



**PLANO DE NEGÓCIOS  
DOCES & VENTOS**

**CURITIBA  
2017**

**ADAILTON KALYSSON DAHMER  
CAMILA LANGE DE MORRETES  
STEFANY NIERI NEGOCEK MENDES  
THAIS TOMAL LOPES**

**PLANO DE NEGÓCIOS  
DOCES&VENTOS**

Trabalho acadêmico apresentado à ESIC –  
*Business & Marketing School*, como requisito  
parcial para aprovação no 8º semestre do  
curso de Administração.  
Orientação Prof. Dr. Roberto Luiz Remonato

**CURITIBA  
2017**

## **TERMO DE APROVAÇÃO**

ADAILTON KALYSSON DAHMER  
CAMILA LANGE DE MORRETES  
STEFANY NIERI NEGOCEK MENDES  
THAIS TOMAL LOPES

## **PLANO DE NEGÓCIOS DOCES&VENTOS**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) aprovado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel, em Administração da ESIC - Business & Marketing School, pela seguinte banca examinadora:

Orientador:

Prof. Dr. Roberto Luiz Remonato \_\_\_\_\_

Banca Avaliadora:

Prof.<sup>a</sup> Sônia Izabel Wawrzyniak \_\_\_\_\_

Prof.<sup>a</sup> Heloisa Milena Modtoski \_\_\_\_\_

Local e data da Banca: Curitiba, 11 de julho de 2017

À Deus por nos dar a oportunidade de estar encerrando mais esta etapa de nossas vidas. Aos nossos familiares, principalmente companheiros que, com carinho e compreensão, nos apoiaram a cada novo desafio durante a realização desse curso.

Agradecimentos especiais ao professor Dr. Roberto Luiz Remonato que nos orientou com extrema sabedoria de forma a fazer este trabalho acontecer.

“Aquilo que escuto eu esqueço, aquilo que vejo eu lembro, aquilo que faço eu aprendo.”

(Confúcio)

## LISTA DE TABELAS

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| TABELA 1 – RENDA, POBREZA E DESIGUALDADE – ALMIRANTE TAMANDARÉ ..... | 46 |
| TABELA 2 – PIB PER CAPITA .....                                      | 47 |
| TABELA 3 – DISTRIBUIÇÃO DE CLASSES SOCIAIS .....                     | 49 |
| TABELA 4 – PREVISÃO DE CUSTOS - MARKETING .....                      | 55 |
| TABELA 5 – PREVISÃO DE CUSTOS - ADMINISTRATIVO .....                 | 57 |
| TABELA 6 – PREVISÃO DE CUSTOS - OPERACIONAL.....                     | 65 |
| TABELA 7 – ALOCAÇÃO DE RECURSOS (RATEIO) .....                       | 66 |

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| FIGURA 1 – BUSCA POR ESPAÇOS PARA EVENTOS EM ALMIRANTE TAMANDARÉ – PR..... | 11 |
| FIGURA 2 – BUSCA POR ESPAÇOS PARA EVENTOS EM CURITIBA – PR .....           | 13 |
| FIGURA 3 – NÍVEIS DE DECISÕES NAS EMPRESAS.....                            | 18 |
| FIGURA 4 – CÁLCULO DO TAMANHO DA AMOSTRA .....                             | 25 |
| FIGURA 5 – DISPONIBILIDADE DE NOME FANTASIA.....                           | 34 |
| FIGURA 6 – CLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA .....                                  | 37 |
| FIGURA 7 – PROJETO DE DISTRIBUIÇÃO INTERNA – CAPACIDADE 102 LUGARES .....  | 39 |
| FIGURA 8 – PROJETO DE DISTRIBUIÇÃO INTERNA – CAPACIDADE 132 LUGARES .....  | 40 |
| FIGURA 9 – MODELO DE LIXEIRAS SELETIVAS .....                              | 42 |
| FIGURA 10 – DISTRIBUIÇÃO DE MESAS 102 LUGARES .....                        | 59 |
| FIGURA 11 – DISTRIBUIÇÃO DE MESAS 132 LUGARES .....                        | 60 |
| FIGURA 12 – FUXOGRAMA DO PROCESSO DE SERVIÇO .....                         | 61 |
| FIGURA 13 - FLUXOGAMA DO CICLO DE SERVIÇO .....                            | 62 |
| FIGURA 14 – CICLO PDCA.....                                                | 63 |
| FIGURA 15 – NECESSIDADE DE INVESTIMENTO INICIAL .....                      | 66 |
| FIGURA 16 – DESPESAS DE JULHO A DEZEMBRO.....                              | 67 |
| FIGURA 17 – DESPESAS DE JANEIRO A JUNHO.....                               | 68 |
| FIGURA 18 – PROJEÇÃO DE DESPESAS PARA 5 ANOS .....                         | 68 |
| FIGURA 19 – CUSTOS MENSAIS DO ANO 1 .....                                  | 69 |
| FIGURA 20 – CUSTOS PARA 5 ANOS.....                                        | 69 |
| FIGURA 21 – RECEITAS MÊS A MÊS PARA O ANO 1 .....                          | 70 |
| FIGURA 22 – RECEITAS PARA CINCO ANOS .....                                 | 70 |
| FIGURA 23 – BALANÇO PATRIMONIAL .....                                      | 71 |
| FIGURA 24 – FLUXO DE CAIXA JULHO A DEZEMBRO .....                          | 72 |
| FIGURA 25 – FLUXO DE CAIXA JANEIRO A DEZEMBRO .....                        | 73 |
| FIGURA 26 – FLUXO DE CAIXA DOS CINCO ANOS .....                            | 74 |
| FIGURA 27 – NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO.....                            | 74 |
| FIGURA 28 – INDICADORES (TIR, VPL, PAYBACK).....                           | 75 |
| FIGURA 29 – PROJEÇÕES A LONGO PRAZO.....                                   | 75 |
| FIGURA 30 - PONTO DE EQUILÍBRIO .....                                      | 76 |
| FIGURA 31 - DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DE EXERCÍCIO.....                    | 77 |
| FIGURA 32 - ANÁLISE FINANCEIRA.....                                        | 78 |



|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| GRÁFICO 1 – FAIXA DE IDADE.....                                              | 25 |
| GRÁFICO 2 – GRAU DE ESCOLARIDADE .....                                       | 26 |
| GRÁFICO 3 – FAIXAS RENDA.....                                                | 27 |
| GRÁFICO 4 – UTILIZAÇÃO DE UM NOVO SALÃO DE FESTAS EM ALMIRANTE TAMANDARÉ ... | 27 |
| GRÁFICO 5 – CIDADE EM QUE RESIDEM OS ENTREVISTADOS .....                     | 28 |
| GRÁFICO 6 – LOCAIS CONHECIDOS PARA EVENTOS .....                             | 28 |
| GRÁFICO 7 – NÚMERO DE PESSOAS POR MORADIA .....                              | 29 |
| GRÁFICO 8 – NÚMERO DE FILHOS POR MORADIA .....                               | 29 |
| GRÁFICO 9 – FAIXA DE IDADE.....                                              | 30 |
| GRÁFICO 10 – PREFERÊNCIA ENTRE AS FORMAS DE PAGAMENTO .....                  | 31 |
| GRÁFICO 11 – CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES.....                                | 31 |
| GRÁFICO 12 – PIRÂMIDE ETÁRIA DE ALMIRANTE TAMANDARÉ – PR.....                | 45 |
| GRÁFICO 13 – ESCOLARIDADE DA POPULAÇÃO ACIMA DE 25 ANOS .....                | 47 |
| GRÁFICO 14 – CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES.....                                | 53 |
| <br>                                                                         |    |
| QUADRO 1 – ITENS ESSENCIAIS EM UM SALÃO DE FESTAS .....                      | 32 |
| QUADRO 2 – FORÇAS E FRAQUEZAS DOS CONCORRENTES .....                         | 50 |
| QUADRO 3 – ANÁLISE SWOT.....                                                 | 51 |
| QUADRO 4 – CONTINGÊNCIA.....                                                 | 64 |
| QUADRO 5 - LIQUIDEZ GERAL.....                                               | 79 |
| QUADRO 6 - LIQUIDEZ CORRENTE.....                                            | 79 |
| QUADRO 7 - CAPITAL CIRCULANTE LIQUIDO .....                                  | 80 |
| QUADRO 8 - IMOBILIZAÇÃO DO PL.....                                           | 81 |
| QUADRO 9 - MARGEM LÍQUIDA.....                                               | 82 |
| QUADRO 10 - RENTABILIDADE DO ATIVO .....                                     | 82 |
| QUADRO 11 –RENTABILIDADE DO PL .....                                         | 84 |

## RESUMO

Este trabalho tem a finalidade de apresentar a carência por espaços de festas e eventos na cidade de Almirante Tamandaré e a necessidade da população local por tal serviço. Apresenta o levantamento de dados da cidade, demonstrando a compatibilidade do público alvo do projeto com a população local, levando em consideração renda e localização. Apresenta o projeto completo para implantação da empresa incluindo plano de marketing, administrativo, operacional e financeiro e a conclusão de viabilidade do mesmo, resultando em uma taxa mínima de atratividade de 16,06%, e *payback* de dois anos e quatro meses.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Almirante Tamandaré. Festas. Eventos. Aniversário.

## **RESUMEN**

Este trabajo tiene la finalidad de presentar la carencia por espacios de fiestas y eventos en la ciudad de Almirante Tamandaré y la necesidad de la población local por tal servicio. Presenta el levantamiento de datos de la ciudad, demostrando la compatibilidad del público objetivo del proyecto con la población local, teniendo en cuenta renta y localización. Presenta el proyecto completo para implantación de la empresa incluyendo plan de marketing, administrativo, operativo y financiero y la conclusión de viabilidad del mismo, resultando en una tasa mínima de atractivo del 16,06%, y el reembolso de dos años y cuatro meses.

Palabras clave: Emprendedor. Almirante Tamandaré. Fiestas. Eventos. Cumpleaños.

## **ABSTRACT**

This work has the purpose of presenting the lack of sites for parties and events in the city of Almirante Tamandaré and the needs of the local population for such service. It presents the data collection of the city, showing the compatibility of the target public of the project with a local population, taking into account income and location. It presents the complete project for implantation of the company including marketing, administrative, operational and financial plan and the feasibility conclusion thereof resulting in a minimum attractiveness rate of 16.06%, and two-year and four-month payback.

Keywords: Entrepreneurship. Almirante Tamandaré. Parties. Events. Birthday.

## SUMÁRIO

|          |                                                      |           |
|----------|------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>INTRODUÇÃO</b>                                    | <b>10</b> |
| 1.1      | DEFINIÇÃO DO TEMA                                    | 10        |
| 1.2      | OBJETIVOS-GERAL E ESPECÍFICO DO TRABALHO             | 11        |
| 1.3      | JUSTIFICATIVAS DO TRABALHO                           | 11        |
| 1.3.1    | Metodologia do Trabalho                              | 14        |
| <b>2</b> | <b>REVISÃO TEÓRICA DO TEMA</b>                       | <b>15</b> |
| 2.1      | EMPREENDEADORISMO                                    | 15        |
| 2.2      | SERVIÇOS                                             | 16        |
| 2.3      | PLANEJAMENTO DO NEGÓCIO                              | 17        |
| 2.3.1    | A Importância do Planejamento                        | 17        |
| 2.3.2    | Tipos de Planejamento                                | 18        |
| 2.4      | O PLANO DE NEGÓCIOS                                  | 19        |
| 2.5      | CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA                             | 20        |
| <b>3</b> | <b>PLANO DE PESQUISA</b>                             | <b>22</b> |
| 3.1      | DEFINIÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA                    | 22        |
| 3.2      | OBJETIVOS DA PESQUISA                                | 22        |
| 3.2.1    | Objetivo Geral                                       | 23        |
| 3.2.2    | Objetivos Específicos                                | 23        |
| 3.3      | DESCRIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO                            | 23        |
| 3.4      | METODOLOGIA DA PESQUISA                              | 24        |
| 3.5      | LOCAL DA PESQUISA                                    | 24        |
| 3.6      | RECURSOS NECESSÁRIOS PARA A(S) PESQUISA(S)           | 24        |
| 3.7      | ROTEIRO E FORMULÁRIO DE PESQUISA                     | 24        |
| 3.8      | AMOSTRA E ABRANGÊNCIA                                | 24        |
| 3.9      | RELATÓRIOS E ANÁLISE DAS PESQUISAS                   | 25        |
| 3.9      | RESULTADO                                            | 33        |
| <b>4</b> | <b>A EMPRESA</b>                                     | <b>34</b> |
| 4.1      | RAZÃO SOCIAL                                         | 34        |
| 4.2      | LOCALIZAÇÃO                                          | 35        |
| 4.3      | DIRETRIZES ORGANIZACIONAIS                           | 35        |
| 4.3.1    | Missão                                               | 35        |
| 4.3.2    | Visão                                                | 35        |
| 4.3.2    | Valores                                              | 35        |
| 4.4      | CONSTITUIÇÃO LEGAL                                   | 35        |
| 4.5      | CONTROLE ACIONÁRIO DA EMPRESA                        | 36        |
| 4.6      | RESPONSABILIDADES E COMPETÊNCIAS DA EQUIPE DIRIGENTE | 36        |
| 4.7      | DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO                                 | 37        |
| 4.7.1    | RAMO DE ATUAÇÃO                                      | 37        |
| 4.7.2    | NECESSIDADES A SEREM ATENDIDAS                       | 37        |
| 4.7.3    | PÚBLICO ALVO                                         | 38        |
| 4.8      | DESCRIÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO                         | 38        |
| 4.8.1    | INSTALAÇÕES DE APOIO                                 | 38        |
| 4.8.2    | BENS FÍSICOS FACILITADORES                           | 40        |
| 4.8.3    | SERVIÇOS EXPLÍCITOS E IMPLÍCITOS                     | 41        |
| <b>5</b> | <b>PLANO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL e AMBIENTAL</b>  | <b>42</b> |
| 5.1      | TEMA                                                 | 42        |
| 5.2      | RESPONSÁVEIS                                         | 43        |
| <b>6</b> | <b>PLANO DE MARKETING</b>                            | <b>44</b> |
| 6.1      | ANÁLISE AMBIENTAL                                    | 44        |
| 6.2      | ANÁLISE DO MACROAMBIENTE                             | 44        |
| 6.2.1    | AMBIENTE DEMOGRÁFICO                                 | 45        |
| 6.2.2    | AMBIENTE ECONÔMICO                                   | 46        |
| 6.2.3    | AMBIENTE CULTURAL                                    | 47        |

|            |                                                            |           |
|------------|------------------------------------------------------------|-----------|
| 6.2.4      | AMBIENTE POLÍTICO – LEGAL                                  | 48        |
| 6.2.5      | ANÁLISE DO MICROAMBIENTE                                   | 49        |
| 6.2.6      | CLIENTES                                                   | 49        |
| 6.2.7      | CONCORRENTES                                               | 50        |
| 6.2.8      | FORNECEDORES                                               | 50        |
| <b>6.3</b> | <b>MATRIZES DE MARKETING</b>                               | <b>51</b> |
| 6.3.1      | MATRIZ S.W.O.T                                             | 51        |
| 7.3.2      | MATRIZ HIERARQUIA DAS NECESSIDADES                         | 52        |
| 6.3.2      | ESTRATÉGIAS DE MARKETING                                   | 53        |
| 6.3.3      | MIX DE MARKETING                                           | 53        |
| <b>6.4</b> | <b>IMPLEMENTAÇÃO E CONTROLE DO PLANO DE MARKETING</b>      | <b>54</b> |
| <b>6.5</b> | <b>LEVANTAMENTO DADOS FINANCEIROS - MARKETING</b>          | <b>55</b> |
| <b>7</b>   | <b>PLANO ADMINISTRATIVO</b>                                | <b>56</b> |
| 7.1        | POLÍTICA DE GESTÃO DE PESSOAS                              | 56        |
| 7.2        | QUADRO FUNCIONAL                                           | 56        |
| 7.3        | RECRUTAMENTO E SELEÇÃO                                     | 56        |
| 7.4        | AValiação DE DESEMPENHO                                    | 56        |
| 7.5        | PRÁTICAS MOTIVACIONAIS                                     | 56        |
| 7.6        | SERVIÇOS TERCEIRIZADOS                                     | 56        |
| 7.7        | LEVANTAMENTO DADOS FINANCEIROS – ADMINISTRATIVO            | 57        |
| <b>8</b>   | <b>PLANO OPERACIONAL</b>                                   | <b>58</b> |
| <b>8.1</b> | <b>ESTRUTURA ORGANIZACIONAL</b>                            | <b>58</b> |
| 8.1.1      | LOCALIZAÇÃO                                                | 58        |
| 8.1.2      | Instalações                                                | 58        |
| 8.1.3      | Logística                                                  | 58        |
| 8.1.4      | Produção                                                   | 59        |
| <b>8.2</b> | <b>PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO</b>                              | <b>64</b> |
| 8.2.1      | Etapas de Implementação e Treinamento                      | 64        |
| 8.2.2      | Análise de Riscos e Plano de Contingência                  | 64        |
| <b>8.3</b> | <b>LEVANTAMENTO DADOS FINANCEIROS – OPERACIONAL</b>        | <b>65</b> |
| <b>9</b>   | <b>PLANO FINANCEIRO</b>                                    | <b>66</b> |
| 9.1        | INVESTIMENTO CAPITAL PRÓPRIO                               | 66        |
| 9.2        | ALOCAÇÃO DE RECURSOS                                       | 66        |
| 9.3        | DESPESAS                                                   | 67        |
| 9.4        | CUSTOS                                                     | 69        |
| 9.5        | RECEITAS                                                   | 69        |
| 9.6        | BALANÇO PATRIMONIAL PROJETADO                              | 71        |
| 9.7        | PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA 5 ANOS                          | 71        |
| 9.8        | NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO                             | 74        |
| 9.9        | INDICADORES                                                | 75        |
| 9.10       | PONTO DE EQUILÍBRIO – PE                                   | 76        |
| 9.11       | MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO                                     | 76        |
| 9.12       | DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DOS EXERCÍCIOS – DRE             | 77        |
| 9.13       | INDICADORES CONTÁBEIS, ECONÔMICOS E FINANCEIROS            | 77        |
| 9.13.1     | Liquidez Geral                                             | 78        |
| 9.13.2     | Liquidez Corrente                                          | 79        |
| 9.13.3     | Capital Circulante Líquido                                 | 79        |
| 9.13.4     | Imobilização do PL                                         | 80        |
| 9.13.5     | Margem Líquida                                             | 81        |
| 9.13.6     | Rentabilidade do Ativo                                     | 82        |
| 9.13.7     | Rentabilidade do PL                                        | 83        |
| <b>10</b>  | <b>CONCLUSÕES, RECOMENDAÇÕES E ANÁLISE DE VIABILIDADE</b>  | <b>85</b> |
|            | <b>REFERÊNCIAS</b>                                         | <b>86</b> |
|            | <b>APÊNDICE 1 - LEVANTAMENTO DE POSSÍVEIS FORNECEDORES</b> | <b>89</b> |

|                          |    |
|--------------------------|----|
| APÊNDICE 2 - MATRIZ 5M   | 90 |
| APÊNDICE 3 - MATRIZ 5W2H | 91 |

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 DEFINIÇÃO DO TEMA

Espaços para festas e eventos são sempre procurados para eventos como aniversários, casamentos, formaturas, confraternizações, coquetéis, recepções ou convenções. Informalmente observa-se o crescimento deste mercado na cidade de Curitiba, onde é possível verificar a existência de inúmeras casas de festa.

Já em Almirante Tamandaré foi possível perceber a carência de oferta deste tipo de serviço, fato este comprovado através de breve pesquisa na internet, a qual trouxe poucos resultados de casa de festas e espaços para locação.

Aprofundando-se no tema, foram localizados espaços para eventos na cidade, porém, de alto custo e para grandes eventos. Logo, percebe-se que há um público não atendido por estes.

Uma pesquisa estruturada foi realizada e reforçou o interesse da população pelo serviço e a aceitação de um novo espaço para festas e eventos na cidade. Na pesquisa, os entrevistados em sua maioria citaram os espaços Castelinho, ASSEMAT (Associação Servidores Municipais Almirante Tamandaré) e Chácara Evíssima, locais para grandes eventos e no caso da associação, disponível apenas para servidores municipais.

Segundo o Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação - IBPT, a atividade de *organização de feiras, congressos, exposições e festas*, em que a empresa se encaixa, teve crescimento de 15,27% no Paraná entre 2015 e Outubro de 2016 e tem 0,50% de representação do total de empresas no estado.

Oferecer o serviço de locação de espaço para festas e eventos de pequeno a médio porte, a preços acessíveis na cidade de Almirante Tamandaré atenderá um nicho de mercado em que há demanda e reduzida oferta.

## 1.2 OBJETIVOS-GERAL E ESPECÍFICO DO TRABALHO

Este trabalho tem como objetivo geral identificar o potencial de mercado para um salão de festas e eventos na cidade de Almirante Tamandaré-PR e verificar a viabilidade econômico-financeira e interesse junto à população residente na própria cidade e cidades próximas para abertura do Espaço Doces&Ventos.

Para atender o propósito acima se definem os seguintes objetivos específicos:

- Identificar empresas concorrentes e a localização destas,
- Definir o perfil dos potenciais clientes,
- Identificar os hábitos de festas e confraternizações

## 1.3 JUSTIFICATIVAS DO TRABALHO

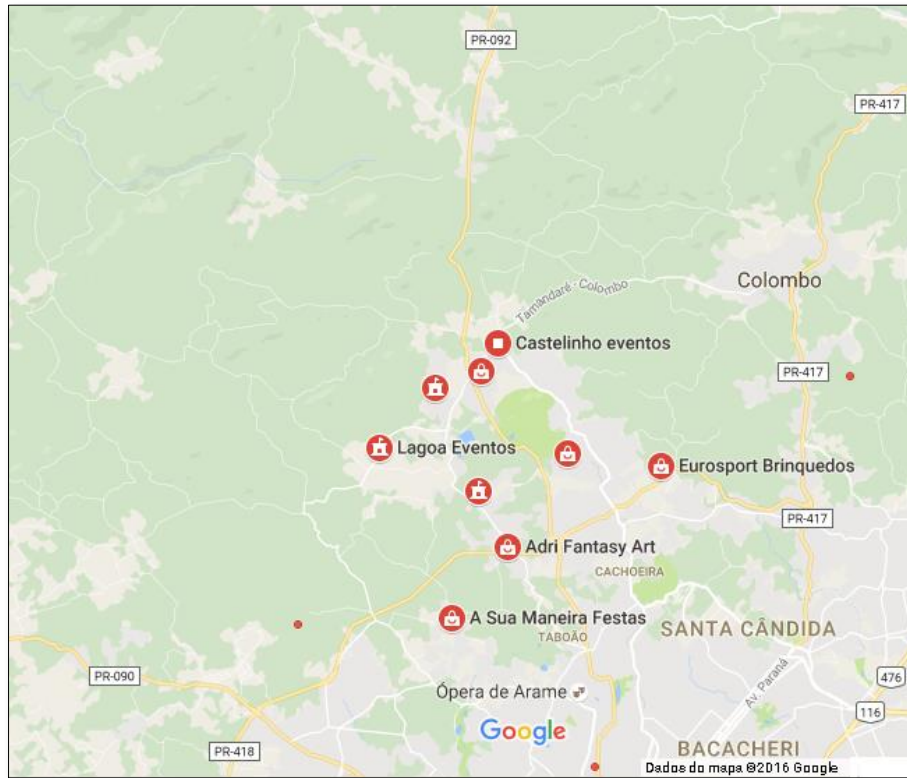
A abertura de um espaço de eventos em Almirante Tamandaré é uma oportunidade de suprir a escassez de locais para que a população possa fazer suas festas. Essa necessidade de realizar festas vem da natureza do ser humano em socializar, celebrando bons momentos como, por exemplo, cada ano de vida. Além dessa comemoração, as pessoas buscam uma fuga da realidade, pois conforme cita PRIORE:

permitem às crianças, aos jovens e aos espectadores e atores da festa introjetar valores e normas da vida coletiva, partilhar sentimentos coletivos e conhecimentos comunitários. A alegria da festa ajuda as populações a suportar o trabalho, o perigo e a exploração, mas reafirma, igualmente, laços de solidariedade ou permite aos indivíduos marcar suas especificidades e diferenças. (DEL PRIORE, 2010, p. 36)

Através de uma pesquisa foi possível identificar uma carência de espaços para eventos na cidade, tendo poucos espaços para eventos e a maioria deles de grande porte, conforme FIGURA 1, algo que em Curitiba, por exemplo, é muito fácil de encontrar, como pode ser visto na FIGURA 2.



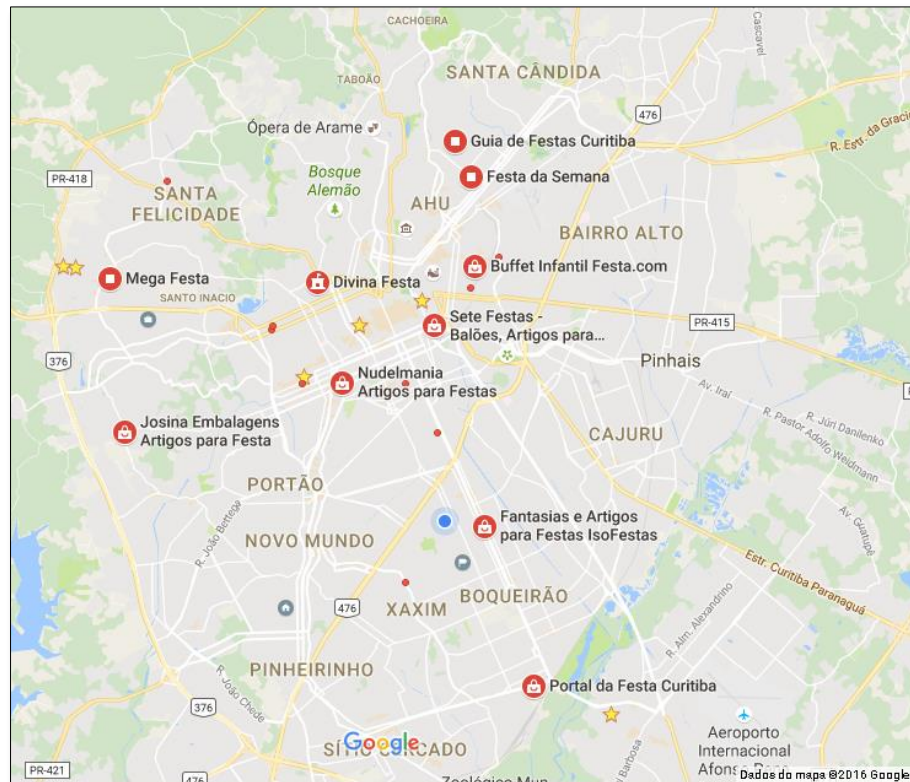
FIGURA 1 – BUSCA POR ESPAÇOS PARA EVENTOS EM ALMIRANTE TAMANDARÉ – PR



Fonte: (Google Maps, 2016).

Com uma simples busca pelo termo “eventos” em Almirante Tamandaré, tem-se os resultados demonstrado na figura acima, o que mostra uma carência desse serviço na região. Já na figura abaixo, a mesma pesquisa foi realizada na região de Curitiba, resultando em uma maior oferta.

FIGURA 2 – BUSCA POR ESPAÇOS PARA EVENTOS EM CURITIBA – PR



Fonte: (Google Mapas, 2016)

Porém, para a população de Almirante Tamandaré, reunir familiares e realizar festas em Curitiba, cidade vizinha não é uma boa opção, pois o esse deslocamento é complicado devido à distância, resultando na desistência da realização da festa e baixa adesão dos convidados. Algumas vezes pode se optar por comemorar em casa, porém, realizar uma festa em sua própria residência pode resultar em um trabalho exaustivo, desde a organização pré-festa até a limpeza pós-festa, fazendo com que as pessoas que realizaram a festa se preocupem demais, aproveitem pouco e seja algo mais estressante do que relaxante como era para ser, desta forma a pessoa não aproveita a própria festa.

Oferecer um espaço de eventos que seja mais próximo do cliente, em que ele possa reunir família e amigos para comemorar datas importantes em sua vida e esta reunião não resulte em preocupações à pessoa é o porquê da Doces&Ventos existir.

### **1.3.1 Metodologia do Trabalho**

O trabalho consiste em um plano de negócios e foi desenvolvido em duas etapas:

- Primeira etapa: composta da contextualização do tema, da análise ambiental e aplicação de pesquisas qualitativa e quantitativa.
- Segunda etapa: desenvolvimento do plano de marketing, plano operacional e plano financeiro.

## 2 REVISÃO TEÓRICA DO TEMA

### 2.1 EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo surgiu na França, entre os séculos XVI e XVIII, utilizado para caracterizar pessoas ousadas que buscavam novas formas de agir, significa criar algo novo ou desenvolver maneiras novas e diferentes de fazer as coisas.

De acordo com Luecke (2007), os empreendedores desempenham um importante papel em toda sociedade de livre mercado e agem como uma força criativa, livrando-se de tecnologias, produtos e maneiras já estabelecidos e substituindo-os por outras que agregam maior valor aos bens e mercados transitórios.

Luecke (2007) salienta a importância de se reconhecer que o empreendedor faz mais do que apenas pensar em novos conceitos e reconhecer suas oportunidades comerciais. Ele, além disso, forma empresas e aloca seus recursos e tempo para administrá-las. Partindo-se desse ponto de vista, o autor define o empreendedor como sendo “aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes”. (p. 29)

Ao empreendedor não se exige apenas inovação e a capacidade de criar e conceitualizar, mas também, a capacidade de entender todas as forças em funcionamento no ambiente em que se está inserido.

Halloran (1994) afirma que uma das características mais importantes que um empreendedor deve ter é a confiança, pois haverá momentos e situações em que tudo poderá dar errado, e estando ele confiante diante de uma situação será determinante para a correção dos erros. A determinação irá motivá-lo para encontrar a solução e permitirá que supere os obstáculos que surgirem. Ainda, com criatividade, ele será distinguido da concorrência, pois um empreendimento seguido de um empreendedor que busca inovação e que executa de forma melhor que os outros, e com novas ideias, consequentemente sobressairá.

Para HISRICH E PETERS (2004, p. 27), o processo de empreender possui quatro fases:

- a. Identificação e a avaliação da oportunidade:**
  - Processo através do qual o empreendedor percebe a oportunidade e avalia seus riscos e retornos.
- b. Desenvolvimento do plano de negócios:**
  - O plano de negócios deve conter informações sobre o mercado, operações de produção e estimativas financeiras. Essas informações devem ser avaliadas com base nas metas e objetivos do novo empreendimento.
- c. Determinação dos recursos necessários**
  - Determinar os recursos necessários para a oportunidade.
  - Avaliar os riscos associados a recursos insuficientes ou inadequados.
- d. Administração da empresa**
  - Implementar um estilo e uma estrutura administrativa
  - Identificar problemas atuais e potenciais
  - Criação de um sistema de controle

## 2.2 SERVIÇOS

Os serviços sustentam e assessoram a vida das pessoas. Cada vez mais se recorre aos serviços com intuito de organizar o tempo e o dinheiro. Utilizam-se, por exemplo, serviços de transporte para locomoção, seja para ir e voltar do trabalho ou nos momentos de lazer, restaurantes, correios, serviços de energia elétrica e telecomunicações.

O serviço é um tipo de produto essencialmente intangível que consiste em atividades, benefícios ou satisfações oferecidas à venda e que não resultam na propriedade de algo.

Conforme Bateson & Hoffman (2001), o crescimento econômico estimulou o crescimento da indústria de serviços, já que um aumento de prosperidade significa que empresas, instituições e indivíduos desejam cada vez mais trocar dinheiro por tempo e de comprar serviços em vez de gastar tempo realizando atividades por conta própria.

A tendência das nações em desenvolvimento é que os serviços passem a ser base de sustentação da economia, sendo o principal gerador de empregos e riquezas.

## 2.3 PLANEJAMENTO DO NEGÓCIO

O planejamento é uma ferramenta utilizada para preparar um empreendimento onde se traçam objetivos. Durante a fase de planejamento, são agrupados todos os dados e informações necessários à manutenção e funcionamento do negócio.

Mas, o que significa planejar? Segundo Bueno (2007, p. 601), o significado da palavra planejar é “fazer o plano de; tencionar; projetar”. O planejamento envolve estudos, pesquisas, estimativas, tendências e projeções que possibilitem à empresa atingir seus objetivos.

Para Salim e outros (2003, p. 16), “o planejamento consiste na concepção e análise de cenários futuros para um empreendimento”.

Em consonância com o pensamento de Salim, Lacruz (2008, p. 3), acredita que qualquer planejamento tem como objetivo principal a previsão de um evento, visando à simulação do futuro, para verificar previamente se está de acordo com o objetivo desejado e se existem os meios adequados para alcançá-lo.

Os autores deste trabalho desenvolveram o planejamento de negócio para a Doces&Ventos, visando saber de antemão, quais as exigências, particularidades e dificuldades se apresentaram para que a oportunidade vislumbrada possa se tornar realidade. Ao conhecer estes pontos profundamente, é possível traçar estratégias e definir quais os caminhos devem ser percorridos para que o empreendimento seja transformado em um negócio de sucesso.

### 2.3.1 A Importância do Planejamento

“Ou você tem uma estratégia própria, ou então é parte da estratégia de alguém”. Esta frase, do escritor e futurista norte-americano Alvin Toffler (1970), sintetiza a importância do planejamento futuro da organização, seja qual for o seu tamanho ou área de atuação.

O empreendedor precisa estar atento à importância do planejamento, já que este processo o auxilia a manter-se no mercado altamente competitivo que se apresenta nos dias de hoje.

Para Lacruz (2008, p. 3), “planejar detalhadamente significa antever nos mínimos detalhes o resultado futuro de ações que se pretendem tomar acerca de um empreendimento, objetivando indicar sua viabilidade ou inviabilidade”.

Os autores deste trabalho entendem a importância do planejamento para que os objetivos traçados possam ser atingidos.

Dornellas (2005, p. 93) acredita que os empreendedores precisam planejar suas ações e delinear as estratégias da empresa a ser criada.

Desta forma, o planejamento de negócios da empresa foi desenvolvido atendendo-se a todos os detalhes que possam ser percebidos, visando à implantação da ideia com alto grau de assertividade.

### **2.3.2 Tipos de Planejamento**

Existem diferentes tipos de planejamento, com os quais o administrador deve saber lidar. Sem planejamento, as empresas ficam à deriva em um mar de incertezas, visto que não conhecem as dificuldades que se apresentarão adiante, nem a solução para elas.

Para Chiavenato (1999, p. 14), o planejamento pode ser: estratégico, que se refere à organização como um todo, constitui-se em um meio para alcançar os objetivos organizacionais, orientado para o longo prazo e desenvolvido no nível institucional da organização; ou tático, que se refere a cada departamento da organização, constitui-se em um meio para alcançar os objetivos departamentais, orientado para curto ou médio prazo e desenvolvido no nível intermediário por cada gerente de departamento da organização.

Já para Oliveira (2007), o planejamento pode ser: estratégico, visto como um processo gerencial; tático, com o objetivo de desenvolver apenas uma área da empresa ou um resultado; e o operacional, que é a formalização das metodologias de desenvolvimento e implantação estabelecidas. Na FIGURA 3 é possível visualizar os níveis de decisões nas empresas e seus níveis de planejamento.

FIGURA 3 – NÍVEIS DE DECISÕES NAS EMPRESAS

|                     |                                                                                   |                   |                       |                          |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|--------------------------|
| Alta administração  |  | Nível estratégico | Decisões estratégicas | Planejamento estratégico |
| Média administração |                                                                                   | Nível tático      | Decisões táticas      | Planejamento tático      |
| Baixa administração |                                                                                   | Nível operacional | Decisões operacionais | Planejamento operacional |

Fonte: Oliveira, 2007

A equipe que desenvolve este trabalho elaborou seu planejamento atingindo os níveis estratégico, tático e operacional, pois se trata da implementação de um novo negócio, onde os administradores e gestores precisam de planos e metas definidos, para que o empreendimento possa atingir o sucesso almejado.

## 2.4 O PLANO DE NEGÓCIOS

O plano de negócios é um documento onde estão descritos o empreendimento e o modelo de negócios que serve de base para uma organização (Dornelas, 2005, p. 98). A elaboração do plano de negócios é vista pelos empreendedores, muitas vezes, como um processo tedioso, pois consiste em levantar e analisar diversos dados e informações sobre o negócio no qual pretendem atuar. Este processo realmente é cansativo, visto que demanda tempo, dedicação e alta capacidade analítica por parte do empreendedor. Mas como já foi visto anteriormente, o planejamento é importante para que todos os pontos fortes e fracos de negócio possam ser conhecidos antecipadamente; desta forma, o empreendedor tem a oportunidade de traçar estratégias precisas para atingir os objetivos do negócio que está sendo criado.

Ainda para Dornellas (2005, p. 99), com o plano de negócios é possível:

- Entender e estabelecer diretrizes para um negócio;
- Gerenciar a empresa de forma mais eficaz e tomar decisões acertadas;
- Monitorar as atividades diárias da empresa e tomar ações corretivas sempre que necessário;
- Levantar financiamentos e recursos junto a instituições financeiras, investidores, capitalistas de riscos etc.;



- Identificar oportunidades e torná-las diferenciais competitivos para a empresa;
- Estabelecer comunicação interna eficaz na empresa e convencer os demais *stakeholders* (fornecedores, parceiros, clientes, bancos, investidores, associação, etc.).

Para Lacruz (2008, p. 3), o Plano de Negócios é um documento vivo que visa planejar a abertura, expansão ou manutenção de um negócio, e que também pode ser usado como instrumento de comunicação entre o seu autor e os agentes externos ao empreendimento. O grupo de desenvolvimento deste projeto entende que o Plano de Negócios também serve de instrumento de comunicação entre a empresa e seu ambiente interno, ou seja, seus colaboradores, que precisam conhecer a fundo o negócio no qual trabalham e estão inseridos.

Para Salim e outros (2003, p. 3), “plano de negócios é um documento que contém a caracterização no negócio, sua forma de operar, suas estratégias, seu plano para conquistar uma fatia do mercado e as projeções de despesas, receitas e resultados financeiros”.

Hisrich e Peters (2004, p. 210), entendem que Plano de Negócios é um documento redigido pelo empreendedor onde estão descritos todos os elementos internos e externos envolvidos no startup de um novo empreendimento. É uma integração de planos funcionais como os de marketing, financeiros produção e recursos humanos.

## 2.5 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA

A opção de trabalhar com eventos foi tomada levando em consideração a natureza do ser humano socializar. Celebrar bons momentos, comemorar cada ano de vida com família e amigos.

Conforme citado anteriormente, na justificativa deste trabalho, Priore diz que festas:

permitem às crianças, aos jovens e aos espectadores e atores da festa introjetar valores e normas da vida coletiva, partilhar sentimentos coletivos e conhecimentos comunitários. A alegria da festa ajuda as populações a suportar o trabalho, o perigo e a exploração, mas reafirma, igualmente, laços de solidariedade ou permite aos indivíduos marcar suas especificidades e diferenças. (DEL PRIORE, 2010, p. 36)

Alguns fatores fazem com que as pessoas optem por não mais realizar as festas e comemorações em casa, mas sim em salões. Seja por falta de espaço, de estrutura, pela facilidade de acesso, por não ter o trabalho do pós-festa ou até por poder desfrutar da própria festa sem ter a responsabilidade de organizá-la.

A opção do estudo da abertura desta empresa em Almirante Tamandaré se dá ao fato que o local é carente de casas de festas. O espaço oferecido hoje na cidade é para festas de grande porte e com centenas de convidados e com alto investimento e a concentração de classe social da população é entre as classes C, D e E.

O foco da Doces&Ventos é receber aniversários infantis, o que não impede o espaço de atender outros eventos como festas de casamento, formaturas e até bodas.

### **3 PLANO DE PESQUISA**

Segundo SOUZA (2007) o plano ou projeto de pesquisa, como o nome já diz, é um planejamento detalhado por escrito de como será realizada a pesquisa dentro dos padrões científicos, com métodos e procedimentos adequados, garantindo que os resultados sejam confiáveis. Deve apresentar o objeto de estudo, os objetivos que se pretende alcançar, a problematização do tema, a proposta de desenvolvimento do trabalho e as bases de sustentação teórica.

O plano de pesquisa ou projeto de pesquisa irá auxiliar o pesquisador a decidir qual a metodologia, os aspectos e questões que poderão ser feitos a partir de um tema definido. Para DESLANDES (1995) o plano é um documento que serve para organizar e definir uma proposta de pesquisa.

#### **3.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA**

A empresa Doces&Ventos, pretende se instalar no mercado de festas e eventos na cidade de Almirante Tamandaré, pois verificou a oportunidade de atuar neste crescente mercado. Para a implementação do projeto a empresa precisa entender dentro de um provável público-alvo, se a abertura de um salão de festas será aceita pelo consumidor, buscando também as preferências e prioridades quanto ao serviço, local de maior aceitação, buscando a prioridade em relação ao atendimento e qualidade em todos os produtos e serviços.

#### **3.2 OBJETIVOS DA PESQUISA**

Segundo o SEBRAE, para a abertura ou expansão de um novo negócio, a primeira providência que um empreendedor deve tomar é desenvolver uma análise mercadológica. A pesquisa é um recurso vital que serve para, entre outras coisas, conhecer o perfil do cliente nos aspectos qualitativos e quantitativos (MERCADO, 2016), assim foi usada a pesquisa de profundidade com os seguintes objetivos:

### 3.2.1 Objetivo Geral

A pesquisa tem como objetivo geral identificar o potencial de mercado para um salão de festa e eventos na cidade de Almirante Tamandaré-PR, junto à população residente na própria cidade e cidades próximas.

### 3.2.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos desta pesquisa são:

- Identificar empresas concorrentes e a localização destas
- Definir o perfil dos entrevistados
  - Sexo
  - Faixa de Idade
  - Escolaridade
  - Renda familiar mensal
  - Composição familiar — se possui filhos/quantidade e idades
- Identificar os hábitos de festas e confraternizações
- Identificar o potencial de mercado para o salão
  - Interesse em utilizar um salão de festas em Almirante Tamandaré
  - Razões de não interesse

## 3.3 DESCRIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

Para que haja sucesso em qualquer estratégia deve-se identificar claramente o público alvo para somente depois montar o Negócio.

A definição do público-alvo precisa ser encarada como um fator primordial no planejamento da empresa, podendo passar por readequações ao longo do tempo. Ter uma definição mais completa do público certamente ajudará a estruturar melhor os objetivos comerciais e de marketing.

O público alvo é composto principalmente por moradores da região de Almirante Tamandaré, mas a pesquisa também foi aplicada a moradores de Curitiba e região metropolitana.

### 3.4 METODOLOGIA DA PESQUISA

Realizou-se uma pesquisa quantitativa descritiva, a qual teve como objetivo primordial a descrição das características da população envolvida e do fenômeno eventos. Foram utilizadas técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática, visando descrever características de grupos (idade, sexo, procedência etc.), como também a descrição de um processo de organização de um evento e o levantamento de opiniões, atitudes e crenças da população.

### 3.5 LOCAL DA PESQUISA

Por se tratar de um negócio na região de Almirante Tamandaré, as pesquisas foram feitas *in loco* e com formulário online, com um foco em pessoas que são ou tem alguma relação com a cidade.

### 3.6 RECURSOS NECESSÁRIOS PARA A (S) PESQUISA (S)

Inicialmente foi realizada uma pesquisa exploratória com utilização de técnicas qualitativa e quantitativa, a fim de identificar a viabilidade e a aceitação de um novo espaço de eventos na região de Almirante Tamandaré. Os custos foram apenas os de impressão de formulários utilizados *in loco* e custos de deslocamento.

A análise de dados foi realizada com a ferramenta Formulários do Google e complementada com Microsoft Excel.

### 3.7 ROTEIRO E FORMULÁRIO DE PESQUISA

O formulário foi desenvolvido com base nas informações que eram necessárias para o planejamento de marketing, pesquisa de concorrentes e de interesse da população.

### 3.8 AMOSTRA E ABRANGÊNCIA

A amostra considera todos os níveis econômicos, abrangendo principalmente moradores de Almirante Tamandaré, com uma pequena participação de moradores de outras cidades.

Com um nível de confiança de 95% e uma margem de erro máxima de 8%, chegamos a um tamanho de amostra de 150 indivíduos a serem pesquisados.

O tamanho da população foi definido através do seguinte cálculo:

- População Curitiba e RM 3.307.945
- Classes C, D e E (62,1% ABEP) 2.054.234
- Economicamente ativos (55% IBGE) 1.129.829
- Considerando potencial de 20% 225.966

Aqui estava A, B e C.  
 Mas o público (p. 21, 38 e 49 é C, D e E. Correto?  
 Mudei o cálculo ao lado e a figura abaixo

FIGURA 4 – CÁLCULO DO TAMANHO DA AMOSTRA

**Required Sample Size†** PROBABILIDADE FIXA ... Probability of Success: 0,50

from: [The Research Advisors \[Adaptado por Roberto Remonato \(2015\)\].](#) probabilidade

---

† Copyright, The Research Advisors (2006). All rights reserved.

|                                                     |                                                                                                                                 |                                                      |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <b>Tamanho População</b><br><small>universo</small> | Nível de confiança = <input type="text" value="95,0%"/><br>3,84146 <sup>①</sup><br><small>chiquadrado</small><br>Margem de Erro | Você pode mudar para diferentes níveis de confiança. |
| 225.966                                             | 10,0%                                                                                                                           | Você pode mudar para diferentes margens de erro.     |
| <b>Tamanho da Amostra:</b>                          | 97 <sup>②</sup>                                                                                                                 |                                                      |

nome original: SampleSize-web.xls Disponível em <http://research-advisors.com/documents/SampleSize-web.xls>

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- BOYD, P. C. - By The Numbers= A sample size table (2006)
- KREJCIE, R. V. & MORGAN, D. W. - Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measures (1970)
- THE NEA Research Bulletin - Small-Sample Techniques - vol. 38 (1960)
- XU, G. - Estimating sample size for a descriptive study in quantitative (1999)

**FORMULÁRIO**

①  $INV.QUI(1-SD\$4;1)$

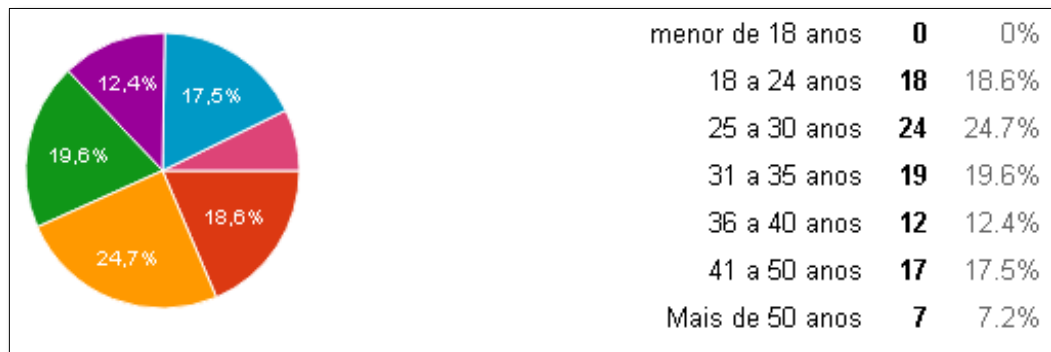
②  $Amostra = \frac{(Chiquadrado * Universo * Probabilidade * (1 - Probabilidade))}{(Margem\ de\ Erro^2 * (Universo - 1)) + (Chiquadrado * Probabilidade * (1 - Probabilidade))}$

Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

#### 4.9 RELATÓRIOS E ANÁLISE DAS PESQUISAS

A pesquisa entrevistou 97 pessoas entre 06.09.2016 e 31.10.2016, destas 60% do sexo feminino, com faixa de idade predominante de 25 a 30 anos como pode ser visto no GRÁFICO 1, abaixo.

GRÁFICO 1 – FAIXA DE IDADE

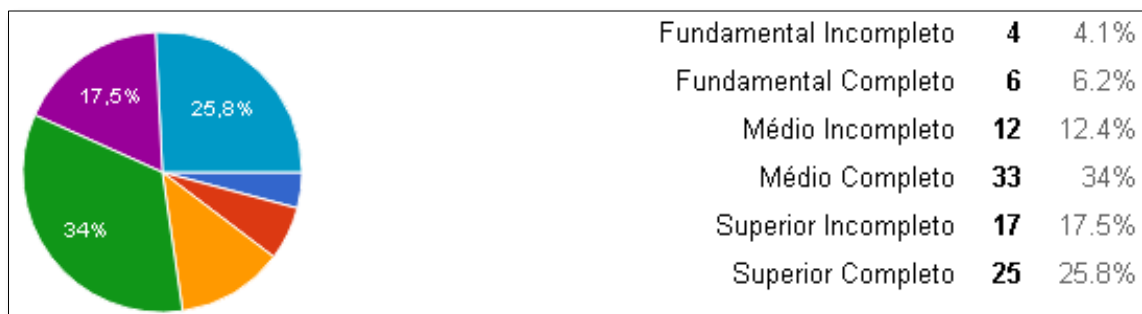


Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

O acumulado de 25 a 40 anos representa 56,7%, idade em que se iniciam as famílias, com filhos pequenos, criando um interesse em festas.

O grau de escolaridade dos entrevistados varia de fundamental incompleto a superior completo, tendo 34% dos entrevistados nível médio completo, conforme GRÁFICO 2.

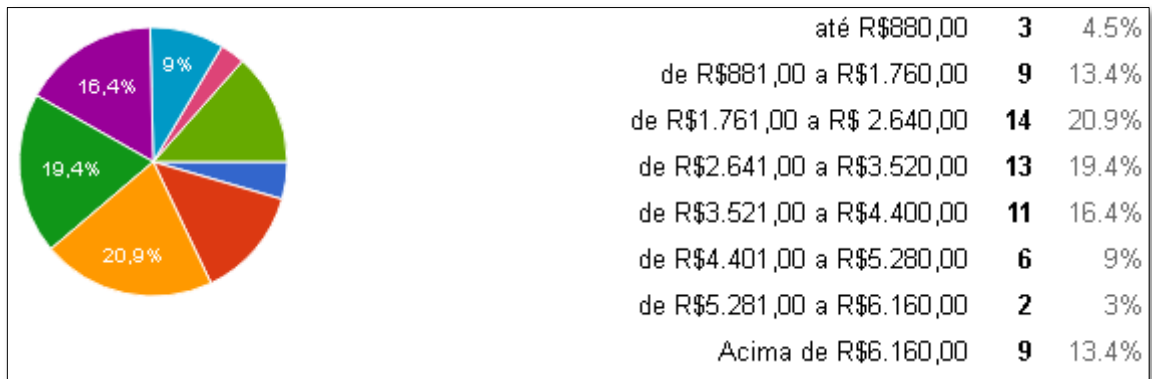
GRÁFICO 2 – GRAU DE ESCOLARIDADE



Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

A faixa de renda dos entrevistados também foi pesquisada e como pode ser verificado no GRÁFICO 3, se concentra entre 2 e 5 salários mínimos (R\$1.761,00 e R\$4.400,00).

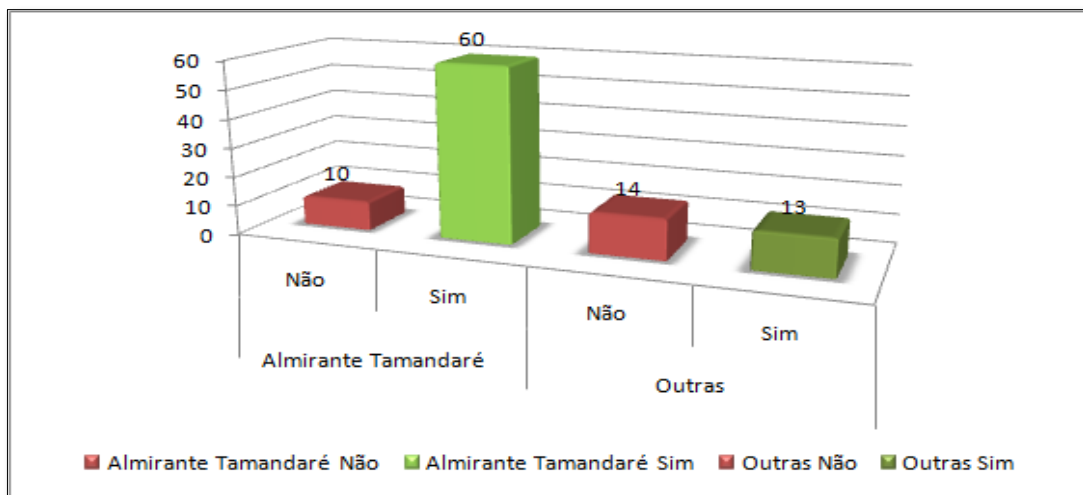
GRÁFICO 3 – FAIXAS RENDA



Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

A análise realizada após a conclusão da primeira etapa da pesquisa trouxe resultados relevantes ao projeto. Das 97 respostas obtidas, 75% dos entrevistados afirmam que utilizariam um novo salão de festas na cidade de Almirante Tamandaré, sendo 13 destas respostas de moradores de outras cidades, como pode ser visto no GRÁFICO 4, abaixo.

GRÁFICO 4 – UTILIZAÇÃO DE UM NOVO SALÃO DE FESTAS EM ALMIRANTE TAMANDARÉ



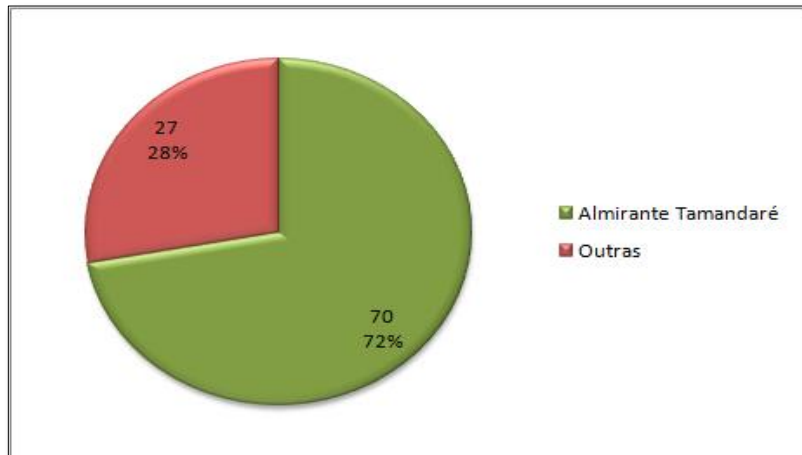
Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

Os 24 entrevistados que afirmam que não utilizariam um novo salão, 14 não moram na cidade. Justificam sua resposta em sua maioria pela distância, questões financeiras, por preferir realizar festas em casa ou porque não tem o costume de fazer festas.



Conforme demonstrado no GRÁFICO 5, 72% dos entrevistados são moradores de Almirante Tamandaré e as perguntas específicas sobre a cidade foram aplicadas apenas a esta amostra.

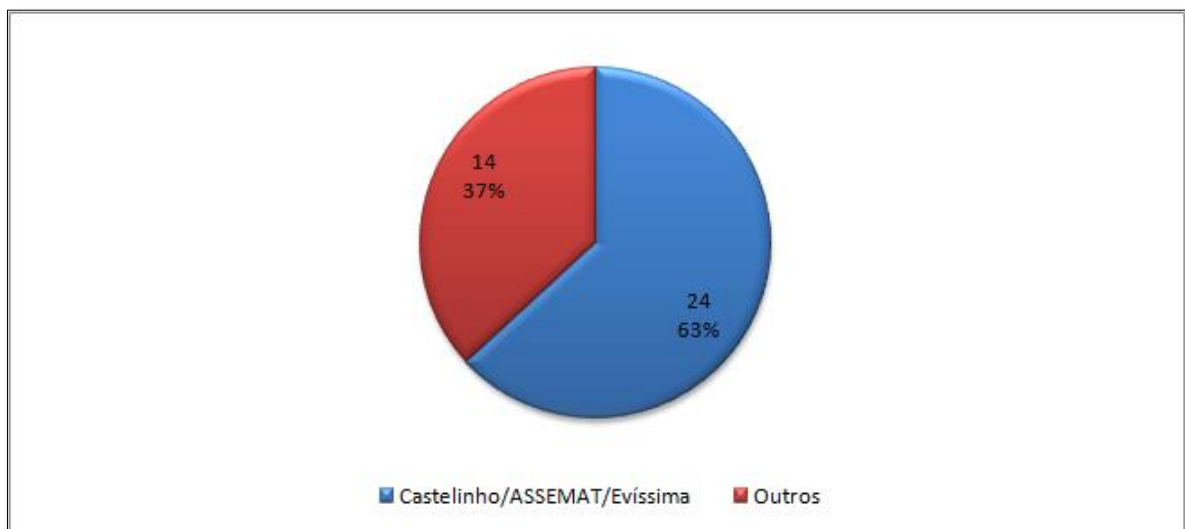
GRÁFICO 5 – CIDADE EM QUE RESIDEM OS ENTREVISTADOS



Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

Quando questionados sobre o conhecimento de espaços para festas e eventos na cidade, metade dos entrevistados alega que conhecem, porém, 63% destes citam os espaços Castelinho, Evíssima ou ASSEMAT (GRÁFICO 6), o que reduz o número de concorrentes conhecidos.

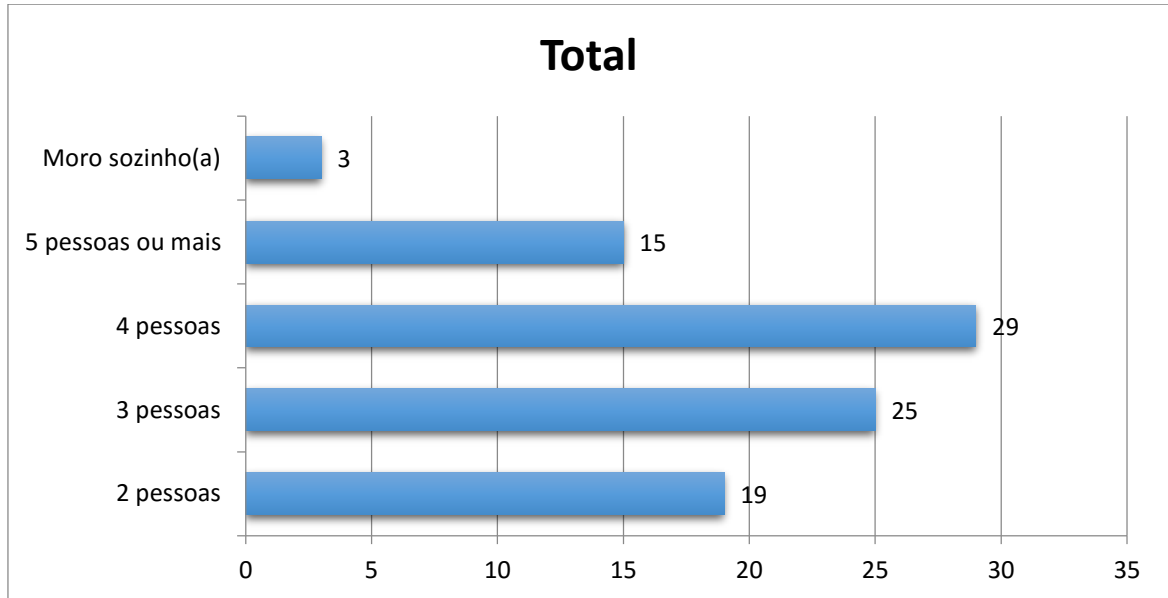
GRÁFICO 6 – LOCAIS CONHECIDOS PARA EVENTOS



Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

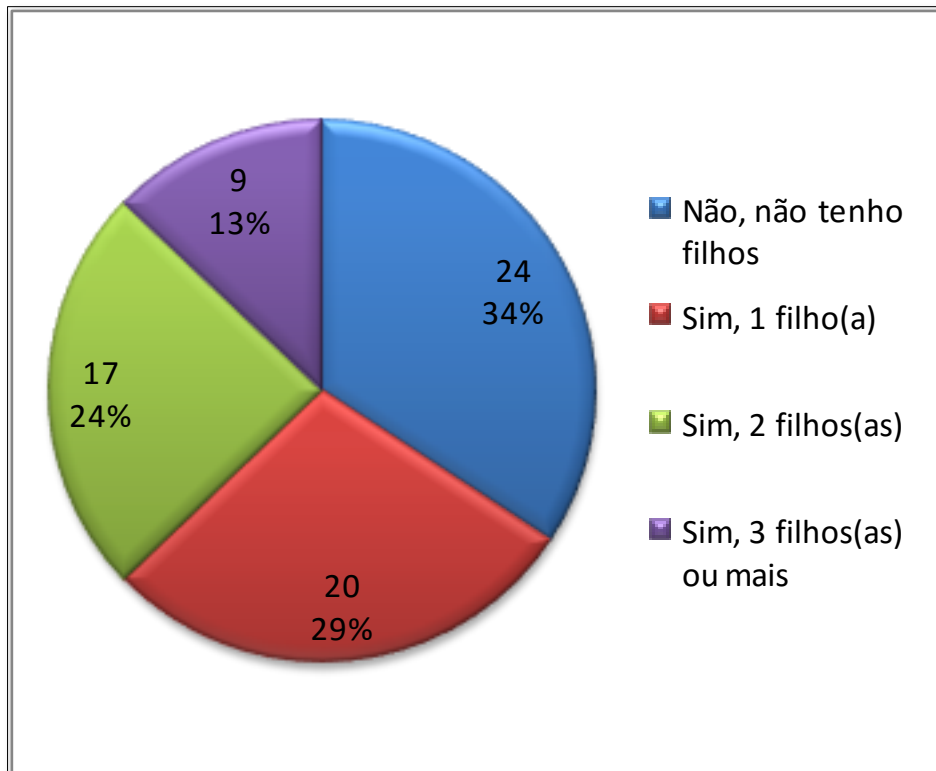
A estrutura familiar da cidade é, em sua maioria, de lares com três pessoas ou mais e 66% das famílias tem filhos, conforme gráficos a seguir.

GRÁFICO 7 – NÚMERO DE PESSOAS POR MORADIA



Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

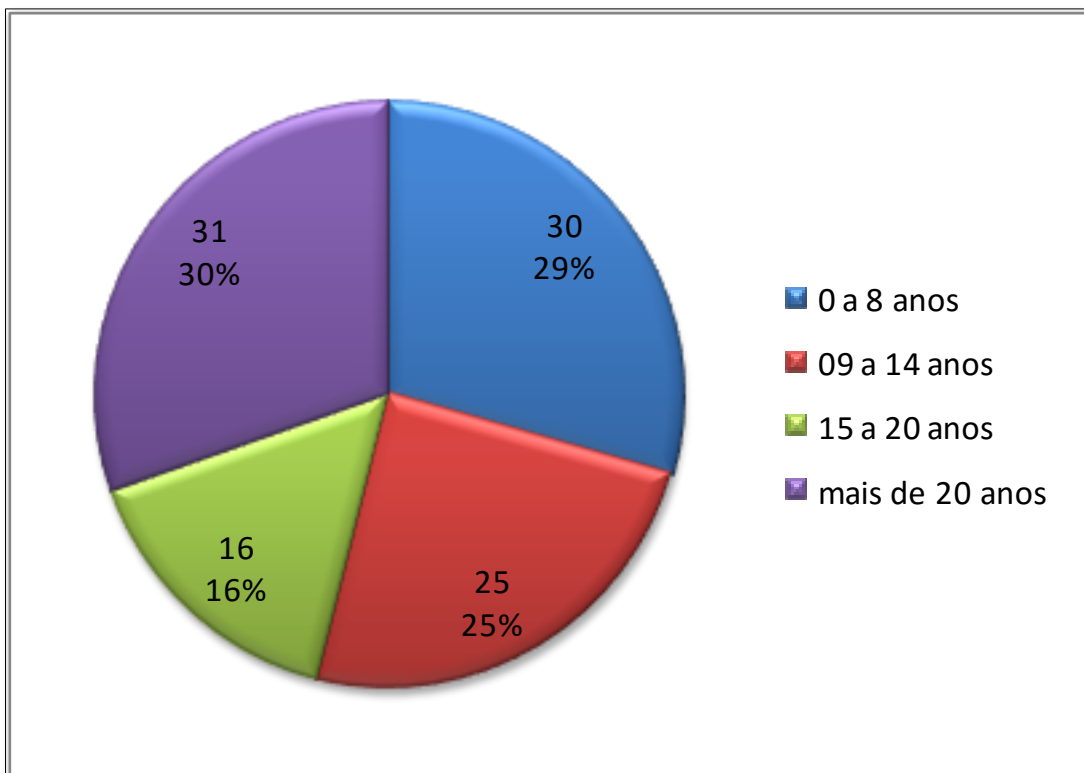
GRÁFICO 8 – NÚMERO DE FILHOS POR MORADIA



Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

Questionados o número de filhos e a idade destes, foi possível chegar ao seguinte resultado: de 97 filhos, 30 estão na faixa de 0 a 08 anos, 25 entre 09 e 14 anos, 16 de 15 a 20 anos e 31 maiores de 20 anos, como se pode ver no GRÁFICO 9. A pesquisa apresenta então um total de 57% de filhos com idade entre 0 a 14 anos, resultado muito positivo, pois o foco da empresa é festas infantis. Os entrevistados foram questionados sobre o costume de realizar festas e confraternizações em sua família e 74% afirmam que sim.

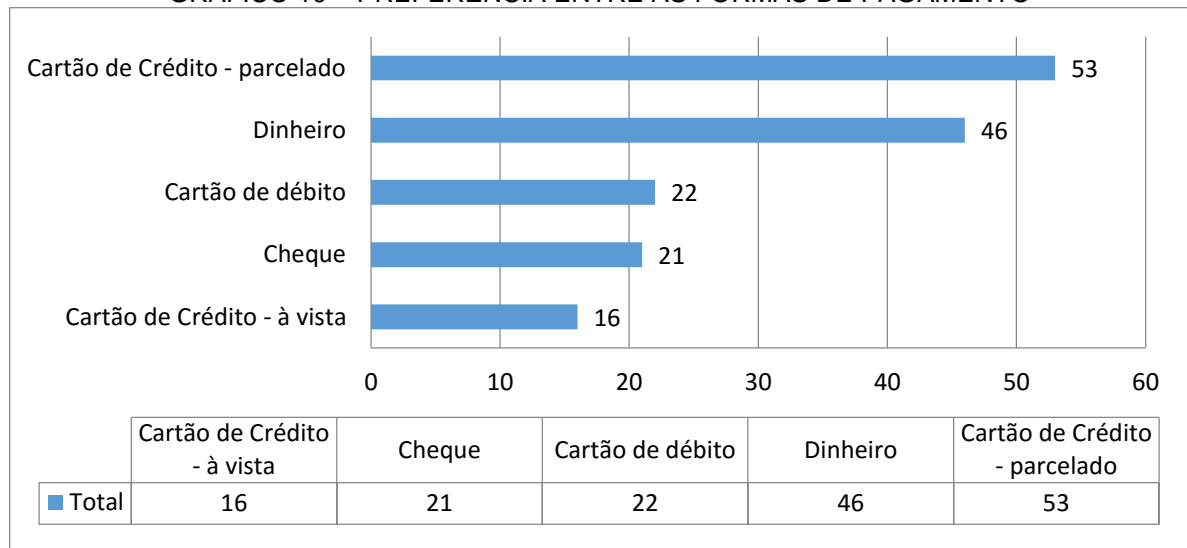
GRÁFICO 9 – FAIXA DE IDADE



Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

A pesquisa também questionou sobre a escolha dos entrevistados pela forma de pagamento, dando como opção Cartão de Crédito - à vista, Cartão de Crédito parcelado, Cartão de débito, Cheque e Dinheiro. Entre as opções os entrevistados podem marcar até três que mais lhe agradam. Como pode ser visto no GRÁFICO 10, a preferência é para pagamento com cartão de crédito parcelado e em dinheiro.

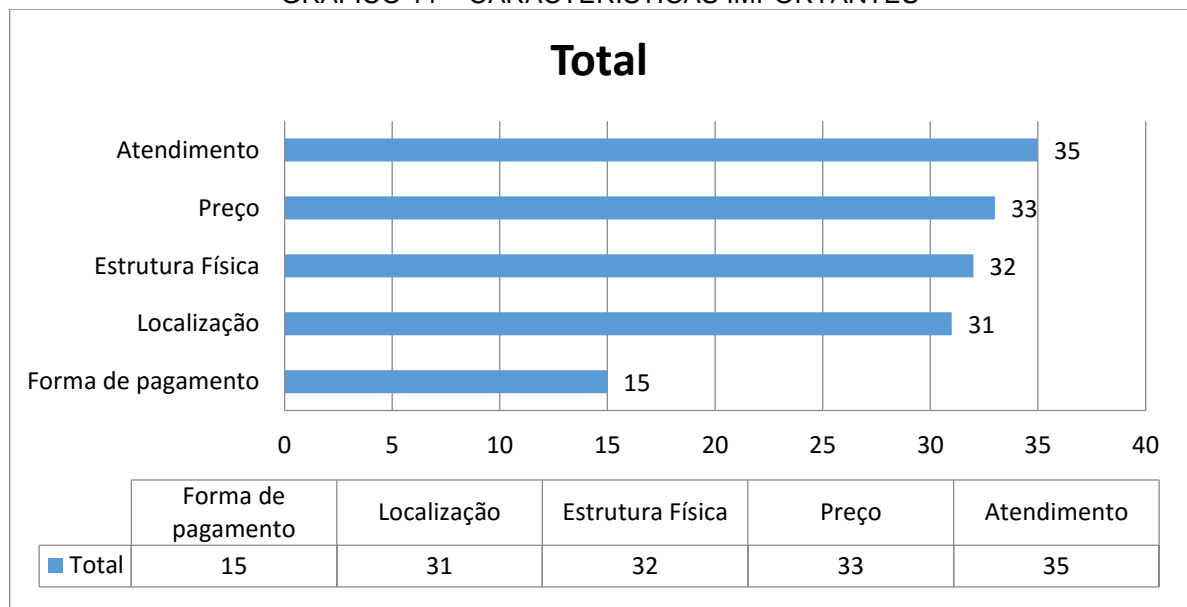
GRÁFICO 10 – PREFERÊNCIA ENTRE AS FORMAS DE PAGAMENTO



Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

No mesmo modelo de questionamento, os entrevistados poderiam marcar duas opções entre Preço, Forma de Pagamento, Localização, Atendimento e Estrutura Física, optando para o que, para ele – o entrevistado, mais importa. As opções mais marcadas são Atendimento e Preço, como demonstra o GRÁFICO 11.

GRÁFICO 11 – CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES



Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

Planejando utilizar diversos tipos de mídia para o marketing da empresa, questionamos em que locais os entrevistados pesquisariam um salão de festas caso precisassem. A grande maioria alega que pesquisaria na internet, por meio de Facebook e outras redes sociais, sites específicos de festas e eventos e indicação de amigos e conhecidos. Questionados sobre qual seria melhor bairro para realização de festas, 41% dos entrevistados dizem que seria no Centro de Almirante Tamandaré e 27% citam o bairro Cachoeira.

Para que o espaço não deixe de oferecer aos clientes o que eles julgam importante, questionamos o que não poderia faltar em um espaço de festas e eventos. A pergunta foi feita de forma aberta para que o entrevistado tivesse total liberdade em escrever o que deseja. Desta forma, identificamos alguns desejos que não haviam sido previstos no projeto do espaço, como área verde, churrasqueira e *wifi*, por exemplo.

No QUADRO 1 abaixo, é possível verificar algumas das respostas:

QUADRO 1 – ITENS ESSENCIAIS EM UM SALÃO DE FESTAS

|                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Acessibilidade                                                                                                      |
| Ambiente grande e limpo                                                                                             |
| Ar condicionado, estacionamento amplo, acesso fácil                                                                 |
| Área verde                                                                                                          |
| Banheiro limpo, cozinha, estacionamento, boa estrutura acústica, lugar fechado, mas que não passe nem frio ou calor |
| Boa comida                                                                                                          |
| Boa comida e um espaço verde                                                                                        |
| Bom atendimento, espaço para os adultos e as crianças brincarem                                                     |
| Bons atrativos para crianças                                                                                        |
| Brinquedo para as crianças                                                                                          |
| Brinquedos e eletrônicos                                                                                            |
| Brinquedos e estacionamento amplo.                                                                                  |
| Brinquedos espaço verde                                                                                             |
| Brinquedos, monitores, alimentos com qualidade                                                                      |
| Churrasqueira e segurança                                                                                           |
| Cozinha, espaço agradável e espaço verde                                                                            |

|                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Espaço e conforto                                                                                                                         |
| Espaço organizado                                                                                                                         |
| Espaço para as crianças com brinquedos, cozinha completa, amplo espaço de salão para a festa com mesas e cadeiras e ter um estacionamento |
| Estacionamento                                                                                                                            |
| Estacionamento, limpeza, espaço, cozinha e churrasqueira                                                                                  |
| Grande espaço, Buffet                                                                                                                     |
| Local amplo, iluminado, com boa aparência. Um bom atendimento.                                                                            |
| Lugares arejados, espaço <i>kids</i> , banheiros amplos, etc.                                                                             |
| Mesas, palco                                                                                                                              |
| Música                                                                                                                                    |
| Organização                                                                                                                               |
| Organização e limpeza                                                                                                                     |
| Saída de emergência, cozinha, ventilação                                                                                                  |
| Salão amplo para mais de 100 pessoas, iluminação, mesas, cadeiras e horário livre.                                                        |
| Segurança                                                                                                                                 |
| Ventilação                                                                                                                                |
| Wifi                                                                                                                                      |

Fonte: pesquisa elaborada pelos autores (2016)

### 3.9 RESULTADO

A análise da pesquisa trouxe resultados relevantes ao projeto. O resultado é compatível com o esperado. A aceitação do público é alta, existe carência por espaços para festas e eventos e a faixa de renda predominante é a que a empresa busca atender.

Desta maneira, considerando que as perspectivas são favoráveis, viabiliza-se a continuidade do projeto através da confecção de um plano de negócios completo.


## 4 A EMPRESA

Peter Drucker (1997) vincula o conceito de organização ao conhecimento, afirmando que o conhecimento é a base onde a organização deve se especializar, para tornar conhecimento em conhecimento produtivo. Para este autor, a função das organizações é tornar produtivos os conhecimentos, e quais mais especializados estes forem, mais eficazes serão.

### 4.1 RAZÃO SOCIAL

A razão social da empresa será Espaço Doces&Ventos Ltda. O nome fantasia será Doces&Ventos. Conforme consulta realizada junto ao INPI na data de 30/08/2016 (FIGURA 5) a marca se encontra disponível, não existindo nenhum outro registro com o mesmo nome.

FIGURA 5 – DISPONIBILIDADE DE NOME FANTASIA

| BRASIL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Acesso à Informação | Participe | Serviços | Legislação | Canais                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------|----------|------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Instituto Nacional da<br><b>Propriedade Industrial</b><br>Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior<br>Consulta à Base de Dados do INPI                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                     |           |          |            |                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                     |           |          |            | [ Início   Ajuda? ]                                                                   |
| » Consultar por: Pesquisa Básica   Marca   Titular   Cód. Figura                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                     |           |          |            |                                                                                       |
| <b>RESULTADO DA PESQUISA (30/08/2016 às 20:04:45)</b><br><b>Marca: DOCES&amp;VENTOS</b><br>- Nenhum resultado foi encontrado para a sua pesquisa. Para efetuar outra pesquisa, pressione o botão de <b>VOLTAR</b> .<br><b>AVISO:</b> Depois de fazer uma busca no banco de dados do INPI, ainda que os resultados possam parecer satisfatórios, não se deve concluir que a marca poderá ser registrada. O INPI no momento do exame do pedido de registro realizará nova busca que será submetida ao exame técnico que decidirá a respeito da registrabilidade do sinal.<br><br>Dados atualizados até <b>30/08/2016</b> - Nº da Revista: |                     |           |          |            |                                                                                       |
| Rua Meyrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910   Rua São Bento, 1 - Centro - RJ - CEP: 20090-010                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                     |           |          |            |                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                     |           |          |            |  |

Fonte: INPI (2016)

## 4.2 LOCALIZAÇÃO

A empresa será localizada na cidade de Almirante Tamandaré por se tratar de um local com demanda e carente de espaços de eventos e preferencialmente na região central para facilitar a locomoção de clientes e convidados.

## 4.3 DIRETRIZES ORGANIZACIONAIS

As diretrizes organizacionais representam princípios, crenças e políticas internas e externas que nortearão a empresa e seus colaboradores.

### 4.3.1 Missão

Garantir a excelência no planejamento e organização de eventos em Almirante Tamandaré, trabalhando com profissionais qualificados, transformando seu evento em algo inesquecível.

### 4.3.2 Visão

Tornar a empresa uma referência em festas e eventos na região de Almirante Tamandaré, primando pela qualidade dos produtos. Transparência e honestidade são bases para construir um bom relacionamento com nossos clientes e fornecedores.

### 4.3.2 Valores

Integridade, honestidade, confiabilidade e transparência no relacionamento com os clientes. Responsabilidade sócio ambiental, qualidade, ética e paixão

## 4.4 CONSTITUIÇÃO LEGAL

A empresa Doces&Ventos será formalizada como uma sociedade limitada, constituída por quatro sócios. Sendo que cada um irá contribuir com 25% do capital social.

Para registro da sociedade empresarial é preciso que os sócios elaborem e registrem o contrato social da empresa na Junta Comercial. O contrato será elaborado



por um advogado, para que fique de acordo com a Legislação, no contrato social deverá conter, obrigatoriamente, os seguintes itens:

- Nome empresarial, que poderá ser firma social ou denominação social;
- Capital da sociedade, expresso em moeda corrente, a quota de cada sócio, a forma e o prazo de sua integralização
- O endereço completo da sede;
- A declaração precisa e detalhada do objeto social;
- Prazo de duração da sociedade;
- Data de encerramento do exercício social, quando não coincidente com o ano civil;
- As pessoas naturais incumbidas da administração da sociedade, seus poderes e atribuições;
- Foro ou cláusula arbitral.

#### 4.5 CONTROLE ACIONÁRIO DA EMPRESA

Por se tratar de uma empresa com capital fechado, tendo apenas 4 sócios, todos com um valor de contribuição igual a 25%, o controle terá um equilíbrio nas tomadas de decisões, sendo decidido através de reuniões para que todas as partes possam apresentar suas opiniões e assim seja escolhida a opção que agrade a maioria.

#### 4.6 RESPONSABILIDADES E COMPETÊNCIAS DA EQUIPE DIRIGENTE

A empresa será organizada em quatro divisões que serão geridas pelos próprios sócios com foco em suas *expertises*, sendo elas:

- Marketing: responsável pelo planejamento e estratégia de divulgação e promoção do produto e marca, relacionamento com o cliente;
- Comercial: responsável pela compra de materiais, negociação, homologação e contratação de fornecedores.
- Operacional: responsável pela organização e realização dos eventos;
- Financeiro: responsável pela gestão dos recursos financeiros da empresa.

## 4.7 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

A empresa Doces&Ventos busca atender um público de menor renda, com foco principal na classe C, trazendo um preço competitivo, que se enquadre no orçamento planejado pelo cliente, assim contendo uma ótima prestação de serviço, movimentando os comerciantes e os fornecedores locais;

Buscando sempre a satisfação do cliente e implantando melhorias de acordo com as necessidades identificadas no andamento do processo.

### 4.7.1 RAMO DE ATUAÇÃO

Conforme consulta realizada junto à CONCLA (FIGURA 6), a subclasse da empresa é 8230-0/02 - Casas de Festas e Eventos

FIGURA 6 – CLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA

| Hierarquia |                  |                                                                                                        |
|------------|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Seção:     | <b>11</b>        | ATIVIDADES ADMINISTRATIVAS E SERVIÇOS COMPLEMENTARES                                                   |
| Divisão:   | <b>82</b>        | SERVIÇOS DE ESCRITÓRIO, DE APOIO ADMINISTRATIVO E OUTROS SERVIÇOS PRESTADOS PRINCIPALMENTE ÀS EMPRESAS |
| Grupo:     | <b>823</b>       | ATIVIDADES DE ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS, EXCETO CULTURAIS E ESPORTIVOS                                    |
| Classe:    | <b>8230-0</b>    | ATIVIDADES DE ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS, EXCETO CULTURAIS E ESPORTIVOS                                    |
| Subclasse: | <b>8230-0/02</b> | <b>CASAS DE FESTAS E EVENTOS</b>                                                                       |

Fonte: (CONCLA, 2016)

A empresa está classificada no Código E Descrição Da Atividade Econômica Principal (CNAE) 8230002 - CASAS DE FESTAS E EVENTOS, tendo como principal atividade a locação de espaço.

### 4.7.2 NECESSIDADES A SEREM ATENDIDAS

A principal necessidade do público que procura locais para evento é um espaço para a realização da festa, com segurança, para que possa desfrutar e aproveitar o momento de comemoração sem preocupações. A facilidade e comodidade de não se preocupar com o pós-festa, com a organização e limpeza do espaço também é um fator importante.

### 4.7.3 PÚBLICO ALVO

Para que haja sucesso em qualquer estratégia deve-se identificar claramente o público alvo para somente depois montar o Negócio.

A definição do público-alvo precisa ser encarada como um fator primordial no planejamento da empresa, podendo passar por readequações ao longo do tempo. Ter uma definição mais completa do público certamente ajudará a estruturar melhor os objetivos comerciais e de marketing.

Segundo Shimoyama e Zela, (2002), público-alvo *Target* é o foco das ações do marketing da organização. São as pessoas a quem dirigimos nossas estratégias, sempre tentando atender suas vontades e necessidades. As primeiras visões do marketing avistam o que chamamos de marketing de massa, ou seja, considerava-se uma grande população ou uma grande parte dela, porém sem distinguir as várias divisões que a compõe.

O público alvo será composto principalmente por moradores da região de Almirante Tamandaré, mas também visando moradores de Curitiba e região metropolitana, atingindo principalmente as classes C, D e E. Segundo Rudá Ricci (2016), a FGV considera uma família de classe média (classe C) quando tem renda mensal entre R\$ 1.064 e R\$ 4.591.

## 4.8 DESCRIÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO

Os produtos e serviços oferecidos pela empresa incluem todos os elementos da empresa percebidos pelos clientes, seja o contratante, seus convidados ou familiares. O pacote de serviços pode ser dividido nos seguintes elementos: instalações de apoio, bens físicos facilitadores, serviços explícitos e serviços implícitos e todos devem ser harmônicos, visando uma experiência positiva e memorável.

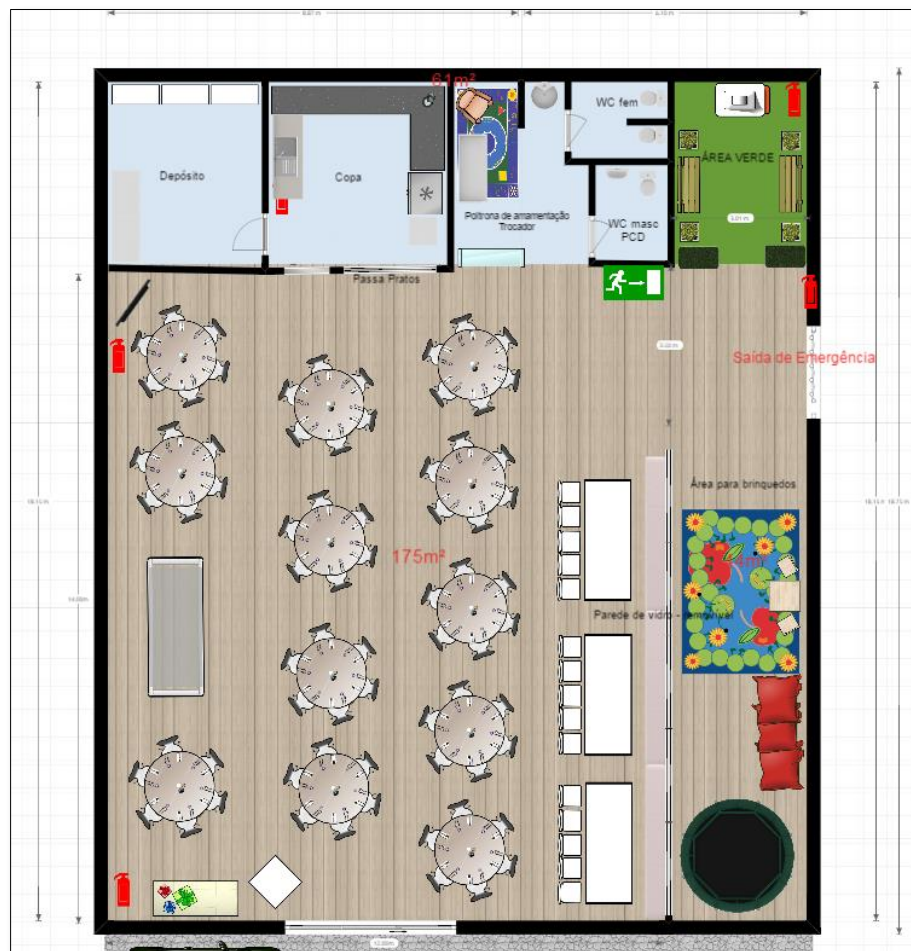
A Doces&Ventos oferece ao público um espaço total de 270m<sup>2</sup>, e a organização completa do evento ao cliente, desde a disponibilidade de mesas até a decoração e alimentação.

### 4.8.1 INSTALAÇÕES DE APOIO

As instalações necessárias são: um espaço para instalações de brinquedos como cama elástica, piscina de bolinha entre outros. Banheiros (feminino

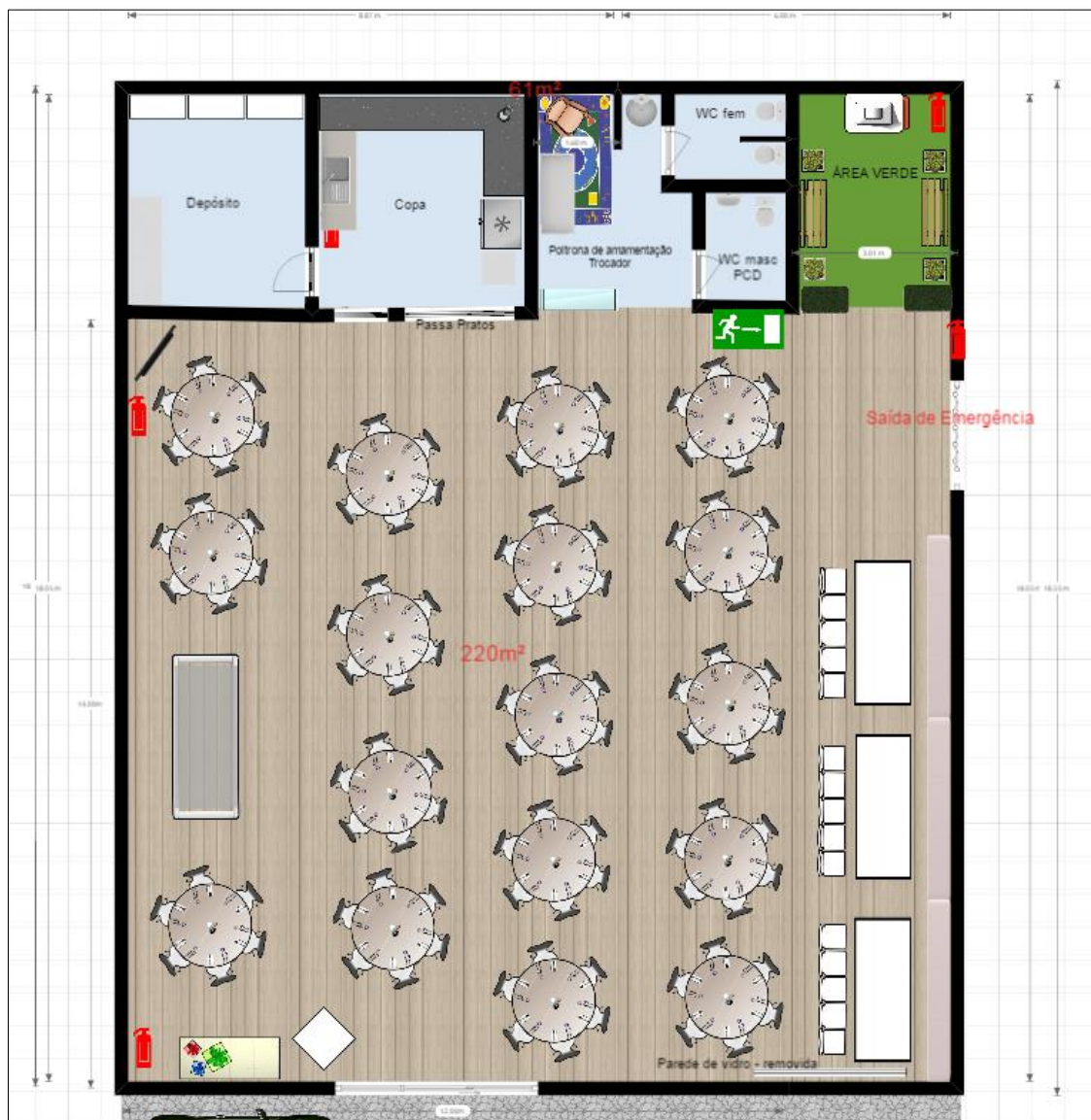
e masculino, um destes adaptado par PNE), Fraldário e Espaço para amamentação, Copa (com todos os utensílios e eletrodomésticos necessários e depósito) e Estacionamento. O espaço poderá ser adaptado para eventos que não necessitem de espaço kids com brinquedos e neste caso a capacidade de atendimento aumenta de 102 para 132 lugares removendo a parede de vidro que divide os ambientes. Abaixo é possível verificar o projeto de planta para 100 lugares, na FIGURA 7 e na FIGURA 8 para 132 lugares sem o espaço kids.

FIGURA 7 – PROJETO DE DISTRIBUIÇÃO INTERNA – CAPACIDADE 102 LUGARES



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

FIGURA 8 – PROJETO DE DISTRIBUIÇÃO INTERNA – CAPACIDADE 132 LUGARES



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

#### 4.8.2 BENS FÍSICOS FACILITADORES

O Espaço Doces&Ventos oferecerá aos clientes e aos convidados um dia marcante. Para tanto, utilizaremos de bens físicos facilitadores que realmente fiquem na memória. Durante os eventos haverá projeção de fotos anteriores e que foram registradas ali mesmo e algumas destas fotos serão entregues em formato de miniatura aos convidados no momento da saída, a título de brinde e lembrança da festa e do espaço.

Com a realização de recreação com foco em responsabilidade ambiental, onde serão utilizados materiais recicláveis para criação de brinquedos e itens decorativos, estes itens também são considerados Bens Físicos Facilitadores e tendem a criar um sentimento de satisfação por ser elaborado pelos participantes da festa.

#### **4.8.3 SERVIÇOS EXPLÍCITOS E IMPLÍCITOS**

Os serviços explícitos oferecidos pela empresa são aqueles objetos do contrato de prestação de serviços, entre eles podemos citar a organização de eventos, a decoração, recreação com foco em responsabilidade ambiental, fornecimento de alimentos e bebidas e manutenção e limpeza durante o evento.

Os serviços implícitos são aqueles que se caracterizam pelos benefícios psicológicos transferidos para o cliente, são os benefícios que quando notados pelo cliente causam o “encantamento”. No caso da Doces&Ventos podem ser: relaxamento, integração, segurança, cortesia, presteza, satisfação, entre outros. Estes itens são adicionais de valor ao cliente, que não pagará a mais por eles.

## 5 PLANO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL e AMBIENTAL

### 5.1 TEMA

A Doces&Ventos pretende desenvolver fornecedores locais, oferecendo cursos gratuitos ou de baixo custo que prepararão pessoas da própria cidade a oferecer os produtos que o espaço costuma precisar, como doces e salgados, bolos e confeitaria em geral e decoração. Além da criação do vínculo, a capacitação irá refletir na sociedade, já que as pessoas poderão atender seus próprios clientes. Essa parceria resultará em divulgação da Doces&Ventos por parte destes fornecedores a clientes que estejam à procura de espaços para suas festas.

Também terá como preocupação o tratamento de resíduos, desde o momento da festa, em que teremos lixeiras seletivas como as da FIGURA 9, até o momento da destinação às cooperativas de reciclagem.

FIGURA 9 – MODELO DE LIXEIRAS SELETIVAS



Fonte: Mercado Livre (2017)

A responsabilidade ambiental estará presente também durante as festas realizadas no espaço. Serão oferecidas gratuitamente, oficinas que irão utilizar material reciclável para criar artesanatos e brinquedos com os convidados. Esta atitude não apenas para destinar o material, mas principalmente para criar nos participantes uma consciência ambiental.

## 5.2 RESPONSÁVEIS

O responsável pela parte social e Ambiental é o departamento de marketing da empresa Doces&Ventos.



## 6 PLANO DE MARKETING

### 6.1 ANÁLISE AMBIENTAL

Análise do Ambiente é o processo de identificação de Oportunidades, Ameaças, Forças e Fraquezas que afetam a empresa no cumprimento da sua Missão.

- Oportunidades são situações externas, atuais ou futuras que, se adequadamente aproveitadas pela empresa, podem influenciá-la positivamente.
- Ameaças são situações externas, atuais ou futuras que, se não eliminadas, minimizadas ou evitadas pela empresa, podem afetá-la negativamente.
- Forças são características da empresa, tangíveis ou não, que podem ser potencializadas para aperfeiçoar seu desempenho.
- Fraquezas são características da empresa, tangíveis ou não, que devem ser minimizadas para evitar influência negativa sobre seu desempenho.

Este conceito pode ser sintetizado no pensamento de SunTzu, em seu livro "A Arte da Guerra" (2006):

Se conhecemos o inimigo (ambiente externo) e a nós mesmos (ambiente interno), não precisamos temer o resultado de uma centena de combates. Se nos conhecemos, mas não ao inimigo, para cada vitória sofreremos uma derrota. Se não nos conhecemos nem ao inimigo, sucumbiremos em todas as batalhas

De acordo com o conceito atual de Planejamento Estratégico, a sobrevivência e o sucesso da empresa dependem da sua sintonia com o ambiente.

A ideia de ambiente de marketing é defendida por KOTLER (1998, p. 47-51), pois para ele a administração de marketing está inserida no macro ambiente e no microambiente. A dependência da empresa em relação ao seu ambiente torna vital um esforço permanente de monitoramento dos ambientes externo e interno.

### 6.2 ANÁLISE DO MACROAMBIENTE

O macro ambiente de uma empresa é o termo que se utiliza para englobar todas aquelas variáveis externas que afetam a atividade empresarial. Estas variáveis geralmente não só afetam a empresa, mas o conjunto da sociedade e de suas

atividades, e englobam matérias relativas à população, questões legais ou tecnológicas.

É essencial realizar uma boa análise do macro ambiente de uma empresa, já que conhecendo em que situação desenvolvemos nossa atividade poderemos proteger-nos daquelas questões que possam se tornar nocivas, e aproveitar aquelas situações que nos permitam aumentar a rentabilidade.

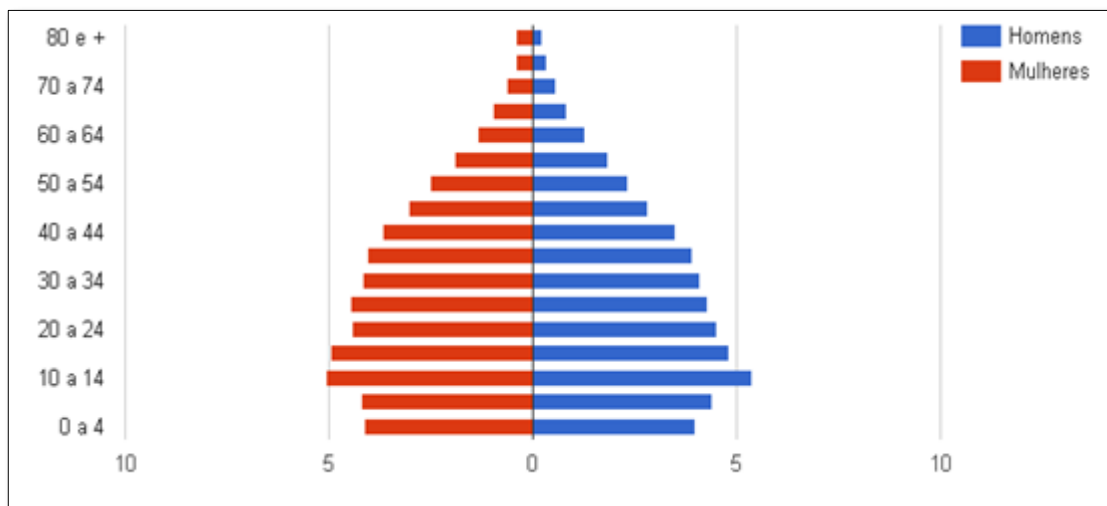
O Macro Ambiente refere-se às forças externas distantes e que influencia a empresa, mas raramente é influenciado por ela. Neste trabalho serão analisados os ambientes demográfico, econômico, cultural e político/legal.

### 6.2.1 AMBIENTE DEMOGRÁFICO

Refere-se aos cenários relativos à população da área em estudo.

Segundo o Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social-IPARDES (2016), a população estimada em Almirante Tamandaré em 2016 é de 114.129 habitantes sendo 51% feminino e 49% masculino, distribuídos conforme GRÁFICO 12.

GRÁFICO 12 – PIRÂMIDE ETÁRIA DE ALMIRANTE TAMANDARÉ – PR



Fonte: (Atlas Brasil, 2010) apud (PNUD, IPEA e FJP, 2010)

Segundo dados da Secretaria de Educação do município de Almirante Tamandaré (2º semestre de 2016), estão matriculadas na rede pública 2.050 crianças de 0 a 5 anos e 7.644 alunos de 06 a 11 anos, divididas em 34 escolas e 20 Centros

Municipais de Educação Infantil, totalizando 9694 crianças apenas na rede pública. Dados apontam que em 2010, 27,64% da população tinha entre 0 e 15 anos (PNUD, IPEA e FJP, 2010). Considerando que o foco da empresa será realizar festas infantis, estes dados são bastante positivos.

## 6.2.2 AMBIENTE ECONÔMICO

Compreende os cenários relativos à economia das áreas de estudo.

Segundo o IBGE, a renda da população tamandareense tem aumentado significativamente. O percentual de pessoas consideradas pobres diminuiu de 23,83% para apenas 4,89% de 1991 a 2010. Não há dados atualizados, porém, a tendência permanece de redução.

Estudando o histórico de renda da cidade, é possível notar um movimento de classe social conforme a tabela 1 abaixo, em que os habitantes estão tendo melhores condições financeiras, possibilitando a estes desfrutar de um melhor poder aquisitivo e optar pela contratação de serviços que antes não adquiriam.

TABELA 1 – RENDA, POBREZA E DESIGUALDADE – ALMIRANTE TAMANDARÉ

|                           | 1991   | 2000   | 2010   |
|---------------------------|--------|--------|--------|
| Renda per capita (em R\$) | 295,96 | 401,17 | 646,02 |
| % de extremamente pobres  | 5,86   | 5,35   | 1,01   |
| % de pobres               | 23,83  | 19     | 4,89   |

Fonte: (Atlas Brasil, 2010)

Observa-se também o crescimento do PIB, comparando o resultado de 2008 a 2012, quase dobrando seu resultado, como visto na TABELA 2, o que pode significar uma vantagem para este projeto.

TABELA 2 – PIB PER CAPITA

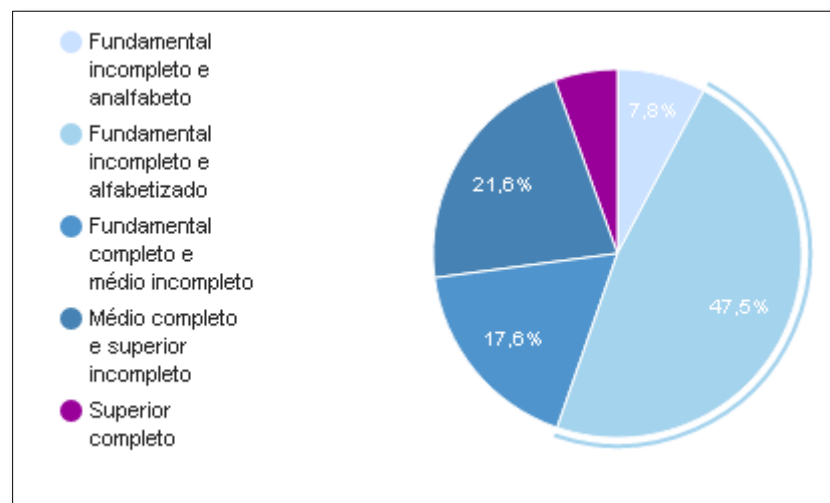
| Ano  | ALMIRANTE TAMANDARÉ | MÉDIA NACIONAL      |
|------|---------------------|---------------------|
| 2012 | R\$ 8.136,70 /hab.  | R\$ 22.642,40 /hab. |
| 2011 | R\$ 7.459,03 /hab.  | R\$ 21.535,65 /hab. |
| 2010 | R\$ 7.054,06 /hab.  | R\$ 19.763,93 /hab. |
| 2009 | R\$ 5.917,56 /hab.  | R\$ 16.917,62 /hab. |
| 2008 | R\$ 4.960,15 /hab.  | R\$ 15.991,55 /hab. |
| 2007 | R\$ 4.399,16 /hab.  | R\$ 14.056,26 /hab. |
| 2006 | R\$ 3.907,05 /hab.  | R\$ 12.686,60 /hab. |
| 2005 | R\$ 4.382,39 /hab.  | R\$ 11.658,12 /hab. |
| 2004 | R\$ 4.490,36 /hab.  | R\$ 10.839,81 /hab. |
| 2003 | R\$ 4.331,98 /hab.  | R\$ 9.610,94 /hab.  |
| 2002 | R\$ 3.972,42 /hab.  | R\$ 8.462,45 /hab.  |
| 2001 | R\$ 3.051,78 /hab.  | R\$ 7.553,61 /hab.  |
| 2000 | R\$ 2.695,83 /hab.  | R\$ 6.946,34 /hab.  |

Fonte:DeepAsk (2016)

### 6.2.3 AMBIENTE CULTURAL

Em torno de 48% da população tem escolaridade entre fundamental incompleto e alfabetizado, conforme pode ser observado no GRÁFICO 13, abaixo.

GRÁFICO 13 – ESCOLARIDADE DA POPULAÇÃO ACIMA DE 25 ANOS



Fonte: Atlas Brasil (2010)

#### **6.2.4 AMBIENTE POLÍTICO – LEGAL**

A Doces&Ventos será enquadrada no regime Supersimples, regime diferenciado de tributação para microempresas (faturamento inferior a 240.000 ao ano) e empresas de pequeno porte (faturamento anual inferior a 2.400.000).

São obrigações acessórias do optante do Supersimples:

- Apresentação de uma declaração de informações anual;
- Emissão de documentos fiscais;
- Guarda dos documentos pelo prazo prescricional;
- Escrituração do Livro Caixa;

Para iniciar o funcionamento físico do negócio será preciso um alvará de funcionamento e registro na Secretaria Municipal da Fazenda. O alvará é documento que fornece o consentimento para empresa desenvolver as atividades no local pretendido. Para conceder o alvará de funcionamento a prefeitura ou administração municipal solicitará que a vigilância sanitária faça inspeção no local para averiguar se está em conformidade com a Resolução RDC nº 216 da ANVISA e será necessário apresentar Licença do corpo de bombeiros, que será emitida mediante vistoria. Os órgãos responsáveis para isso são a Prefeitura ou Administração Municipal e a Secretaria Municipal da Fazenda.

Segundo o site do Corpo de Bombeiros do Paraná (2016), é necessária a vistoria para obter os seguintes documentos:

Laudo de Vistoria de Conclusão de Obra – LVCO necessário para o "habite-se" no caso de edificações novas (recém-construídas), reformadas ou ampliadas;

Certificado de Vistoria em Estabelecimento – CVE necessário para a liberação do "Alvará de Funcionamento", de estabelecimentos comerciais, industriais, prestadores de serviços e residenciais multifamiliares, pela Prefeitura Municipal.

Obs.: É ressalvado o direito do Corpo de Bombeiros de realizar vistorias preventivas fiscalizadoras, em qualquer estabelecimento no município, quando houver risco iminente que afete a segurança.

Existem dois tipos de vistorias a qual uma edificação pode passar:

Vistoria Preventiva: é a vistoria quando requerida via ofício pelo proprietário da empresa e/ou pessoa responsável da mesma; Vistoria Preventiva de Fiscalização: pode ser realizada a qualquer tempo, visando constatar a manutenção das condições de segurança contra incêndio e pânico face às normas atinentes.

### 6.2.5 ANÁLISE DO MICROAMBIENTE

O microambiente consiste nas forças internas de proximidade da empresa e depende também dos departamentos da organização que atuam juntamente com os gestores de marketing.

“O microambiente da empresa é formado pelo mercado, que por sua vez é constituído de fontes humanas, como, clientes, concorrentes, distribuidores, fornecedores e prestadores de serviço e fontes documentais constituídas de publicações existentes sobre o ramo de negócio da empresa”. (COBRA, 2003, p. 71)

### 6.2.6 CLIENTES

O foco da Doces&Ventos será atender clientes das classes sociais C a E em festas infantis, porém, atenderá todas as classes, idades e tipos de eventos.

Segundo o ABEP - Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa, o Critério Brasil 2015 e atualização da distribuição de classes para 2016 são demonstrados na tabela 3, abaixo:

| CLASSE | Região Metropolitana de Curitiba |
|--------|----------------------------------|
| A      | 5,4%                             |
| B      | 32,5%                            |
| B1     | 8,2%                             |
| B2     | 24,3%                            |
| C      | 50,4%                            |
| C1     | 27,6%                            |
| C2     | 22,8%                            |
| D-E    | 11,7%                            |

Fonte: ABEP (2015)

Essa configuração da população, com a maior parte pertencendo às classes C, D e E, mostra uma demanda que atualmente não está sendo atendida, criando uma oportunidade ao negócio.

### 6.2.7 CONCORRENTES

QUADRO 2 – FORÇAS E FRAQUEZAS DOS CONCORRENTES

| EMPRESA    | FORÇAS                                                                                                        | FRAQUEZAS                                                                    |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| Castelinho | Uma grande empresa e muito conhecida entre os moradores de Almirante Tamandaré. Buffet próprio, espaço amplo. | Atende principalmente festas de casamento e formaturas.                      |
| ASSEMAT    | Espaço amplo, com estrutura para festas e eventos.                                                            | Atende somente servidores Municipais e seus dependentes.                     |
| Evíssima   | Chácara com um amplo espaço, não só com estruturas internas também externas para eventos ao ar livre.         | Preço elevado. Difícil acesso, pois é longe de terminais e pontos de ônibus. |

Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

### 6.2.8 FORNECEDORES

Quando solicitado pelo cliente a empresa poderá realizar toda a festa e, neste caso, terá como diretriz fazer uso de fornecedores, empresas e profissionais liberais da região, colaborando, com esta atitude, com seu programa de responsabilidade social.

Alguns possíveis fornecedores foram listados para que sejam avaliados, esta listagem pode ser consultada no APÊNDICE 1 - LEVANTAMENTO DE POSSÍVEIS FORNECEDORES.

## 6.3 MATRIZES DE MARKETING

### 6.3.1 MATRIZ S.W.O.T

QUADRO 3 – ANÁLISE SWOT

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Classe social da população local de acordo com o que a empresa oferece</li> <li>• Capacitar e utilizar mão de obra local</li> <li>• Inexistência de oferta deste serviço para este público</li> </ul> | <p style="text-align: center;"><b>FORÇAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organização, centralizando serviços ao cliente</li> <li>• Treinamento ao fornecedor</li> <li>• Desenvolvimento de fornecedores</li> <li>• O cliente tem fácil acesso financeiro</li> </ul> |
| <p style="text-align: center;"><b>AMEAÇAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Novos entrantes</li> <li>• Aceitação da população</li> <li>• Quebra de vínculo com fornecedores</li> <li>• Persistência da crise econômica</li> </ul>                                                       | <p style="text-align: center;"><b>FRAQUEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Baixo capital</li> <li>• Espaço físico limitado</li> <li>• Baixa experiência na área</li> <li>• Falta de diferenciação</li> </ul>                                                       |

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

#### **Forças:**

Organização completa, centralizando serviços ao cliente: O cliente apenas se preocupa com questões antes da festa, durante a festa a equipe contratada fará toda a realização, podendo o cliente apenas curtir seu evento.

Treinamento e desenvolvimento dos fornecedores: Parcerias firmadas com fornecedores locais, visando uma relação em que ambas as partes tenham benefícios, oferecendo assim novos cursos para manter e melhorar a qualidade.

O cliente tem fácil acesso financeiro: a empresa busca trabalhar com preços baixos para atender a demanda da região

#### **Fraquezas:**

Baixo capital: Por se tratar de um primeiro negócio, não haverá um investimento tão alto por falta de recursos.

Espaço físico limitando, fazendo com que a empresa tenha uma limitação na capacidade de atendimento.

Baixa experiência na área: Sócios sem experiência no ramo de festas e eventos, criando assim a necessidade de um estudo maior para entender esse mercado.



Falta de diferenciação: Juntando os fatores listados acima a empresa não tem conhecimento, nem capital para a realização de algo inovador.

**Oportunidades:**

A classe social da região tem uma compatibilidade com o projeto proposto pela empresa

Capacitar e utilizar mão de obra local: oportunidade para desenvolver a região local.

Inexistência de oferta deste serviço para este público: poucos locais para a realização de festas na região e buscam atender um público com maior renda.

**Ameaças:**

Novos entrantes: Novos entrantes representam um risco, pois existe possibilidade de realização de algo diferente que irá atrair clientes.

Aceitação da população: uma nova empresa poderá ter dificuldades para entrar em um novo mercado.

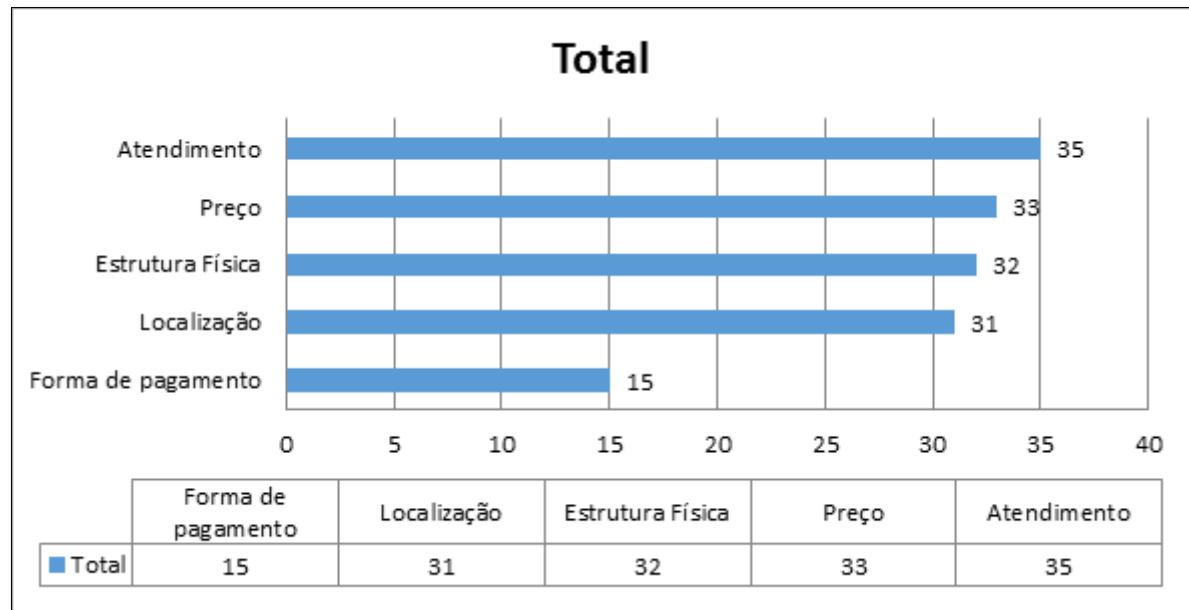
Quebra de vínculo com fornecedores: problemas com fornecedores, criando uma dificuldade de encontrar novos.

Persistência da crise econômica: dificuldade para todos os envolvidos, empresa, cliente, fornecedores, gerando assim problemas em adquirir novos clientes, manter os antigos e negociar com fornecedores.

**6.3.2 MATRIZ HIERARQUIA DAS NECESSIDADES**

Em pesquisa realizada, os entrevistados foram questionados quanto aos itens que julgavam mais importantes entre preço, forma de pagamento, localização, atendimento e estrutura física. Conforme apresentado no Gráfico 14, a prioridade dos entrevistados é um bom atendimento, seguido de preço, estrutura física e localização, estes três praticamente com a mesma avaliação. A forma de pagamento é julgada pelos entrevistados como menos importante para a escolha do local.

GRÁFICO 14 – CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES



Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

### 6.3.3 ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Por se tratar de um mercado pouco explorado, a organização busca atender o público com um preço mais acessível, para que consiga uma penetração de mercado mais fácil. Com possibilidades de pacotes para facilitar a organização do evento.

Para angariar novos clientes, a empresa irá utilizar de divulgação em escolas e creches, ou seja, tentando formar parcerias, com sites e redes sociais, para aumentar a propagação da marca e do espaço para que não só pessoas da região, mas também de regiões próximas conheçam e possam utilizar do nosso serviço.

### 6.3.4 MIX DE MARKETING

#### 6.3.4.1 PRODUTO

Espaço destinado à diversos eventos como aniversários infantis, festas de 15 anos, festas de formaturas e de casamento.

O diferencial do produto será o preço mais acessível, sem redução de qualidade. Oferecer pacotes completos e parceiros que facilitem a organização de qualquer evento.

#### 6.3.4.2 PONTO

O ponto será fixo, localizado na região central da cidade de Almirante Tamandaré.

#### 6.3.4.3 PROMOÇÃO

Os concorrentes costumam oferecer valores promocionais em dias de semana e descontos para grandes eventos.

Intenções de promoção da Doces&Ventos:

- Divulgação do espaço em escolas e creches;
- Anúncios em sites especializados
- Publicações em sites locais e redes sociais (Olx, Facebook, Instagram.)
- Campanha “Amigo indica”, que oferece descontos a quem indicou e a quem foi indicado.
- Contatos pós festa, oferecendo descontos e pacotes especiais.

#### 6.3.4.4 PREÇO

A Doces&Ventos oferece preços acessíveis e pacotes flexíveis, que se adequam a qualquer evento e orçamento.

Oferecerá diversas formas de pagamentos (todos os cartões), parcelamentos em até 12X e descontos especiais para pagamentos à vista.

### 6.4 IMPLEMENTAÇÃO E CONTROLE DO PLANO DE MARKETING

A tabela que define a implantação do Plano de Marketing pode ser consultada no APÊNDICE 2 - MATRIZ 5M.

## 6.5 LEVANTAMENTO DADOS FINANCEIROS - MARKETING

O levantamento financeiro abaixo se refere à aquisição de bens para o início das atividades da empresa.

TABELA 4 – PREVISÃO DE CUSTOS - MARKETING

| <b>Qtde.</b> | <b>Descrição</b>                                                        | <b>Valor Total</b> |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| -            | Anúncios Google                                                         | R\$200,00          |
| -            | Publicações em Sites Locais E Redes Sociais (Olx, Facebook, Instagram.) | -                  |
| 1000         | Cartão De Visita                                                        | R\$40,00           |
| 1            | Hospedagem De Site                                                      | R\$30,00           |
| 1            | Domínio                                                                 | R\$35,00           |
| 10           | Banner                                                                  | R\$350,00          |
| 1000         | Folder                                                                  | R\$60,00           |
| 1            | Placa De Rua                                                            | R\$3000,00         |
| 500          | Adesivos/Tags Para Oficina De Reciclagem                                | R\$50,00           |

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

## **7 PLANO ADMINISTRATIVO**

### **7.1 POLÍTICA DE GESTÃO DE PESSOAS**

Os profissionais serão contratados por diárias conforme a demanda de eventos que a empresa terá, pois não serão necessários funcionários fixos caso não tenha a realização de festas e eventos

### **7.2 QUADRO FUNCIONAL**

Para eventos com até 40 pessoas, a Doces&Ventos contará com uma copeira, um garçom e um responsável pela limpeza. Eventos com mais de 40 pessoas, serão adicionados um garçom e um responsável pela limpeza.

### **7.3 RECRUTAMENTO E SELEÇÃO**

A empresa contratará seus empregados conforme demanda. Para tanto, serão realizadas entrevistas com interessados em prestar serviço à empresa e elaborado um banco de dados com o perfil dos entrevistados. Estes, serão convidados a trabalhar recebendo o pagamento por diária e função.

### **7.4 AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO**

O colaborador será avaliado em relação ao desempenho obtido em cada diária que trabalhou no espaço, sendo esta avaliação registrada no banco de dados e usada para posterior seleção.

### **7.5 PRÁTICAS MOTIVACIONAIS**

Os colaboradores serão premiados com base na avaliação do desempenho.

### **7.6 SERVIÇOS TERCEIRIZADOS**

Além dos profissionais de contabilidade com contrato fixo, poderão ser contratadas empresas terceirizadas para limpeza e segurança, sob demanda dos clientes e dependendo do porte do evento a ser realizado.

## 7.7 LEVANTAMENTO DADOS FINANCEIROS – ADMINISTRATIVO

TABELA 5 – PREVISÃO DE CUSTOS - ADMINISTRATIVO

| <b>Descrição</b>                                                   | <b>Valor Total</b> |
|--------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Diária de recreacionista (camarim de pintura e escultura em balão) | R\$90,00           |
| Diária de limpeza                                                  | R\$120,00          |
| Diária de Garçom                                                   | R\$80,00           |
| Diária de Copeira                                                  | R\$100,00          |
| Diária de Segurança                                                | R\$100,00          |
| Contador (mensal)                                                  | R\$500,00          |

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

## **8 PLANO OPERACIONAL**

### **8.1 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL**

#### **8.1.1 LOCALIZAÇÃO**

Estrategicamente a empresa será localizada na cidade de Almirante Tamandaré preferencialmente na região central por se tratar de um local com demanda e carente de espaços de eventos.

#### **8.1.2 Instalações**

O imóvel a receber o espaço de eventos deverá obrigatoriamente conter:

- Área para distribuição de mesas, cadeiras e brinquedos com 210m<sup>2</sup>
- Copa com utensílios, bancadas, geladeira, micro-ondas freezer e forno elétrico.
- Depósito para estoque de segurança de materiais de limpeza, descartáveis e bebidas.
- Banheiros masculino e feminino, sendo um destes adaptado para PNE
- Fraldário
- Área verde
- Espaço para amamentação
- Estacionamento

#### **8.1.3 Logística**

A logística da empresa trabalhará sob demanda, providenciando os itens necessários conforme o calendário de eventos.

##### **8.1.3.5 Política de Compras**

As compras serão realizadas sob encomenda para doces e salgados conforme a solicitação do contratante da festa. Locação materiais como decoração e brinquedos também serão opção do cliente gerando assim a demanda para solicitarmos aos parceiros/fornecedores. Será dada preferência para fornecedores locais, trazendo mais segurança para a empresa considerando distância e prazos e principalmente valorizando a comunidade.

#### 8.1.3.6 Armazenamento e Distribuição

Materiais de limpeza, bebidas que não necessitem de armazenamento especial, descartáveis e outros materiais básicos contarão com estoque mínimo para atendimento a no mínimo três eventos, evitando assim a falta destes.

#### 8.1.3.7 Outros

Os materiais locados como brinquedos e decorações serão contratados preferencialmente com montagem, entrega e retirada por parte do fornecedor, evitando assim a necessidade da mão de obra para este fim.

### 8.1.4 Produção

#### 8.1.4.8 Capacidade de Atendimento

A capacidade máxima de atendimento será de 102 pessoas sentadas, considerando a previsão de distribuição do espaço conforme a FIGURA 10 é de 132 pessoas sentadas se o cliente optar por dispensar a área reservada para brinquedos, podendo assim adicionar 30 lugares distribuídos em cinco mesas, conforme FIGURA 11, totalizando capacidade para 132 pessoas sentadas.

FIGURA 10 – DISTRIBUIÇÃO DE MESAS 102 LUGARES



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)



FIGURA 11 – DISTRIBUIÇÃO DE MESAS 132 LUGARES



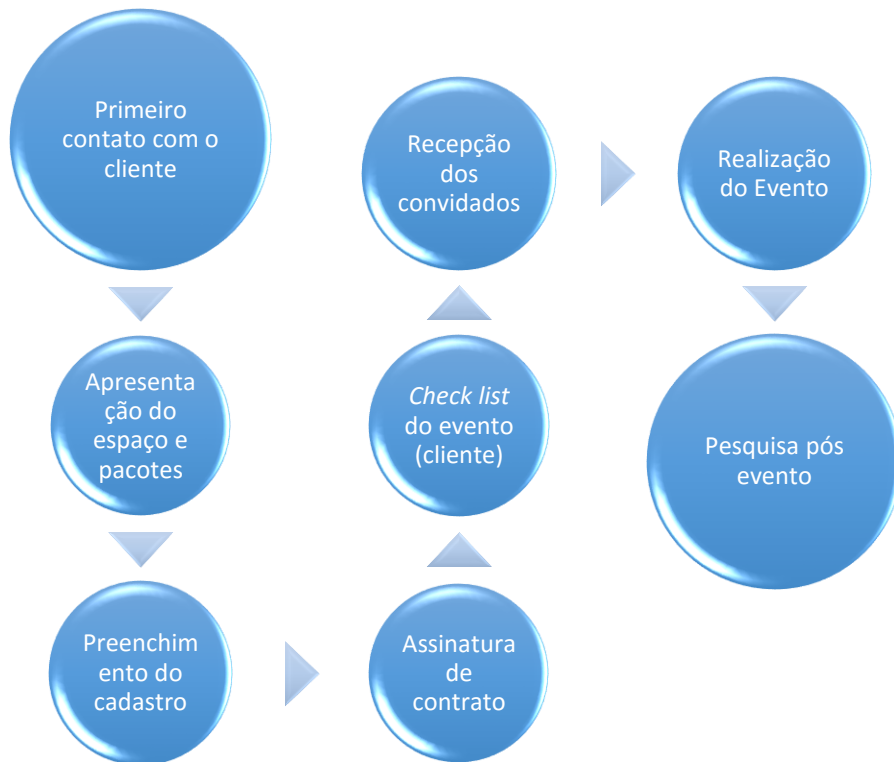
Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

#### 8.1.4.9 Processo de Serviço

O processo de serviço é o fluxo de tudo que acontece desde o primeiro contato com o cliente. Neste fluxo são considerados passos que não envolvem diretamente o cliente, como a contratação da copeira, por exemplo, porém, é um processo de extrema necessidade para a entrega do serviço contratado pelo cliente. Na FIGURA 12 é possível verificar o processo de serviço da Doces&Ventos.



FIGURA 13 - FLUXOGAMA DO CICLO DE SERVIÇO



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

#### 8.1.4.11 Indicadores de desempenho dos processos

Para ter um controle da qualidade das festas realizadas a Doces&Ventos utilizará do método PDCA, ou seja, após cada evento será feito uma pesquisa com os clientes e também os funcionários, buscando identificar problemas e possíveis falhas no processo, como por exemplo, demora na reposição, falhas em equipamentos. Após essa identificação o problema deverá ser resolvido para que não ocorra novamente na festa seguinte, mantendo o ciclo, visando sempre uma melhoria contínua.

FIGURA 14 – CICLO PDCA



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Esse processo iniciará com o planejamento da festa junto ao contratante, utilizando o *checklist* seguindo tudo que o que foi firmado no contrato e só será fechado após aprovação do cliente. Após a organização, a festa será realizada e ao final da festa uma pesquisa passará aos colaboradores e ao responsável pela contratação da festa para que seja dado um feedback. Caso nesse feedback tenha sido identificado falhas ou erros, as mesmas deverão ser corrigidas antes do início da próxima festa.

## 8.2 PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

### 8.2.1 Etapas de Implementação e Treinamento

Os profissionais selecionados deverão passar por um treinamento específico para cada função exercida, e também por um processo de integração com a empresa, onde a visão, missão e valores da Doces&Ventos deverá ser apresentado a todos, e com isso sempre proporcionar para os clientes o melhor atendimento e com muita seriedade.

O plano de implementação completo pode ser consultado no APÊNDICE 3 - MATRIZ 5W2H.

### 8.2.2 Análise de Riscos e Plano de Contingência

QUADRO 4 – CONTINGÊNCIA

| Risco                                           | Contingência                                                                                |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| Falta de Energia                                | Consultar desligamentos programados                                                         |
| Falta de Água                                   | Ter caixa d'água com capacidade alta                                                        |
| Acidentes                                       | Ter contrato com empresa de atendimento de urgência e emergência (Ecco-salva, Summus, vida) |
| Furtos e roubos                                 | Contratar seguro e seguranças                                                               |
| Falha na entrega dos fornecedores de alimentos  | Ter fornecedores emergenciais                                                               |
| Falha na entrega dos fornecedores de bebidas    | Ter contato com distribuidora de bebidas                                                    |
| Falha na entrega dos fornecedores de brinquedos | Ter fornecedores emergenciais                                                               |

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

### 8.3 LEVANTAMENTO DADOS FINANCEIROS – OPERACIONAL

TABELA 6 – PREVISÃO DE CUSTOS - OPERACIONAL

| <b>Descrição</b>                                    | <b>Valor Total</b> |
|-----------------------------------------------------|--------------------|
| Microcomputador                                     | R\$1500,00         |
| Sistema de gestão hábil – livre                     | -                  |
| Utensílios da copa                                  | R\$300,00          |
| Bebidas (2 festas x 100 pessoas x 500ml x R\$2,00L) | R\$200,00          |
| Produtos de limpeza                                 | R\$100,00          |
| Descartáveis (2 festas)                             | R\$130,00          |
| Televisor 50'                                       | R\$1500,00         |
| Geladeira <i>frostfree</i> 352L                     | R\$1700,00         |
| Freezer vertical 218l                               | R\$1500,00         |
| Microondas 30l                                      | R\$400,00          |
| Forno Elétrico 44l                                  | R\$450,00          |
| Som                                                 | R\$400,00          |
| Mensalidade telefone e internet com wifi            | R\$200,00          |

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

## 9 PLANO FINANCEIRO

Para compilação dos dados e a elaboração do plano financeiro foi utilizada a ferramenta Excel. Abaixo serão apresentadas algumas imagens da planilha, porém, para melhor visualização a planilha está disponível link <<https://goo.gl/ZWwgRc>>.

### 9.1 INVESTIMENTO CAPITAL PRÓPRIO

Cada um dos quatro sócios disponibilizou R\$11.250,00 de capital próprio para início das atividades da empresa, totalizando R\$45.000,00. O investimento inicial será de R\$ 20.680,00, com o restante sendo destinado ao caixa da empresa.

FIGURA 15 – NECESSIDADE DE INVESTIMENTO INICIAL

| Capital Social                   |                                                                     | R\$ 45.000,00     |                       |                      |  |
|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|----------------------|--|
| <b>Instalações</b>               |                                                                     |                   |                       |                      |  |
| <b>Data</b>                      | <b>Descrição</b>                                                    | <b>Quantidade</b> | <b>Valor Unitário</b> | <b>Total</b>         |  |
| 1 02/09/2017                     | Adequação do barracão de acordo com o projeto                       | 1                 | R\$ 9.000,00          | R\$ 9.000,00         |  |
|                                  |                                                                     |                   | <b>TOTAL</b>          | <b>R\$ 9.000,00</b>  |  |
| <b>Equipamentos</b>              |                                                                     |                   |                       |                      |  |
| <b>Data</b>                      | <b>Descrição</b>                                                    | <b>Quantidade</b> | <b>Valor Unitário</b> | <b>Total</b>         |  |
| 1 01/09/2017                     | Geladeira, forno elétrico, Microondas, freezer, computador, TV, Som | 1                 | R\$ 7.950,00          | R\$ 7.950,00         |  |
|                                  |                                                                     |                   | <b>TOTAL</b>          | <b>R\$ 7.950,00</b>  |  |
| <b>Móveis e Utensílios</b>       |                                                                     |                   |                       |                      |  |
| <b>Data</b>                      | <b>Descrição</b>                                                    | <b>Quantidade</b> | <b>Valor Unitário</b> | <b>Total</b>         |  |
| 1 01/09/2017                     | Mesas, cadeiras e utensílios de copa                                | 1                 | R\$ 3.000,00          | R\$ 3.000,00         |  |
|                                  |                                                                     |                   | <b>TOTAL</b>          | <b>R\$ 3.000,00</b>  |  |
| <b>Despesas Pré-Operacionais</b> |                                                                     |                   |                       |                      |  |
| <b>Data</b>                      | <b>Descrição</b>                                                    | <b>Quantidade</b> | <b>Valor Unitário</b> | <b>Total</b>         |  |
| 1 01/12/2017                     | Bebidas, Material Limpeza e descartáveis                            | 1                 | R\$ 730,00            | R\$ 730,00           |  |
|                                  |                                                                     |                   | <b>TOTAL</b>          | <b>R\$ 730,00</b>    |  |
| <b>TOTAL DOS INVESTIMENTOS</b>   |                                                                     |                   |                       | <b>R\$ 20.680,00</b> |  |

Fonte: Elaborado pelos autores

### 9.2 ALOCAÇÃO DE RECURSOS

Os recursos devem ser investidos de acordo com o planejamento estratégico da empresa, sabendo disso a Doces&Ventos fez a distribuição da seguinte maneira:

TABELA 7 – ALOCAÇÃO DE RECURSOS (RATEIO)

| <b>Produtos</b>                                   | <b>%</b>       |
|---------------------------------------------------|----------------|
| <i>Locação de espaço</i>                          | <b>3,74%</b>   |
| <i>Pacote Completo 30 pessoas</i>                 | <b>19,38%</b>  |
| <i>Pacote Completo 50 pessoas</i>                 | <b>20,05%</b>  |
| <i>Pacote Completo 70 pessoas</i>                 | <b>13,59%</b>  |
| <i>Pacote Completo 100 pessoas</i>                | <b>18,94%</b>  |
| <i>Pacote Completo 130 pessoas sem brinquedos</i> | <b>24,30%</b>  |
|                                                   | <b>100,00%</b> |

Fonte: Elaborado pelos autores

### 9.3 DESPESAS

A projeção de despesas da empresa foi feita para cinco anos, sendo o primeiro ano, mês a mês e os demais com resultados anuais. A inflação não está registrada nas projeções de custos e despesas assim como não foi projetada nas receitas. A FIGURA 16, abaixo, apresenta as despesas do primeiro semestre de funcionamento.

FIGURA 16 – DESPESAS DE JULHO A DEZEMBRO.

| DESPESAS                                                 |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |
|----------------------------------------------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| <i>Despesas</i>                                          |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |
| Descrição                                                | jul-2018 |           | ago-2018 |           | set-2018 |           | out-2018 |           | nov-2018 |           | dez-2018 |           |
| <b>A Despesas de Produção</b>                            | R\$      | 9.586,45  | R\$      | 9.586,45  | R\$      | 9.586,45  | R\$      | 9.586,45  | R\$      | 9.586,45  | R\$      | 9.586,45  |
| A1 Pessoal da Produção c/ Encargos                       | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         |
| A2 Insumos                                               | R\$      | 9.586,45  | R\$      | 9.586,45  | R\$      | 9.586,45  | R\$      | 9.586,45  | R\$      | 9.586,45  | R\$      | 9.586,45  |
| A3 Fretes                                                | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         |
| A4 Embalagens                                            | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         |
| <b>B Despesas Administrativas</b>                        | R\$      | 5.536,50  | R\$      | 5.536,50  | R\$      | 5.536,50  | R\$      | 5.536,50  | R\$      | 5.536,50  | R\$      | 5.536,50  |
| B1 Água, Luz e Telefone                                  | R\$      | 600,00    | R\$      | 600,00    | R\$      | 600,00    | R\$      | 600,00    | R\$      | 600,00    | R\$      | 600,00    |
| B2 Aluguéis, Condomínios e IPTU                          | R\$      | 1.500,00  | R\$      | 1.500,00  | R\$      | 1.500,00  | R\$      | 1.500,00  | R\$      | 1.500,00  | R\$      | 1.500,00  |
| B3 Marketing & Publicidade                               | R\$      | 400,00    | R\$      | 400,00    | R\$      | 400,00    | R\$      | 400,00    | R\$      | 400,00    | R\$      | 400,00    |
| B4 Internet                                              | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         |
| B5 Material de Escritório                                | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         |
| B6 Treinamentos e Viagens                                | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         |
| B7 Manutenção & Conservação                              | R\$      | 1.000,00  | R\$      | 1.000,00  | R\$      | 1.000,00  | R\$      | 1.000,00  | R\$      | 1.000,00  | R\$      | 1.000,00  |
| B8 Depreciação                                           | R\$      | 166,25    | R\$      | 166,25    | R\$      | 166,25    | R\$      | 166,25    | R\$      | 166,25    | R\$      | 166,25    |
| B9 Seguros                                               | R\$      | 200,00    | R\$      | 200,00    | R\$      | 200,00    | R\$      | 200,00    | R\$      | 200,00    | R\$      | 200,00    |
| B10 Pessoal da Administração & Terceirização c/ Encargos | R\$      | 500,00    | R\$      | 500,00    | R\$      | 500,00    | R\$      | 500,00    | R\$      | 500,00    | R\$      | 500,00    |
| B11 Vale Transporte                                      | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         |
| B12 Vale Refeição                                        | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         |
| <b>C Impostos</b>                                        | R\$      | 1.170,25  | R\$      | 1.170,25  | R\$      | 1.170,25  | R\$      | 1.170,25  | R\$      | 1.170,25  | R\$      | 1.170,25  |
| <b>D Retirada dos sócios</b>                             | R\$      | 2.000,00  | R\$      | 2.000,00  | R\$      | 2.000,00  | R\$      | 2.000,00  | R\$      | 2.000,00  | R\$      | 2.000,00  |
| D1 Prólabore                                             | R\$      | 2.000,00  | R\$      | 2.000,00  | R\$      | 2.000,00  | R\$      | 2.000,00  | R\$      | 2.000,00  | R\$      | 2.000,00  |
| <b>DESPESAS TOTAIS</b>                                   | R\$      | 17.122,95 | R\$      | 17.122,95 | R\$      | 17.122,95 | R\$      | 17.122,95 | R\$      | 17.122,95 | R\$      | 17.122,95 |
|                                                          |          | jul'18    |          | ago'18    |          | set'18    |          | out'18    |          | nov'18    |          | dez'18    |

Fonte: Elaborado pelos autores

A seguir, na Figura 17 são apresentados dados do segundo semestre de operação da empresa.



FIGURA 17 – DESPESAS DE JANEIRO A JUNHO.

| <b>Despesas</b>                                          |               |               |               |               |               |               |               |               |
|----------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Descrição                                                | jan-2019      | fev-2019      | mar-2019      | abr-2019      | mai-2019      | jun-2019      |               |               |
| <b>A Despesas de Produção</b>                            | R\$ 9.586,45  | R\$ 9.586,45  | R\$ 9.586,45  | R\$ 9.586,45  | R\$ 9.586,45  | R\$ 9.586,45  | R\$ 9.586,45  | R\$ 9.586,45  |
| A1 Pessoal da Produção c/ Encargos                       | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         |
| A2 Insumos                                               | R\$ 9.586,45  | R\$ 9.586,45  | R\$ 9.586,45  | R\$ 9.586,45  | R\$ 9.586,45  | R\$ 9.586,45  | R\$ 9.586,45  | R\$ 9.586,45  |
| A3 Fretes                                                | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         |
| A4 Embalagens                                            | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         |
| <b>B Despesas Administrativas</b>                        | R\$ 5.536,50  | R\$ 5.536,50  | R\$ 5.536,50  | R\$ 5.536,50  | R\$ 5.536,50  | R\$ 5.536,50  | R\$ 5.536,50  | R\$ 5.536,50  |
| B1 Água, Luz e Telefone                                  | R\$ 600,00    | R\$ 600,00    | R\$ 600,00    | R\$ 600,00    | R\$ 600,00    | R\$ 600,00    | R\$ 600,00    | R\$ 600,00    |
| B2 Aluguéis, Condomínios e IPTU                          | R\$ 1.500,00  | R\$ 1.500,00  | R\$ 1.500,00  | R\$ 1.500,00  | R\$ 1.500,00  | R\$ 1.500,00  | R\$ 1.500,00  | R\$ 1.500,00  |
| B3 Marketing & Publicidade                               | R\$ 400,00    | R\$ 400,00    | R\$ 400,00    | R\$ 400,00    | R\$ 400,00    | R\$ 400,00    | R\$ 400,00    | R\$ 400,00    |
| B4 Internet                                              | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         |
| B5 Material de Escritório                                | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         |
| B6 Treinamentos e Viagens                                | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         |
| B7 Manutenção & Conservação                              | R\$ 1.000,00  | R\$ 1.000,00  | R\$ 1.000,00  | R\$ 1.000,00  | R\$ 1.000,00  | R\$ 1.000,00  | R\$ 1.000,00  | R\$ 1.000,00  |
| B8 Depreciação                                           | R\$ 166,25    | R\$ 166,25    | R\$ 166,25    | R\$ 166,25    | R\$ 166,25    | R\$ 166,25    | R\$ 166,25    | R\$ 166,25    |
| B9 Seguros                                               | R\$ 200,00    | R\$ 200,00    | R\$ 200,00    | R\$ 200,00    | R\$ 200,00    | R\$ 200,00    | R\$ 200,00    | R\$ 200,00    |
| B10 Pessoal da Administração & Terceirização c/ Encargos | R\$ 500,00    | R\$ 500,00    | R\$ 500,00    | R\$ 500,00    | R\$ 500,00    | R\$ 500,00    | R\$ 500,00    | R\$ 500,00    |
| B11 Vale Transporte                                      | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         |
| B12 Vale Refeição                                        | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         | R\$ -         |
| <b>C Impostos</b>                                        | R\$ 1.170,25  | R\$ 1.170,25  | R\$ 1.170,25  | R\$ 1.170,25  | R\$ 1.170,25  | R\$ 1.170,25  | R\$ 1.170,25  | R\$ 1.170,25  |
| <b>D Retirada dos sócios</b>                             | R\$ 2.000,00  | R\$ 2.000,00  | R\$ 2.000,00  | R\$ 2.000,00  | R\$ 2.000,00  | R\$ 2.000,00  | R\$ 2.000,00  | R\$ 2.000,00  |
| D1 Prólabore                                             | R\$ 2.000,00  | R\$ 2.000,00  | R\$ 2.000,00  | R\$ 2.000,00  | R\$ 2.000,00  | R\$ 2.000,00  | R\$ 2.000,00  | R\$ 2.000,00  |
| <b>DESPESAS TOTAIS</b>                                   | R\$ 17.122,95 | R\$ 17.122,95 | R\$ 17.122,95 | R\$ 17.122,95 | R\$ 17.122,95 | R\$ 17.122,95 | R\$ 17.122,95 | R\$ 17.122,95 |
|                                                          | jan/19        | fev/19        | mar/19        | abr/19        | mai/19        | jun/19        |               |               |

Fonte: Elaborado pelos autores

Na FIGURA 18 é possível verificar as despesas anuais projetadas até o ano cinco.

FIGURA 18 – PROJEÇÃO DE DESPESAS PARA 5 ANOS

| <b>Despesas</b>                                          |                |                |                |                |                |                |     |              |
|----------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----|--------------|
| Descrição                                                | TOTAL ANO I    | TOTAL ANO II   | TOTAL ANO III  | TOTAL ANO IV   | TOTAL ANO V    | TOTAL          |     |              |
| <b>A Despesas de Produção</b>                            | R\$ 115.037,40 | R\$ 115.037,40 | R\$ 115.037,40 | R\$ 115.037,40 | R\$ 115.037,40 | R\$ 575.187,00 | R\$ | R\$          |
| A1 Pessoal da Produção c/ Encargos                       | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | -              | R\$ | -            |
| A2 Insumos                                               | R\$ 115.037,40 | R\$ 115.037,40 | R\$ 115.037,40 | R\$ 115.037,40 | R\$ 115.037,40 | 575.187,00     | R\$ | 575.187,00   |
| A3 Fretes                                                | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | -              | R\$ | -            |
| A4 Embalagens                                            | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | -              | R\$ | -            |
| <b>B Despesas Administrativas</b>                        | R\$ 66.438,02  | R\$ 66.438,02  | R\$ 66.438,02  | R\$ 66.438,02  | R\$ 66.438,02  | 332.190,11     | R\$ | 332.190,11   |
| B1 Água, Luz e Telefone                                  | R\$ 7.200,00   | R\$ 7.200,00   | R\$ 7.200,00   | R\$ 7.200,00   | R\$ 7.200,00   | 36.000,00      | R\$ | 36.000,00    |
| B2 Aluguéis, Condomínios e IPTU                          | R\$ 18.000,00  | R\$ 18.000,00  | R\$ 18.000,00  | R\$ 18.000,00  | R\$ 18.000,00  | 90.000,00      | R\$ | 90.000,00    |
| B3 Marketing & Publicidade                               | R\$ 4.800,00   | R\$ 4.800,00   | R\$ 4.800,00   | R\$ 4.800,00   | R\$ 4.800,00   | 24.000,00      | R\$ | 24.000,00    |
| B4 Internet                                              | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | -              | R\$ | -            |
| B5 Material de Escritório                                | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | -              | R\$ | -            |
| B6 Treinamentos e Viagens                                | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | -              | R\$ | -            |
| B7 Manutenção & Conservação                              | R\$ 12.000,00  | R\$ 12.000,00  | R\$ 12.000,00  | R\$ 12.000,00  | R\$ 12.000,00  | 60.000,00      | R\$ | 60.000,00    |
| B8 Depreciação                                           | R\$ 1.995,00   | R\$ 1.995,00   | R\$ 1.995,00   | R\$ 1.995,00   | R\$ 1.995,00   | 9.975,00       | R\$ | 9.975,00     |
| B9 Seguros                                               | R\$ 2.400,00   | R\$ 2.400,00   | R\$ 2.400,00   | R\$ 2.400,00   | R\$ 2.400,00   | 12.000,00      | R\$ | 12.000,00    |
| B10 Pessoal da Administração & Terceirização c/ Encargos | R\$ 6.000,00   | R\$ 6.000,00   | R\$ 6.000,00   | R\$ 6.000,00   | R\$ 6.000,00   | 30.000,00      | R\$ | 30.000,00    |
| B11 Vale Transporte                                      | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | -              | R\$ | -            |
| B12 Vale Refeição                                        | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | R\$ -          | -              | R\$ | -            |
| <b>C Impostos</b>                                        | R\$ 14.043,02  | R\$ 14.043,02  | R\$ 14.043,02  | R\$ 14.043,02  | R\$ 14.043,02  | 70.215,11      | R\$ | 70.215,11    |
| <b>D Retirada dos sócios</b>                             | R\$ 24.000,00  | R\$ 24.000,00  | R\$ 24.000,00  | R\$ 24.000,00  | R\$ 24.000,00  | 120.000,00     | R\$ | 120.000,00   |
| D1 Prólabore                                             | R\$ 24.000,00  | R\$ 24.000,00  | R\$ 24.000,00  | R\$ 24.000,00  | R\$ 24.000,00  | 120.000,00     | R\$ | 120.000,00   |
| <b>DESPESAS TOTAIS</b>                                   | R\$ 205.475,42 | R\$ 205.475,42 | R\$ 205.475,42 | R\$ 205.475,42 | R\$ 205.475,42 | 1.027.377,11   | R\$ | 1.027.377,11 |
|                                                          | TOTAL ANO I    | TOTAL ANO II   | TOTAL ANO III  | TOTAL ANO IV   | TOTAL ANO V    | TOTAL          |     |              |

Fonte: Elaborado pelos autores

## 9.4 CUSTOS

A FIGURA 19, abaixo, demonstra o custo previsto para o primeiro ano, mês a mês.

FIGURA 19 – CUSTOS MENSAIS DO ANO 1

| <b>Compras e Insumos</b>                       |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
|------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Descrição                                      | jul-2018 |          | ago-2018 |          | set-2018 |          | out-2018 |          | nov-2018 |          | dez-2018 |          |
| <b>1 Compras/Insumos</b>                       | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 |
| 1.1 Locação de espaço                          | R\$      | 236,66   | R\$      | 236,66   | R\$      | 236,66   | R\$      | 236,66   | R\$      | 236,66   | R\$      | 236,66   |
| 1.2 Pacote Completo 30 pessoas                 | R\$      | 1.717,32 | R\$      | 1.717,32 | R\$      | 1.717,32 | R\$      | 1.717,32 | R\$      | 1.717,32 | R\$      | 1.717,32 |
| 1.3 Pacote Completo 50 pessoas                 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 |
| 1.4 Pacote Completo 70 pessoas                 | R\$      | 1.335,68 | R\$      | 1.335,68 | R\$      | 1.335,68 | R\$      | 1.335,68 | R\$      | 1.335,68 | R\$      | 1.335,68 |
| 1.5 Pacote Completo 100 pessoas                | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 |
| 1.6 Pacote Completo 130 pessoas sem brinquedos | R\$      | 2.480,55 | R\$      | 2.480,55 | R\$      | 2.480,55 | R\$      | 2.480,55 | R\$      | 2.480,55 | R\$      | 2.480,55 |
| <b>2 Fretes</b>                                | R\$      | -        | R\$      | -        | R\$      | -        | R\$      | -        | R\$      | -        | R\$      | -        |
| <b>3 Embalagens</b>                            | R\$      | -        | R\$      | -        | R\$      | -        | R\$      | -        | R\$      | -        | R\$      | -        |
| <b>TOTAL</b>                                   | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 |
| Descrição                                      | jan-2019 |          | fev-2019 |          | mar-2019 |          | abr-2019 |          | mai-2019 |          | jun-2019 |          |
| <b>1 Compras/Insumos</b>                       | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 |
| 1.1 Locação de espaço                          | R\$      | 236,66   | R\$      | 236,66   | R\$      | 236,66   | R\$      | 236,66   | R\$      | 236,66   | R\$      | 236,66   |
| 1.2 Pacote Completo 30 pessoas                 | R\$      | 1.717,32 | R\$      | 1.717,32 | R\$      | 1.717,32 | R\$      | 1.717,32 | R\$      | 1.717,32 | R\$      | 1.717,32 |
| 1.3 Pacote Completo 50 pessoas                 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 |
| 1.4 Pacote Completo 70 pessoas                 | R\$      | 1.335,68 | R\$      | 1.335,68 | R\$      | 1.335,68 | R\$      | 1.335,68 | R\$      | 1.335,68 | R\$      | 1.335,68 |
| 1.5 Pacote Completo 100 pessoas                | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 | R\$      | 1.908,12 |
| 1.6 Pacote Completo 130 pessoas sem brinquedos | R\$      | 2.480,55 | R\$      | 2.480,55 | R\$      | 2.480,55 | R\$      | 2.480,55 | R\$      | 2.480,55 | R\$      | 2.480,55 |
| <b>2 Fretes</b>                                | R\$      | -        | R\$      | -        | R\$      | -        | R\$      | -        | R\$      | -        | R\$      | -        |
| <b>3 Embalagens</b>                            | R\$      | -        | R\$      | -        | R\$      | -        | R\$      | -        | R\$      | -        | R\$      | -        |
| <b>TOTAL</b>                                   | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 | R\$      | 9.586,45 |

Fonte: Elaborado pelos autores

Abaixo, na FIGURA 20, pode-se verificar o custo anual previsto para um período de cinco anos.

FIGURA 20 – CUSTOS PARA 5 ANOS.

| <b>Compras e Insumos</b>                       |             |            |              |            |               |            |              |            |             |            |       |            |
|------------------------------------------------|-------------|------------|--------------|------------|---------------|------------|--------------|------------|-------------|------------|-------|------------|
| Descrição                                      | TOTAL ANO I |            | TOTAL ANO II |            | TOTAL ANO III |            | TOTAL ANO IV |            | TOTAL ANO V |            | TOTAL |            |
| <b>1 Compras/Insumos</b>                       | R\$         | 115.037,40 | R\$          | 115.037,40 | R\$           | 115.037,40 | R\$          | 115.037,40 | R\$         | 115.037,40 | R\$   | 575.187,00 |
| 1.1 Locação de espaço                          | R\$         | 2.839,92   | R\$          | 2.839,92   | R\$           | 2.839,92   | R\$          | 2.839,92   | R\$         | 2.839,92   | R\$   | 14.199,60  |
| 1.2 Pacote Completo 30 pessoas                 | R\$         | 20.607,84  | R\$          | 20.607,84  | R\$           | 20.607,84  | R\$          | 20.607,84  | R\$         | 20.607,84  | R\$   | 103.039,20 |
| 1.3 Pacote Completo 50 pessoas                 | R\$         | 22.897,44  | R\$          | 22.897,44  | R\$           | 22.897,44  | R\$          | 22.897,44  | R\$         | 22.897,44  | R\$   | 114.487,20 |
| 1.4 Pacote Completo 70 pessoas                 | R\$         | 16.028,16  | R\$          | 16.028,16  | R\$           | 16.028,16  | R\$          | 16.028,16  | R\$         | 16.028,16  | R\$   | 80.140,80  |
| 1.5 Pacote Completo 100 pessoas                | R\$         | 22.897,44  | R\$          | 22.897,44  | R\$           | 22.897,44  | R\$          | 22.897,44  | R\$         | 22.897,44  | R\$   | 114.487,20 |
| 1.6 Pacote Completo 130 pessoas sem brinquedos | R\$         | 29.766,60  | R\$          | 29.766,60  | R\$           | 29.766,60  | R\$          | 29.766,60  | R\$         | 29.766,60  | R\$   | 148.833,00 |
| <b>2 Fretes</b>                                | R\$         | -          | R\$          | -          | R\$           | -          | R\$          | -          | R\$         | -          | R\$   | -          |
| <b>3 Embalagens</b>                            | R\$         | -          | R\$          | -          | R\$           | -          | R\$          | -          | R\$         | -          | R\$   | -          |
| <b>TOTAL</b>                                   | R\$         | 115.037,40 | R\$          | 115.037,40 | R\$           | 115.037,40 | R\$          | 115.037,40 | R\$         | 115.037,40 | R\$   | 575.187,00 |

Fonte: Elaborado pelos autores

## 9.5 RECEITAS

A receita da empresa está prevista em R\$ 21.394,00 mensais, conforme FIGURA 21.

FIGURA 21 – RECEITAS MÊS A MÊS PARA O ANO 1

| Receitas                      |                                            |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |
|-------------------------------|--------------------------------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| Descrição                     |                                            | jul-2018 |           | ago-2018 |           | set-2018 |           | out-2018 |           | nov-2018 |           | dez-2018 |           |
| A VENDAS (faturamento)        |                                            | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 |
| <b>A1 Produtos e Serviços</b> |                                            |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |
| A1.1                          | Locação de espaço                          | R\$      | 800,00    | R\$      | 800,00    | R\$      | 800,00    | R\$      | 800,00    | R\$      | 800,00    | R\$      | 800,00    |
| A1.2                          | Pacote Completo 30 pessoas                 | R\$      | 4.146,00  | R\$      | 4.146,00  | R\$      | 4.146,00  | R\$      | 4.146,00  | R\$      | 4.146,00  | R\$      | 4.146,00  |
| A1.3                          | Pacote Completo 50 pessoas                 | R\$      | 4.290,00  | R\$      | 4.290,00  | R\$      | 4.290,00  | R\$      | 4.290,00  | R\$      | 4.290,00  | R\$      | 4.290,00  |
| A1.4                          | Pacote Completo 70 pessoas                 | R\$      | 2.908,00  | R\$      | 2.908,00  | R\$      | 2.908,00  | R\$      | 2.908,00  | R\$      | 2.908,00  | R\$      | 2.908,00  |
| A1.5                          | Pacote Completo 100 pessoas                | R\$      | 4.052,00  | R\$      | 4.052,00  | R\$      | 4.052,00  | R\$      | 4.052,00  | R\$      | 4.052,00  | R\$      | 4.052,00  |
| A1.6                          | Pacote Completo 130 pessoas sem brinquedos | R\$      | 5.198,00  | R\$      | 5.198,00  | R\$      | 5.198,00  | R\$      | 5.198,00  | R\$      | 5.198,00  | R\$      | 5.198,00  |
| <b>B RECEBIMENTOS</b>         |                                            |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |
| Vendas à vista                |                                            | R\$      | 8.557,60  | R\$      | 14.975,80 | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 |
| <b>B1 Produtos e Serviços</b> |                                            |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |
| À vista                       |                                            | 30 dias  | 60 dias   | 90 dias  |           |          |           |          |           |          |           |          |           |
| B1.1                          | Locação de espaço                          | 40,0%    | 30,0%     | 30,0%    | 0,0%      | R\$      | 320,00    | R\$      | 560,00    | R\$      | 800,00    | R\$      | 800,00    |
| B1.2                          | Pacote Completo 30 pessoas                 | 40,0%    | 30,0%     | 30,0%    | 0,0%      | R\$      | 1.658,40  | R\$      | 2.902,20  | R\$      | 4.146,00  | R\$      | 4.146,00  |
| B1.3                          | Pacote Completo 50 pessoas                 | 40,0%    | 30,0%     | 30,0%    | 0,0%      | R\$      | 1.716,00  | R\$      | 3.003,00  | R\$      | 4.290,00  | R\$      | 4.290,00  |
| B1.4                          | Pacote Completo 70 pessoas                 | 40,0%    | 30,0%     | 30,0%    | 0,0%      | R\$      | 1.163,20  | R\$      | 2.035,60  | R\$      | 2.908,00  | R\$      | 2.908,00  |
| B1.5                          | Pacote Completo 100 pessoas                | 40,0%    | 30,0%     | 30,0%    | 0,0%      | R\$      | 1.620,80  | R\$      | 2.836,40  | R\$      | 4.052,00  | R\$      | 4.052,00  |
| B1.6                          | Pacote Completo 130 pessoas sem br         | 40,0%    | 30,0%     | 30,0%    | 0,0%      | R\$      | 2.079,20  | R\$      | 3.638,60  | R\$      | 5.198,00  | R\$      | 5.198,00  |
| 3 Receitas Financeiras        |                                            | R\$      | 111,60    | R\$      | 91,80     | R\$      | 89,63     | R\$      | 105,17    | R\$      | 120,77    | R\$      | 136,43    |
| 4 Outras Receitas             |                                            | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         |
| 5 Comissão sobre Vendas       |                                            | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         |
| Vendas à prazo                |                                            | \$       | 12.836,40 | \$       | 6.418,20  | \$       | -         | \$       | -         | \$       | -         | \$       | -         |
| <b>Receitas para 2019</b>     |                                            |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |
| Descrição                     |                                            | jan-2019 |           | fev-2019 |           | mar-2019 |           | abr-2019 |           | mai-2019 |           | jun-2019 |           |
| A VENDAS (faturamento)        |                                            | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 |
| <b>A1 Produtos e Serviços</b> |                                            |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |
| A1.1                          | Locação de espaço                          | R\$      | 800,00    | R\$      | 800,00    | R\$      | 800,00    | R\$      | 800,00    | R\$      | 800,00    | R\$      | 800,00    |
| A1.2                          | Pacote Completo 30 pessoas                 | R\$      | 4.146,00  | R\$      | 4.146,00  | R\$      | 4.146,00  | R\$      | 4.146,00  | R\$      | 4.146,00  | R\$      | 4.146,00  |
| A1.3                          | Pacote Completo 50 pessoas                 | R\$      | 4.290,00  | R\$      | 4.290,00  | R\$      | 4.290,00  | R\$      | 4.290,00  | R\$      | 4.290,00  | R\$      | 4.290,00  |
| A1.4                          | Pacote Completo 70 pessoas                 | R\$      | 2.908,00  | R\$      | 2.908,00  | R\$      | 2.908,00  | R\$      | 2.908,00  | R\$      | 2.908,00  | R\$      | 2.908,00  |
| A1.5                          | Pacote Completo 100 pessoas                | R\$      | 4.052,00  | R\$      | 4.052,00  | R\$      | 4.052,00  | R\$      | 4.052,00  | R\$      | 4.052,00  | R\$      | 4.052,00  |
| A1.6                          | Pacote Completo 130 pessoas sem brinquedos | R\$      | 5.198,00  | R\$      | 5.198,00  | R\$      | 5.198,00  | R\$      | 5.198,00  | R\$      | 5.198,00  | R\$      | 5.198,00  |
| <b>B RECEBIMENTOS</b>         |                                            |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |
| Vendas à vista                |                                            | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 | R\$      | 21.394,00 |
| <b>B1 Produtos e Serviços</b> |                                            |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |          |           |
| À vista                       |                                            | 30 dias  | 60 dias   | 90 dias  |           |          |           |          |           |          |           |          |           |
| B1.1                          | Locação de espaço                          | 40,0%    | 30,0%     | 30,0%    | 0,0%      | R\$      | 800,00    | R\$      | 800,00    | R\$      | 800,00    | R\$      | 800,00    |
| B1.2                          | Pacote Completo 30 pessoas                 | 40,0%    | 30,0%     | 30,0%    | 0,0%      | R\$      | 4.146,00  | R\$      | 4.146,00  | R\$      | 4.146,00  | R\$      | 4.146,00  |
| B1.3                          | Pacote Completo 50 pessoas                 | 40,0%    | 30,0%     | 30,0%    | 0,0%      | R\$      | 4.290,00  | R\$      | 4.290,00  | R\$      | 4.290,00  | R\$      | 4.290,00  |
| B1.4                          | Pacote Completo 70 pessoas                 | 40,0%    | 30,0%     | 30,0%    | 0,0%      | R\$      | 2.908,00  | R\$      | 2.908,00  | R\$      | 2.908,00  | R\$      | 2.908,00  |
| B1.5                          | Pacote Completo 100 pessoas                | 40,0%    | 30,0%     | 30,0%    | 0,0%      | R\$      | 4.052,00  | R\$      | 4.052,00  | R\$      | 4.052,00  | R\$      | 4.052,00  |
| B1.6                          | Pacote Completo 130 pessoas sem br         | 40,0%    | 30,0%     | 30,0%    | 0,0%      | R\$      | 5.198,00  | R\$      | 5.198,00  | R\$      | 5.198,00  | R\$      | 5.198,00  |
| 3 Receitas Financeiras        |                                            | R\$      | 152,16    | R\$      | 167,96    | R\$      | 183,83    | R\$      | 199,76    | R\$      | 215,76    | R\$      | 231,83    |
| 4 Outras Receitas             |                                            | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         |
| 5 Comissão sobre Vendas       |                                            | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         | R\$      | -         |
| Vendas à prazo                |                                            | \$       | -         | \$       | -         | \$       | -         | \$       | -         | \$       | -         | \$       | -         |

Fonte: Elaborado pelos autores

A FIGURA 22, abaixo, apresenta a receita projetada para cinco anos.

FIGURA 22 – RECEITAS PARA CINCO ANOS

| Receitas                      |                                            |             |            |              |            |               |            |              |            |             |            |       |              |
|-------------------------------|--------------------------------------------|-------------|------------|--------------|------------|---------------|------------|--------------|------------|-------------|------------|-------|--------------|
| Descrição                     |                                            | TOTAL ANO I |            | TOTAL ANO II |            | TOTAL ANO III |            | TOTAL ANO IV |            | TOTAL ANO V |            | TOTAL |              |
| A VENDAS (faturamento)        |                                            | R\$         | 256.728,00 | R\$          | 256.728,00 | R\$           | 256.728,00 | R\$          | 256.728,00 | R\$         | 256.728,00 | R\$   | 1.283.640,00 |
| <b>A1 Produtos e Serviços</b> |                                            |             |            |              |            |               |            |              |            |             |            |       |              |
| A1.1                          | Locação de espaço                          | R\$         | 9.600,00   | R\$          | 9.600,00   | R\$           | 9.600,00   | R\$          | 9.600,00   | R\$         | 9.600,00   | R\$   | 48.000,00    |
| A1.2                          | Pacote Completo 30 pessoas                 | R\$         | 49.752,00  | R\$          | 49.752,00  | R\$           | 49.752,00  | R\$          | 49.752,00  | R\$         | 49.752,00  | R\$   | 248.760,00   |
| A1.3                          | Pacote Completo 50 pessoas                 | R\$         | 51.480,00  | R\$          | 51.480,00  | R\$           | 51.480,00  | R\$          | 51.480,00  | R\$         | 51.480,00  | R\$   | 257.400,00   |
| A1.4                          | Pacote Completo 70 pessoas                 | R\$         | 34.896,00  | R\$          | 34.896,00  | R\$           | 34.896,00  | R\$          | 34.896,00  | R\$         | 34.896,00  | R\$   | 174.480,00   |
| A1.5                          | Pacote Completo 100 pessoas                | R\$         | 48.624,00  | R\$          | 48.624,00  | R\$           | 48.624,00  | R\$          | 48.624,00  | R\$         | 48.624,00  | R\$   | 243.120,00   |
| A1.6                          | Pacote Completo 130 pessoas sem brinquedos | R\$         | 62.376,00  | R\$          | 62.376,00  | R\$           | 62.376,00  | R\$          | 62.376,00  | R\$         | 62.376,00  | R\$   | 311.880,00   |
| <b>B RECEBIMENTOS</b>         |                                            |             |            |              |            |               |            |              |            |             |            |       |              |
| Vendas à vista                |                                            | R\$         | 237.473,40 | R\$          | 235.334,00 | R\$           | 235.334,00 | R\$          | 235.334,00 | R\$         | 235.334,00 | R\$   | 1.178.809,40 |
| <b>B1 Produtos e Serviços</b> |                                            |             |            |              |            |               |            |              |            |             |            |       |              |
| À vista                       |                                            | 30 dias     | 60 dias    | 90 dias      |            |               |            |              |            |             |            |       |              |
| B1.1                          | Locação de espaço                          | 40,0%       | 30,0%      | 30,0%        | 0,0%       | R\$           | 8.890,00   | R\$          | 8.800,00   | R\$         | 8.800,00   | R\$   | 44.080,00    |
| B1.2                          | Pacote Completo 30 pessoas                 | 40,0%       | 30,0%      | 30,0%        | 0,0%       | R\$           | 48.020,60  | R\$          | 45.608,00  | R\$         | 45.608,00  | R\$   | 228.444,60   |
| B1.3                          | Pacote Completo 50 pessoas                 | 40,0%       | 30,0%      | 30,0%        | 0,0%       | R\$           | 47.619,00  | R\$          | 47.190,00  | R\$         | 47.190,00  | R\$   | 236.379,00   |
| B1.4                          | Pacote Completo 70 pessoas                 | 40,0%       | 30,0%      | 30,0%        | 0,0%       | R\$           | 32.278,80  | R\$          | 31.988,00  | R\$         | 31.988,00  | R\$   | 160.230,80   |
| B1.5                          | Pacote Completo 100 pessoas                | 40,0%       | 30,0%      | 30,0%        | 0,0%       | R\$           | 44.977,20  | R\$          | 44.572,00  | R\$         | 44.572,00  | R\$   | 223.285,20   |
| B1.6                          | Pacote Completo 130 pessoas sem br         | 40,0%       | 30,0%      | 30,0%        | 0,0%       | R\$           | 57.697,80  | R\$          | 57.178,00  | R\$         | 57.178,00  | R\$   | 286.409,80   |
| 3 Receitas Financeiras        |                                            | R\$         | 1.806,71   | R\$          | 5.021,07   | R\$           | 6.635,77   | R\$          | 7.907,02   | R\$         | 9.244,91   | R\$   | 30.615,49    |
| 4 Outras Receitas             |                                            | R\$         | -          | R\$          | -          | R\$           | -          | R\$          | -          | R\$         | -          | R\$   | -            |
| 5 Comissão sobre Vendas       |                                            | R\$         | -          | R\$          | -          | R\$           | -          | R\$          | -          | R\$         | -          | R\$   | -            |
| Vendas à prazo                |                                            | \$          | 19.254,60  | \$           | 21.394,00  | \$            | 21.394,00  | \$           | 21.394,00  | \$          | 21.394,00  | \$    | 104.830,60   |

Fonte: Elaborado pelos autores

## 9.6 BALANÇO PATRIMONIAL PROJETADO

O balanço patrimonial analisa a situação da empresa perante seus bens, direitos e obrigações com terceiros. Na FIGURA 23 encontra-se o balanço patrimonial para cinco anos.

FIGURA 23 – BALANÇO PATRIMONIAL

| <b>Balanço Patrimonial</b> |                                             | Exercício Findo em: |     | jun-2018  | jun-2019          | jun-2020  | jun-2021          | jun-2022  | jun-2023          |            |                   |            |                   |
|----------------------------|---------------------------------------------|---------------------|-----|-----------|-------------------|-----------|-------------------|-----------|-------------------|------------|-------------------|------------|-------------------|
| <b>1</b>                   | <b>ATIVO</b>                                |                     |     |           |                   |           |                   |           |                   |            |                   |            |                   |
| 1.1                        | Ativo Circulante                            |                     |     |           |                   |           |                   |           |                   |            |                   |            |                   |
| 1.1.1                      | Caixa e Bancos                              | -                   | R\$ | 63.152,49 | R\$               | 73.763,29 | R\$               | 94.374,39 | R\$               | 116.066,05 | R\$               | 138.894,92 |                   |
| 1.1.2                      | Duplicatas a Receber                        | \$                  | -   | R\$       | 19.254,60         | R\$       | 21.394,00         | R\$       | 21.394,00         | R\$        | 21.394,00         |            |                   |
| 1.1.3                      | Estoque                                     | \$                  | -   | R\$       | -                 | R\$       | -                 | R\$       | -                 | R\$        | -                 |            |                   |
| 1.1.4                      | Impostos a Recuperar                        | \$                  | -   | R\$       | -                 | R\$       | -                 | R\$       | -                 | R\$        | -                 |            |                   |
|                            | <b>Total Ativo Circulante</b>               | \$                  | -   | R\$       | <b>82.407,09</b>  | R\$       | <b>95.157,29</b>  | R\$       | <b>115.768,39</b> | R\$        | <b>137.460,05</b> | R\$        | <b>160.288,92</b> |
| 1.2                        | Ativo não Circulante                        |                     |     |           |                   |           |                   |           |                   |            |                   |            |                   |
| 1.2.1                      | Despesa Operacional a apropriar             | \$                  | -   | R\$       | 730,00            | R\$       | 730,00            | R\$       | 730,00            | R\$        | 730,00            |            |                   |
| 1.2.2                      | Outros                                      | \$                  | -   | R\$       | -                 | R\$       | -                 | R\$       | -                 | R\$        | -                 |            |                   |
|                            | <b>Total Ativo não Circulante</b>           | \$                  | -   | R\$       | <b>730,00</b>     | R\$       | <b>730,00</b>     | R\$       | <b>730,00</b>     | R\$        | <b>730,00</b>     |            |                   |
| 1.3                        | Ativo Realizável a Longo Prazo              |                     |     |           |                   |           |                   |           |                   |            |                   |            |                   |
| 1.3.1                      | Investimentos                               | \$                  | -   | R\$       | -                 | R\$       | -                 | R\$       | -                 | R\$        | -                 |            |                   |
| 1.3.2.1                    | Imobilizado                                 | \$                  | -   | R\$       | 19.950,00         | R\$       | 19.950,00         | R\$       | 19.950,00         | R\$        | 19.950,00         |            |                   |
| 1.3.2.2                    | (-) Depreciação Acumulada                   | \$                  | -   | -R\$      | 1.995,00          | -R\$      | 3.990,00          | -R\$      | 5.985,00          | -R\$       | 7.980,00          |            |                   |
|                            | <b>Total Ativo Realizável a Longo Prazo</b> | \$                  | -   | R\$       | <b>17.955,00</b>  | R\$       | <b>15.960,00</b>  | R\$       | <b>13.965,00</b>  | R\$        | <b>11.970,00</b>  | R\$        | <b>9.975,00</b>   |
|                            | <b>ATIVO TOTAL</b>                          | \$                  | -   | R\$       | <b>101.092,09</b> | R\$       | <b>111.847,29</b> | R\$       | <b>130.463,39</b> | R\$        | <b>150.160,05</b> | R\$        | <b>170.993,92</b> |
| <b>2</b>                   | <b>PASSIVO</b>                              |                     |     |           |                   |           |                   |           |                   |            |                   |            |                   |
| 2.1                        | Passivo Circulante                          |                     |     |           |                   |           |                   |           |                   |            |                   |            |                   |
| 2.1.1                      | Salários e Encargos a Pagar                 | \$                  | -   | R\$       | 500,00            | R\$       | 500,00            | R\$       | 500,00            | R\$        | 500,00            |            |                   |
| 2.1.2                      | Impostos & Taxas                            | \$                  | -   | R\$       | 11.558,89         | R\$       | 13.211,30         | R\$       | 13.453,50         | R\$        | 13.644,19         |            |                   |
| 2.1.3                      | Fornecedores                                | \$                  | -   | R\$       | 8.627,80          | R\$       | 9.586,45          | R\$       | 9.586,45          | R\$        | 9.586,45          |            |                   |
| 2.1.4                      | Contas a Pagar                              | \$                  | -   | R\$       | 2.100,00          | R\$       | 2.100,00          | R\$       | 2.100,00          | R\$        | 2.100,00          |            |                   |
| 2.1.5                      | Empréstimos e Financiamentos                | \$                  | -   | R\$       | -                 | R\$       | -                 | R\$       | -                 | R\$        | -                 |            |                   |
| 2.1.6                      | Outros                                      | \$                  | -   | R\$       | 400,00            | R\$       | 400,00            | R\$       | 400,00            | R\$        | 400,00            |            |                   |
|                            | <b>Total Passivo Circulante</b>             | \$                  | -   | R\$       | <b>23.186,70</b>  | R\$       | <b>25.797,75</b>  | R\$       | <b>26.039,95</b>  | R\$        | <b>26.230,64</b>  | R\$        | <b>26.431,33</b>  |
| 2.2                        | Passivo Não Circulante                      |                     |     |           |                   |           |                   |           |                   |            |                   |            |                   |
| 2.2.1                      | Empréstimos e Financiamentos                | \$                  | -   | R\$       | -                 | R\$       | -                 | R\$       | -                 | R\$        | -                 |            |                   |
| 2.2.2                      | Outros                                      | \$                  | -   | R\$       | -                 | R\$       | -                 | R\$       | -                 | R\$        | -                 |            |                   |
|                            | <b>Total Passivo não Circulante</b>         | \$                  | -   | R\$       | <b>-</b>          | R\$       | <b>-</b>          | R\$       | <b>-</b>          | R\$        | <b>-</b>          |            |                   |
| 2.3                        | Patrimônio Líquido                          |                     |     |           |                   |           |                   |           |                   |            |                   |            |                   |
| 2.3.1                      | Capital Social                              | \$                  | -   | R\$       | 45.000,00         | R\$       | 45.000,00         | R\$       | 45.000,00         | R\$        | 45.000,00         |            |                   |
| 2.3.2                      | Reservas de Capital                         | \$                  | -   | R\$       | -                 | R\$       | -                 | R\$       | -                 | R\$        | -                 |            |                   |
| 2.3.3                      | Lucros/Prejuízos Acumulados                 | \$                  | -   | R\$       | 32.905,39         | R\$       | 41.049,54         | R\$       | 59.423,44         | R\$        | 78.929,41         |            |                   |
|                            | <b>Total Patrimônio Líquido</b>             | \$                  | -   | R\$       | <b>77.905,39</b>  | R\$       | <b>86.049,54</b>  | R\$       | <b>104.423,44</b> | R\$        | <b>123.929,41</b> | R\$        | <b>144.562,59</b> |
|                            | <b>PASSIVO TOTAL</b>                        | \$                  | -   | R\$       | <b>101.092,09</b> | R\$       | <b>111.847,29</b> | R\$       | <b>130.463,39</b> | R\$        | <b>150.160,05</b> | R\$        | <b>170.993,92</b> |

Fonte: Elaborado pelos autores

## 9.7 PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA 5 ANOS

A FIGURA 24 e a FIGURA 25, a seguir, apresentam o fluxo de caixa do primeiro e segundo semestre, respectivamente, demonstrando todos os recebimentos e pagamentos do período.

FIGURA 24 – FLUXO DE CAIXA JULHO A DEZEMBRO

| <b>Fluxo de Caixa</b>                    |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |  |
|------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--|--|
| Descrição                                | Até 30-06-2018        | jul-2018              | ago-2018              | set-2018              | out-2018              | nov-2018              | dez-2018              |  |  |
| <b>1 TOTAL ENTRADAS</b>                  | <b>R\$ 45.000,00</b>  | <b>R\$ 8.669,20</b>   | <b>R\$ 15.067,60</b>  | <b>R\$ 21.483,63</b>  | <b>R\$ 21.499,17</b>  | <b>R\$ 21.514,77</b>  | <b>R\$ 21.530,43</b>  |  |  |
| 1.1 Receita de Vendas / Serviços         | R\$ -                 | R\$ 8.557,60          | R\$ 14.975,80         | R\$ 21.394,00         | R\$ 21.394,00         | R\$ 21.394,00         | R\$ 21.394,00         |  |  |
| 1.2 Receitas Financeiras                 | R\$ -                 | R\$ 111,60            | R\$ 91,80             | R\$ 89,63             | R\$ 105,17            | R\$ 120,77            | R\$ 136,43            |  |  |
| 1.3 Empréstimos                          | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| 1.4 Outras Receitas                      | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| 1.5 Capital Próprio Investido na Empresa | R\$ 45.000,00         | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| <b>2 TOTAL SAÍDAS</b>                    | <b>-R\$ 20.680,00</b> | <b>-R\$ 12.628,48</b> | <b>-R\$ 15.501,44</b> | <b>-R\$ 18.377,05</b> | <b>-R\$ 18.379,38</b> | <b>-R\$ 18.381,72</b> | <b>-R\$ 18.384,07</b> |  |  |
| <b>2.1 DESPESAS com PRODUÇÃO</b>         | <b>-R\$ 3.834,58</b>  | <b>-R\$ 6.710,52</b>  | <b>-R\$ 9.586,45</b>  | <b>-R\$ 9.586,45</b>  | <b>-R\$ 9.586,45</b>  | <b>-R\$ 9.586,45</b>  | <b>-R\$ 9.586,45</b>  |  |  |
| 2.1.1 Compras/Insumos                    | -R\$ 3.834,58         | -R\$ 6.710,52         | -R\$ 9.586,45         | -R\$ 9.586,45         | -R\$ 9.586,45         | -R\$ 9.586,45         | -R\$ 9.586,45         |  |  |
| 2.1.2 Fretes                             | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| 2.1.3 Embalagens                         | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| <b>2.2 DESPESAS com PESSOAL</b>          | <b>-R\$ 500,00</b>    | <b>-R\$ 500,00</b>    | <b>-R\$ 500,00</b>    | <b>-R\$ 500,00</b>    | <b>-R\$ 500,00</b>    | <b>-R\$ 500,00</b>    | <b>-R\$ 500,00</b>    |  |  |
| 2.2.1 Pessoal Produção                   | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| 2.2.2 Pessoal Administrativo e de Apoio  | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| 2.2.3 Autônomos                          | -R\$ 500,00           | -R\$ 500,00           | -R\$ 500,00           | -R\$ 500,00           | -R\$ 500,00           | -R\$ 500,00           | -R\$ 500,00           |  |  |
| 2.2.4 Comissões                          | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| 2.2.5 Encargos Sociais                   | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| <b>2.3 DESPESAS ADMINISTRATIVAS</b>      | <b>-R\$ 3.700,00</b>  | <b>-R\$ 3.700,00</b>  | <b>-R\$ 3.700,00</b>  | <b>-R\$ 3.700,00</b>  | <b>-R\$ 3.700,00</b>  | <b>-R\$ 3.700,00</b>  | <b>-R\$ 3.700,00</b>  |  |  |
| 2.3.1 Aluguéis, Condomínios e IPTU       | -R\$ 1.500,00         | -R\$ 1.500,00         | -R\$ 1.500,00         | -R\$ 1.500,00         | -R\$ 1.500,00         | -R\$ 1.500,00         | -R\$ 1.500,00         |  |  |
| 2.3.2 Marketing e Publicidade            | -R\$ 400,00           | -R\$ 400,00           | -R\$ 400,00           | -R\$ 400,00           | -R\$ 400,00           | -R\$ 400,00           | -R\$ 400,00           |  |  |
| 2.3.3 Treinamentos e Viagens             | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| 2.3.4 Manutenção & Conservação           | -R\$ 1.000,00         | -R\$ 1.000,00         | -R\$ 1.000,00         | -R\$ 1.000,00         | -R\$ 1.000,00         | -R\$ 1.000,00         | -R\$ 1.000,00         |  |  |
| 2.3.5 Seguros                            | -R\$ 200,00           | -R\$ 200,00           | -R\$ 200,00           | -R\$ 200,00           | -R\$ 200,00           | -R\$ 200,00           | -R\$ 200,00           |  |  |
| 2.3.6 Água, Luz e Telefone               | -R\$ 600,00           | -R\$ 600,00           | -R\$ 600,00           | -R\$ 600,00           | -R\$ 600,00           | -R\$ 600,00           | -R\$ 600,00           |  |  |
| 2.3.7 Outras Despesas                    | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| <b>2.4 INVESTIMENTOS</b>                 | <b>-R\$ 20.680,00</b> | <b>-R\$ 166,25</b>    | <b>-R\$ 166,25</b>    | <b>-R\$ 166,25</b>    | <b>-R\$ 166,25</b>    | <b>-R\$ 166,25</b>    | <b>-R\$ 166,25</b>    |  |  |
| 2.4.01 Obras Civas                       | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| 2.4.02 Instalações                       | -R\$ 9.000,00         | -R\$ 75,00            | -R\$ 75,00            | -R\$ 75,00            | -R\$ 75,00            | -R\$ 75,00            | -R\$ 75,00            |  |  |
| 2.4.03 Equipamentos                      | -R\$ 7.950,00         | -R\$ 66,25            | -R\$ 66,25            | -R\$ 66,25            | -R\$ 66,25            | -R\$ 66,25            | -R\$ 66,25            |  |  |
| 2.4.04 Máquinas                          | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| 2.4.05 Móveis e Utensílios               | -R\$ 3.000,00         | -R\$ 25,00            | -R\$ 25,00            | -R\$ 25,00            | -R\$ 25,00            | -R\$ 25,00            | -R\$ 25,00            |  |  |
| 2.4.06 Veículos                          | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| 2.4.07 Compras Insumos                   | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| 2.4.08 Softwares                         | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| 2.4.09 Outros                            | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| 2.4.10 Despesas Pré-Operacionais         | -R\$ 730,00           | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| <b>2.5 DESPESAS TRIBUTÁRIAS</b>          | <b>-R\$ 2.127,65</b>  | <b>-R\$ 2.124,68</b>  | <b>-R\$ 2.124,35</b>  | <b>-R\$ 2.126,68</b>  | <b>-R\$ 2.126,68</b>  | <b>-R\$ 2.129,02</b>  | <b>-R\$ 2.131,37</b>  |  |  |
| 2.5.1 Impostos a Pagar                   | -R\$ 1.170,25         | -R\$ 1.170,25         | -R\$ 1.170,25         | -R\$ 1.170,25         | -R\$ 1.170,25         | -R\$ 1.170,25         | -R\$ 1.170,25         |  |  |
| 2.5.2 Provisão para Imposto de Renda     | -R\$ 957,40           | -R\$ 954,43           | -R\$ 954,10           | -R\$ 956,43           | -R\$ 956,43           | -R\$ 958,77           | -R\$ 961,12           |  |  |
| <b>2.6 DESPESAS FINANCEIRAS</b>          | <b>R\$ -</b>          | <b>R\$ -</b>          | <b>R\$ -</b>          | <b>R\$ -</b>          | <b>R\$ -</b>          | <b>R\$ -</b>          | <b>R\$ -</b>          |  |  |
| 2.6.1 Taxas/Juros de Empréstimos         | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| 2.6.2 Amortização de empréstimos         | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |  |  |
| <b>2.7 DIVIDENDOS</b>                    | <b>-R\$ 2.300,00</b>  | <b>-R\$ 2.300,00</b>  | <b>-R\$ 2.300,00</b>  | <b>-R\$ 2.300,00</b>  | <b>-R\$ 2.300,00</b>  | <b>-R\$ 2.300,00</b>  | <b>-R\$ 2.300,00</b>  |  |  |
| <b>3 FLUXO DO PERÍODO</b>                | <b>R\$ 24.320,00</b>  | <b>-R\$ 3.959,28</b>  | <b>R\$ 433,84</b>     | <b>R\$ 3.106,58</b>   | <b>R\$ 3.119,78</b>   | <b>R\$ 3.133,04</b>   | <b>R\$ 3.146,36</b>   |  |  |
| <b>4 SALDO ACUMULADO DE CAIXA</b>        | <b>R\$ 24.320,00</b>  | <b>R\$ 20.360,72</b>  | <b>R\$ 19.926,88</b>  | <b>R\$ 23.033,46</b>  | <b>R\$ 26.153,24</b>  | <b>R\$ 29.286,29</b>  | <b>R\$ 32.432,64</b>  |  |  |

Fonte: Elaborado pelos autores

FIGURA 25 – FLUXO DE CAIXA JANEIRO A DEZEMBRO

| <b>Fluxo de Caixa</b>                    |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Descrição                                | jan-2019              | fev-2019              | mar-2019              | abr-2019              | mai-2019              | jun-2019              |
| <b>1 TOTAL ENTRADAS</b>                  | <b>R\$ 21.546,16</b>  | <b>R\$ 21.561,96</b>  | <b>R\$ 21.577,83</b>  | <b>R\$ 21.593,76</b>  | <b>R\$ 21.609,76</b>  | <b>R\$ 21.625,83</b>  |
| 1,1 Receita de Vendas / Serviços         | R\$ 21.394,00         | R\$ 21.394,00         | R\$ 21.394,00         | R\$ 21.394,00         | R\$ 21.394,00         | R\$ 21.394,00         |
| 1,2 Receitas Financeiras                 | R\$ 152,16            | R\$ 167,96            | R\$ 183,83            | R\$ 199,76            | R\$ 215,76            | R\$ 231,83            |
| 1,3 Empréstimos                          | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| 1,4 Outras Receitas                      | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| 1,5 Capital Próprio Investido na Empresa | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| <b>2 TOTAL SAÍDAS</b>                    | <b>-R\$ 18.386,43</b> | <b>-R\$ 18.388,80</b> | <b>-R\$ 18.391,18</b> | <b>-R\$ 18.393,57</b> | <b>-R\$ 18.395,97</b> | <b>-R\$ 18.398,38</b> |
| <b>2,1 DESPESAS com PRODUÇÃO</b>         | <b>-R\$ 9.586,45</b>  | <b>-R\$ 9.586,45</b>  | <b>-R\$ 9.586,45</b>  | <b>-R\$ 9.586,45</b>  | <b>-R\$ 9.586,45</b>  | <b>-R\$ 9.586,45</b>  |
| 2,1,1 Compras/Insumos                    | -R\$ 9.586,45         | -R\$ 9.586,45         | -R\$ 9.586,45         | -R\$ 9.586,45         | -R\$ 9.586,45         | -R\$ 9.586,45         |
| 2,1,2 Fretes                             | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| 2,1,3 Embalagens                         | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| <b>2,2 DESPESAS com PESSOAL</b>          | <b>-R\$ 500,00</b>    | <b>-R\$ 500,00</b>    | <b>-R\$ 500,00</b>    | <b>-R\$ 500,00</b>    | <b>-R\$ 500,00</b>    | <b>-R\$ 500,00</b>    |
| 2,2,1 Pessoal Produção                   | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| 2,2,2 Pessoal Administrativo e de Apoio  | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| 2,2,3 Autônomos                          | -R\$ 500,00           | -R\$ 500,00           | -R\$ 500,00           | -R\$ 500,00           | -R\$ 500,00           | -R\$ 500,00           |
| 2,2,4 Comissões                          | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| 2,2,5 Encargos Sociais                   | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| <b>2,3 DESPESAS ADMINISTRATIVAS</b>      | <b>-R\$ 3.700,00</b>  | <b>-R\$ 3.700,00</b>  | <b>-R\$ 3.700,00</b>  | <b>-R\$ 3.700,00</b>  | <b>-R\$ 3.700,00</b>  | <b>-R\$ 3.700,00</b>  |
| 2,3,1 Aluguéis, Condomínios e IPTU       | -R\$ 1.500,00         | -R\$ 1.500,00         | -R\$ 1.500,00         | -R\$ 1.500,00         | -R\$ 1.500,00         | -R\$ 1.500,00         |
| 2,3,2 Marketing e Publicidade            | -R\$ 400,00           | -R\$ 400,00           | -R\$ 400,00           | -R\$ 400,00           | -R\$ 400,00           | -R\$ 400,00           |
| 2,3,3 Treinamentos e Viagens             | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| 2,3,4 Manutenção & Conservação           | -R\$ 1.000,00         | -R\$ 1.000,00         | -R\$ 1.000,00         | -R\$ 1.000,00         | -R\$ 1.000,00         | -R\$ 1.000,00         |
| 2,3,5 Seguros                            | -R\$ 200,00           | -R\$ 200,00           | -R\$ 200,00           | -R\$ 200,00           | -R\$ 200,00           | -R\$ 200,00           |
| 2,3,6 Água, Luz e Telefone               | -R\$ 600,00           | -R\$ 600,00           | -R\$ 600,00           | -R\$ 600,00           | -R\$ 600,00           | -R\$ 600,00           |
| 2,3,7 Outras Despesas                    | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| <b>2,4 INVESTIMENTOS</b>                 | <b>-R\$ 166,25</b>    | <b>-R\$ 166,25</b>    | <b>-R\$ 166,25</b>    | <b>-R\$ 166,25</b>    | <b>-R\$ 166,25</b>    | <b>-R\$ 166,25</b>    |
| 2,4,01 Obras Civas                       | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| 2,4,02 Instalações                       | -R\$ 75,00            | -R\$ 75,00            | -R\$ 75,00            | -R\$ 75,00            | -R\$ 75,00            | -R\$ 75,00            |
| 2,4,03 Equipamentos                      | -R\$ 66,25            | -R\$ 66,25            | -R\$ 66,25            | -R\$ 66,25            | -R\$ 66,25            | -R\$ 66,25            |
| 2,4,04 Máquinas                          | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| 2,4,05 Móveis e Utensílios               | -R\$ 25,00            | -R\$ 25,00            | -R\$ 25,00            | -R\$ 25,00            | -R\$ 25,00            | -R\$ 25,00            |
| 2,4,06 Veículos                          | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| 2,4,07 Compras Insumos                   | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| 2,4,08 Softwares                         | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| 2,4,09 Outros                            | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| 2,4,10 Despesas Pré-Operacionais         | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| <b>2,5 DESPESAS TRIBUTÁRIAS</b>          | <b>-R\$ 2.133,73</b>  | <b>-R\$ 2.136,10</b>  | <b>-R\$ 2.138,48</b>  | <b>-R\$ 2.140,87</b>  | <b>-R\$ 2.143,27</b>  | <b>-R\$ 2.145,68</b>  |
| 2,5,1 Impostos a Pagar                   | -R\$ 1.170,25         | -R\$ 1.170,25         | -R\$ 1.170,25         | -R\$ 1.170,25         | -R\$ 1.170,25         | -R\$ 1.170,25         |
| 2,5,2 Provisão para Imposto de Renda     | -R\$ 963,48           | -R\$ 965,85           | -R\$ 968,23           | -R\$ 970,62           | -R\$ 973,02           | -R\$ 975,43           |
| <b>2,6 DESPESAS FINANCEIRAS</b>          | <b>R\$ -</b>          | <b>R\$ -</b>          | <b>R\$ -</b>          | <b>R\$ -</b>          | <b>R\$ -</b>          | <b>R\$ -</b>          |
| 2,6,1 Taxas/Juros de Empréstimos         | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| 2,6,2 Amortização de empréstimos         | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 | R\$ -                 |
| <b>2,7 DIVIDENDOS</b>                    | <b>-R\$ 2.300,00</b>  | <b>-R\$ 2.300,00</b>  | <b>-R\$ 2.300,00</b>  | <b>-R\$ 2.300,00</b>  | <b>-R\$ 2.300,00</b>  | <b>-R\$ 2.300,00</b>  |
| <b>3 FLUXO DO PERÍODO</b>                | <b>R\$ 3.159,73</b>   | <b>R\$ 3.173,16</b>   | <b>R\$ 3.186,64</b>   | <b>R\$ 3.200,19</b>   | <b>R\$ 3.213,79</b>   | <b>R\$ 3.227,45</b>   |
| <b>4 SALDO ACUMULADO DE CAIXA</b>        | <b>R\$ 35.592,37</b>  | <b>R\$ 38.765,53</b>  | <b>R\$ 41.952,18</b>  | <b>R\$ 45.152,36</b>  | <b>R\$ 48.366,15</b>  | <b>R\$ 51.593,60</b>  |

Fonte: Elaborado pelos autores

Abaixo, a FIGURA 26 apresenta o fluxo de caixa projetado para cinco anos.

FIGURA 26 – FLUXO DE CAIXA DOS CINCO ANOS

| Fluxo de Caixa                           |                        |                        |                        |                        |                        |                          |               |
|------------------------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|--------------------------|---------------|
| Descrição                                | TOTAL ANO I            | TOTAL ANO II           | TOTAL ANO III          | TOTAL ANO IV           | TOTAL ANO V            | TOTAL                    | %             |
| <b>1 TOTAL ENTRADAS</b>                  | <b>R\$ 239.280,11</b>  | <b>R\$ 240.355,07</b>  | <b>R\$ 241.969,77</b>  | <b>R\$ 243.241,02</b>  | <b>R\$ 244.578,91</b>  | <b>R\$ 1.254.424,89</b>  | <b>100,0%</b> |
| 1.1 Receita de Vendas / Serviços         | R\$ 237.473,40         | R\$ 235.334,00         | R\$ 235.334,00         | R\$ 235.334,00         | R\$ 235.334,00         | R\$ 1.178.809,40         | 94,0%         |
| 1.2 Receitas Financeiras                 | R\$ 1.806,71           | R\$ 5.021,07           | R\$ 6.635,77           | R\$ 7.907,02           | R\$ 9.244,91           | R\$ 30.615,49            | 2,4%          |
| 1.3 Empréstimos                          | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| 1.4 Outras Receitas                      | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| 1.5 Capital Próprio Investido na Empresa | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ 45.000,00            | 3,8%          |
| <b>2 TOTAL SAÍDAS</b>                    | <b>-R\$ 212.006,51</b> | <b>-R\$ 229.744,27</b> | <b>-R\$ 221.358,67</b> | <b>-R\$ 221.549,36</b> | <b>-R\$ 221.750,05</b> | <b>-R\$ 1.127.088,87</b> | <b>100,0%</b> |
| <b>2.1 DESPESAS com PRODUÇÃO</b>         | <b>-R\$ 106.409,60</b> | <b>-R\$ 123.665,21</b> | <b>-R\$ 115.037,40</b> | <b>-R\$ 115.037,40</b> | <b>-R\$ 115.037,40</b> | <b>-R\$ 575.187,00</b>   | <b>51,0%</b>  |
| 2.1.1 Compras/Insumos                    | -R\$ 106.409,60        | -R\$ 123.665,21        | -R\$ 115.037,40        | -R\$ 115.037,40        | -R\$ 115.037,40        | -R\$ 575.187,00          | 51,0%         |
| 2.1.2 Fretes                             | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| 2.1.3 Embalagens                         | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| <b>2.2 DESPESAS com PESSOAL</b>          | <b>-R\$ 6.000,00</b>   | <b>-R\$ 6.000,00</b>   | <b>-R\$ 6.000,00</b>   | <b>-R\$ 6.000,00</b>   | <b>-R\$ 6.000,00</b>   | <b>-R\$ 30.000,00</b>    | <b>2,7%</b>   |
| 2.2.1 Pessoal Produção                   | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| 2.2.2 Pessoal Administrativo e de Apoio  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| 2.2.3 Autônomos                          | -R\$ 6.000,00          | -R\$ 6.000,00          | -R\$ 6.000,00          | -R\$ 6.000,00          | -R\$ 6.000,00          | -R\$ 30.000,00           | 2,7%          |
| 2.2.4 Comissões                          | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| 2.2.5 Encargos Sociais                   | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| <b>2.3 DESPESAS ADMINISTRATIVAS</b>      | <b>-R\$ 44.400,00</b>  | <b>-R\$ 44.400,00</b>  | <b>-R\$ 44.400,00</b>  | <b>-R\$ 44.400,00</b>  | <b>-R\$ 44.400,00</b>  | <b>-R\$ 222.000,00</b>   | <b>19,7%</b>  |
| 2.3.1 Aluguéis, Condomínios e IPTU       | -R\$ 18.000,00         | -R\$ 18.000,00         | -R\$ 18.000,00         | -R\$ 18.000,00         | -R\$ 18.000,00         | -R\$ 90.000,00           | 8,0%          |
| 2.3.2 Marketing e Publicidade            | -R\$ 4.800,00          | -R\$ 4.800,00          | -R\$ 4.800,00          | -R\$ 4.800,00          | -R\$ 4.800,00          | -R\$ 24.000,00           | 2,1%          |
| 2.3.3 Tratamentos e Viagens              | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| 2.3.4 Manutenção & Conservação           | -R\$ 12.000,00         | -R\$ 12.000,00         | -R\$ 12.000,00         | -R\$ 12.000,00         | -R\$ 12.000,00         | -R\$ 60.000,00           | 5,3%          |
| 2.3.5 Seguros                            | -R\$ 2.400,00          | -R\$ 2.400,00          | -R\$ 2.400,00          | -R\$ 2.400,00          | -R\$ 2.400,00          | -R\$ 12.000,00           | 1,1%          |
| 2.3.6 Água, Luz e Telefone               | -R\$ 7.200,00          | -R\$ 7.200,00          | -R\$ 7.200,00          | -R\$ 7.200,00          | -R\$ 7.200,00          | -R\$ 36.000,00           | 3,2%          |
| 2.3.7 Outras Despesas                    | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| <b>2.4 INVESTIMENTOS</b>                 | <b>-R\$ 1.995,00</b>   | <b>-R\$ 1.995,00</b>   | <b>-R\$ 1.995,00</b>   | <b>-R\$ 1.995,00</b>   | <b>-R\$ 1.995,00</b>   | <b>-R\$ 30.655,00</b>    | <b>2,7%</b>   |
| 2.4.01 Obras Civas                       | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| 2.4.02 Instalações                       | -R\$ 900,00            | -R\$ 900,00            | -R\$ 900,00            | -R\$ 900,00            | -R\$ 900,00            | -R\$ 4.500,00            | 0,4%          |
| 2.4.03 Equipamentos                      | -R\$ 795,00            | -R\$ 795,00            | -R\$ 795,00            | -R\$ 795,00            | -R\$ 795,00            | -R\$ 3.975,00            | 0,3%          |
| 2.4.04 Máquinas                          | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| 2.4.05 Móveis e Utensílios               | -R\$ 300,00            | -R\$ 300,00            | -R\$ 300,00            | -R\$ 300,00            | -R\$ 300,00            | -R\$ 1.500,00            | 0,1%          |
| 2.4.06 Veículos                          | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| 2.4.07 Compras Insumos                   | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| 2.4.08 Softwares                         | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| 2.4.09 Outros                            | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| 2.4.10 Despesas Pré-Operacionais         | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ 730,00               | 0,1%          |
| <b>2.5 DESPESAS TRIBUTARIAS</b>          | <b>-R\$ 25.601,91</b>  | <b>-R\$ 26.084,07</b>  | <b>-R\$ 26.326,27</b>  | <b>-R\$ 26.516,96</b>  | <b>-R\$ 26.717,65</b>  | <b>-R\$ 131.246,87</b>   | <b>11,6%</b>  |
| 2.5.1 Impostos a Pagar                   | -R\$ 14.043,02         | -R\$ 14.043,02         | -R\$ 14.043,02         | -R\$ 14.043,02         | -R\$ 14.043,02         | -R\$ 70.215,11           | 6,2%          |
| 2.5.2 Provisão para Imposto de Renda     | -R\$ 11.558,89         | -R\$ 12.041,05         | -R\$ 12.283,25         | -R\$ 12.473,94         | -R\$ 12.674,62         | -R\$ 61.031,76           | 5,4%          |
| <b>2.6 DESPESAS FINANCEIRAS</b>          | <b>R\$ -</b>           | <b>R\$ -</b>           | <b>R\$ -</b>           | <b>R\$ -</b>           | <b>R\$ -</b>           | <b>R\$ -</b>             | <b>0,0%</b>   |
| 2.6.1 Taxas/Juros de Empréstimos         | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| 2.6.2 Amortização de empréstimos         | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                  | R\$ -                    | 0,0%          |
| <b>2.7 DIVIDENDOS</b>                    | <b>-R\$ 27.600,00</b>  | <b>-R\$ 27.600,00</b>  | <b>-R\$ 27.600,00</b>  | <b>-R\$ 27.600,00</b>  | <b>-R\$ 27.600,00</b>  | <b>-R\$ 138.000,00</b>   | <b>12,2%</b>  |
| <b>3 FLUXO DO PERÍODO</b>                | <b>R\$ 27.273,60</b>   | <b>R\$ 10.610,80</b>   | <b>R\$ 20.611,10</b>   | <b>R\$ 21.691,66</b>   | <b>R\$ 22.828,87</b>   | <b>R\$ 127.336,03</b>    | <b>10,2%</b>  |
| <b>4 SALDO ACUMULADO DE CAIXA</b>        | <b>R\$ 51.593,60</b>   | <b>R\$ 62.204,40</b>   | <b>R\$ 82.815,50</b>   | <b>R\$ 104.507,16</b>  | <b>R\$ 127.336,03</b>  | <b>R\$ 254.672,05</b>    | <b>20,3%</b>  |

Fonte: Elaborado pelos autores

## 9.8 NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO

A empresa Doces&Ventos terá necessidade de capital de giro nos dois primeiros meses de trabalho conforme a FIGURA 27, capital este que será utilizado do residual do investimento inicial.

FIGURA 27 – NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO

| NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO           |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |
|------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--|
| Descrição                                | jul-2018              | ago-2018              | set-2018              | out-2018              | nov-2018              | dez-2018              |  |
| <b>1 TOTAL ENTRADAS</b>                  | <b>R\$ 8.557,60</b>   | <b>R\$ 14.975,80</b>  | <b>R\$ 21.394,00</b>  | <b>R\$ 21.394,00</b>  | <b>R\$ 21.394,50</b>  | <b>R\$ 21.410,40</b>  |  |
| <b>2 TOTAL SAÍDAS</b>                    | <b>-R\$ 12.462,23</b> | <b>-R\$ 15.335,19</b> | <b>-R\$ 18.210,80</b> | <b>-R\$ 18.213,13</b> | <b>-R\$ 18.215,47</b> | <b>-R\$ 18.217,82</b> |  |
| <b>3 FLUXO DO PERÍODO</b>                | <b>-R\$ 3.904,63</b>  | <b>-R\$ 359,39</b>    | <b>R\$ 3.183,20</b>   | <b>R\$ 3.180,87</b>   | <b>R\$ 3.179,03</b>   | <b>R\$ 3.192,57</b>   |  |
| <b>4 SALDO ACUMULADO</b>                 | <b>-R\$ 3.904,63</b>  | <b>-R\$ 4.264,02</b>  | <b>-R\$ 1.080,83</b>  | <b>R\$ 2.100,04</b>   | <b>R\$ 5.279,06</b>   | <b>R\$ 8.471,64</b>   |  |
| <b>NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO EM</b> | <b>R\$ 3.904,63</b>   | <b>R\$ 359,39</b>     |                       |                       |                       |                       |  |
|                                          | <b>julho-18</b>       | <b>agosto-18</b>      |                       |                       |                       |                       |  |

Fonte: Elaborado pelos autores

## 9.9 INDICADORES

A FIGURA 28, a seguir, apresenta os indicadores financeiros para análise de investimentos. Foi calculado o *payback*, a Taxa de Interna de Retorno (TIR) e o Valor Presente Líquido (VPL).

FIGURA 28 – INDICADORES (TIR, VPL, PAYBACK)

| Análise Financeira do Investimento (5 primeiros anos)    |     |                         |                  |                |                |
|----------------------------------------------------------|-----|-------------------------|------------------|----------------|----------------|
| Pay Back - Tempo de Retorno do Investimento              |     | <b>2 anos e 4 meses</b> |                  |                |                |
| Atratividade (Valor Presente)                            |     |                         |                  |                |                |
| Taxa mínima requerida de retorno (taxa de atratividade): |     | 16,08% a.a.             |                  |                |                |
| Investimento Inicial:                                    |     | -R\$                    | 45.000,00        |                |                |
| Projeção Atual do Fluxo de Caixa (Valor Presente):       |     | R\$                     | 67.326,42        |                |                |
| <b>VALOR PRESENTE LÍQUIDO =</b>                          |     | <b>R\$</b>              | <b>22.326,42</b> |                |                |
| TIR - Taxa Interna de Retorno                            |     | 36,30% a.a.             |                  |                |                |
| Projeções de Longo Prazo*                                |     |                         |                  |                |                |
|                                                          |     | <b>5 anos</b>           | <b>10 anos</b>   | <b>15 anos</b> | <b>20 anos</b> |
| VPL (Valor Presente Líquido) =                           | R\$ | 22.326,42               | R\$ 57.726,57    | R\$ 74.523,04  | R\$ 82.492,54  |
| TIR (Taxa Interna de Retorno) =                          |     | 36,30%                  | 45,83%           | 46,84%         | 46,98%         |

\* Para fazer uma análise usando os anos 6 ao 20, foram usados os mesmos dados informados para o ano 5

Fonte: Elaborado pelos autores

Abaixo, na FIGURA 29 pode-se conferir a projeção de resultados de longo prazo.

FIGURA 29 – PROJEÇÕES A LONGO PRAZO

| Projeções de Longo Prazo*       |     |           |               |               |               |
|---------------------------------|-----|-----------|---------------|---------------|---------------|
| VPL (Valor Presente Líquido) =  | R\$ | 22.326,42 | R\$ 57.726,57 | R\$ 74.523,04 | R\$ 82.492,54 |
| TIR (Taxa Interna de Retorno) = |     | 36,30%    | 45,83%        | 46,84%        | 46,98%        |

\* Para fazer uma análise usando os anos 6 ao 20, foram usados os mesmos dados informados para o ano 5

| Análise de Balanço            | ANO I  | ANO II | ANO III | ANO IV  | ANO V   |
|-------------------------------|--------|--------|---------|---------|---------|
| Liquidez Geral                | 4,328  | 4,307  | 4,982   | 5,697   | 6,442   |
| Liquidez Corrente             | 3,554  | 3,689  | 4,446   | 5,240   | 6,064   |
| Liquidez Seca                 | 3,554  | 3,689  | 4,446   | 5,240   | 6,064   |
| Endividamento Geral           | 0,229  | 0,231  | 0,200   | 0,175   | 0,155   |
| Imobilização do PL            | 0,230  | 0,185  | 0,134   | 0,097   | 0,069   |
| Margem Líquida                | 0,270  | 0,281  | 0,287   | 0,291   | 0,296   |
| Rentabilidade do Ativo        | 0,325  | 0,367  | 0,455   | 0,526   | 0,582   |
| Rentabilidade do PL           | 0,422  | 0,477  | 0,569   | 0,637   | 0,689   |
| CCL - Capital Circulante Liq. | 59.220 | 69.360 | 89.728  | 111.229 | 133.858 |

Fonte: Elaborado pelos autores

O valor presente líquido (VPL) tem como objetivo trazer para o presente as futuras entradas e saídas projetadas para os cinco anos estudados, levando em conta uma Taxa Mínima de Atratividade (TMA) definida pelos autores de 16,06% a.a., com base na taxa Selic (10,25%), risco Brasil (2,82%) e o risco do negócio (3%), chegando



a um resultado de R\$ 22.326.42. Outro indicador analisado foi a Taxa Interna de Retorno (TIR), que analisa a atratividade do projeto comparado ao resultado obtido com o investimento inicial e a Taxa Mínima de Atratividade (TMA). A TIR foi de 36,30% a.a., sendo assim um projeto atrativo. O retorno do investimento, também chamado de *payback*, busca descobrir o tempo que a empresa leva para igualar ou superar o valor investido inicialmente. O projeto obteve um *payback* de dois anos e quatro meses. O projeto teve uma avaliação positiva em relação a sua viabilidade.

### 9.10 PONTO DE EQUILÍBRIO – PE

O ponto de equilíbrio demonstra o momento em que a receita iguala os custos e despesas da empresa, portanto, todas as vendas feitas após esse ponto são lucro. A FIGURA 30a seguir apresenta o ponto de equilíbrio da Doces&Ventos.

FIGURA 30 - PONTO DE EQUILÍBRIO

| <b>Ponto de Equilíbrio</b>    |            |                   |            |                   |            |                   |            |                   |            |                   |
|-------------------------------|------------|-------------------|------------|-------------------|------------|-------------------|------------|-------------------|------------|-------------------|
| Descrição                     |            | ANO I             |            | ANO II            |            | ANO III           |            | ANO IV            |            | ANO V             |
| Receita Bruta Total           | R\$        | 256.728,00        | R\$        | 256.728,00        | R\$        | 256.728,00        | R\$        | 256.728,00        | R\$        | 256.728,00        |
| Despesas de Produção          | -R\$       | 115.037,40        | -R\$       | 115.037,40        | -R\$       | 115.037,40        | -R\$       | 115.037,40        | -R\$       | 115.037,40        |
| Comissão sobre Vendas         | R\$        | -                 | R\$        | -                 | R\$        | -                 | R\$        | -                 | R\$        | -                 |
| Impostos sobre Vendas         | -R\$       | 14.043,02         | -R\$       | 14.043,02         | -R\$       | 14.043,02         | -R\$       | 14.043,02         | -R\$       | 14.043,02         |
| Margem de Contribuição Global |            | 49,72%            |            | 49,72%            |            | 49,72%            |            | 49,72%            |            | 49,72%            |
| Despesas Administrativas      | R\$        | 66.438,02         | R\$        | 66.438,02         | R\$        | 66.438,02         | R\$        | 66.438,02         | R\$        | 66.438,02         |
| <b>PONTO DE EQUILÍBRIO</b>    | <b>R\$</b> | <b>133.621,81</b> | <b>R\$</b> | <b>133.621,81</b> | <b>R\$</b> | <b>133.621,81</b> | <b>R\$</b> | <b>133.621,81</b> | <b>R\$</b> | <b>133.621,81</b> |

Fonte: Elaborado pelos autores

Pode-se observar então que o ponto de equilíbrio é de R\$ 133.621,81.

### 9.11 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Margem de Contribuição é a porcentagem que sobra do preço de venda de um produto, serviço ou mercadoria após pagar as despesas fixas e gerar lucro. Esta quantia é que irá garantir a cobertura do custo fixo e o lucro, após a empresa ter atingido o Ponto de equilíbrio ou ponto crítico de vendas.

A Doces&Ventos apresenta uma Margem de Contribuição de 49,72%, número muito positivo para a saúde financeira da empresa.

## 9.12 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DOS EXERCÍCIOS – DRE

Na FIGURA 31, encontra-se a demonstração de resultado dos exercícios para os cinco anos analisados.

FIGURA 31 - DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DE EXERCÍCIO

| DRE e EBITDA                                        |                          |                          |                          |                          |                          |                          |  |
|-----------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--|
| Descrição                                           | TOTAL ANO I              | TOTAL ANO II             | TOTAL ANO III            | TOTAL ANO IV             | TOTAL ANO V              | TOTAL                    |  |
| <b>1 RECEITA BRUTA DE VENDAS</b>                    | R\$ 256.728,00           | R\$ 256.728,00           | R\$ 256.728,00           | R\$ 256.728,00           | R\$ 256.728,00           | R\$ 1.283.640,00         |  |
| 2.1 (-) Deduções Impostos                           | -R\$ 14.043,02           | -R\$ 14.043,02           | -R\$ 14.043,02           | -R\$ 14.043,02           | -R\$ 14.043,02           | -R\$ 70.215,11           |  |
| 2.2 (-) Deduções Comissões                          | -R\$ -                   | -R\$ -                   | -R\$ -                   | -R\$ -                   | -R\$ -                   | -R\$ -                   |  |
| <b>3 RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS</b>                  | R\$ 242.684,98           | R\$ 242.684,98           | R\$ 242.684,98           | R\$ 242.684,98           | R\$ 242.684,98           | R\$ 1.213.424,89         |  |
| 4 (-) Custo de Produção                             | -R\$ 115.037,40          | -R\$ 115.037,40          | -R\$ 115.037,40          | -R\$ 115.037,40          | -R\$ 115.037,40          | -R\$ 575.187,00          |  |
| <i>Pessoal da Produção</i>                          | -R\$ -                   | -R\$ -                   | -R\$ -                   | -R\$ -                   | -R\$ -                   | -R\$ -                   |  |
| <i>Compras Insumos</i>                              | -R\$ 115.037,40          | -R\$ 115.037,40          | -R\$ 115.037,40          | -R\$ 115.037,40          | -R\$ 115.037,40          | -R\$ 575.187,00          |  |
| <i>Fretes &amp; Embalagens</i>                      | -R\$ -                   | -R\$ -                   | -R\$ -                   | -R\$ -                   | -R\$ -                   | -R\$ -                   |  |
| <b>5 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>                     | R\$ 127.647,58           | R\$ 127.647,58           | R\$ 127.647,58           | R\$ 127.647,58           | R\$ 127.647,58           | R\$ 638.237,89           |  |
| <b>6 (-) DE SPESAS OPERACIONAIS</b>                 | -R\$ 52.395,00           | -R\$ 52.395,00           | -R\$ 52.395,00           | -R\$ 52.395,00           | -R\$ 52.395,00           | -R\$ 261.975,00          |  |
| 6.1 Despesas Administrativas                        | -R\$ 24.000,00           | -R\$ 24.000,00           | -R\$ 24.000,00           | -R\$ 24.000,00           | -R\$ 24.000,00           | -R\$ 120.000,00          |  |
| <i>Pessoal da Administração &amp; Terceirização</i> | -R\$ 6.000,00            | -R\$ 6.000,00            | -R\$ 6.000,00            | -R\$ 6.000,00            | -R\$ 6.000,00            | -R\$ 30.000,00           |  |
| <i>Alugueis, Condomínios e IPTU</i>                 | -R\$ 18.000,00           | -R\$ 18.000,00           | -R\$ 18.000,00           | -R\$ 18.000,00           | -R\$ 18.000,00           | -R\$ 90.000,00           |  |
| 6.2 Despesas de Vendas e Marketing                  | -R\$ 4.800,00            | -R\$ 4.800,00            | -R\$ 4.800,00            | -R\$ 4.800,00            | -R\$ 4.800,00            | -R\$ 24.000,00           |  |
| 6.3 Despesas Gerais                                 | -R\$ 21.600,00           | -R\$ 21.600,00           | -R\$ 21.600,00           | -R\$ 21.600,00           | -R\$ 21.600,00           | -R\$ 108.000,00          |  |
| 6.4 Depreciação Acumulada                           | -R\$ 1.995,00            | -R\$ 1.995,00            | -R\$ 1.995,00            | -R\$ 1.995,00            | -R\$ 1.995,00            | -R\$ 9.975,00            |  |
| <b>7 RESULTADO OPERACIONAL</b>                      | R\$ 75.252,58            | R\$ 75.252,58            | R\$ 75.252,58            | R\$ 75.252,58            | R\$ 75.252,58            | R\$ 376.262,89           |  |
| <b>Margem de Contribuição</b>                       | R\$ 127.647,58<br>49,72% | R\$ 127.647,58<br>49,72% | R\$ 127.647,58<br>49,72% | R\$ 127.647,58<br>49,72% | R\$ 127.647,58<br>49,72% | R\$ 638.237,89<br>49,72% |  |
| <b>Ponto de Equilíbrio</b>                          | R\$ 105.378,13           | R\$ 105.378,13           | R\$ 105.378,13           | R\$ 105.378,13           | R\$ 105.378,13           | R\$ 526.890,67           |  |
| <b>EBITDA</b>                                       | R\$ 75.252,58<br>29,31%  | R\$ 75.252,58<br>29,31%  | R\$ 75.252,58<br>29,31%  | R\$ 75.252,58<br>29,31%  | R\$ 75.252,58<br>29,31%  | R\$ 376.262,89<br>29,31% |  |

Fonte: Elaborado pelos autores

## 9.13 INDICADORES CONTÁBEIS, ECONÔMICOS E FINANCEIROS

O resumo de todos os indicadores pode ser verificado na FIGURA 32, abaixo, que conta com os indicadores que apresentam a viabilidade do projeto.

FIGURA 32 - ANÁLISE FINANCEIRA

| ANÁLISE FINANCEIRA       |                  | TMA: 16,08% |         |         |         |         |
|--------------------------|------------------|-------------|---------|---------|---------|---------|
| Payback:                 | 2 anos e 4 meses |             |         |         |         |         |
| TIR:                     | 36,30%           |             |         |         |         |         |
| VPL:                     | R\$ 67.326,42    |             |         |         |         |         |
| Caixa:                   |                  | ANO 1       | ANO 2   | ANO 3   | ANO 4   | ANO 5   |
|                          |                  | 51.594      | 62.204  | 82.815  | 104.507 | 127.336 |
| Ponto de Equilíbrio R\$: |                  | 133.622     | 133.622 | 133.622 | 133.622 | 133.622 |
| ANÁLISE CONTÁBIL         |                  | ANO 1       | ANO 2   | ANO 3   | ANO 4   | ANO 5   |
| AC                       |                  | 82.407      | 95.157  | 115.768 | 137.460 | 160.289 |
| AñC                      |                  | 730         | 730     | 730     | 730     | 730     |
| ARLP                     |                  | 17.955      | 15.960  | 13.965  | 11.970  | 9.975   |
| Σ AC                     |                  | 101.092     | 111.847 | 130.463 | 150.160 | 170.994 |
| PC                       |                  | 23.187      | 25.798  | 26.040  | 26.231  | 26.431  |
| PñC                      |                  | 0           | 0       | 0       | 0       | 0       |
| PL                       |                  | 77.905      | 86.050  | 104.423 | 123.929 | 144.563 |
| Σ PC                     |                  | 101.092     | 111.847 | 130.463 | 150.160 | 170.994 |
| Liquidez Geral           |                  | 4,33        | 4,31    | 4,98    | 5,70    | 6,44    |
| Liquidez Corrente        |                  | 3,55        | 3,69    | 4,45    | 5,24    | 6,06    |
| Liquidez Seca            |                  | 3,55        | 3,69    | 4,45    | 5,24    | 6,06    |
| Endividamento Geral      |                  | 0,23        | 0,23    | 0,20    | 0,17    | 0,15    |
| Imobilização do PL       |                  | 0,23        | 0,19    | 0,13    | 0,10    | 0,07    |
| Margem Líquida           |                  | 0,27        | 0,28    | 0,29    | 0,29    | 0,30    |
| Rentabilidade Ativo      |                  | 0,33        | 0,37    | 0,46    | 0,53    | 0,58    |
| Rentabilidade do PL      |                  | 0,42        | 0,48    | 0,57    | 0,64    | 0,69    |

Fonte: Elaborado pelos autores

### 9.13.1 Liquidez Geral

Este índice é utilizado para se verificar a saúde financeira a curto e a longo prazos da empresa, através da comparação do Ativo Circulante (que compreende as disponibilidades, os direitos realizáveis no exercício social subsequente e as aplicações de recursos em despesas do exercício seguinte) mais o Realizável a Longo Prazo (direitos realizáveis após o término do exercício seguinte), com o Passivo Circulante (compreendendo as obrigações vencíveis no exercício social seguinte) mais o Exigível a Longo Prazo (que compreende as obrigações vencíveis após o término do exercício social seguinte, isto é, num prazo superior a um ano).

É um indicador que determina que se a empresa fosse encerrar suas atividades neste momento, teria ou não condições de honrar seus compromissos com suas disponibilidades mais os seus realizáveis à curto e a longo prazos, sem precisar utilizar o seu Ativo Permanente. Este índice leva em consideração a situação a longo prazo

da empresa, incluindo no cálculo os direitos e obrigações a longo prazo. O QUADRO 5, abaixo demonstra a liquidez geral da Doces&Ventos.

QUADRO 5 - LIQUIDEZ GERAL

| ANO I | ANO II | ANO III | ANO IV | ANO V |
|-------|--------|---------|--------|-------|
| 4,33  | 4,31   | 4,98    | 5,70   | 6,44  |

Fonte: Elaborado pelos autores

De acordo com os dados fornecidos chega-se à conclusão de que a empresa não apresenta problemas de liquidez geral no projeto.

### 9.13.2 Liquidez Corrente

Este índice reflete a capacidade de pagamento da empresa em curto prazo, ele nasce da confrontação de quanto a empresa possui no ativo circulante com as dívidas existentes no passivo circulante, ou seja, se a empresa possui recursos suficientes no ativo circulante para cobrir suas dívidas de curto prazo

Calculada a partir da Razão entre os direitos a curto prazo da empresa (Caixas, bancos, estoques, clientes) e a as dívidas a curto prazo (Empréstimos, financiamentos, impostos, fornecedores). No Balanço estas informações são evidenciadas respectivamente como Ativo Circulante e Passivo Circulante.

A partir do resultado obtido podemos fazer a seguinte análise:

- Maior que 1: demonstra folga no disponível para uma possível liquidação das obrigações.
- Se igual a 1: Os valores dos direitos e obrigações a curto prazo são equivalentes
- Se menor que 1: Não haveria disponibilidade suficientes para quitar as obrigações a curto prazo, caso fosse preciso.

O QUADRO 6, abaixo, demonstra a liquidez corrente da Doces&Ventos.

QUADRO 6 - LIQUIDEZ CORRENTE

| ANO I | ANO II | ANO III | ANO IV | ANO V |
|-------|--------|---------|--------|-------|
| 3,55  | 3,69   | 4,45    | 5,24   | 6,06  |

Fonte: Elaborado pelos autores

### 9.13.3 Capital Circulante Líquido

Este índice mede a diferença entre o ativo circulante e o passivo circulante da empresa. Mostra se existe folga nos ativos de curto prazo em relação aos passivos de curto prazo, podendo assumir valores positivos e negativos. Como sua unidade de

medida (unidades monetárias) é em valores absolutos, os resultados podem ser expressivos para empresas de grande porte.

O QUADRO 7, abaixo, demonstra Capital Circulante Líquido da Doces&Ventos.

QUADRO 7 - CAPITAL CIRCULANTE LIQUIDO

| ANO I  | ANO II | ANO III | ANO IV  | ANO V   |
|--------|--------|---------|---------|---------|
| 59.220 | 69.360 | 89.728  | 111.229 | 133.858 |

Fonte: Elaborado pelos autores

#### 9.13.4 Imobilização do PL

Indica quanto do Patrimônio Líquido da empresa está aplicado no Ativo Permanente, ou seja, o quanto do Ativo Permanente da empresa é financiado pelo seu Patrimônio Líquido, evidenciando, dessa forma, a maior ou menor dependência de recursos de terceiros para manutenção dos negócios. Quanto mais a empresa investir no Ativo Permanente, menos recursos próprios sobrarão para o Ativo Circulante e, em consequência, maior será a dependência a Capitais de Terceiros para o financiamento do Ativo Circulante. O ideal em termos financeiros é a empresa dispor de Patrimônio Líquido suficiente para cobrir o Ativo Permanente e ainda sobrar uma parcela suficiente para financiar o Ativo Circulante.

A Imobilização do Patrimônio Líquido, especificamente, mostra o percentual do patrimônio líquido que foi aplicado no ativo permanente. É um indicador importante, pois seu crescimento excessivo pode provocar problemas de solvência na empresa.

Valor Ideal: Quanto menor melhor, já que quanto menos a empresa investe em ativo permanente, mais recursos próprios sobram para outros investimentos, diminuindo a necessidade de endividamento e do financiamento de terceiros. É importante ter em mente, entretanto, que este indicador muda muito de acordo com o setor de atuação da empresa.

De acordo com os dados fornecidos e com o QUADRO 8, chega-se à conclusão de que a empresa:

- ▶ apresenta 23,05% do Patrimônio Líquido aplicados no Ativo Permanente no 1º ano do projeto
- ▶ apresenta 18,55% do Patrimônio Líquido aplicados no Ativo Permanente no 2º ano do projeto

- ▶ apresenta 13,37% do Patrimônio Líquido aplicados no Ativo Permanente no 3º ano do projeto
- ▶ apresenta 9,66% do Patrimônio Líquido aplicados no Ativo Permanente no 4º ano do projeto
- ▶ apresenta 6,90% do Patrimônio Líquido aplicados no Ativo Permanente no 5º ano do projeto

QUADRO 8 - IMOBILIZAÇÃO DO PL

| ANO I | ANO II | ANO III | ANO IV | ANO V |
|-------|--------|---------|--------|-------|
| 0,23  | 0,19   | 0,13    | 0,10   | 0,07  |

Fonte: Elaborado pelos autores

### 9.13.5 Margem Líquida

Utiliza-se este índice para avaliar a performance de resultado (lucro ou prejuízo) sobre a receita. Obviamente, quanto maior o índice (se positivo), melhor a margem. Corresponde ao que sobra para os acionistas em relação as receitas com vendas e prestação de serviços da empresa. Mostra qual o lucro líquido para cada unidade de venda realizada na empresa.

A análise através da margem líquida olha o lado do acionista. As empresas que são mais lucrativas possuem margem líquida maiores. Entretanto o resultado deve ser analisado dentro de um contexto maior, comparando com os concorrentes e com os fatores externos. Muitas empresas sacrificam a margem para obter mercado, por exemplo; neste caso, o ganho de mercado pode ser compensado por lucros futuros maiores. Sendo:

Lucro Líquido – resultado líquido apurado após pagamento de impostos e despesas financeiras e Vendas – refere-se as vendas da empresa, líquidas de impostos sobre vendas, abatimentos e devolução.

Intervalo da medida – O valor das vendas é positivo. Além disto, o lucro é menor, em números absolutos, que as vendas, sendo positivo ou não. Assim, o intervalo do índice pode variar entre -100% a 100%. Existem alguns poucos casos onde este intervalo pode ser maior em razão do prejuízo da empresa.

De acordo com os dados fornecidos e QUADRO 9, chega-se à conclusão de que a empresa:

- ▶ obteve 26,99% de lucro líquido em relação ao seu faturamento no 1º ano do projeto
- ▶ obteve 28,12% de lucro líquido em relação ao seu faturamento no 2º ano do projeto
- ▶ obteve 28,68% de lucro líquido em relação ao seu faturamento no 3º ano do projeto
- ▶ obteve 29,13% de lucro líquido em relação ao seu faturamento no 4º ano do projeto
- ▶ obteve 29,60% de lucro líquido em relação ao seu faturamento no 5º ano do projeto

QUADRO 9 - MARGEM LÍQUIDA

| ANO I | ANO II | ANO III | ANO IV | ANO V |
|-------|--------|---------|--------|-------|
| 0,27  | 0,28   | 0,29    | 0,29   | 0,30  |

Fonte: Elaborado pelos autores

#### 9.13.6 Rentabilidade do Ativo

Mostra a rentabilidade total de recursos administrados pela empresa. É um indicador muito útil para acompanhamento da evolução ao longo do tempo da empresa. A porcentagem resultante mostra a eficiência da aplicação dos ativos e quanto lucro eles estão gerando, onde quanto for maior a porcentagem, melhor.

A rentabilidade do ativo é calculada quando se deseja ter uma ideia da lucratividade do empreendimento como um todo, venham de onde vierem os recursos, admitindo-se as aplicações realizadas.

Este indicador mede quanto a empresa obtém de lucro para cada R\$ 100,00 de investimento total, por isso, é visto como uma medida de potencial de geração de lucro da parte da empresa. Para diversos autores este quociente representa uma medida da capacidade da empresa em gerar lucro líquido e assim poder capitalizar-se. É ainda uma medida do desempenho comparativo da empresa ano a ano.

Por exemplo, em uma empresa em que, após apurados o Lucro Líquido e o valor do Ativo, verificar que a Rentabilidade deste Ativo tenha sido de 12,34, pode-se dizer que para cada \$100,00 investidos a empresa ganhou R\$ 12,34, ou 12,34%. O QUADRO 10 demonstra a Rentabilidade do Ativo da Doces&Ventos.

QUADRO 10 - RENTABILIDADE DO ATIVO

| ANO I | ANO II | ANO III | ANO IV | ANO V |
|-------|--------|---------|--------|-------|
| 0,33  | 0,37   | 0,46    | 0,53   | 0,58  |

Fonte: Elaborado pelos autores

No caso da Doces&Ventos, para cada \$100,00 investidos a empresa ganhou no ano cinco R\$ 58,00, ou 58,00%.

### 9.13.7 Rentabilidade do PL

Este índice revela a situação econômica da empresa, se está ou não, por meio da estrutura, gerando lucros. Seu objetivo é avaliar a Taxa de Retorno sobre o Patrimônio Líquido, isto é, qual foi o retorno sobre os recursos próprios investidos no negócio por uma empresa.

Essa taxa pode ser comparada com a de outros rendimentos alternativos no mercado, como Caderneta de Poupança, CDB, Ações etc., para avaliar se a empresa oferece rentabilidade superior ou inferior.

A remuneração do Patrimônio Líquido, representando os recursos dos donos, é representada pelos resultados gerados. Se este índice for inferior a taxa de aplicação financeira (líquida de impostos) no período, significa um desempenho insatisfatório. Espera-se que qualquer negócio tenha um desempenho mínimo de 50% superior a taxa de aplicação financeira. Desta forma, se a taxa (líquida de impostos) de aplicação, ao ano, corresponde a 14%, então espera-se um retorno mínimo sobre o PL de 21%.

Por exemplo, uma Rentabilidade do PL de 20 pode-se dizer que para cada \$100,00 de Capital Próprio investido, a empresa conseguiu R\$ 20,00 de lucro.

De acordo com os dados fornecidos chega-se à conclusão de que a empresa:

- ▶ obteve 42,24% de retorno sobre os recursos próprios investidos no negócio durante o 1º ano do projeto (para um valor ideal de 12,30% aa)
- ▶ obteve 47,70% de retorno sobre os recursos próprios investidos no negócio durante o 2º ano do projeto (para um valor ideal de 12,30% aa)
- ▶ obteve 56,91% de retorno sobre os recursos próprios investidos no negócio durante o 3º ano do projeto (para um valor ideal de 12,30% aa)
- ▶ obteve 63,69% de retorno sobre os recursos próprios investidos no negócio durante o 4º ano do projeto (para um valor ideal de 12,30% aa)
- ▶ obteve 68,87% de retorno sobre os recursos próprios investidos no negócio durante o 5º ano do projeto (para um valor ideal de 12,30% aa)



Obs.: a taxa financeira (anualizada) utilizada para análise foi de 8,20%

O QUADRO 11, abaixo, demonstra a Rentabilidade do PL da Doces&Ventos.

QUADRO 11 –RENTABILIDADE DO PL

| ANO I | ANO II | ANO III | ANO IV | ANO V |
|-------|--------|---------|--------|-------|
| 0,42  | 0,48   | 0,57    | 0,64   | 0,69  |

Fonte: Elaborado pelos autores

## **10 CONCLUSÕES, RECOMENDAÇÕES E ANÁLISE DE VIABILIDADE**

Tendo as análises de todas as informações obtidas com a realização do trabalho, com o objetivo de descobrir a viabilidade de um espaço de festas e eventos na região de Almirante Tamandaré. Sendo realizadas as devidas pesquisas mercadológicas, foi identificada uma demanda de pessoas que possuem interesse na realização de festas em um espaço nessa região, por ter uma escassez desse tipo de negócio.

O objetivo inicial do projeto é atingir a taxa mínima de atratividade estimada em 16,06% composta pela taxa Selic, o risco Brasil e o risco do negócio. Após as projeções financeiras serem realizadas o retorno em cinco anos foi de 36,30% e um valor presente líquido de R\$ 22.326,42 com um *payback* de dois anos e quatro meses.

Atingindo assim o objetivo do trabalho, apresentando a viabilidade em todos os aspectos estudados.

## REFERÊNCIAS

- ABEP. (2015). Acesso em 25 de 10 de 2016, disponível em **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISAS**: <http://www.abep.org/criterio-brasil>
- Atlas Brasil*. (10 de 22 de 2010). Acesso em 10 de 22 de 2016, disponível em Atlas Brasil: [http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil\\_m/1203](http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/1203)
- BATESON, J. E., & Hoffman, D. K. (2001). **Marketing de Serviços**. (4 ed.). São Paulo: Bookman.
- BUENO, S. (2007). **Minidicionário da língua portuguesa** (2 ed.). São Paulo: FTD.
- CHIAVENATO, I. (1999). **Introdução à teoria geral da administração** (5 ed.). Rio de Janeiro: Campus.
- CONCLA. (2016). Acesso em 2016 de 10 de 22, disponível em IBGE: <http://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?view=subclasse&tipo=cnae&versao=9&subclasse=8230002>
- Confira o PIB Produto Interno Bruto no seu município**. (2016). Acesso em 28 de 09 de 2016, disponível em DeepAsk: <http://www.deepask.com/goes?page=Confira-o-PIB---Produto-Interno-Bruto---no-seu-municipio>
- DEL PRIORE, M. L. (2010). **Festas e utopias no Brasil Colonial**. São Paulo: Brasiliense.
- Dornelas, J. C. (2005). **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios** (2 ed.). Rio de Janeiro: Elsevier.
- GIANESI, Irineu G. N.; , I. G., & CORRÊA, H. L. (1996). **Administração estratégica de serviços: operações para a satisfação do cliente**. São Paulo: Atlas.
- Google Maps*. (2016). Acesso em 10 de 22 de 2016, disponível em Google: [maps.google.com](http://maps.google.com)
- Halloran, J. W. (1994). **Por Que os Empreendedores Falham**. São Paulo: Makron Books.
- HISRICH, R. D., PETERS, M. P., & SHEPHERD, D. (2004). **Empreendedorismo** (5 ed.). Porto Alegre: Bookman.

- IPARDES. (2016). Acesso em 10 de 22 de 2016, disponível em IPARDES: [http://www.ipardes.gov.br/index.php?pg\\_conteudo=1&cod\\_conteudo=30](http://www.ipardes.gov.br/index.php?pg_conteudo=1&cod_conteudo=30)
- KOTLER, P. (1998). **Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle.** . São Paulo: Atlas S.A.
- LACRUZ, A. J. (2008). **Plano de negócios passo a passo: transformando sonhos em negócios.** Rio de Janeiro: Qualitymark.
- LUECKE, R. (2007). **Ferramentas para empreendedores: ferramentas e técnicas para desenvolver e expandir seus negócios.** Rio de Janeiro: Record.
- MERCADO **Pesquisa de mercado: o que é e para que serve.** (09 de 21 de 2016). Acesso em 22 de 10 de 2016, disponível em SEBRAE: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/pesquisa-de-mercado-o-que-e-e-para-que-serve,97589f857d545410VgnVCM1000003b74010aRCRD>
- MercadoLivre. (25 de 05 de 2017). Fonte: **Mercado Livre:** [http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-802630007-lixadeira-mix-em-aco-inox-com-3-divisoes-coleta-seletiva-mix3i-\\_JM](http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-802630007-lixadeira-mix-em-aco-inox-com-3-divisoes-coleta-seletiva-mix3i-_JM) 25/05
- OLIVEIRA, D. d. (2007). **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas** (24 ed.). São Paulo: Atlas.
- pePI - **Pesquisa em Propriedade Industrial.** (30 de 08 de 2016). Acesso em 30 de 08 de 2016, disponível em INPI: <https://gru.inpi.gov.br/pePI/servlet/MarcasServletController>
- PNUD, Ipea, & FJP. (10 de 22 de 2010). **Atlas Brasil.** Acesso em 10 de 22 de 2016, disponível em Atlas Brasil: [http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil\\_m/1203](http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/1203)
- RICCI, R. (18 de 10 de 2016). **O Maior Fenômeno Sociológico do Brasil: a nova classe média.** Acesso em 18 de 10 de 2016, disponível em ESCOLA DE GOVERNO: <http://www.escoladegoverno.org.br/artigos/209-nova-classe-media>
- Salim, C. S., Hochman, N., Ramal, A. C., & Ramal, S. A. (2003). **Construindo planos de negócios.** Rio de Janeiro: Campus.
- Toffler, A. (1970). **O Choque do Futuro 2ª Ed.** Rio de Janeiro: Record.
- TZU, S. (2006). **A arte da guerra. Tradução de Sueli Barros Cassal.** -- . Porto Alegre: L&PM.

**Vistoria do Corpo de Bombeiros.** (2016). Acesso em 28 de 10 de 2016, disponível em Corpo de Bombeiros do Paraná:

<http://www.bombeiros.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=2>

03

**APÊNDICE 1 - LEVANTAMENTO DE POSSÍVEIS FORNECEDORES**

| Serviço/produto                       | Empresa                       | Endereço                                                      | Telefone        |
|---------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------------------------------|-----------------|
| Locação ou<br>Compra de<br>Brinquedos | Toy Mania                     | R. José Carlos Colodel, 24 - Alm. Tamandaré - PR              | (41)3698-6386   |
|                                       | Euro Sport                    | R. João Vicentini, 136 - Parque Industrial II, Alm. Tamandaré | (41)3657-0057   |
| Bebidas                               | Bebidas Duffy's               | R. Ambrósio Bini, 18 - Vila Prosdócimo, Alm. Tamandaré - PR   | (41) 3698-2500  |
|                                       | Comércio de Refr.<br>Gusso    | R. Professor Alberto Piekas1959. Alm. Tamandaré - PR          | (41)3657-0449   |
|                                       | Sandro & Rosangela            | R. Athaide De Siqueira 511 Alm. Tamandaré - PR                | (41) 3698-6067  |
| Alimentação                           | Doceria Galdi                 | Cachoeira Almirante Tamandaré                                 | (41) 3698-4088  |
|                                       | VM ALIMENTOS                  | R. Getúlio Vargas, 195 - Almirante Tamandaré                  | (41) 3698-4164  |
| Decoração                             | Planeta Alegria<br>Decorações | R. Santo Antônio, nº249, Alm. Tamandaré - PR                  | (41) 3699-6874  |
|                                       | Art&Fest Fabi                 | R. Domingos Scucato, 628 - Alm. Tamandaré - PR                | (41) 98479-7670 |

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

### APÊNDICE 2 - MATRIZ 5M

|                            | MISSÃO                                                                                  | MOEDA       | MENSAGEM                                                                                                                                                                    | MIDIA                                                                                             | MENSURAÇÃO                                                                                                                                       |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Festa de inauguração       | Apresentar a empresa para o público                                                     | R\$3.500,00 | Divulgar que a empresa foca na excelência em atendimentos, com profissionais qualificados                                                                                   | Evento para aproximadamente 70 convidados                                                         | Pesquisa para avaliar a satisfação dos participantes em relação ao atendimento e serviços prestados.                                             |
| Reuniões com colaboradores | Apresentar a organização, mostrando seus objetivos, como e quando serão atingidos.      | R\$0,00     | Divulgar o empreendimento, apresentando um manual de qualidade e manter uma troca de informações com a equipe, para obter feedbacks sobre desempenhos e ações de melhorias. | Reuniões                                                                                          | Utilizar de pesquisas de satisfação para avaliação do desempenho da equipe, pelos clientes, com objetivo de mais de 95% de aprovação do público. |
| E- Mail Mkt                | Apresentar a empresa aos <i>Stakeholders</i> , mostrando as diretrizes organizacionais. | R\$0,00     | Criar um vínculo e parceria, divulgando informações e mostrando a estrutura da empresa.                                                                                     | E-mail                                                                                            | Pesquisa interativa, buscando alcançar 95% de aprovação do público.                                                                              |
| Blog                       | Apresentar a organização, sua Missão, sua Visão, seus valores e Responsabilidade Social | R\$65,00    | Focado em auxiliar os clientes no agendamento das festas e na escolha de pacotes                                                                                            | <a href="https://espacodoceseventos.wordpress.com/">https://espacodoceseventos.wordpress.com/</a> | Pesquisa para avaliar o percentual de clientes que divulgaram o espaço de forma positiva, buscando alcançar 100% de aprovação                    |
| Folders                    | Distribuição interna com preços e promoções, divulgando em escolas parceiras.           | R\$60,00    | Informar sobre a existência de um novo espaço para eventos, divulgando promoções                                                                                            | Folders                                                                                           | Pesquisa para avaliar como o cliente descobriu o espaço, para averiguação das ações de comunicação.                                              |

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

### APÊNDICE 3 - MATRIZ 5W2H

| O que                                                         | Quando     | Quem                                                  | Onde                                                                   | Por que                                                                               | Como                                                                    | Quanto       |
|---------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Abertura de empresa e Licenças                                | nov/2017   | Gerente Operacional/financeiro                        | Junta Comercial e órgãos competentes, Bombeiros e Vigilância Sanitária | Atender aspectos legais                                                               | Solicitação formal                                                      | R\$ 3.000,00 |
| Contratação de serviço de telefone/internet                   | jan/2018   | Gerente Operacional/financeiro                        | Provedor de Internet                                                   | Conexão com a Web                                                                     | Contratação                                                             | R\$ 200,00   |
| Contratar fornecedores                                        | jan/2018   | Gerente Comercial                                     | Espaço Doces&Ventos                                                    | Para atender a festa de inauguração com comidas, bebidas.                             | Contato via email e telefone, contrato impresso e assinado pelas partes | R\$ 3.000,00 |
| Elaborar lista de convidados                                  | jan/2018   | Sócios                                                | Espaço Doces&Ventos                                                    | Para listar partes interessadas e organizar o evento conforme o número de convidados. | Planilha eletrônica colaborativa (online)                               | R\$ 0,00     |
| Selecionar colaboradores para atender à festa de inauguração  | fev/2018   | Gerente de RH                                         | Espaço Doces&Ventos                                                    | Para atender a festa de inauguração                                                   | Contato via email e telefone, contrato impresso e assinado pelas partes | R\$ 500,00   |
| Orçamento e compra de eletrodomésticos                        | mai/2018   | Gerente Operacional/financeiro                        | Lojas especializadas                                                   | Para preparar o espaço a receber festas                                               |                                                                         | R\$ 3.500,00 |
| Orçamentos e Compra de mesas e cadeiras                       | mai/2018   | Gerente Operacional/financeiro                        | Lojas especializadas                                                   | Para preparar o espaço a receber festas                                               |                                                                         | R\$ 3.000,00 |
| Enviar/entregar convites                                      | jun/2018   | Sócios                                                | Via email ,correio e em mão                                            | Para convidar                                                                         | Via email/correio/em mão                                                | R\$ 100,00   |
| Organização e decoração do espaço para a festa de inauguração | julho/2018 | Sócios                                                | Espaço Doces&Ventos                                                    | Para a perfeita organização da festa                                                  | Organizar decoração, mesas, recepcionar fornecedores e colaboradores.   | R\$ 0,00     |
| Festa de inauguração                                          | julho/2018 | Recepcionar fornecedores, possíveis clientes, equipe, | Espaço Doces&Ventos                                                    | Divulgar a empresa e criar vínculos afetivos com os stakeholders                      | Organizando um evento de inauguração, o primeiro do espeço.             | R\$ 0,00     |



|  |  |                                        |  |  |  |  |
|--|--|----------------------------------------|--|--|--|--|
|  |  | colaboradores,<br>familiares e amigos. |  |  |  |  |
|--|--|----------------------------------------|--|--|--|--|

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)