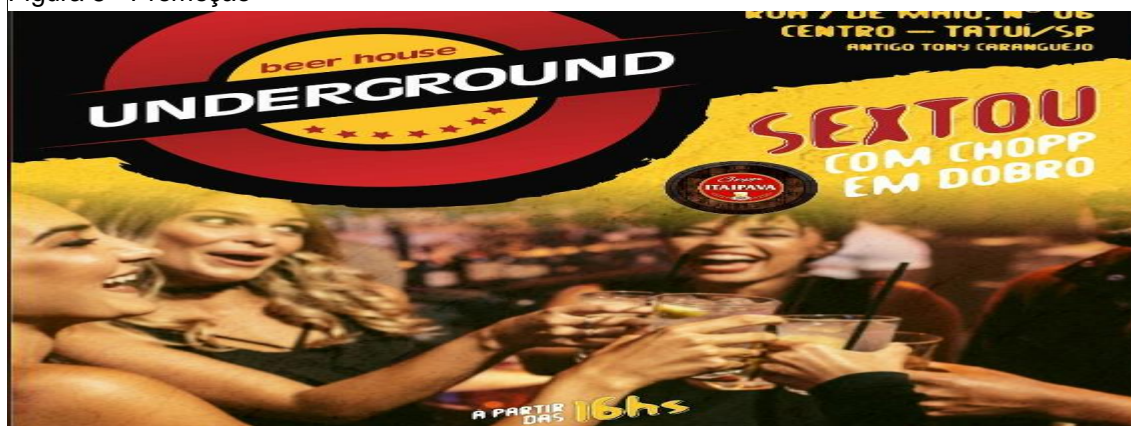
O nosso projeto vai constituir basicamente de mudanças, como de rotina e distribuição de tarefas, e também de melhorias, como as de pedidos de fornecedores, controle de estoque e publicidade, sendo assim foi alinhado todo o grupo para a divisão de funções para concretizarmos o projeto.

Figura 4 – Boteco do Tuka



Fonte: www.Facebook.com/Boteco-do-Tuka

Figura 5 - Promoção



Fonte: www.Facebook.com/Boteco-do-Tuka

1.1 Justificativa

Tendo sido feitas visitas ao local escolhido, percebemos diversos problemas com o boteco do Tuka, entre os mais importantes para o nosso grupo foi o fato do proprietário estar sofrendo com a falta de ressuprimento de estoque, por diversas vezes os produtos atrasaram, o que acabou gerando muitos problemas e perda de vendas para o proprietário, foi analisando isso que decidimos usar as ferramentas e metodologias desenvolvidas durante o curso para solucionar esse problema. No entanto, dos problemas a mais do boteco do Tuka é sua organização, por ser um estabelecimento de esquina seu espaço é bem reduzido fazendo com que seus clientes fiquem na calçadas, em mesas ou irem a praça em frente, tendo em vista este problema, o cinco S vem como o ponto chave para essa problemática, a organização para um melhor atendimento e mudanças de ambiente, afim de melhorar do boteco do Tuka, outra solução é uma maior preocupação com seu atendimento, com apenas dois funcionários seu costuma a ser um ritmo as vezes mais reduzido visto por seus clientes, com a ampliação do boteco do Tuka e mudanças possíveis, o atendimento também será uma solução para o estabelecimento, com mais colaboradores o tempo de atendê-los ira ser melhor, junto com uma bom treinamento aos funcionários a preparação vai ser pontual para mais clientes. Bom, e para finalizar o último aspecto que notamos estar com muitos problemas é a área do marketing, essa é uma ferramenta muito importante para fazer com que o estabelecimento cresça e consiga bons lucros, no entanto percebemos que não está sendo implantado de uma forma muito intensa, o nosso objetivo é melhorar essa área do estabelecimento oque com toda certeza com pouco tempo obteremos resultados muito positivos em relação a isso.

1.2 Problema

Após visitas ao bar e petiscaria denominado boteco do Tuka, bem como breve entrevista com o dono do estabelecimento, podemos constatar que um grande problema é a falta de ressuprimento de estoque que o proprietário vem sofrendo, mais especificamente a demora da entrega de bebidas que é uma categoria dos produtos

mais vendidos do local. Outro problema em destaque é a distribuição do uso do ambiente, por estar localizado em um ponto de esquina e ser um espaço mediano muitos clientes preferem ficar em alguns meses postas na calçada ou até mesmo na praça situada em frente ao estabelecimento, o que dificulta também um melhor atendimento aos mesmos, visto que o proprietário possui apenas dois funcionários e a qualidade de atendimento possa ficar reduzida conforme a distribuição de localidade dos clientes. O boteco do Tuka, apesar de estar localizado em um bom ponto da cidade, notamos que ainda há pouca divulgação, falta uma maior notoriedade.

1.3 Hipótese

Desde o primeiro contato que obtivemos com o ambiente que escolhemos aplicar nossas metodologias, notamos alguns problemas que deveriam ser corrigidos para um melhor funcionamento do local, pois existem pontos e falhas específicas que devem ser melhorados no ambiente. Um dos grandes problemas que notamos é referente ao estoque já que o prazo de ressuprimento não está de acordo com a quantidade consumida de produtos que acaba antes mesmo dos fornecedores trazerem uma nova remessa, para esse problema iremos utilizar as metodologias que nos foram passadas em algumas matérias entre elas logística, com essa base que obtivemos iremos solucionar esse problema que vem afetando ao bar. Outro problema que vem sendo bastante recorrente no Bar do Tuca é o problema com o marketing, sabemos que essa é uma peça chave para se obter o sucesso com o seu negócio, pois como já diz o ditado “A propaganda é a alma do negócio” quanto mais for investido nessa área mais retorno se obterá com as vendas, pois acreditamos que com o marketing você consegue abranger um maior público e tem mais visibilidade e alcance usando essa ferramenta de maneira correta.

Figura 6 - Interior do Bar



Fonte: autoria própria

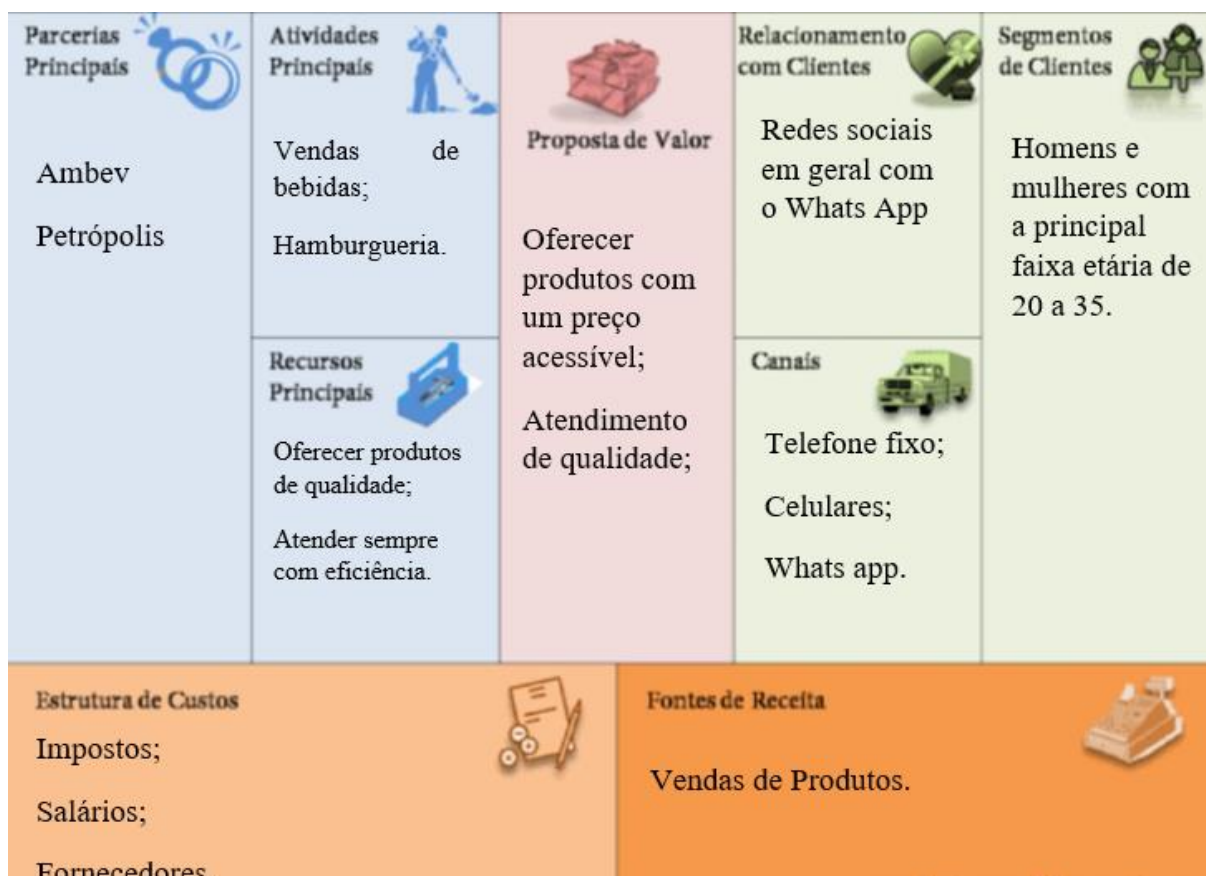
O último ponto que notamos haver alguns problemas é o problema referente a organização do ambiente, o local é agradável e receptivo mas tem dois problemas que queremos corrigir, o primeiro é referente a demora em atender, o local quase sempre está lotado, o que acaba causando uma demora no atendimento, queremos fazer alguns ajustes ou implantar uma nova maneira na forma de atender que diminua esse tempo de espera dos clientes para que seja um processo mais eficaz. E o segundo ponto que queremos destacar é o problema com a organização das mesas em geral, queremos modificar o ambiente e encontrar uma maneira de deixa-lo mais espaçoso. Enfim, esses foram os pontos fracos do Bar do Tuca que encontramos acreditamos com empenho do grupo e utilizando as ferramentas corretas vamos encontrar uma maneira de corrigi-los e deixar o funcionamento do local muito melhor e mais eficiente.

Figura 7 - Mapa de Empatia



Fonte: autoria própria.

Figura 8 - Canvas



Fonte: autoria própria.

1.4 Objetivo

1.4.1 Objetivos Gerais:

Objetivos geral consiste em aprimorar o serviço prestado ,afim de aprimorar a qualidade no bar, tendo como objetivo o estabelecimento ajustando a rapidez do nosso atendimento sendo mais eficaz prático, outro objetivo são produtos que faltam no estoque, com um projeto de organização do local, temos que ser mais eficientes e energético com nossos fornecedores, para não ter faltas no estoque, a otimização do ambiente , com decoração despojada e casual, pretendendo um amplo espaço mais aconchegante e espaço para nossos cliente.

1.4.2 Objetivos Específicos:

O nosso objetivo específico para o bar consiste em focar nos três pontos chaves que notamos durante as visitas, acreditamos que esses três pontos é o que está atrapalhando um melhor desempenho nas vendas e conseqüentemente o lucro do bar. Iremos focar nos pontos de marketing, organização do ambiente e o principal, o problema com o estoque, acreditamos que utilizando as metodologias e ferramentas corretas chegaremos aos nossos objetivos e conseqüentemente melhorar as vendas e o ambiente.

1.4.3 Metodologia

Com o passar de nosso planejamento, identificamos e melhoramos algumas formas pela qual poderíamos aplicar nossos projetos, inclusive foi com um estudo um pouco mais amplo a nosso conhecimento adquirido até então. Sendo assim, realizamos pesquisas locais de como foram resolvidos problemas parecidos ou utilizamos de experiências profissionais de alguns integrantes do grupo.

As ideias são simples, funcionais e de baixo custo. O 5s, foi incluso pois não foi preciso de muita “visão” para perceber que o local precisava de uma disciplina mais controlada, e prioritariamente vamos deixar os clientes de forma mais confortável com

ajuste de espaçamentos entre mesas, disponibilidade de garçom quase que integralmente e ajuste de iluminação e volume de som. Por isso, pensamos em entrevistar 3 pessoas uma a cada noite para se tornarem nossas personas.

A primeira entrevistada já frequentava o boteco a mais de 1 ano aproximadamente, pelo menos 2 vezes ao mês. A mesma disse que quando o lugar está cheio é um tanto complicado a realização de pedidos que por consequência acabam demorando a serem entregues. Por isso, pensamos em maneiras alternativas de criação de pedidos, como só temos a disposição apenas um garçom a noite, precisamos deixa-lo livre para o atendimento, vamos redistribuir as atividades visando deixa-lo disponível para o atendimento, podemos definir tarefas como as de limpeza do chão, reabastecimento e disponibilização de mesa para o barman que em grande parte do tempo tem menos afazeres e sai auxiliar no atendimento das mesas.

A segunda entrevistada esteve presente no bar nos últimos 5 meses, e vai de 1 a 2 vezes ao mês acompanhado do marido. O único relato foi de que o som estava muito alto, tornando um pouco estressante a permanência no local. Para solucionarmos este problema, vamos durante as noites ajustar a altura do som de acordo com os feedbacks dos clientes, então o garçom ira seguir até as mesas e no final da anotação dos pedidos ele poderá perguntar "O ambiente está agradável? E o som em bom volume?". Assim, vamos identificar qual o melhor volume para o som.

E o terceiro entrevistado frequentava o bar a aproximadamente 5 anos, frequenta o bar com a esposa de 3 a 4 vezes no mês. Relatou que quando fazia alguns pedidos em dias movimentados, além da demora a bebida ainda não vinha tão gelada como deveria. Segundo os barmen algumas das vezes o movimento é tão intenso que se torna impossível o reabastecimento da geladeira principal que deixa a bebida na temperatura em que é esperada, e nestes casos e preciso retirar a bebida de uma geladeira secundaria que é apenas para armazenagem e não gela tão bem. Claramente é preciso de uma geladeira melhor para suprir a falta da primeira geladeira, mas pensamos que podemos amenizar esses problemas com organização de produtos (aproveitar melhor o espaço da geladeira) e redistribuição de tarefas tornando mais fácil manter a geladeira abastecida durante o movimento.

Marketing

Já em marketing temos planos para melhor divulgar o bar. Vamos movimentar mais as redes sociais mostrando fotos agradáveis e bons momentos do bar, também

vamos idealizar e divulgar promoções para atrair um público alvo, para que estes tragam mais clientes por experiência. Assim rapidamente podemos atingir um público maior por recomendações.

Análise de estoque

Primeiramente, iremos criar planilhas e checklists para listar tudo que entra, e tudo que sai do bar. Com esses dados poderemos identificar quantos dias um lote de bebidas se torna escasso, montando um cronograma de realização de pedidos, também será possível deixar mais claro quando este lote não irá suprir com a demanda da semana.

Assim, logo terá que ser realizado novos pedidos para que não falte bebidas e suplementos. Também definiremos dias do ano que serão promovidas festas e feriados comemorativos, ou seja, serão abastecidos o suficiente para atender todos os clientes.

1.5 Resultados esperados

Contribuir com o ambiente, através de um plano de marketing, uma vez que o mesmo promoverá muitos impactos positivos.

Sendo, inicialmente, percebidas melhorias que acarretarão em uma situação financeira satisfatória, através de mudanças nas atividades organizacionais e no atendimento a clientes, o que proporcionará condições ao estabelecimento para honrar seus compromissos, assim como zelar de forma mais apropriada por seu patrimônio.

Atualizar o sistema de suprimentos, através de uma nova logística implantada em seu estoque, mantendo um controle maior e mais eficaz, fazendo com que não haja constrangimento ao dono ou em favoritismo ao estabelecimento pela possível falta de produtos em estoque.

1.6 Orçamento

O Projeto elaborado para a empresa Boteco do Tuka, busca atrair mais clientes através do Marketing, fazendo propagandas em rádio e uma página na internet e panfletagem. Pretendemos também implementar uma cultura de alimentação de dados no sistema de controle de estoque, através do Programa 5S, para que a organização do estoque fique mais eficiente, pois o estoque é um dos maiores problemas da empresa.

Item	Valor
Compra de domínio	R\$ 200,00 por ano
Impressão de 1000 panfletos	R\$ 200,00
Anuncio em rádio 30 segundos	R\$ 220,00
Materiais de escritório	R\$ 150,00
Total	R\$ 770,00

2 CANVAS E MAPA DE EMPATIA

Existem algumas ferramentas que são amplamente utilizadas por empreendedores, seja para desenvolver uma foto do atual negócio, para estudar alterações futuras ou para estudar um novo ramo de oportunidades. Neste capítulo serão apresentadas duas ferramentas e como elas foram utilizadas dentro desse trabalho. São elas: Canvas e Mapa de Empatia

2.1 Canvas

O Canvas é uma ferramenta muito utilizada para criar uma imagem clara e simples de um negócio, de um processo ou uma situação de mercado. O maior benefício dessa ferramenta é possibilitar uma visualização de uma situação complexa como, por exemplo, saber se as vendas de uma empresa não estão desempenhando como planejado por causa da falta de canais de comunicação ou pelo segmento de clientes escolhidos como alvo. Segundo Osterwalder e Pigneur (2011, p. 15): "[...] Essa metodologia possibilita descrever e pensar sobre o modelo de negócios da organização do empreendedor, de seus concorrentes ou qualquer outra empresa [...]" A ferramenta Canvas não é complexa como um plano de negócios que descreve todos os aspectos de um empreendimento, ela é utilizada como algo simples, fácil de ser elaborado, eficaz e fácil de ser interpretado.

Figura 9- Canvas



Fonte: <https://www.sebraepr.com.br/canvas-como-estruturar-seu-modelo-de-negocios/>

Cada campo do Canvas deve ser preenchido de acordo com suas descrições para que as informações apresentadas pela ferramenta no final sejam coerentes e assertivas.

Proposta de valor

Que sua empresa vai oferecer para o mercado que realmente terá valor para os clientes.

Segmento de clientes

Quais segmentos de clientes serão foco da sua empresa.

Os Canais

Como o cliente compra e recebe seu produto e serviço.

Relacionamento com clientes

Como a sua empresa se relacionará com cada segmento de cliente.

Atividade-chave

Quais são as atividades essenciais para que seja possível entregar a Proposta de Valor.

Recursos principais

São os recursos necessários para realizar as atividades-chave.

Parcerias principais

São as atividades-chave realizadas de maneira terceirizada e os recursos principais adquiridos fora da empresa.

Fontes de receita

São as formas de obter receita por meio de propostas de valor.

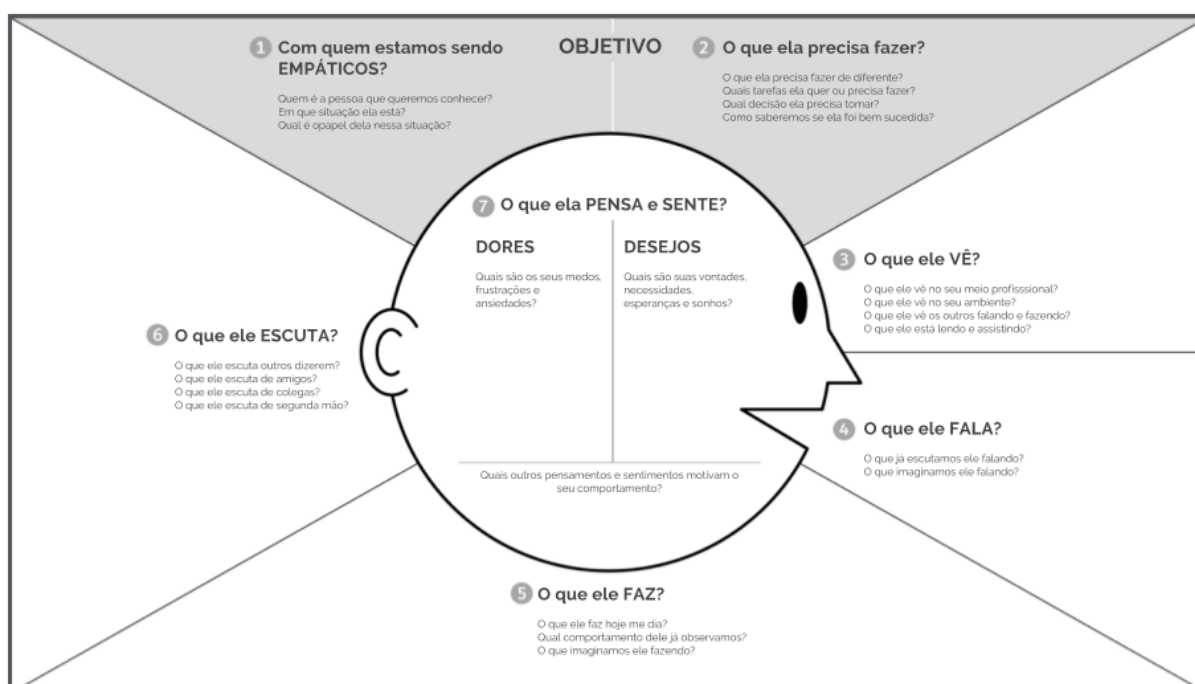
Estrutura de custos

São os custos relevantes necessários para que a estrutura proposta possa funcionar.

2.2 Mapa de empatia

O Mapa da Empatia é uma ferramenta, criada pela consultoria de Design Thinking Xplane, que ajuda a nos colocarmos no lugar dos clientes de um negócio. A ferramenta exercita reflexões sobre o que o cliente diz, faz, vê, pensa, sente e ouve para ajudar no desenho do modelo de negócio de uma empresa.

Figura 7- Mapa de Empatia



Fonte: <https://analistamodelosdenegocios.com.br/mapa-de-empatia-o-que-e/>

O que ele Escuta

Aqui é importante refletir sobre o que amigos dos seus clientes dizem, o que o chefe dele fala, o que influenciadores dizem, etc.

O que ele vê

Neste ponto temos que enxergar o ambiente que o seu cliente frequenta, o que o mercado em que ele está oferece, quais são as pressões da sociedade em que ele se encontra.

O que ele Pensa e Sente

Um dos pontos mais difíceis é entender o que se passa dentro da cabeça do cliente. Entender o que realmente conta, principais preocupações e aspirações, pensamentos que mantêm sua mente ocupada e suas noites em claro.

O que ele Fala e Faz

Entender o que ele fala e faz é acima de tudo um exercício de observações, já que são suas atitudes em público, aparência (como ele se veste, sua postura, suas falas) e comportamento com outros.

Dores

Os principais obstáculos para que o seu cliente consiga sucesso e felicidade. Quais são os seus medos, frustrações e obstáculos.

Ganhos

Normalmente tudo aquilo que se deseja atingir uma vez que os medos sejam superados. Quais os seus desejos e necessidades, formas de medir sucesso, etc.

3 CONTROLE DE ESTOQUE

O controle de estoque no boteco do tuka, terá a importante tarefa de manter os estoques de bebidas sempre no verde, para que não falte bebidas para o consumidor final.

Parâmetros e datas serão determinados para definir qual o momento exato de abastecer o estoque, para isso precisaremos definir as datas de feriados, finais de semanas e eventos da cidade, para saber quando fazer o pedido, os produtos são entregues dentro de 5 a 7 dias, por isso e preciso uma apuração estatística de consumo e custos.

O gasto com frete pode ser um obstáculo a superar já que não queremos desperdiçar os fretes, com isso pensamos numa ferramenta, a curva ABC.

Esta é uma das mais importantes ferramentas de controle de estoque e consiste em classificar os produtos de acordo com o nível de relevância de cada um deles. Para isso, são criadas as categorias A, B e C.

- Grupo A: mercadorias de valor elevado, mas com baixa frequência de vendas;
- Grupo B: mercadorias de valor mediano e frequência de vendas também mediana;
- Grupo C: mercadorias de baixo valor, mas com frequência de vendas elevada.

A Curva ABC é uma ferramenta que pode te ajudar a garantir que os produtos com maior potencial de gerar lucros nunca falem nas prateleiras. Assim, evita-se acumular mercadorias menos rentáveis.

Figura 10 Exemplo Curva ABC

código	produto	qtd vendida	valor unitário	total por produto	categoria
pd1	Vodka	20	R\$ 100,00	R\$ 2.000,00	A
pd2	Whisky	10	R\$ 150,00	R\$ 1.500,00	
pd3	Cerveja Nacional	70	R\$ 20,00	R\$ 1.400,00	
pd4	Cerveja Importada	30	R\$ 40,00	R\$ 1.200,00	B
pd5	Gin	5	R\$ 200,00	R\$ 1.000,00	C
Total de Vendas				R\$ 7.100,00	

Autoria Própria

Com esta ferramenta será possível ter mais controle do que pode acabar mais rápido e o que acaba mais lentamente, tornando mais eficaz a previsão de abastecimento. Na teoria não podemos desperdiçar tempo nem frete, uma mercadoria mal planejada

pode trazer um péssimo dia de vendas, ou vice e versa, sabendo disso identificar o melhor momento de comprar será decisivo nesse momento de empasse.

Criar uma relação saudável e sustentadora com nossos fornecedores é uma atitude muito racional, sabendo que dependemos deles para nos entregar nossas mercadorias, e no prazo certo, sabendo disso normas e regras de pagamentos podem ser aplicadas afim de aumentar o prestígio que nosso fornecedor tem da loja, sendo assim a prioridades deles num dia problemático pode nem interferir na nossa entrega.

4 5S

Os 5S é um programa de gestão de qualidade empresarial. Foi criado no Japão com a ideia de gerar melhorias no quesito organização limpeza e padronização da empresa.

É chamado de programa 5S pois vem de cinco palavras japonesas que começam com a letra S, são elas:

- **SEIRI - Senso de Utilização:**

Seu principal objetivo é tornar o ambiente de trabalho mais útil e menos poluído. Para ser feito, deve-se classificar os objetos ou materiais de trabalho de acordo com a frequência com que são utilizados para, então rearranjá-los devidamente. Tendo como resultado o fácil acesso ao que se utiliza com frequência e uma melhor visibilidade do ambiente.

- **SEITON - Senso de Organização**

Sendo uma continuação do primeiro, sua finalidade é simplificar. Essa etapa visa dar aos objetos que são menos utilizados no local em que eles fiquem organizados e etiquetados. Contribuindo assim para uma maior economia de tempo e espaço.

- **SEISO - Senso de Limpeza**

Essa etapa consiste na limpeza e investigação minuciosa do local de trabalho, em busca de rotinas que geram sujeira ou imperfeições. Qualquer elemento que possa causar desconforto (como mau cheiro, falhas na iluminação ou barulhos) deve ser consertado. O propósito é trazer um ambiente que gera satisfação nos funcionários por trabalharem em um local limpo e arrumado, além de equipamentos com menos possibilidades de erros ou quebra por conta da constante fiscalização.

- **SEIKTSU - Senso de Padronização**

O quarto conceito consiste na manutenção nos três primeiros, trazendo melhorias constantes para um ambiente de trabalho. Deve-se definir quem são os responsáveis pela continuidade das ações das três primeiras etapas. Mantendo a constância na limpeza e organização, há uma grande chance de os funcionários também buscarem maior cuidado com o visual e com a saúde pessoal, garantindo mais equilíbrio e bom desempenho no trabalho, contribuindo ainda mais para o andamento do processo rumo à qualidade total.

- **SHITSUKE - Senso de Disciplina**

Quando o quinto e último processo do programa 5S está em execução, quer dizer que o programa está em andamento perfeito. A disciplina, que pode ser considerada a palavra-chave do 5S, existe quando cada um exerce seu papel para melhoria do ambiente de trabalho, do desempenho e da saúde pessoal, sem que ninguém o cobre por isso.

O 5ºS é uma ferramenta que ouvimos falar muito nos dias de hoje, e não é à toa é uma das ferramentas mais bem desenvolvidas que auxilia a lidar com os mais diversos problemas encontrados em uma empresa, para nós o 5s seria muito bem aplicado em layout de mesas e até mesmo do estoque, proporcionando facilidade na hora de encontrar um produto ou material, espaço para locomoção, categorizar por utilidade e por aí vai.

A nossa ideia é proporcionar um ambiente mais confortável aos clientes e facilitar o transito de funcionários e clientes, faremos isso reposicionando algumas mesas e removendo algumas bancadas que estariam atrapalhando o fluxo, deixar mais próximo o que é utilizado com frequência e distanciar o que não.

Figura 11 - bebidas



Fonte: www.indicesdenegocio.com.br/cortedechevete-mais-vantagens-bebidas.jpg

Definir locais apropriados para o armazenamento de caixas, vassouras, lixo, roupões aventais, copos, guardanapos, produtos de limpeza entre mais itens. Ao realizarmos esse tipo de organização, proporciona a empresa um melhor ambiente e facilidade para se encontrar objetos diminuindo o tempo que se leva para realizar umas tarefas mais simples.

5 MARKETING

O marketing vem conquistando cada vez mais espaço por permitir estudos aprofundados de mercado, atuando diretamente na inteligência estratégica e competitiva das empresas, longe de ser apenas um meio de propaganda de produtos e serviços oferecidos, o marketing é importante para gerar valor e efetuar vendas, ele possibilita um melhor entendimento do mercado, que pode levar ao oferecimento de produtos e serviços que atendam à necessidade dos consumidores e fazer com que eles sintam que suas necessidades estão sendo atendidas.

Ao estudar o comportamento dos clientes, o marketing também se torna fundamental em uma empresa, não importa o tamanho que tenha, por atingir o público de maneira eficaz e prever a futura demanda do que se pretende vender.

Um trabalho de marketing bem executado faz com que um empreendimento saia na frente da concorrência, já que os consumidores percebem que estão sendo beneficiados com o que é oferecido pela empresa de forma mais eficiente e eficaz do que os concorrentes.

Figura 12 - Publicação



Fonte: <https://www.comunique-se.com.br/wp-content/uploads/2018/06/Dicas-de-marketing-digital-para-bares>.

É exatamente a concorrência existente no mercado que faz do marketing uma ferramenta tão necessária, seja para uma microempresa ou para uma multinacional, pois a demanda de qualquer uma delas está diretamente ligada a ele.

Podemos considerar que o sucesso financeiro de um empreendimento é resultado, em grande parte, de um trabalho de marketing bem executado.

Figura 13 - Promoção



Link: [1www.promoção.boteco.com.br/comoaproveitaroverao-beer](http://www.promoção.boteco.com.br/comoaproveitaroverao-beer)

Para o bar pensamos em um melhor gerenciamento de sua rede social, publicando fotos do movimento do bar, bebidas da casa, e promoções.

As páginas do bar, serão ministradas por nós e deixaremos a pagina lançando todas as novidade e promoções, principalmente próximo a feriados e datas especiais.

Cartazes e shows ao vivo poderão fazer parte do nosso plano de marketing, tudo para atrair e fidelizar os clientes.

Divulgar nossos shows e promoções na rádio pode atrair novos clientes e aumentar o faturamento do bar.

Estratégia de marketing é um conjunto de ações colocadas em práticas para atingir às suas metas de divulgação, vendas e construção de uma imagem positiva para a marca.

Representa todo o seu esforço para dar visibilidade ao negócio, atrair clientes e ser reconhecido como autoridade no nicho em que atua.

Mas é importante fazer uma ressalva: nem toda ação de marketing compreende uma estratégia de fato.

Porque é muito fácil investir mal nesse setor do marketing, basta ir conforme a maré, sem considerar as características específicas do seu público e os próprios objetivos esperados com o marketing e já pode estar tomando uma decisão errada.

6 LAYOUT

Layout é uma palavra utilizada na língua inglesa, muitas vezes usada na forma portuguesa da forma como se pronuncia a palavra inglesa: "leiaute", que possui o significado de algo plano, arranjo, esquema, design ou projeto. O layout é a representação do arranjo dos componentes de uma empresa com o objetivo de alcançar os resultados de produção desejados. Para planejar um bom layout deve-se considerar o espaço disponível, o produto final, a segurança dos usuários e a facilidade e conveniência das operações.

Um layout correto proporciona um fluxo de comunicação entre as atividades de maneira mais eficiente e eficaz, melhor utilização da área disponível, um fluxo de trabalho mais eficiente, facilidade na gestão das atividades, diminuição de problemas ergonômicos e flexibilidade para mudanças / adequações.

Woiler e Mathias (1996, p. 35) dizem que esses aspectos dizem respeito à parte de engenharia do projeto, como exemplo a determinação da mais eficiente linha de produção das instalações disponíveis em uma fábrica.

5.1 Tipos de Layout de fábrica

Pensar no Layout de fábrica é fundamental para manter a eficiência e a organização dos processos de uma fábrica. Fazer a escolha certa pode fazer a diferença, pois em uma linha de produção é fundamental que tudo funcione da maneira mais organizada possível.

- **Layout linear**

Nesse modelo o maquinário fica lado a lado e favorece um sistema produtivo em massa, ou seja, em larga escala e com baixa variedade de produtos em uma linha de produção. Estas linhas são normalmente dedicadas para a produção de um tipo exclusivo de produto.

- **Layout funcional**

Nesse tipo de Layout de fábrica o maquinário e os processos ficam divididos por tipo, criando um setor com máquinas destinadas a mesma área. Por exemplo, um produto que após fabricado precise de pintura, há um setor exclusivo onde todo o maquinário para esse fim está armazenado junto.

- **Layout celular**

É um híbrido entre linear e funcional. Ao mesmo tempo que fica dividida por setores, também segue uma lógica de produção com o objetivo de diminuir o tempo de atravessamento de um produto na linha de produção/montagem.

- **Layout posicional**

Como já mencionamos, muitas vezes a natureza do produto é que obriga a adaptação do Layout de fábrica. Nesse tipo de configuração o produto permanece parado enquanto os colaboradores trabalham nele. É utilizado para sistemas produtivos por projeto, como um navio ou uma aeronave.

7 REFERÊNCIAS

Materiais de apoio

- Apostilas
- Pesquisa de campo no Boteco do Tuka
- Materiais deixado por professores
- Projetos concluídos de TCC

Livros

Dalvio Ferrari Tubino, Planejamento e Controle da Produção - Teoria e Prática

Roberto Possarle, Filosofia 5S (Português) Capa comum – 31 dezembro 2018

Por: Sun Tzu A Arte da Guerra: Os treze capítulos completos - 17 abr 1998

ASTLEY, Graham e VAN DE VEN, Andrew H. Debates e perspectivas centrais na teoria das organizações. In: CALDAS, M.; BERTERO, C. (Orgs.). Teoria das organizações. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTIN, Joanne; FROST, Peter. Jogos de guerra da cultura organizacional: a luta pelo domínio intelectual. In: CLEGG et al (Orgs.). Handbook de Estudos Organizacionais, v. 2. São Paulo: Atlas, 2001.

MINTZBERG, Henry. Criando organizações eficazes: Estruturas em cincoconfigurações. São Paulo: Atlas, 2006.

MORGAN, Gareth. Imagens da organização. São Paulo: Atlas, 1996

MOTTA, F.C.; VASCONCELOS, I. G. Teoria geral da administração. São Paulo: Thomson Learning, 2006.

VASCONCELOS, I.; MASCARENHAS, A.; PROTIL, R. Paradoxos na gestão de pessoas: cultura e contexto em uma cooperativa agro-industrial. Revista de Administração Eletrônica – RAE, v. 3, n. 1, p. 1-19, Jan./jun., 2004.

WEICK, Karl. E. Education systems as loosely coupled systems. *Administrative Science Quarterly*, v. 21, p. 1-9, 1976.

A psicologia social da organização. São Paulo: Edgar Blucher, Editora da Universidade de São Paulo, 1973.