



**RELATÓRIO FINAL DE CONSULTORIA
GRUPO OSÍRIS CONSULTORIA EMPRESARIAL**

Belo Horizonte
2019

Beatriz Eugênia da Silva Souza
Venicio Jose de Oliveira

**RELATÓRIO DE CONSULTORIA DO GRUPO
OSÍRIS CONSULTORIA EMPRESARIAL
APRESENTADO À EMPRESA LIRA
MERCEARIA.**

Relatório final de consultoria apresentado à disciplina CONSULTORIA EMPRESARIAL, do curso superior de Graduação em Administração, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Professor: Rômulo Manini.

Belo Horizonte
2019

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	4
2.	CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	5
3.	RESUMO DE ATIVIDADES	6
4.	DIAGNÓSTICO	8
5.	RECOMENDAÇÕES	10
5.1	Ações implementadas	10
5.2.	Recomendações a implementar	15
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	18
	REFERÊNCIAS.....	19
	PROPOSTA.	20
	ANEXOS	24

1. INTRODUÇÃO

Este é o relatório final apresentado à disciplina de CONSULTORIA EMPRESARIAL, desenvolvido no 8º período do curso de Administração da faculdade FAMIG.

Foi desenvolvido um trabalho de consultoria pelo grupo Osiris Consultoria Empresarial, composto pelos alunos Beatriz Eugênia da Silva Souza e Venicio Jose de Oliveira na empresa Lira Mercearia.

O principal objetivo do gestor com esta consultoria foi o de receber auxílio em seu negócio como um todo, agrupando todos os seguimentos para assim ter uma visão de quem está de fora. O proprietário citou como pontos importantes, a gestão da mercearia e a gestão financeira que tem pesado negativamente na falta de controle financeiro. Desta forma o grupo focou suas atenções nestas áreas para desenvolvimento das atividades.

Neste relatório está registrado uma breve apresentação da empresa, diagnóstico realizado, resumo das atividades desenvolvidas pelo grupo e as sugestões de melhorias identificadas.

Ao final, apresenta-se uma proposta de implementação das ações sugeridas e que ainda não foram trabalhadas.

2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A empresa que recebeu a consultoria é a Lira Merceria. Trata-se de um comercio de alimentos e utilidades domésticas, típico “mercadinho” de bairro. Os produtos comercializados são os de grande consumo, sobretudo alimentos, podendo complementar a oferta com produtos de higiene, bebidas e objetos de uso doméstico. O espaço é relativamente grande e totalmente utilizado para as atividades da mercearia, com espaço para estoque e exposição dos produtos.

O responsável pela empresa é o proprietário Dioclides, ele está no controle da empresa desde sua criação. Esta empresa já existe há 15 anos no aglomerado da Serra e é uma empresa familiar. O proprietário possui experiência no mercado, pois anteriormente possuía uma padaria que esteve em funcionamento durante cerca de 5 anos, encerrando suas atividades pois ele acreditava que a mercearia seria um negócio mais viável. Porém não possui conhecimento teórico e formação acadêmica. O proprietário não possui planos para expansão ou aumento da loja, ele pretende manter o nível de vendas e se possível aumenta-las, portanto não existe um planejamento futuro.

O negócio é controlado de forma simples. O gestor não tem anotações ou planilhas a respeito do que entra e o que sai do comercio. As compras de mercadorias são feitas semanalmente, alguns representantes vão até a loja e em outros momentos o dono vai até centros de distribuição de mercadorias. Os pontos fortes da loja são o fato dela ser própria, então não existe a necessidade de custo com aluguel do espaço, o local tem movimento e se tornou ponto de vários comércios e o espaço também atende as necessidades do dono. Não falta espaço para as atividades e alocação dos produtos. O ponto fraco são os concorrentes que estão a poucos metros e comercializam as mesmas mercadorias.

3. RESUMO DE ATIVIDADES

A Osíris realizou cinco visitas na empresa, nos dias 28 de outubro, 07 de novembro, 14 de novembro, 21 de novembro e 26 de novembro, respectivamente.

A primeira visita a mercearia foi para conhecer o estabelecimento e ter as primeiras informações sobre o empreendimento. O proprietário controla toda a loja e falou sobre o atual momento do comércio, que vem passando por queda de receita. Pelo ponto de vista dos consultores, isso é reflexo da falta de controle financeiro e organizacional. O gestor também contou sobre sua história de vida e falou sobre os trabalhos que teve ao longo da vida e sobre quando começou a empreender.

Inicialmente o ponto que chamou mais atenção foi a necessidade de uma atenção maior no controle da mercearia como um todo. A falta de informação a respeito das movimentações financeiras, como entradas e saídas do caixa, notas fiscais de compra de mercadoria e controle sobre os produtos que tem mais saída ou custos maiores e menores, não permitem que seja realizada uma base de dados para um qualquer tipo de planejamento.

A primeira visita foi realizada com intuito de entender de uma forma geral o ambiente interno e externo da empresa. Foi realizada uma análise SWOT junto ao proprietário para que fosse possível analisar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que o comércio possui para assim conseguir corrigir e explorá-los.

Na segunda visita foi passado para o gestor a importância de aumentar as opções de forma de pagamento, que no momento só ocorre com dinheiro à vista ou "fiado". Foi passado a ele informações sobre as máquinas de cartão, já que é possível encontrar em muitos comércios. Pelo fato dos concorrentes também não possuírem outras formas de pagamento, o mesmo não demonstrou tanto interesse pela falta de familiaridade com máquinas de cartão.

Outras ferramentas que foram recomendadas a ele foram uma planilha para controle financeiro para detalhar e organizar a saída dos produtos. Pelo mesmo motivo da máquina de cartão o proprietário não se sentiu à vontade para aderir. Quando foi

perceptível que estes meios não seriam viáveis, foram sugeridas outras formas manuais de extrair as informações desejadas. Foi inserido uma pasta para que o gestor guardasse todas notas e cupons fiscais de compra de mercadoria e um caderno para anotar as transações realizadas no caixa.

Em visita posterior, foi citada a necessidade de pintar o estabelecimento para torná-lo mais atrativo aos clientes e até mesmo chamar mais atenção das pessoas que ali passam diariamente. O dono acatou o pedido e então foi decidido que seria realizado uma pesquisa com o público que passa pelo local para entender um pouco quais são suas necessidades e desejos. Enquanto a pesquisa estava sendo analisada, foram sugeridas algumas adições de mercadoria, como cerveja e carvão nos finais de semana, tendo em vista que próximo a mercearia existe uma distribuidora de bebidas. Seria viável testar estes produtos, por mais que o dono tenha objeções com trabalhar esse tipo de produto, pois ele acredita que atrai públicos indesejáveis.

Inicialmente o foco da consultoria foi em gestão dos recursos e controles internos, pois foram procedimentos que demonstravam mais urgência. Após a implantação de alguns procedimentos para estes controles foram abordadas estratégias para aumento de vendas e retenção dos clientes, como a mudança da fachada do estabelecimento.

4. DIAGNÓSTICO

Gestão da Empresa

Em um mercado competitivo, as empresas que adotam um sistema de gestão empresarial garantem processos mais eficazes e conquistam melhores resultados.

Na Lira mercearia, foi possível observar que a empresa não desenvolve avaliações periódicas de seus pontos fortes e fracos e não avalia as oportunidades e ameaças constantes no mercado. Com isso não consegue avaliar o cenário em que está inserido, não está ciente dos erros e acertos da empresa e não traça estratégias para alavancar o negócio. A empresa também não é formal, ou seja, não possui um CNPJ ativo.

Financeiro

O fluxo de caixa é, sem dúvida, um dos recursos mais precisos à gestão do negócio, pois, segundo RESNIK (1990:172), a administração de caixa é uma condição decisiva para a sobrevivência e o sucesso de uma pequena empresa.

Verificou-se que a empresa não dispõe de um controle de fluxo de caixa, contas a pagar/receber e também não faz uso de indicadores financeiros.

O proprietário não tem o hábito de fazer um controle mais apurado dos valores que entram e deixam o negócio, a medida que o dinheiro chega ele compra mais mercadoria e assim o dinheiro vai girando. Outro ponto negativo é o fato do proprietário vender a prazo, uma situação comum nesse tipo de comércio é o "fiado". A falta de controle do gestor nessa questão também tem prejudicado.

Ele também não utiliza máquina de cartão, realizando suas vendas apenas no dinheiro, e também não utiliza nenhum sistema ou *software* de controle de vendas, apenas anotando em um caderno.

Marketing e Vendas

Evidenciado que não existe uma política de preços, os preços geralmente são estipulados de acordo com o preço cobrado pela concorrência e não existe uma sistemática definida para concessão de descontos.

Não é utilizado um método de fidelização de clientes. A empresa acredita que basta o bom serviço para o cliente retornar. Não há divulgação e também não há um cuidado com a parte externa da mercearia, não havendo nem mesmo uma placa com o nome do local ou cores nas paredes externas para que chame a atenção de clientes.

Segundo o proprietário as vendas têm caído e peço fato de não haver controle da parte financeira, não é possível saber ao certo o valor que a loja vem faturando. O dono estima que seja algo em torno de R\$ 5 mil, visto que a medida que este valor entra no caixa é repostado em mercadorias, contas de água, luz e gastos pessoais.

5. RECOMENDAÇÕES

5.1 Ações implementadas

GESTÃO DA EMPRESA

Foi possível observar que a mercearia não possui uma visão ampla do negócio. O sócio não consegue identificar os pontos positivos e negativos da empresa para assim traçar uma estratégia. Pensando desta forma, a primeira ação implementada na empresa foi a análise SWOT, para que assim ele consiga enxergar os ambientes internos e externos que estão ligados a empresa.

Recomendação:	Foi implementado uma analise SWOT.
Evidências:	Foi desenvolvido uma análise SWOT, em anexo, para facilitar a identificação dos pontos onde a empresa tem de erros e acertos, e assim poder criar estratégias para aprimoraração do negócio
Resultado:	A organização gostou da sugestão e entende a necessidade de fazer uma análise SWOT periodicamente.

Diante da análise SWOT que se encontra no anexo 1, é possível extrair informações que podem ser convertidas em ações para ajudar o negócio a crescer.

O principal ponto é a falta de iniciativa dos concorrentes que não possuem ferramentas que se tornaram comuns no dia a dia, como por exemplo, uma máquina de cartão. Os pontos fracos do negócio, podem ser corrigidos e se tornar diferencias, dentre eles estão a organização na parte financeira e adição de algumas ferramentas, como um sistema de controle de estoque e de entradas e saídas e a própria máquina de cartão.

As oportunidades observadas podem ser alinhadas com as forças que já possuem o negócio. Por mais que o gestor tenha recusado a utilização de novas ferramentas neste momento, é necessário destacar e mostrar a ele importância e impactos positivos que tais ferramentas trariam ao negócio.

MARKETING

Pode ser observado que a mercearia não possui uma fachada que chame a atenção dos clientes. As paredes externas não são pintadas e não há uma faixa com o nome da mercearia. Desta forma, foi desenvolvido uma pesquisa com os clientes, para entender os perfis e a forma como enxergam a mercearia. A pesquisa foi realizada na praça da Lira, onde fica a mercearia e obteve um total de 52 respondentes, sendo eles pessoas aleatórias e que fazem compra nas mercearias da praça.

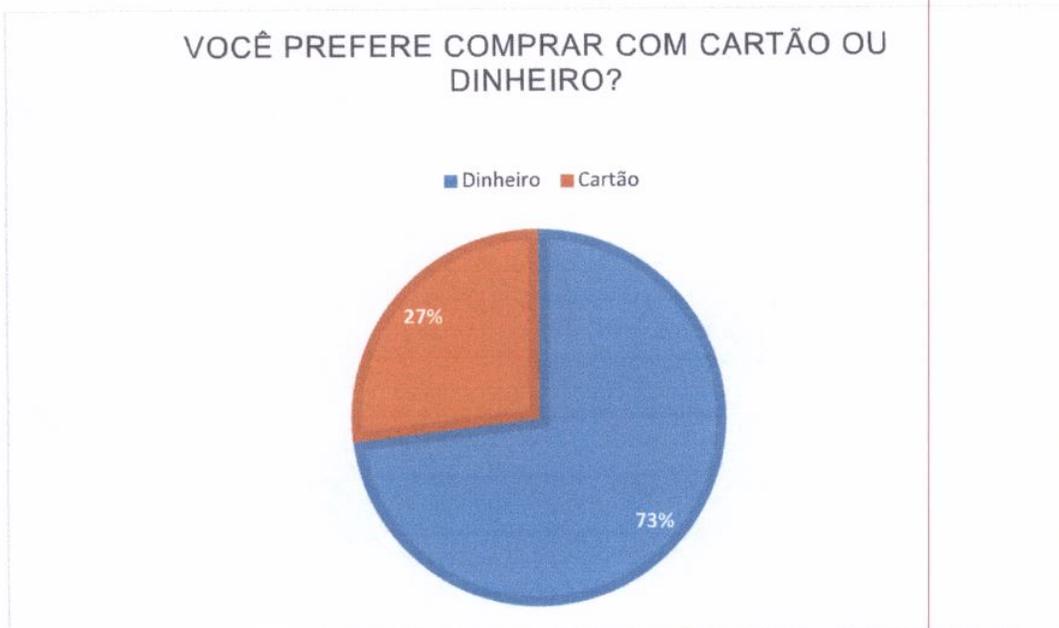
Gráfico 1 – Compras na praça da Lira



Fonte: Próprio autor

Conforme mostra o gráfico 1, dentre o público selecionado de forma aleatória para responder a pesquisa, a maioria das pessoas entrevistadas de fato compram nas mercearias da praça, o que aumenta o nível de confiabilidade das informações extraídas no restante da pesquisa.

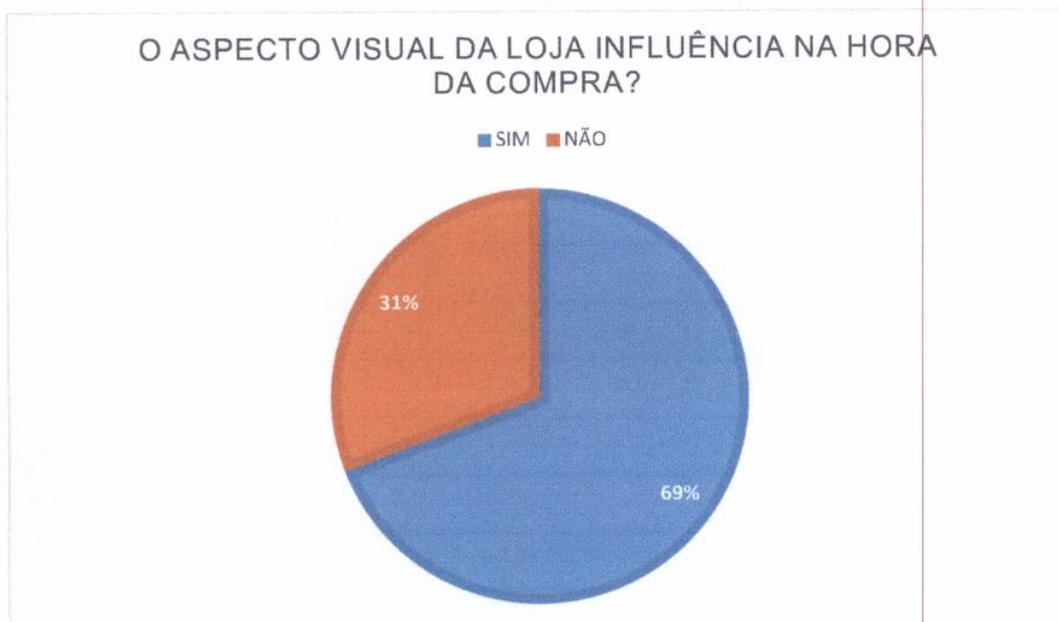
Gráfico 2 – Preferência de compras no dinheiro ou cartão



Fonte: Próprio autor

O intuito da pergunta demonstrada no gráfico 2 é afirmar e demonstrar ao proprietário da loja que existem pessoas que tem preferência de comprar com cartão de debito ou credito. Este público possui grande potencial de crescimento e reafirmamos ao gestor a importância de implementar a máquina.

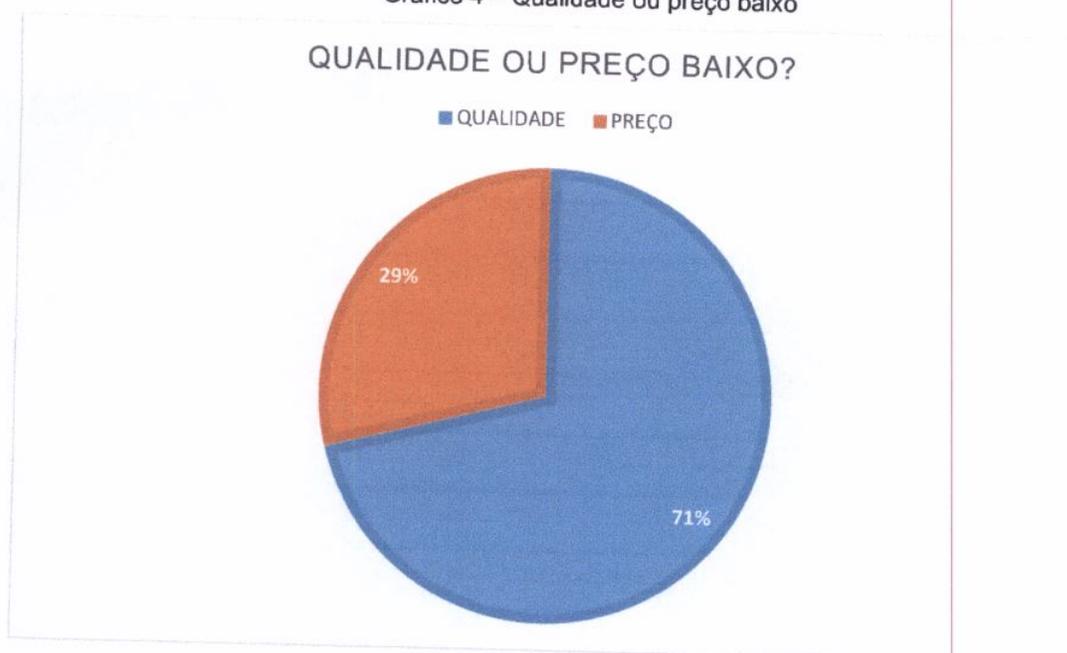
Gráfico 3 – Aspecto visual da loja



Fonte: Próprio autor

O fato da mercearia não possuir uma fachada pintada, causou desconforto aos consultores. Para entender se o público da mercearia também sente este desconforto, foi realizada a pergunta descrita no gráfico 3. A maioria dos respondentes demonstrou insatisfação com a fachada da loja. Esta pesquisa foi mostrada ao proprietário com o intuito de haver a pintura da fachada da loja.

Gráfico 4 – Qualidade ou preço baixo



Fonte: Próprio autor

Esta questão foi levantada com o intuito de entender as prioridades dos clientes. O proprietário relatou que as vezes não entendia a preferência do público e isto atrapalha em alguns momentos na hora de escolher mercadoria a ser vendida. Como o gráfico 4 mostra, a maioria dos clientes realmente prezam por produtos de qualidade ao invés de comprar produtos de qualidade mais baixa.

Após análise dos dados apurados na pesquisa, foi sugerido que além de aderir a uma máquina de cartão o proprietário mudasse a fachada da empresa. Realizando uma pintura e colocando uma placa ou faixa de identificação.

Recomendação:	Foi sugerido a pintura da fachada e aquisição de uma placa de identificação com o nome da empresa.
Evidências:	Foto do antes e depois da fachada da mercearia em anexo.
Resultado:	Proprietário concordou em pintar a fachada e preferiu aderir a faixa no lugar da placa para ter menos gastos.

FINANCEIRO

O proprietário não possui controle sobre as entradas e saídas e controle de estoque da mercearia. Desta forma foi sugerido que ele implantasse duas planilhas, que se encontram em anexo, para fazer este controle.

Foi sugerido também, que ele adotasse uma máquina de cartão para que os clientes tivessem outras formas para pagamento. Visto que seus concorrentes também não utilizam esta ferramenta, foi realizado um orçamento das máquinas de cartão, que se encontram no anexo 4, para que ele fizesse uma análise.

Recomendação:	Foi sugerido a implementação de um fluxo de caixa básico, por meio de planilhas e adoção de máquinas de cartão.
Evidências:	Foi desenvolvido duas planilhas Excel para controle financeiro. E também houve orçamentos para aquisição de máquinas de cartão, em anexo.
Resultado:	O proprietário não aceitou utilizar as planilhas de controle, mas aceitou utilizar a máquina de cartão.

O proprietário prefere controlar os registros de forma manual por não saber como utilizar planilhas. Ele não aceitou adotar as planilhas mas aceitou utilizar a Minizinha do PagSeguro como outra forma de pagamento para os clientes. Ele optou pois a taxa é a menor dentre as opções apresentadas.

Diante disto foi sugerido que então ele guardasse os recibos em uma pasta e que o controle fosse feito de forma organizada no caderno que ele utiliza para controlar entradas e saídas.

5.2. Recomendações a implementar

GESTÃO DA EMPRESA

Como ações que podem ser implementadas ao negócio, acredita-se que a elaboração de uma análise SWOT semestralmente ajudaria o proprietário a ver os erros e acertos para alavancar o negócio.

Como o proprietário foi resistente em relação ao uso de uma planilha para controle, realizando uma análise mais profunda com o 5W2H seria possível uma percepção maior das causas dos problemas da empresa, que é diretamente impactada pela falta de controle financeiro.

As perguntas como: o que fazer, por que fazer, onde fazer; quem fará, quando fará, como fará e quanto irá custar, traz uma visão ampla da necessidade de controle financeiro na empresa e como isto pode virar um diferencial, visto que seus concorrentes também não possuem tais controles.

Sugestão:	Implementar uma análise SWOT semestralmente e traçar um 5W2H.
Justificativa:	O SWOT iria auxiliar a aproveitar os pontos positivos e corrigir os negativos. E o 5W2H irá ajudar o proprietário a ter vantagem competitiva em relação aos concorrentes.
Quem poderá fazer:	Visto que o proprietário não tem conhecimento e não domina o assunto, será necessário que seja desenvolvido por profissional com experiência no assunto.
Recurso (Custo):	Caso queira contratar a consultoria, o custo será conforme proposta anexada.

MARKETING

Visto que os primeiros fatores a serem percebidos pelos clientes são a fachada e o ambiente da loja e o impacto que isto traz, seria interessante implantar um layout na mercaria de forma que se torne atrativa aos clientes. Os pontos de atenção para elaboração do layout seria:

- Fácil acesso dos clientes;
- O local do caixa não ser em um local de acesso fácil ao público;
- Organização de estoque;
- Disposição das gôndolas para colocação das mercadorias;
- Iluminação da loja para destacar os produtos; e
- Disposição das mercadorias. Elas devem ser agrupadas de acordo com seu tipo e finalidade pois a desorganização provoca perda de valor para os produtos expostos.

Sugestão:	Implementação de um layout para a mercearia.
Justificativa:	O layout é a utilização dos espaços disponíveis e na Lira Merceria, este layout deve iria servir para melhorar a experiência dos clientes, fazer com que a loja tenha mais visibilidade e atrair mais vendas.
Quem poderá fazer:	Visto que o proprietário não tem conhecimento e não domina o assunto, será necessário que seja desenvolvido por profissional com experiência no assunto.
Recurso (Custo):	Caso queira contratar a consultoria, o custo será conforme proposta anexada.

FINANCEIRO

Pensando na importância do controle financeiro para a empresa e visto a necessidade disto para a empresa, a sugestão é que a empresa adquira um CNPJ como MEI para assim estar registrada legalmente e aproveitar descontos em compra de mercadorias em lugares que só vendem com CNPJ.

Sugestão:	Se tornar MEI e adquirir CNPJ.
Justificativa:	A empresa vai estar registrada legalmente e comprar mercadorias mais baratas.
Quem poderá fazer:	Consultores ou contratar um contador.
Recurso (Custo):	O custo de do contador irá variar conforme profissional escolhido. Caso queira ajuda dos consultores, será conforme proposta anexada.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao decorrer da consultoria foi possível realizar uma análise mais prática no que se diz respeito a consultoria de uma empresa. A prática e a teoria possuem um significado diferente levando em consideração o porte e a necessidade de cada negócio e o perfil e personalidade de quem as gere.

A mercearia onde a consultoria foi realizada apesar de pequena necessitou de muita atenção, tendo em vista que não havia controle financeiro e organizacional. O negócio era gerido de acordo com a intuição do proprietário. Pelo fato dele estar aberto as propostas e ser uma pessoa humilde, os consultores tiveram liberdade para analisar todo o negócio e opinar a respeito sem receio. O gestor esteve aberto as ideias propostas e analisou todas demonstrando total interesse em mudar o rumo do negócio.

As análises, pesquisas e conversas com o proprietário resultaram em mudanças no negócio que foram possíveis observar mesmo em curto prazo. Foi possível identificar resultados na gestão da mercearia, desde o controle financeiro ao controle de estoque e notas. O proprietário conseguiu ter uma visão ampla do negócio com a ajuda da SWOT, ele pode perceber a importância de traçar estratégias para alavancar o negócio. Ele conseguiu ter mais controle das finanças, observando e arquivando notas de entradas e saídas. Mesmo que de forma manual, ele conseguiu ter mais controle.

Para as vendas fiadas foram estipulados prazos e formas para pagamento, coisas que não haviam antes. A mudança na fachada trouxe também mais clientes para a mercearia. Graças a confiança depositada pelo dono as ideias foram implementadas e o mesmo demonstrou satisfação com as mudanças e pretende mantê-las

Foi desenvolvida uma proposta em anexo para desenvolvimento das ações aqui sugeridas, caso a empresa se interesse em implementá-las com o auxílio do grupo.

O grupo agradece ao Sr. Dioclides e a empresa Lira Mercearia pela experiência proporcionada.

REFERÊNCIAS

Análise SWOT como fazer. Disponível em <<https://www.agendor.com.br/blog/matriz-swot-como-fazer/>> Acesso em 28/10/2019.

Fluxo de caixa. Disponível em <<https://hiper.com.br/blog/fluxo-de-caixa-importancia/>> Acesso em 15/11/2019.

Mercado Livre. Disponível em <<https://lista.mercadolivre.com.br/maquina-de-cartaoDA:maquina20de0cartao>> Acesso em 10/11/2019.

Mercado livre frente de caixa. Disponível em <<https://lista.mercadolivre.com.br/frente-de-caixa-pdvDA:frente20de20caixa20pdv>> Acesso em 10/11/2019.

PagSeguro. Disponível em <<https://pagseguro.uol.com.br/conteudo/porta-a-porta/>> Acesso 10/11/2019.

SEBRAE layout interfere na produtividade de uma empresa. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Busca20layout20de20loja>> Acesso em 27/11/2019.

SISCHEF. Disponível em <<https://sischef.com/>> Acesso em 10/11/2019.

5W2H. Disponível em <<https://www.portal-administracao.com/2014/12/5w2h-o-que-e-e-como-utilizar.html>> Acesso em 27/11/2019.



PROPOSTA

PROPOSTA COMERCIAL – Nº 012/2019 ESCOPO DO FORNECIMENTO

Ao Sr. Dioclides Oliveira

Prezado,

Temos o grato prazer em apresentar-lhe a nossa proposta técnica e comercial.

OBJETIVO DA PROPOSTA

A presente proposta foi desenvolvida como estimativa inicial para desenvolvimento das atividades de: adequação nas áreas de gestão financeira, gestão da empresa e marketing, conforme solicitação do cliente.

ESCOPO PARA IMPLEMENTAÇÃO DE SISTEMA DE GESTÃO FINANCEIRA, GESTÃO DA EMPRESA E MARKETING

A elaboração e implementação do novo sistema de gestão financeira, gestão da empresa e marketing compreende os seguintes aspectos:

- Registro do MEI;
- Implementação da análise SWOT e 5W2H para estratégia do negócio;
- Implementação de um layout para a mercearia;



PROGRAMAÇÃO

Atendimento aos requisitos do cliente

Carga horária de 10 horas, sendo:

- 03 horas para implementação da análise SWOT e 5W2H para estratégia
Consultor: Venicio Jose de Oliveira
- 03 horas para implementação do layout na mercearia;
Consultor: Venicio Jose de Oliveira
- 02 horas para acompanhamento e discussão sobre as estratégias
Consultor: Venicio Jose de Oliveira
- 02 horas para revisão e possíveis alterações.
Consultor: Venicio Jose de Oliveira

Padronização dos principais processos da empresa

Carga horária de 20 horas, sendo:

- 08 Iniciação da personificação de pessoa jurídica;
Consultor: Beatriz Eugênia da Silva Souza
- 06 Abertura do MEI;
Consultor: Beatriz Eugênia da Silva Souza
- 06 Esclarecimento de dúvidas sobre o MEI.
Consultor: Beatriz Eugênia da Silva Souza



INVESTIMENTO

O investimento estimado é de R\$ 4.000,00 – quatro mil reais.

Forma de Pagamento

1º Pagamento 05 dias após o início das atividades = R\$ 700,00

2º Pagamento 25 dias após o início das atividades = R\$ 800,00

3º Pagamento 45 dias após o início das atividades = R\$ 1.000,00

4º Pagamento 60 dias após o início das atividades = R\$ 1.500,00

OBSERVAÇÕES GERAIS

Caso sejam necessárias visitas adicionais para treinamentos, será cobrado o valor de R\$ 600,00 por cada 6 horas.

EXCLUSÕES

Não estão inclusos, nesta proposta, treinamentos e visitas fora da sede da empresa.

Caso sejam necessários, os custos de logísticas e hospedagem serão por conta do CONTRATANTE.

CONCLUSÕES

- Os pagamentos serão efetuados mediante a apresentação de nota fiscal e boleto bancário;
- Os impostos já estão inclusos.

VALIDADE DA PROPOSTA: 15 dias.



CONTATO COMERCIAL

Para esclarecimentos dessa proposta favor entrar em contato

Beatriz Souza – (31) 9 7506-5950

Venicio Jose de Oliveira – (31) 9 9465-5443

E-mail: osiris@consultoria.com.br

Atenciosamente,

Beatriz Souza e Venicio Jose de Oliveira – Consultores

Belo Horizonte, 01 de novembro de 2019

ANEXOS

Anexo 1 – Análise SWOT



Anexo 2 – Planilha de registro de entradas e saídas

 REGISTRO DE ENTRADAS E SAIDAS				
Data	Produto	Quantidade	Valor	Total
01/11/2019	Arroz - 5 kg	50	R\$ 10,00	R\$ 500,00
01/11/2019	Feijão carioca - 1kg	50	R\$ 5,00	R\$ 250,00
01/11/2019	Farinha de trigo - 1 kg	50	R\$ 5,00	R\$ 250,00
01/11/2019	Azeite de Oliva - Extra Virgem LAT 500ml	50	R\$ 10,00	R\$ 500,00
01/11/2019	Macarrão espaguete	50	R\$ 3,00	R\$ 150,00
02/11/2019	Fubá - 1kg	50	R\$ 3,00	R\$ 150,00
02/11/2019	Café tres corações - 500 gramas	50	R\$ 7,00	R\$ 350,00
02/11/2019	Açucar - 5 kg	50	R\$ 7,00	R\$ 350,00
02/11/2019	Leite - 1 litro	50	R\$ 2,50	R\$ 125,00
02/11/2019	Biscoitos recheados	50	R\$ 1,50	R\$ 75,00
02/11/2019	Suco Tang	50	R\$ 1,00	R\$ 50,00
03/11/2019	Regrigerante Coca Cola - 2 litros	50	R\$ 7,00	R\$ 350,00
03/11/2019	Refrigerante Fanta laranja - 2 litros	50	R\$ 5,50	R\$ 275,00
03/11/2019	Veja multiuso - 1 litro	50	R\$ 3,50	R\$ 175,00
03/11/2019	Sabão em pó - 1 kg	50	R\$ 10,00	R\$ 500,00

Anexo 3 – Planilha de saldo de estoque

 OSÍRIS CONSULTORIA EMPRESARIAL		SALDO DE ESTOQUE		
Lista de Produtos	QTD Entradas	QTD Sairas	Saldo Estoque	
Arroz - 5 kg	100	40	60	
Feijão Carioca - 5 kg	100	50	50	
Farinha de trigo - 1 kg	100	20	80	
Azeite de Oliva - Extra Virgem LAT 500ml	100	80	20	
Macarrão espaguete	100	60	40	
Sabão em pó - 1 kg	100	70	30	
Cafê tres corações - 500 gramas	100	30	70	
Açúcar - 5 kg	100	10	90	
Total Geral	800	360	440	

Anexo 4 – Orçamento de máquinas de cartão

ORÇAMENTOS MÁQUINAS DE CARTÃO		
Máquina	Valor	Local de busca
Maquininha Point Mini	R\$ 59,90	Mercado Livre
Maquininha Point Pro	R\$ 298,50	Mercado Livre
Minizinha	R\$ 58,80	PagSeguro
Moderninha Pro	R\$ 298,80	PagSeguro

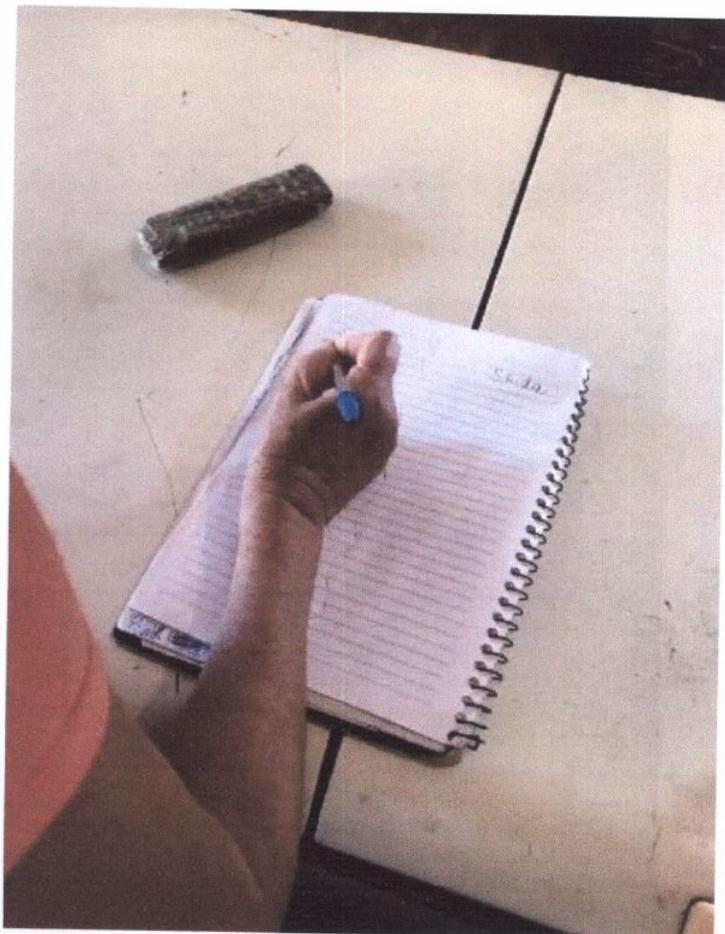
Anexo 5 – Fachada da mercearia antes da pintura



Anexo 6 – Fachada da mercearia após a pintura



Anexo 7 – Caderno de controle de entradas e saídas



Anexo 9 – Máquina de cartão

