

CENTRO UNIVERSITÁRIO DOUTOR LEÃO SAMPAIO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

THAÍS CRUZ DO NASCIMENTO

ANÁLISE DE VIABILIDADE PARA A IMPLANTAÇÃO DE UMA LOJA DE ARTIGOS
PARA FESTAS EM GERAL NA CIDADE DE MISSÃO VELHA-CE

Juazeiro do Norte-CE
2018

THAÍS CRUZ DO NASCIMENTO

ANÁLISE DE VIABILIDADE PARA A IMPLANTAÇÃO DE UMA LOJA DE ARTIGOS
PARA FESTAS EM GERAL NA CIDADE DE MISSÃO VELHA-CE

Trabalho de Conclusão de Curso – Plano de negócio, apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio, em cumprimento às exigências para a obtenção do grau de Bacharel.

Orientador (a): Prof. MSc. Tharsis Cidália de Sá Barreto de Alencar.

Juazeiro do Norte-CE
2018

**ANÁLISE DE VIABILIDADE PARA A IMPLANTAÇÃO DE UMA LOJA DE
ARTIGOS PARA FESTAS EM GERAL NA CIDADE DE MISSÃO VELHA-CE**

Este exemplar corresponde à redação final aprovada do
Trabalho de Conclusão de Curso de Thaís Cruz do
Nascimento.

Data da Apresentação 13/11/2018

BANCA EXAMINADORA

Assinatura: _____
Orientador Prof. Msc. Tharsis Cidália de Sá Barreto Diaz Alencar

Assinatura: _____
Membro: Prof. Esp. Márcia Maria Leite/UNILEÃO

Assinatura: _____
Membro: Prof. Esp. Antônio Raniel Silva Lima / UNILEÃO

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Organograma da empresa Flores Festas Store.....	17
Figura 2 - Fluxograma loja.....	18
Figura 3 - Fluxograma de orçamentos de alugueis	18
Figura 4 - Produtos	27
Figura 5 – Produtos.....	28
Figura 6 – Produtos.....	28
Figura 7 - Estimativa de receitas	35
Figura 8 – Projeção de vendas.....	36

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Realização de festas.....	20
Gráfico 2 – Idade dos participantes.....	20
Gráfico 3 – Sexo para quem se faz festas.....	21
Gráfico 4 – Renda mensal dos participantes	21
Gráfico 5 – Pessoas para quem se faz festas	22
Gráfico 6 – Idades que mais se realiza festas	23
Gráfico 7 – Principais motivos a serem comemorados	23
Gráfico 8 – Influência sobre compras	24
Gráfico 9 – Valor médio que já investiu ou investiria em uma festa	24

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Funções.....	19
Quadro 2 – Frequência de compras	22
Quadro 3 – Matriz SWOT.....	26

LISTAS DE TABELAS

Tabela 1 – Projeção financeira para o primeiro mês.....	15
Tabela 2 - Recursos	26
Tabela 3 - Investimentos em equipamentos.....	26
Tabela 4 - Investimentos em móveis e utensílios.....	29
Tabela 5 - Estimativa do estoque inicial.....	29
Tabela 6 – Estimativa de vendas	30

Tabela 7 - Prazo médio de compras??	30
Tabela 8 - Necessidade de estoque	31
Tabela 9 - NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO EM DIAS	31
Tabela 10 - Caixa mínimo	32
Tabela 11 - CAPITAL DE GIRO	32
Tabela 12 - investimentos pré-operacionais	32
Tabela 13 – Investimento total	33
Tabela 14 – Recursos	35
Tabela 15 - Custo de circulação	34
Tabela 16 - Custo de mercadoria do primeiro mês	34
Tabela 17 - Custo com mão de obra	34
Tabela 18 - Custo de depreciação	34
Tabela 19 - Custos e despesas fixas	36
Tabela 20 - Custos e despesas variáveis	36
Tabela 21 - DRE	36
Tabela 22 - DRE ANUAL	37
Tabela 23 – FLUXO DE CAIXA MENSAL	38
Tabela 24 – Ponto de equilíbrio	38
Tabela 25 – Lucratividade	39
Tabela 26 - Rentabilidade	39
Tabela 27–	40
Tabela 28 –	41
Tabela 29 –	41
Tabela 30 –	42

Sumário

RESUMO	06
1 INTRODUÇÃO	06
1.1 OBJETIVOS	07
1.1.2 Objetivo Geral	07
1.1.3 Objetivos Específicos	07
1.2 JUSTIFICATIVA	07
1.2.1 Importância.....	08

1.2.3 Originalidade	88
1.2.4 Viabilidade.....	08
1.2.5 Oportunidade	08
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	08
2.1 Empreendedorismo.....	08
2.2 Planejamento Estratégico.....	10
2.3 Análise do Setor de artigos para festas.....	11
3. METODOLOGIA.....	12
3.1 Classificação da Pesquisa.....	12
3.1.1 Quanto a natureza da pesquisa.....	12
3.1.2 Quanto aos objetivos.....	12
3.1.3 Quanto à forma de abordagem do problema	12
3.1.4 Quanto aos procedimentos técnicos.....	12
3.2 COLETA DE DADOS.....	12
4 PLANO DE NEGÓCIOS – DIAGNÓSTICOS.....	13
4.1 Capa	13
4.2 Sumário executivo	15
4.3 O NEGÓCIO.....	16
4.3.1 Descrição do negócio.....	16
4.3.1 Estrutura Legal.....	16
4.3.1.2 Estrutura Funcional e Organizacional.....	17
4.4.4.1 Produto	26
4.4.4.2 Preço	29
4.4.4.3 Praça.....	29
4.4.4.4 Promoção.....	30
4.5 PLANO FINANCEIRO	30
4.5.1 Fontes de recursos financeiros	30
4.5.2 Investimentos Financeiros Iniciais Necessários	30
4.5.3 Orçamento das operações.....	34
4.5.3.1 Estimativa de receitas	35
4.5.3.2 Custos e despesas fixos	39
4.5.3.3 Custos e despesas variáveis	40
4.5.4.1 Demonstração do Resultado do Exercício (D.R.E)	39

4.5.4.2 Fluxo de caixa.....	41
4.5.4.3 Ponto de equilíbrio.....	42
4.5.4.4 Lucratividade.....	43
4.5.4.5 Rentabilidade.....	43
4.5.4.6 Prazo de retorno do investimento	43
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	44
5.1 Análise de cenário	44
REFERÊNCIAS	47

ANÁLISE DE VIABILIDADE PARA A IMPLANTAÇÃO DE UMA LOJA DE ARTIGOS PARA FESTAS EM GERAL NA CIDADE DE MISSÃO VELHA-CE

RESUMO

O referido plano busca analisar a viabilidade da abertura de uma filial da empresa Flores Festas Store sediada na cidade de Barbalha para a cidade de Missão Velha-CE, analisado sua viabilidade de negócio. A cidade está localizada na Região Metropolitana do Cariri com aproximadamente 35.409 habitantes, em 2017 a cidade teve a maior geração de empregos do Cariri. É de fundamental importância analisar a viabilidade do novo empreendimento levando em consideração seus riscos e oportunidades através da pesquisa mercado, plano de marketing, plano operacional e plano financeiro. Diante da análise a empresa é viável, direcionada para um público mais jovem a partir da pesquisa. Porém para atingir as metas esperadas deve-se trabalhar o mercado através do marketing.

Palavras chaves: Plano. Viabilidade. Festas. Loja. Artigos.

ABSTRACT

The plan seeks to analyze the feasibility of opening a subsidiary of Flowers parties Store headquartered in Barbalha to the city of Old-EC Mission, analyzed their business viability. The city is located in the Metropolitan Region Cariri with approximately 35,409 inhabitants, in 2017 the city had the largest generation of Cariri jobs. It is vital to analyze the feasibility of new development taking into account the risks and opportunities through market research, marketing plan, operational plan and financial plan. After analyzing the company is viable, targeted to a younger audience the left of the search. But to achieve the expected goals should work the market through marketing.

Keywords: Plan. Viability. Parties. Shop. Articles.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo de fato é mais do que revender um produto, é agregar valor aquele item diante da percepção do empreendedor. Seguindo uma linha lógica de acordo com cada seguimento e nicho de mercado. Buscando sempre compreender as necessidades das pessoas e buscado uma solução para as mesmas, assim fazendo negócios e gerando lucro.

Para tal lucro e sucesso se faz necessário um estudo para implantação do negócio, é aí que entra o plano de negócios de extrema importância para saber se o negócio é viável ou não, mas não se limita apenas a viabilidade. O gestor tem acesso e maior percepção dos dados e funcionamento da empresa como: formação de preço, quanto é necessário para capital de giro, direcionamento de matérias e necessidades a serem comprados entre muitas outras informações.

A ideia de expandir o negócio manifestou-se diante de uma nova oportunidade de empreender, através da percepção de inexistência de empreendimentos do mesmo seguimento ou setor parecido na cidade. Já havendo afinidade e conhecimento, pretende-se expandi-la para

o município de Missão Velha analisado sua viabilidade de negócio. A cidade está localizada na Região Metropolitana do Cariri com aproximadamente 35.409 habitantes, em 2017 a cidade teve a maior geração de empregos do Cariri. É de fundamental importância analisar a viabilidade do novo empreendimento levando em consideração seus riscos e oportunidades.

1.1 OBJETIVOS

1.1.2 Objetivo Geral

Analisar a viabilidade da abertura de uma filial da empresa Flores Festas Store sediada na cidade de Barbalha para a cidade de Missão Velha.

1.1.3 Objetivos Específicos

- Pesquisar o mercado
- Fazer o plano de marketing
- Fazer o plano operacional
- Fazer o plano financeiro

1.2 JUSTIFICATIVA

O referido plano busca analisar a viabilidade da abertura de uma filial da empresa Flores Festas Store sediada na cidade de Barbalha para a cidade de Missão Velha-CE, tendo em vista uma oportunidade em um mercado crescente. Já possuindo afinidade e experiência no ramo é de fundamental interesse e importância para os empreendedores a expansão e o crescimento do negócio, gerando receita não somente para a empresa, mas também para o desenvolvimento do município.

Buscando compreender o comportamento do consumidor através de pesquisas e dados, pondo em prática as ferramentas e teorias aprendidas ao decorrer do curso de administração de empresas. A pesquisa mostrando-se importante, para o uso dos acadêmicos que venham a utilizar os dados obtidos como fonte de pesquisa para trabalhos do mesmo seguimento.

1.2.1 Importância

Ganhar cada vez mais mercado, aumentando a competitividade através do aumento dos

lucros, já que haverá uma maior demanda e conseqüentemente, maior poder de barganha da empresa.

1.2.2 Viabilidade

A viabilidade se dá quanto as obras aqui abordadas com o estudo do público alvo do plano de negócios, com recursos financeiros próprios para o investimento sobre a orientação de uma professora do curso de Administração de Empresas da UNILEÃO.

1.2.3 Originalidade

A presente análise se faz original, já que não há empresas existentes na cidade de Missão Velha-CE, no setor de festas. Tal análise abre portas para filiais em outras cidades.

1.2.4 Oportunidade

Possibilidade de ampliação do negócio para várias cidades vindo a se tornar uma rede de empresas, tendo em vista o crescimento no setor de festas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EMPREENDEDORISMO

Segundo Candido (2016), o empreendedorismo deriva do termo francês *Entreprenur*, que no século XVII significava o indivíduo que empreendia por conta própria, arcando com todos os riscos inerentes a tal decisão, como também podia ser entendido como aquele que se dispunha a realizar algo, de modo geral a expressão *Entreprenur* era associada aos indivíduos que possuíam iniciativas criativas para realizar suas atividades de maneira que impactava a sociedade.

O empreendedorismo está presente no cotidiano, através do surgimento de novos negócios ou reconhecimento de um novo mercado, o empreendedor antigamente era visto apenas como uma pessoa que assume riscos, hoje não cabe limitar-se apenas a esse papel; visto que se vai além de assumir riscos como também, criar, planejar e controlar (CHIAVENATO, 2013).

Segundo o SEBRAE (2016), o empreendedor não tem a ver como titulação ou quem

está à frente do negócio, mas sim com ação; trabalhando em cima da iniciativa e coragem, visão estratégica, liderança e capacitação. Empreender se inicia com uma ideia que é posta em prática pelo empreendedor através da iniciativa, com visão voltada para o futuro e os clientes; o empreendedor lidera equipes, distribui funções e papéis sem deixar de lado a sua capacitação e a dos colaboradores.

Para Dornelas (2016), O empreendedor do próprio negócio é aquele que enxerga uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela assumindo todos os riscos inerentes a isso. Em qualquer definição sobre empreendedorismo encontram-se pelo menos os seguintes aspectos referentes ao empreendedor:

- a) Tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.
- b) Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico no qual vive.
- c) Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

Ainda segundo Ibidem o processo de empreender envolve todas as funções, atividades e ações ligadas a criação de novos negócios. Em primeiro lugar o empreendedorismo está relacionado ao processo de criação de algo novo, em segundo requer devoção, tempo e esforço necessário para fazer a empresa crescer, e em terceiro lugar é preciso assumir os riscos calculados, decisões críticas sejam tomadas e além disso é preciso ter ousadia e ânimo mesmo diante de falhas e erros.

Já para Chiavenato (2013), o empreendedor é dotado de habilidades para os negócios, com criatividade e perseverança, aproveitando oportunidades nem sempre claras para empreender, empreendendo para benefícios próprios e para sociedade; o que não se difere muito do Sebrae, porém de uma forma mais enxuta.

O empreendedorismo no Brasil se dá mais por micro, pequeno e no máximo médio porte, tendo em vista que a grande maioria é empresa familiar e dificilmente passam de cinco anos, os principais motivos são: Venda do negócio, conflitos familiares, falta de gestão entre outros; as habilidades do futuro sucessor devem ser desenvolvidas e trabalhadas para uma gestão de excelência para que não ocorram riscos indesejáveis por substituição (REBOUÇAS, 2014).

Em uma pesquisa realizada pelo SEBRAE-SP (2014) com 1.846 entrevistas aplicadas entre com sócios-proprietários e ex-sócios-proprietários, com o objetivo de identificar o sucesso empresarial do primeiro ao quinto ano, no estado de São Paulo, obtiveram como principal motivo para fechamento: a falta de planejamento prévio, gestão empresarial e comportamento empreendedor; a maioria dos empreendedores não estudaram seus principais clientes,

fornecedores e concorrentes, e mais da metade não realizou nenhum planejamento básico para empresa deixando bem clara a falta de conhecimento e aplicação das ferramentas da administração.

2.2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Mais do que um plano formal, o planejamento estratégico é um processo que mostra a realidade da empresa, visto que um dos motivos para adotar o planejamento estratégico é, a organização, direcionamento e controle da entidade. (SEBRAE, 2018)

Para Pastor; Silva e Stábile (2015) O planejamento estratégico consiste em um processo contínuo nas organizações buscando alcançar os objetivos desejados, de maneira eficiente utilizando o mínimo de recursos possíveis, trata-se de uma análise detalhada de cenários futuros traçando as estratégias a serem adotadas, planos e rumos da organização, concentrando esforços para tornar real a visão da organização.

Ainda segundo o Sebrae (2018) existe quatro etapas iniciais para pôr em prática o planejamento estratégico, são elas:

- Definição de negócio: Atividades fins da empresa, do que se trata a empresa.
- Definição da visão de futuro: Projeção ambiciosa e desejável da empresa.
- Definição da missão: Razão de ser da empresa.
- Definição de valores: Princípios que regem a empresa.

Diante dessas etapas em seguida é realizado um levantamento do ambiente. Utilizando quatro atividades para realização da estratégia; análise dos aspectos internos, são os pontos fortes e fracos da empresa; análise do ambiente, oportunidade e ameaças, considerando-se um dos pontos mais importantes; campo de atuação, coerência entre o que se faz e o que é ofertado pela empresa; estabelecimento da estratégia, conhecimento claro da estratégia na qual se trabalha (ISNARD, 2010).

Seguindo uma sequência lógica tem-se o estabelecimento dos objetivos; optando-se primeiramente pela estratégia para se chegar aos objetivos, decorrente das quatro etapas realizadas anteriormente (ISNARD, 2010).

Ainda na sequência temos também a elaboração dos demonstrativos financeiros, que serve para analisar a viabilidade da empresa de uma forma ajustada, observando-se a geração de lucro; neste sentido temos a demonstração de resultados de fluxo de caixa, onde engloba

todos os custos e despesas operacionais com exceção da depreciação (ISNARD, 2010).

Tem-se ainda o plano estratégico de ação, onde é formado por estratégias que mostram como a empresa vai atuar para atingir seus objetivos; a iniciativa estratégica é descrita em um termo de referência, que é sujeito a equipe do planejamento estratégico, exigindo: objetivo estratégico ao qual o plano é referido; objetivos do programa; público alvo; justificativa, e por fim, os dados obtidos no processo de formação do planejamento estratégico (NEIS; FERNANDES, 2015).

O planejamento estratégico envolve a elaboração de estratégias, definindo a relação entre a organização e o ambiente, auxiliando a tomada de decisões, estabelecendo o posicionamento que a empresa pretende seguir, os produtos e serviços eu disponibilizara e qual o público deseja atingir. Como resulta do desse planejamento é elaborado um plano, que dependendo da forma como foi elaborado contempla as seguintes características: o plano estratégico que permite uma visão global da organização, o plano tático relacionado aos objetivos intermediários e plano operacional, bem mais detalhado como todas as operações de cada departamento (QUEIROZ, 2013)

2.3 ANÁLISE DO SETOR DE ARTIGOS PARA FESTAS

O significado de festa surge no âmbito coletivo, uma comemoração social de um grupo de pessoas que comemoram e se identificam com o mesmo acontecimento. Segundo Ferreira (2003), estas festas e comemorações têm origem na antiguidade, quando, essencialmente, eram vinculadas a aspectos religiosos como forma de ligação entre o homem e Deus.

A Abrafesta, é uma empresa que formaliza e normatiza as empresas no mercado de eventos em todo Brasil, pensando sempre na melhoria e no benefício de todos os envolvidos qualquer empresa podendo se associar a entidade visto as normas e ética estabelecida pelo grupo (ABRAFESTA, 2017).

O mercado de eventos é um dos setores que mais movimenta a economia brasileira. Esses eventos são de caráter sociais e corporativos como: confraternizações, cerimônias, casamentos, aniversários e festas de 15 anos. Segundo a ABRAFESTA (2015) o mercado movimenta R\$210 bilhões para eventos corporativos e R\$16 bilhões para eventos sociais representando 4,3% do PIB nacional.

Adentrando no mercado de varejo as lojas de artigos para festas e eventos ganham com a movimentação no setor de serviços alavancando vendas no comercio. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, o comercio varejista teve um aumento de 2% no

ano de 2017 reagindo positivamente em comparação aos anos anteriores.

3 METODOLOGIA

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

3.1.1 Quanto a natureza

De natureza qualitativa e quantitativa, básica, exploratória e descritiva. A pesquisa gera comparações, para gerar resultados, no sentido de quantificar dados da pesquisa. (FONSECA, 2002). Ele ainda afirma que a pesquisa quantitativa tem foco nos dados, acredita que só se pode compreender a realidade através da análise de dados brutos (FONSECA, 2002).

3.1.2 Quanto aos objetivos

Para Gil (2007), com sentido nos objetivos, é possível classificar a pesquisa em três grupos: exploratória, descritiva e explicativa; na qual o referido plano se encaixa na exploratória descritiva.

A pesquisa exploratória descritiva proporciona maior envolvimento com o problema, tornando-o mais visível, descrevendo informações sobre o que se pretende pesquisar de uma determinada realidade (EGEL, TOLFO, 2009).

3.1.3 Quanto à forma de abordagem do problema

Através de observação, pesquisa de opinião e direcionamento.

3.1.4 Quanto aos procedimentos técnicos

Feita uma pesquisa de levantamento de uma amostra de determinada população, FONSECA (2002) diz que esse tipo de pesquisa é usado nos estudos exploratórios e descritivos.

3.2 COLETA DE DADOS

O município possui 34.274 pessoas IBGE (2017), visto que estimasse no mínimo 67

questionários online respondidos com limitação para o público alvo específico, obtendo resultados a parti do Google forms com dados numéricos e gráficos representativos.

3.2.1 Definição da área, da população e amostragem

A amostragem foi definida através do rendimento da população, contando a partir das famílias que possuem um rendimento de um salário mínimo a mais de 20 salários mínimos, totalizando 7.483 pessoas com margem de erro de 10%. Chegando a amostra de total 67.

3.2.3 Instrumento de coleta de dados

Através da plataforma Google Formulários, foi feito um questionário online com 10 perguntas fechadas.

3.2.4 Análise e interpretação de dados

Através de tabelas e gráficos.

3.2.5 Limitações

As limitações podem ocorrer do fato de não atender a determinado bairro ou classe seguindo os resultados mais viáveis para a empresa a parti dos dados obtidos.

4 PLANO DE NEGÓCIOS – DIAGNÓSTICOS

4.1 CAPA



PLANO DE NEGÓCIOS
FLORES FESTAS STORE

Razão Social: João Tavares do Nascimento, Comércio ME

CNPJ: 06.015.551/0002-96

Rua Neroly Filgueiras. Nº230, centro, Missão Velha-CE

E-mail: floresfestasstore@gmail.com Tel: (88) 3532-0012

www.floresfestasstore.com.br

Juazeiro do Norte - CE

2018

4.2 SUMÁRIO EXECUTIVO

A flores festas store é uma empresa na atividade de comercialização de produtos para festas, como: Mimos, lembrancinhas, fantasias, descartáveis entre outros produtos e prestação de serviços que visa sua expansão para a cidade de Missão Velha-CE. Buscando Produzir e comercializar produtos festivos que atendam às necessidades dos nossos clientes com qualidade e eficiência. Pretende-se expandir o modelo de negócio para outras cidades até 2023.

O negócio será uma microempresa – ME, representada por um titular, responsável por todo capital social, já possuindo uma empresa no mesmo seguimento de atividade e outro empreendimento correlacionado na atividade de serviços.

A empresa será optante do Simples – Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte contribuindo com a margem de 4%, diante da Lei 9.317, de 5/12/1996. Com CNAE Fiscal 4721104 – Comércio varejista de doces, balas, bombons e semelhantes, pagando 18% de ICMS – Imposto sobre circulação de mercadoria e serviços.

A Flores Festas Store contará inicialmente com apenas três cargos: administrativo, caixa e 2 vendedores. O administrativo também realizando orçamentos para contratação de serviços de decoração e buffet quando solicitado que será repassado para o buffet na cidade de Barbalha-CE.

Os preços foram calculados de acordo com os produtos compostos nos kits como: velas, copos descartáveis, balões, pratinhos descartáveis entre outros. O kit de aluguel baseasse na média de valor que mais tem saída.

Para atingir os clientes a Flores Festas Store irá usar alguns canais de comunicação. Panfletos, rádio e carro de som serão utilizados no primeiro mês de atuação da empresa. A mídia Instagram sempre será utilizada com publicações de informações sobre a empresa, assim como: divulgação de produtos, sorteios, promoções, horário de funcionamento. E a “boca a boca” com a satisfação gerada aos clientes, os quais divulgarão a empresa para familiares e amigos.

A pesquisa direcionou a empresa para um público mais jovem de sexo feminino, mostrando que os eventos mais comemorados são aniversários entre as idades de 11 á 20 anos e uma renda mensal de 2 a 3 salários mínimos. Dados de extrema importância para análise de mercado, direcionamento dos produtos e preços a serem oferecidos praticados pela empresa.

Tabela 1 – Projeção financeira para o primeiro mês

RECEITA ESPERADA	R\$ 60.750,00
PONTO DE EQUILÍBRIO	R\$ 7.923,47
LUCRO	0,86
RENTABILIDADE	0,98
RETORNO DO INVESTIMENTO	0,15

Fonte: Dados do autor 2018

Conclui-se que a empresa é viável, porém deve-se ter uma marca e divulgação forte para atingir a receita esperada. O plano de negócios é de fundamental importância para o empreendedor conhecer o funcionamento da sua empresa e gerir de acordo com suas metas e expectativas. O empreendedor é o que mais deve ter conhecimento sobre a empresa, diante do plano ele saberá sanar possíveis imprevistos e dificuldades.

4.3 O NEGÓCIO

O plano de negócio tem como objetivo demonstrar a viabilidade de abrir uma segunda loja de artigos para festas em geral, incluindo serviços e montagens de buffet no município de Missão Velha-CE. O conceito surgiu diante da percepção de uma graduanda em administração, sobre o âmbito do comércio festivo e o quanto ele pode ser bem recepcionado na região. Com o objetivo de levar uma nova ideia e marca, com qualidade, criatividade e inovação. O mercado o qual vai atuar tem como público alvo pessoas de todas as idades das classes B e C, tendo em vista que, geralmente quem compra não é o consumidor final ou principal.

4.3.1 Descrição do negócio

É uma empresa na atividade de comercialização de produtos para festas como: Mimos, lembrancinhas, fantasias, descartáveis entre outros produtos e prestação de serviços que visa sua expansão para a cidade de Missão Velha-CE. Buscando encantar e tornar mais linda as festas dos nossos futuros clientes.

4.3.1.1 Estrutura Legal

O negócio será uma microempresa – ME, representada por um titular, responsável por todo capital social, já possuindo uma empresa no mesmo seguimento de atividade e outro empreendimento correlacionado na atividade de serviços.

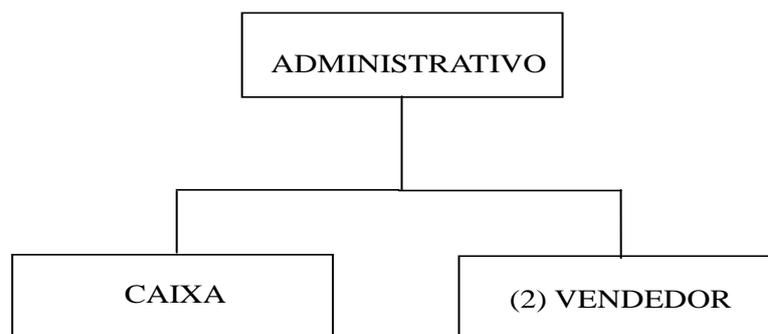
A empresa será optante do Simples – Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte contribuindo com a margem de 4%, diante da Lei 9.317, de 5/12/1996. Com CNAE Fiscal 4721104 – Comércio varejista de doces, balas, bombons e semelhantes, pagando 18% de ICMS – Imposto sobre circulação de mercadoria e serviços.

4.3.1.2 Estrutura Funcional e Organizacional

A Flores Festas Store contará inicialmente com apenas três cargos: administrativo, caixa e 2 vendedores. O administrativo também realizando orçamentos para contratação de serviços de decoração e buffet quando solicitado.

O organograma corresponde à representação gráfica da estrutura hierárquica e a relação entre a estrutura organizacional da empresa. Conforme a figura 1 a seguir, apresenta-se o organograma da empresa. O organograma representa a estrutura organizacional da empresa.

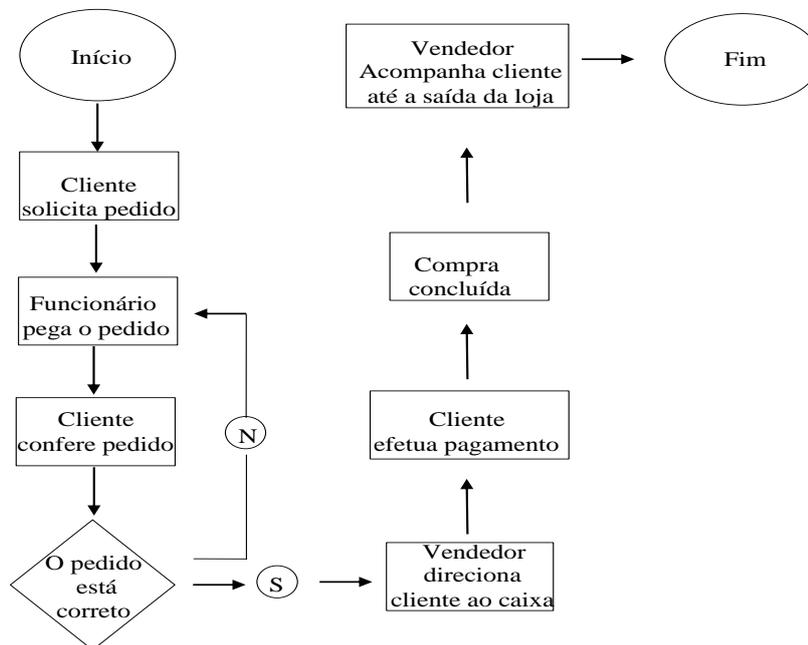
Figura 1 – Organograma da empresa Flores Festas Store



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Fluxograma é uma representação gráfica que descreve passo a passo o processo a seguir por uma empresa. O objetivo é apresentar de forma simples o fluxo das informações e sequências operacionais que caracteriza o trabalho que está sendo executado. A figura 2 representa o fluxo operacional de venda.

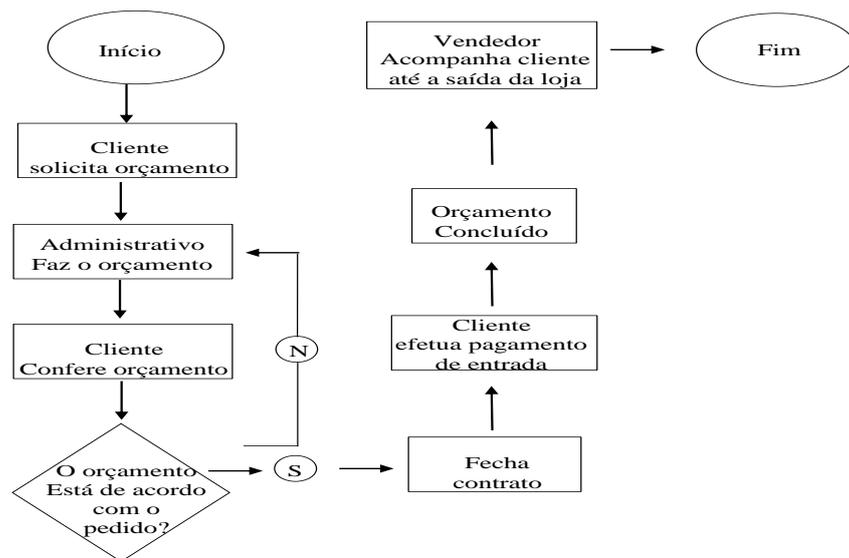
Figura 2 - Fluxograma loja



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

A figura 3 representa as operações a serem seguidas, para realização de orçamentos de alugueis.

Figura 3 - Fluxograma de orçamentos de alugueis



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

O quadro 1 a seguir, caracteriza as funções e as competências a qual cada departamento exige, buscando maior clareza e auto responsabilidades para os funcionários.

Quadro 1 - Funções

FUNÇÕES	ATIVIDADES	EXPERTISE
ADMINISTRATIVO	Planejar, organizar, dirigir, controlar e fazer orçamentos de alugueis/festas.	Proatividade, trabalho em equipe, network, autocontrole, relação interpessoal.
CAIXA	Trabalhar com atendimento ao público com pagamentos, recebimento de valores, fechamento de caixa e emissão de notas fiscais.	Curso básico de informática (digitação, Excel, Word, internet básico). Profissionalismo, Atenção, Responsabilidade, proatividade, raciocínio lógico, agilidade e empatia.
VENDEDOR	Compreender o comportamento do consumidor, realizando o atendimento ao cliente, por meio de técnicas de vendas e negociação, imprimindo sua marca pessoal visando realizar vendas e fidelizar clientes.	Empatia, comunicação, adaptabilidade, disciplina.

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

4.3.1.3 Missão

Produzir e comercializar produtos festivos que atendam às necessidades dos nossos clientes com qualidade e eficiência.

4.3.1.4 Visão

Expandir o modelo de negócio para outras cidades até 2023.

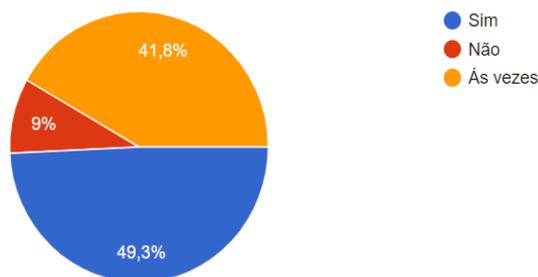
4.4 PLANEJAMENTO DE MARKETING E VENDA

4.4.1 Mercado Consumidor

A parti dos dados obtidos através da pesquisa observou-se que:

O gráfico a seguir corresponde as pessoas que costumam realizar festas em datas comemorativas.

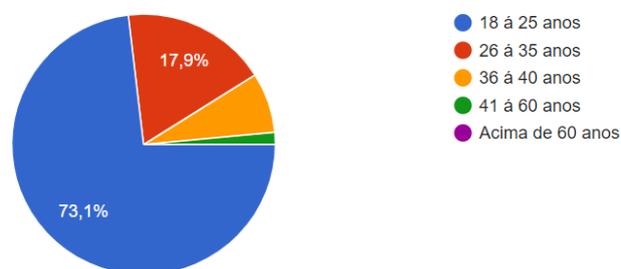
Gráfico 1 – Realização de festas



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Representa a idade dos participantes da pesquisa, apresentando um público de grande maioria jovem.

Gráfico 2 – Idade dos participantes

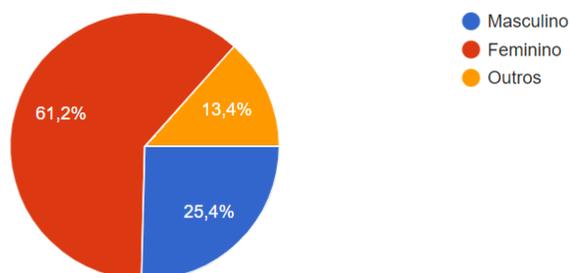


Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 3, representa o sexo das pessoas para quem se faz a festa. Mostrando um maior percentual do sexo feminino, revelando-se um dado de grande importância pois os produtos a

serem comercializados que devem ser mais direcionados ao público feminino.

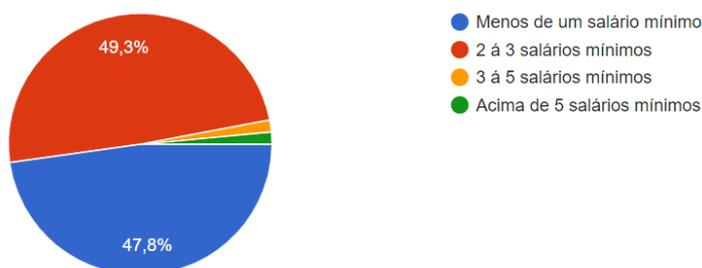
Gráfico 3 – Sexo para quem se faz festas



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O seguinte gráfico 4, apresenta a renda mensal dos participantes. Esses dados obtidos serão usados para a formação de preço dos produtos.

Gráfico 4 – Renda mensal dos participantes



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

A tabela 2, representa a quinta pergunta do questionário em relação a frequência que os participantes realizam compras. A partir dos dados obtidos se faz necessário uma maior divulgação dos produtos e despertar o desejo de necessidade do cliente, levando novas ideias para o cliente festejar como: Mesversário, chá revelação, aniversário do animal de estimação e entre outros.

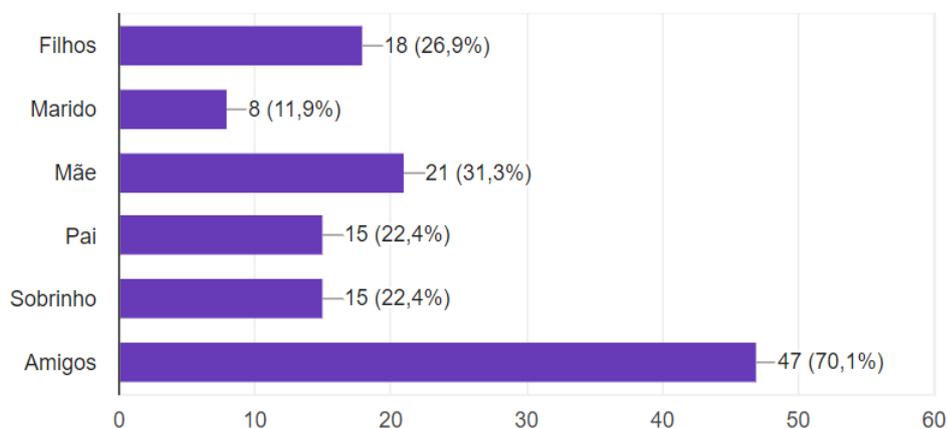
Quadro 2 – Frequência de compras

OPÇÕES	RESPOSTAS OBTIDAS
NUNCA	5
RARAMENTE	14
ÀS VEZES	19
MUITAS VEZES	14
SEMPRE	15
TOTAL	67

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O seguinte gráfico representa pra quem os participantes costumam fazer festas. Através dos seguintes dados, a empresa pode comercializar produtos para presentear amigos além das datas comemorativas. Traçando estratégias de marketing e público alvo.

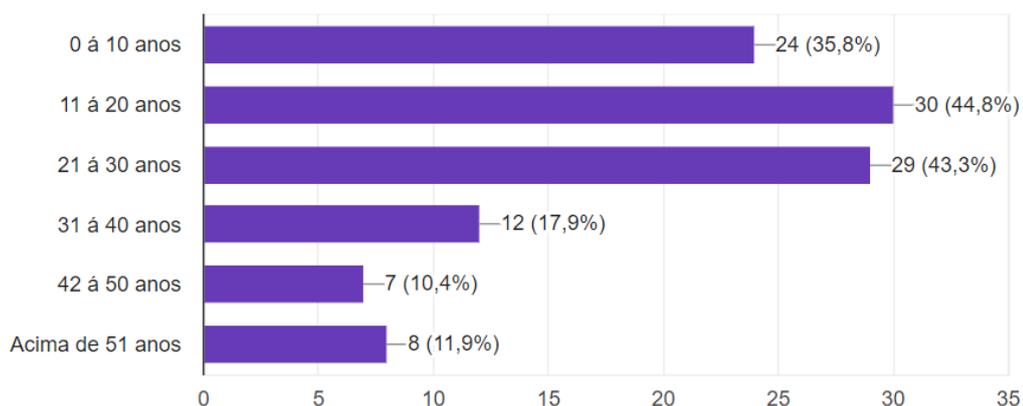
Gráfico 5 – Pessoas para quem se faz festas



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

A partir do seguinte gráfico observou-se que as principais idades a se comemorar são de 11 á 20 anos e 21á 30 anos. Direcionando os produtos da empresa para um público mais jovem.

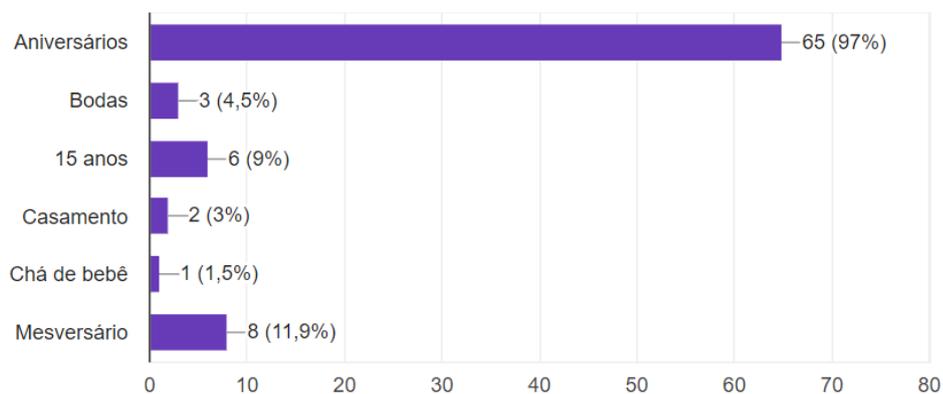
Gráfico 4 – Idades que mais se realiza festas



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O seguinte gráfico 7, apresenta os principais tipos de eventos a serem comemorados. Aniversários como principal motivo e em segundo mesversário ultrapassando a tradicional festa de 15 anos.

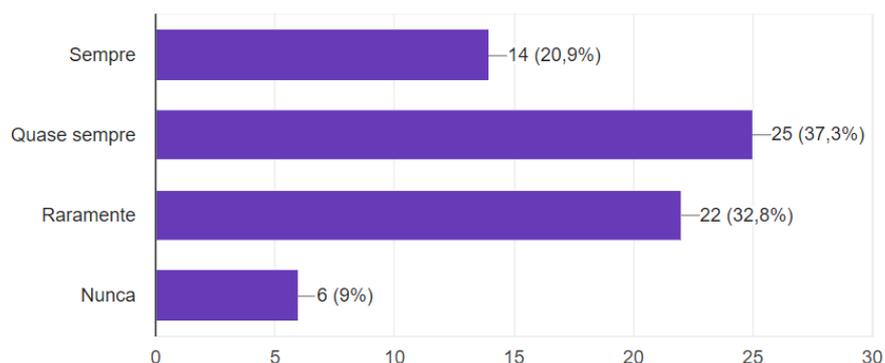
Gráfico 7 – Principais motivos a serem comemorados



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 8 corresponde as influências sobre as decisões de compras. Quanto as respostas, os participantes ficaram um pouco divididos entre quase sempre e raramente, mostrando-se um pouco contraditório.

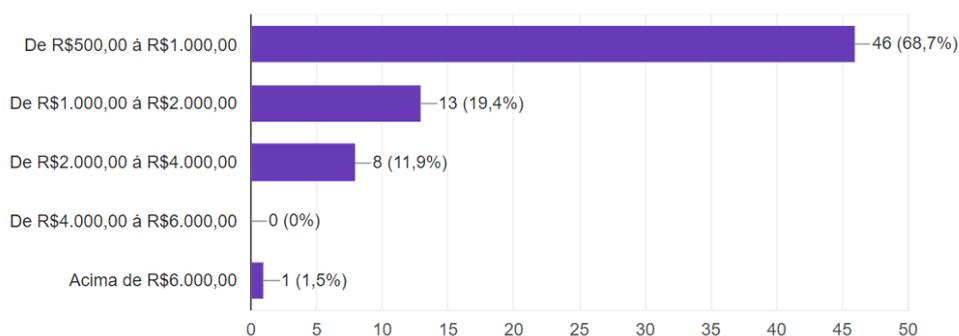
Gráfico 8 – Influência sobre compras



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Representa o valor médio que o participante investiu ou investiria em um evento. A criação dos kits cai como uma luva em relação aos preços e variedades de produtos, se tornando uma via de mão dupla tanto para o cliente como para o empresário.

Gráfico 9 – Valor médio que já investiu ou investiria em uma festa



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

4.4.2 Mercado Competidor

Mesmo não havendo concorrentes diretos na cidade, há concorrentes indiretos na qual consideramos das cidades vizinhas Barbalha-CE e Juazeiro do Norte-CE.

Diante da análise feita o concorrente A possui uma boa localização, bom atendimento; pagamento à vista com 5% de desconto, e a prazo no cartão de credito dividido em até 3x com juros e com serviço de tele atendimento. Deixando a desejar no preço e qualidade, o qual possui uma diferença considerável em relação aos outros concorrentes, deixando um pouco a desejar também na estrutura e localização dos produtos.

Na segunda análise o concorrente B possui uma boa localização, boa estrutura física e produtos bem expostos e de qualidade A e B. Pagamento á vista com 5% de desconto em compras acima de R\$50,00, e a prazo dividindo em até 6x com juros; também possuindo serviço de tele atendimento. Possui também vedas de moveis para decoração e um preço bem competitivo. Mostrado a seguir na tabela 2.

Tabela 2- Mercado competidor

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes	Descontos
Concorrente 1	Média	Acima da média	Á vista e a prazo dividindo em 3x	Juazeiro e Barbalha	Bom	Tele atendimento	5% á vista
Concorrente 2	Boa	Competitivo	Á vista e a prazo dividindo em 3x	Juazeiro	Bom	Tele atendimento	5% á vista, acima de R\$50,00
Flores Festas Store	Boa	Competitivo	Á vista e a prazo dividindo em 3x	Missão Velha	Bom	Tele atendimento	5% á vista, acima de R\$50,00

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

4.4.3 Mercado Fornecedor

A Flores Festas Store realizará as compras de empresas já conhecidas no mercado e que possuem os melhores preços e qualidades. A maioria das empresas são de outros estados, toda a negociação será feita através de um representante da cidade de Fortaleza – CE, ACP representações Ltda.

Diante da tabela 3, concluiu-se que os melhores fornecedores são: Junco, Dorill, Gravatá e zé dos bicos por terem um pedido mínimo baixo e uma diversidade de produtos maior. Porém as outras empresas se fazem importantes por terem produtos exclusivos.

Tabela 3 - Mercado fornecedor

Ordem	Mercadoria e serviços	Fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização
2	Descartáveis	Trik trik	R\$ 1.500,00	7-14-21-28	20 dias	Guarulhos - SP
2	Descartáveis	Plazapel	R\$ 1.000,00	7-14-21-28	20 dias	Orleans - SC
3	Descartáveis	Junco	R\$ 500,00	Em até 5x	15 dias	Uberlândia - MG
4	Balões	Riberbaal	R\$10.000,00	7-14-21	20 dias	Ribeirão Preto - SP
5	Lembrancinhas	Ponto das festas	R\$ 3.000,00	7-14-21-28	25 dias	Londrina - PR
6	Lembrancinhas	Junco	R\$ 500,00	Em até 5x	15 dias	Uberlândia - MG
8	Laços		R\$ 1.000,00	Em até 2x	7 dias	
9	Bombons	Dorill	R\$ 500,00	Em até 5x	7 dias	Crato -CE
10	Pipocas	Gravatá	R\$ 300,00	Em até 2x	7 dias	Gravatá - PE
11	Fantasia	P.Ca kids	R\$500,00	Em até 3x		Fortaleza - CE
12	Convites	Junco	R\$500,00	Em até 5x	15 dias	Uberlândia - MG
13	Sacolas lembrancinhas	Lc embalagens	R\$ 1.900,00	Em até 3x	15 dias	Bauru - SP
14	Velas	Junco	R\$500,00	Em até 5x	15 dias	Uberlândia - MG
15	Chocolate	Junco	R\$500,00	Em até 5x	15 dias	Uberlândia - MG
16	Forminhas	Junco	R\$500,00	Em até 5x	15 dias	Uberlândia - MG
17	Forminhas	Ponto da festa	R\$3.000,00	7-14-21-28		Londrina - PR
18	Bico de confeitiro	Zé dos bicos	R\$500,00	Á vista	7 dias	Juazeiro do Norte - CE
19	Peças em resina	Zé dos bicos	R\$500,00	Á vista	7 dias	Juazeiro do Norte - CE

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

4.4.4 Estratégias de Marketing

4.4.4.1 Produto

A Flores Festas Store contará com um mix de produtos de artigos para festas destinados as pessoas que anseiam pelos produtos. Dispondo de produtos modernos contará com uma variedade de produtos e marcas, com o intuito de aumentar a participação da empresa no mercado. Oferecendo também produtos e utensílios para alugueis.

Produtos a serem comercializados:

- Lembrancinhas;
- Descartáveis;
- Mimos;
- Balões;

- Convites;
- Forminhas;
- Linha Scrap;
- Chocolates;
- Bombons;
- Velas;
- Produtos artesanais;

Serviço de alugueis:

- Totens;
- Mesas;
- Cadeiras;
- Suportes;
- Taças;
- Bandejas;
- Toalhas;
- Utensílios para decoração;

Na figura seguinte é apresentado os produtos a serem comercializados, convites, lembrancinhas e personalizados.

Figura 4- Produtos



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Na figura seguinte é apresentado os produtos a serem comercializados, convites,

lembrancinhas, personalizados e descartáveis.

Figura 5 – Produtos



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Na seguinte figura é apresentado os materiais a serem alugados.

Figura 06– Produtos



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

4.4.4.2 Preço

Para a formação de preço, a Flores Festas Store terá como base o levantamento dos custos do negócio, além de analisar os valores praticados pelo mercado. Serão adotadas as seguintes condições de pagamento: à vista e a prazo dividindo em até três parcelas, dependendo do valor da compra. Adquirindo os tipos de recebimento em: espécie, cartão de crédito ou débito. Demonstrados na seguinte tabela 5.

Tabela 4 - Formas de pagamento

Formas de pagamentos	
Á VISTA	DESCONTO DE 5% ACIMA DE R\$50,00
CARTÃO DE CRÉDITO	DIVIDINDO EM ATÉ 3x COM ACRÉCIMO DA MAQUINETA
CARTÃO DE DÉBITO	VALOR DE Á VISTA SEM DESCONTO

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Os preços foram calculados de acordo com os produtos compostos nos kits como: vela, copos descartáveis, balões, pratinhos descartáveis entre outros. O kit de aluguel baseasse na média de valor que mais tem saída, mostrado na tabela 6.

Tabela 5 - Tabela de preços praticados

PRODUTO	PREÇO
KIT 10 P.	R\$ 70,00
KIT 25 P.	R\$ 90,00
KIT 30 P.	R\$ 110,00
KIT 50 P.	R\$ 104,20
KIT ALUGUEL	R\$ 100,00

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

4.4.4.3 Praça

A Flores Festas Store será uma loja física com funcionamento de 8h00min às 17h30min irá funcionar de segunda a sexta e no sábado de 8h00min às 14hs00min. Localizando-se no centro da cidade por ser um local mais movimentado.

4.4.4.4 Promoção

Para atingir os clientes a Flores Festas Store irá usar alguns canais de comunicação. Panfletos, rádio e carro de som serão utilizados no primeiro mês de atuação da empresa. A mídia Instagram sempre será utilizada com publicações de informações sobre a empresa, assim como: divulgação de produtos, sorteios, promoções, horário de funcionamento. E a “boca a boca” com a satisfação gerada aos clientes, os quais divulgarão a empresa para familiares e amigos.

4.5 PLANO FINANCEIRO

4.5.1 Fontes de recursos financeiros

Inicialmente a empresa contará com mais recursos de terceiros do que próprios.

Tabela 6 - Recursos

FONTES DE RECURSOS		VALOR
RECURSOS PRÓPRIOS	R\$	10.000,00
RECURSOS DE TERCEIROS	R\$	43.000,00
TOTAL	R\$	53.000,00

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

4.5.2 Investimentos Financeiros Iniciais Necessários

A seguinte tabela, apresenta os equipamentos a serem comprados para o funcionamento da empresa.

Tabela 7 - Investimentos em equipamentos

A - Equipamentos			
DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	Valor (R\$)	TOTAL (R\$)

CENTRAL DE AR 7.500 BTUs	1	R\$ 970,00	R\$ 970,00
MAQUINETA DE CARTÃO	1	R\$ 118,80	R\$ 118,80
COMPUTADOR	1	R\$ 1.020,00	R\$ 1.020,00
IMPRESSORA MULTIFUNCIONAL	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
TELEFONE FIXO	1	R\$ 40,00	R\$ 40,00
LEITOR DE CÓDIGO DE BARRAS	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
IMPRESSORA FISCAL	1	R\$ 559,00	R\$ 559,00
SUB TOTAL – A			R\$ 3.527,80

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

A seguinte tabela, apresenta os móveis e utensílios a serem comprados para o funcionamento da empresa.

Tabela 8 - Investimentos em móveis e utensílios

B - Móveis e utensílios				
Descrição	Quantidade	Valor (R\$)	Total (R\$)	
Armários	2	R\$ 292,00	R\$ 584,00	
Gancho para painel	500	R\$ 1,19	R\$ 595,00	
Painel canaletado	6	R\$ 115,38	R\$ 692,28	
Balcão para caixa	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	
Birô para escritório	1	R\$ 370,00	R\$ 370,00	
Estante para estoque	1	R\$ 425,00	R\$ 425,00	
Cadeira giratória	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00	
Lixeira 20X23CM	2	R\$ 22,00	R\$ 44,00	
SUB TOTAL – B			R\$ 3.810,28	
TOTAL DE INVESTIMENTO FIXO (A+B)			R\$ 7.337,08	

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Tabela 9 - Estimativa do estoque inicial

Estoque inicial				
	Descrição	Qtde.	Valor unitário	Total
1	KIT FESTA 10 P.	5	R\$ 70,00	R\$ 350,00
2	KIT FESTA 25 P.	20	R\$ 90,00	R\$ 1.800,00
3	KIT FESTA 30 P.	10	R\$ 110,00	R\$ 1.100,00
4	KIT FESTA 50 P.	80	R\$ 104,20	R\$ 8.336,00
5	KIT ALUGUEIS	10	R\$ 100,00	R\$ 1.000,00
TOTAL DE A				R\$ 12.586,00

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O cálculo do prazo médio de vendas mostra o tempo médio que a empresa leva para receber o dinheiro dos produtos vendidos.

Tabela 10 – Estimativa de vendas

PRAZO MÉDIO DE VENDAS	%	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA PONDERADA EM DIAS
A VISTA	20%	0	0
A PRAZO (1)	45%	30	13,5
A PRAZO (2)	30%	60	18
A PRAZO (3)	5%	90	4,5
PRAZO MÉDIO TOTAL			36

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Tabela 11 - Prazo médio de compras

PRAZO MÉDIO DE COMPRAS	%	DIAS	MÉDIA PONDERADA EM DIAS
A VISTA	50	0	0
A PRAZO (1)	30	7	2,1

A PRAZO (2)	20	60	12
PRAZO MÉDIO TOTAL			14,1

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Necessidade mínima que tem que manter de estoque na empresa, considerando os custos para mantê-lo.

Tabela 12 - Necessidade de estoque

	NÚMERO DE DIAS
NECESSIDADE MÉDIA DE ESTOQUE	60 DIAS

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

De extrema importância, o capital de giro em dias busca saber quantos dias a empresa precisa de capital para se manter sem se prejudicar.

Tabela 13 - NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO EM DIAS

RECURSO DA EMPRESA FORA DO SEU CAIXA	NÚMERO DE DIAS
1. CONTA A RECEBER - PRAZO MÉDIO DE VENDAS	36 DIAS
2. ESTOQUES - NECESSIDADE MÉDIA DE ESTOQUES	60 DIAS
SUBTOTAL	96 DIAS
RECURSOS DE FINANCEIRO NO CAIXA DA EMPRESA	
3. FORNECEDORES - PRAZO MÉDIO DE COMPRAS	14 DIAS
SUBTOTAL 2	14 DIAS
NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO	110 DIAS

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

A empresa precisará ter em caixa R\$22.018,70 para cobrir os custos da empresa até que as contas a receber dos clientes entre no caixa.

Tabela 14 - Caixa mínimo

CAIXA MÍNIMO		
CUSTO FIXO MENSAL	R\$	4.855,00
CUSTO VARIÁVEL MENSAL	R\$	1.150,00
CUSTO TOTAL DA EMPRESA	R\$	6.005,00
CUSTO TOTAL DIÁRIO	R\$	200,17
NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO EM DIAS	110 DIAS	
CAIXA MÍNIMO	R\$	22.018,70

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Capital que a empresa necessita para cobrir os custos da empresa, até o dinheiro entrar em caixa.

Tabela 15 - CAPITAL DE GIRO

CAPITAL DE GIRO		R\$
ESTOQUE INICIAL	R\$	12.586,00
CAIXA MÍNIMO	R\$	22.018,70
TOTAL DE CAPITAL DE GIRO	R\$	34.604,70

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

4.5.3 Orçamento das operações

Investimentos iniciais de pré-operações para padronização, harmonização e divulgação da empresa.

Tabela 16 - investimentos pré-operacionais

INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$
FARDAMENTO	R\$ 200,00
DIVULGAÇÃO	R\$ 500,00
REFORMA LOCAL	R\$ 3.000,00
TOTAL	R\$ 3.700,00

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Soma de todos os investimentos necessários para abrir a empresa.

Tabela 17 – Investimento total

DESCRIÇÃO DOS INVESTIMENTOS	VALOR
INVESTIMENTOS FIXOS	R\$ 7.337,08
CAPITAL DE GIRO	R\$ 34.604,70
INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$ 3.700,00
TOTAL	R\$ 45.641,78

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Fonte do investimento, de onde vem o capital.

Recursos necessário para o empreendimento e fonte do investimento.

Tabela 18 – Recursos

FONTES DE RECURSOS	VALOR
RECURSOS PRÓPRIOS	R\$ 10.000,00
RECURSOS DE TERCEIROS	R\$ 35.641,78
TOTAL	R\$ 45.641,78

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

4.5.3.1 Estimativa de receitas

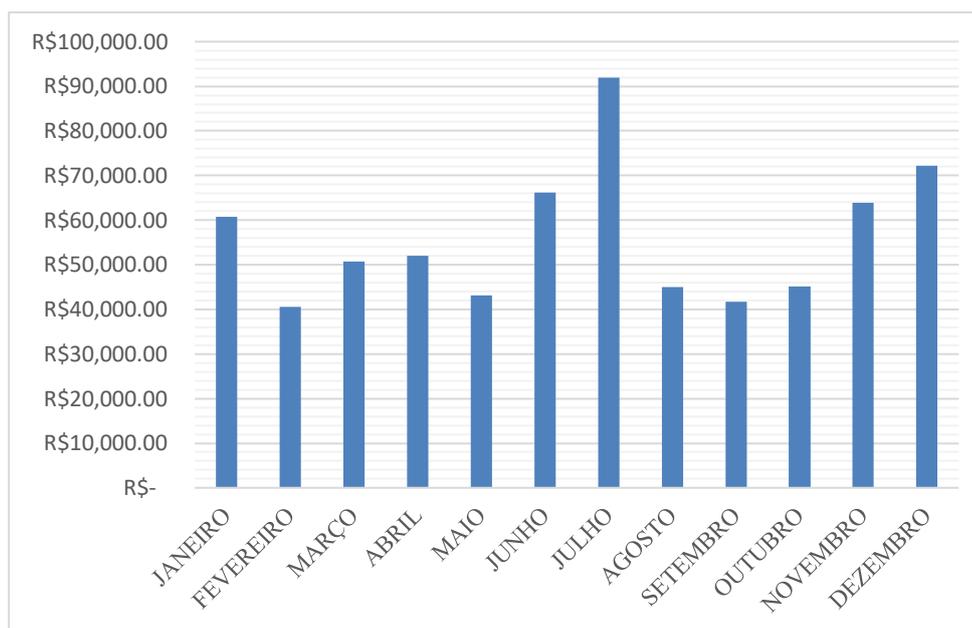
Estimativa anual de vendas.

Figura 07- Estimativa de receitas

RECEITA - PROJEÇÃO	JANEIRO	FEBREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	FATURAMENTO
RECEITA BRUTA TOTAL	R\$ 60.750,00	R\$ 40.620,00	R\$ 50.730,00	R\$ 51.980,00	R\$ 43.190,00	R\$ 66.140,00	R\$ 91.950,00	R\$ 44.940,00	R\$ 41.740,00	R\$ 45.080,00	R\$ 63.880,00	R\$ 72.240,00	R\$ 673.384,00
KIT FESTAS 10.P.													
VENDAS	R\$ 7.000,00	R\$ 6.300,00	R\$ 7.700,00	R\$ 9.100,00	R\$ 7.000,00	R\$ 10.500,00	R\$ 11.900,00	R\$ 5.600,00	R\$ 5.950,00	R\$ 7.000,00	R\$ 8.400,00	R\$ 7.000,00	
PREÇO	100	90	110	130	100	150	170	80	85	100	120	100	
	R\$ 70,00												
KIT FESTA 25.P.													
VENDAS	R\$ 10.800,00	R\$ 9.900,00	R\$ 12.600,00	R\$ 9.900,00	R\$ 12.150,00	R\$ 17.100,00	R\$ 18.000,00	R\$ 8.100,00	R\$ 7.200,00	R\$ 9.000,00	R\$ 9.000,00	R\$ 11.700,00	
PREÇO	120	110	140	110	135	190	200	90	80	100	100	130	
	R\$ 90,00												
KIT FESTA 30.P.													
VENDAS	R\$ 9.900,00	R\$ 11.000,00	R\$ 8.800,00	R\$ 9.350,00	R\$ 5.500,00	R\$ 7.700,00	R\$ 11.000,00	R\$ 7.700,00	R\$ 6.050,00	R\$ 6.600,00	R\$ 7.700,00	R\$ 7.700,00	
PREÇO	90	100	80	85	50	70	100	70	55	60	70	70	
	R\$ 110,00												
KIT FESTA 50.P.													
VENDAS	R\$ 26.050,00	R\$ 10.420,00	R\$ 15.630,00	R\$ 15.630,00	R\$ 13.540,00	R\$ 20.840,00	R\$ 26.050,00	R\$ 13.540,00	R\$ 13.540,00	R\$ 14.580,00	R\$ 19.790,00	R\$ 20.840,00	
PREÇO	250	100	150	150	130	200	250	130	130	140	190	200	
	R\$ 104,20												
KIT AUGUSTOS													
VENDAS	R\$ 7.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 25.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 9.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 19.000,00	R\$ 25.000,00	
PREÇO	70	30	60	80	50	100	250	100	90	80	190	250	
	R\$ 100,00												

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Figura 08 – Projeção de vendas



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Custo de impostos e gastos com vendas mensal.

Tabela 19 - Custo de circulação

DESCRIÇÃO	%	FATURAMENTO ESTIMADO	CUSTO TOTAL
IMPOSTOS			
IMPOSTOS FEDERAIS			
SIMPLES	0,04	R\$ 60.750,00	R\$ 2.430,00
IMPOSTOS ESTADUAIS			
ICMS	18%	R\$25.350,00	R\$ 4.563,00
GASTOS COM VENDAS			
CARTÃO DE CRÉDITO	5%	R\$30.375,00	R\$1.518,75
TOTAL		R\$8.511,00	

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Custo da mercadoria a ser obtida no primeiro mês de funcionamento.

Tabela 20 - Custo de mercadoria do primeiro mês

PRODUTO	ESTIMATIVA DE VENDAS	CUSTO ÚNITARIO	CMV
KIT FESTAS 10 P.	100	R\$20,00	R\$ 2.000,00
KIT FESTA 25 P.	120	R\$30,00	R\$ 3.600,00
KIT FESTA 30 P.	90	R\$40,00	R\$ 3.600,00
KIT FESTA 50 P.	250	R\$45,00	R\$ 11.250,00
KIT ALUGUEIS	70	R\$70,00	R\$4.900,00
TOTAL			R\$ 25.350,00

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Custo calculado de acordo com salários e encargos.

Tabela 21 - Custo com mão de obra

FUNÇÃO	Nº DE EMPREGADOS	SALÁRIO MENSAL	% ENCARGOS	TOTAL
Administrativo	1	R\$ 955,00	34%	R\$1.277,50
Caixa		R\$ 955,00	34%	R\$1.277,50
Vendedor	2	R\$ 955,00	34%	R\$ 2.255,00
Total		R\$ 4.810,00		

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Depreciação dos moveis e utensílios da empresa de acordo com sua depreciação mensal.

Tabela 22 - Custo de depreciação

BEM	VALOR	DEPRECIACÃO ANUAL	DEPRECIACÃO	DEPRECIACÃO MENSAL
Central de ar	R\$ 970,00	5	R\$ 194	R\$ 16,17
Maquineta de cartão	R\$ 118,80	5	R\$ 23,76	R\$ 1,98
Computador	R\$ 1.020,00	5	R\$ 204	R\$ 17,00
Impressora multifuncional	R\$ 700,00	5	R\$ 140	R\$ 11,67
Telefone fixo	R\$ 40,00	5	R\$ 8	R\$ 0,67

Leitor de código de barras	R\$	120,00	5	R\$ 24	R\$ 2,00
Impressora fiscal	R\$	559,00	5	R\$ 111,8	R\$ 9,32
Armários	R\$	584,00	10	R\$ 58,4	R\$ 4,87
Gancho para painel	R\$	595,00	10	R\$ 59,5	R\$ 4,96
Balcão para caixa	R\$	1.000,00	10	R\$ 100	R\$ 8,33
Birô para escritório	R\$	370,00	10	R\$37	R\$ 3,08
Estante para estoque	R\$	425,00	10	R\$42,5	R\$ 3,54
Cadeira giratória	R\$	100,00	10	R\$10	R\$ 0,83
Lixeira 20x23cm	R\$	44,00	10	R\$4,4	R\$ 0,37
Painel canaleta do	R\$	692,28	10	R\$69,23	R 5,77
Total	R\$				90,00

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

4.5.3.2 Custos e despesas fixos

Despesas fixas mensais da empresa.

Tabela 23 - Custos e despesas fixas

Descrição	Custo Total Mensal (R\$)	
Aluguel	R\$	1.000,00
Água	R\$	100,00
Energia	R\$	170,00
Telefone e internet	R\$	110,00
Contador	R\$	125,00
Sistema de gestão de controle	R\$	150,00
Salários + encargos	R\$	4.810,00
Material de limpeza	R\$	100,00
Material de escritório	R\$	100,00
Pró-labore	R\$	1.000,00
Total	R\$	7.765,00

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

4.5.3.3 Custos e despesas variáveis

Despesas mensal da empresa, despesas principalmente de material para artesanato.

Tabela 24 - Custos e despesas variáveis

Combustível	R\$	500,00
Papéis	R\$	200,00
Cola, adesivo dupla face	R\$	100,00
Tintas para impressora	R\$	150,00
Depreciação	R\$	90,00
Total	R\$	1.040,00

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

4.5.4 Resultados Operacionais

4.5.4.1 Demonstrações do Resultado do Exercício (D.R.E)

Demonstração de receita anual da empresa mensal.

Tabela 25 - DRE

DESCRIÇÃO	R\$
RECEITA BRUTA DE VENDAS	R\$ 60.750,00
CUSTO VARIÁVEL	R\$ 1.040,00
CUSTO DE MERCADORIA VENDIDA	R\$ 25.350,00
IMPOSTO	R\$ 8.511,00
SUB TOTAL	R\$ 25.849,00
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 59.710,00
CUSTO FIXO	R\$ 7.765,00
RESULTADO OPERACIONAL	R\$ 51.945,00

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Demonstração de receita anual da empresa anual.

Tabela 26 - DRE ANUAL

DESCRIÇÃO	R\$
RECEITA BRUTA DE VENDAS	R\$ 673.384,00
CUSTO VARIÁVEL	R\$ 12.480,00
CUSTO DE MERCADORIA VENDIDA	R\$ 304.200,00
IMPOSTO	R\$ 102.132,00
SUB TOTAL	R\$ 254.572,00
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 660.904,00
CUSTO FIXO	R\$ 93.180,00
RESULTADO OPERACIONAL	R\$ 567.724,00

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

4.5.4.2 Fluxo de caixa

Montante de caixa recebido e gasto pela empresa.

Tabela 26 – FLUXO DE CAIXA MENSAL

ENTRADA	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
CONTAS A RECEBER - VENDAS REALIZADAS	R\$ 15.187,50	R\$ 15.187,50	R\$ 17.187,50	R\$ 13.187,50
OUTROS RECEBIMENTOS	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
TOTAL	R\$ 15.187,50	R\$ 15.187,50	R\$ 17.187,50	R\$ 13.187,50
SAÍDAS				
FORNECEDORES		R\$ 8.450,00	R\$ 8.450,00	R\$ 8.450,00
FOLHA DE PAGAMENTO				
FGTS	R\$ 228,96			
RETIRADA DOS SÓCIOS	R\$ 1.000,00			

IMPOSTOS S/ VENDAS				R\$ 8.511,00	
ALUGUEL		R\$ 1.000,00			
FINANCIAMENTOS	R\$ 2.150,00	R\$ 3.150,00			R\$ 3.300,00
DISPESAS DIVERSAS					R\$ 1.367,00
ENTRADAS - SAÍDAS					
SALDO ANTERIOR	R\$ 11.808,54	R\$ 11.808,54	R\$ 14.396,04		R\$ 14.622,54
SALDO ACUMULADO	R\$ -	R\$ 2.587,50	R\$ 226,50		R\$ 70,50
SALDO FINAL	R\$ 11.808,54	R\$ 14.396,04	R\$ 14.622,54		R\$ 14.693,04

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

4.5.4.3 Ponto de equilíbrio

Mínimo que a empresa tem que faturar para cobrir os gastos.

Tabela 27 – Ponto de equilíbrio

RECEITA OPERACIONAL	R\$ 60.750,00
CUSTO DOS PRODUTOS	R\$ 25.350,00
DESPESAS VARIÁVEIS	R\$ 1.040,00
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 59.710,00
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO %	98%
DESPESAS FIXAS	R\$ 7.765,00
LUCRO BRUTO	R\$ 51.945,00
PONTO DE EQUILÍBRIO R\$	R\$ 7.923,47

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

4.5.4.4 Lucratividade

Percentual do ganho da empresa sobre o trabalho da mesma.

Tabela 28 – Lucratividade

LUCRO LÍQUIDO	R\$ 51.945,00
RECEITA BRUTA	R\$ 60.750,00
LUCRO LÍQUIDO/RECEITA BRUTA	R\$ 0,86

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

4.5.4.5 Rentabilidade

Perceptual de retorno do investimento.

Tabela 29 - Rentabilidade

LUCRO LÍQUIDO	R\$ 51.945,00
INVESTIMENTOS	R\$ 53.000,00
LUCRO LÍQUIDO/INVESTIMENTOS	R\$ 0,98

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

4.5.4.6 Prazo de retorno do investimento

Um investimento totalmente viável com retorno em 2 meses.

Tabela 30 – Retorno do investimento

LUCRO LÍQUIDO	R\$ 51.945,00
INVESTIMENTOS	R\$ 53.000,00
PRAZO DE RETORNO	R\$ 0,15

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

5.1 ANÁLISE DE CENÁRIO

Quadro 3 – Matriz SWOT

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
PONTOS FORTES	FORÇAS: <ul style="list-style-type: none"> • Kits; • Oferecimento de matérias para locação; • Localização Central; • Experiência; 	OPORTUNIDADES: <ul style="list-style-type: none"> • Crescimento do setor de eventos; • Expansão do modelo de negócio para outras cidades; • Diversidade do público;
PONTOS FRACOS	FRAQUEZAS: <ul style="list-style-type: none"> • Entregas; • Diversidade de produtos; 	AMEAÇAS: <ul style="list-style-type: none"> • Instabilidade política e econômica do país; • Aumento da inflação e dos impostos; • Mercado a ser trabalhado na cidade;

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Forças

- **KITS:** A empresa se diferencia das demais com os kits e obtém consequentemente uma venda casada.
- **Oferecimento de materiais para locação:** Também se diferenciando neste quesito das demais empresas do mesmo segmento, oferecendo cadeiras, mesas, toalhas entre outros para aluguel.
- **Localização Central:** A empresa será localizada no centro, facilitando o atendimento para todos os clientes e contribuindo para a divulgação do marketing da empresa.
- **Experiência:** Por ser uma filial os empreendedores possuem uma certa experiência como: Relacionamento com cliente, contato com fornecedores entre outros...

Fraquezas

- Entregas: A empresa não possui uma logística para entregas, tanto nas compras de produtos como nos alugueis de materiais.
- Diversidades de produtos: A Flores Festas Store apesar de ter muitos fornecedores falta certas linhas a serem trabalhadas, como: Confeitaria e balões personalizados.

Oportunidades

- Crescimento do setor de eventos: Aumento no setor de eventos e consequentemente na comercialização de artigos para os mesmos.
- Expansão: Modelo de negócio já pronto para ser implantado em outras cidades.
- Diversidade do público: Se adequa a diversos tipos de comemorações, como: mesversário, aniversário de animais de estimação entre outros.

Ameaças

- Instabilidade política e econômica do país: a economia do país passou por uma grande crise econômica e política, fase de recesso, torna-se uma ameaça para o empreendimento pelo fato da diminuição da renda que impacta diretamente nas compras para festejos, levando a diminuição do consumo, considerando esse fato, foi considerado uma ameaça para a organização.
- Aumento dos impostos: com uma das cargas tributárias maior do mundo, o Brasil é um dos países que mais realiza a cobrança de tributos, tornando uma ameaça para as organizações.
- Mercado a ser trabalhado na cidade: Com base na pesquisa feita o direcionamento se deu para o público mais jovem, porém, se faz necessário trabalhar outros nichos de mercados.

Cruzamento Matriz SWOT

Forças x Oportunidades

Com o crescimento do setor, acompanhado do crescimento da região, permitirá a Flores Festas Store atender um número maior de pessoas que buscam os produtos, contando também

com a experiência e a expansão da marca.

Fraquezas x Oportunidades

A limitação se dá pela falta de entrega e diversidades de produtos, porém são dificuldades que podem ser sanadas futuramente. A maior dificuldade se encontra no público que precisa ser mais trabalhado através do marketing.

REFERÊNCIAS

ABRAFESTA. **Palavras do presidente.** Disponível em: <https://abrafesta.com.br/34-quem-somos>. Acessado em 04 de mai. 2018

ABRAFESTA. Disponível em: <<https://abrafesta.com.br>>. Acessado em 14 mai. 2018.

ABDALA, Vitor. **Comércio varejista fecha 2017 com alta de 2% no volume de vendas.** Disponível em: <agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-02/comercio-varejista-fecha-2017-com-alta-de-2-no-volume-de-vendas>. Acessado em: 15 maio 2018.

CANDIDO, Claudio Roberto. O eu é empreender. In: Empreendedorismo: uma perspectiva multidisciplinar / Alexandre Manduca ...[et al.] ; organização Claudio Roberto Candido, Patrícia Patrício. - 1. ed. - Rio de Janeiro : LTC, 2016.

CAUSA MORTIS. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Anexos/causa_mortis_2014.pdf>. Acessado em: 31 ago. 2018.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor.** 4.Ed. São Paulo: Manole, 2013.

Dados gerais. Disponível em: <missaovelha.ce.gov.br/dados-gerais>. Acessado em 15 mai. 2018.

DEGEN, Ronald Jeans. **O empreendedor: empreender como opção de carreira.** Pearson, 2008. 464 págs.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** – 6. ed. – São Paulo: Atlas, 2016.

EGEL, Tolfo. **Métodos de pesquisa,** Ufrgs,2009.

FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GONÇALVES, Luciana. **Mercado de eventos movimentou bilhões em eventos corporativos e sociais.** Disponível em: <www.serifacomunicacao.com.br/release/mercado-de-eventos-movimentou-bilhoes-em-eventos-corporativos-e-sociais>. Acessado em 08 mai. 2018.

IBGE : Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – **Estatísticas Por Cidade E Estado.** Disponível em: <www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/por-cidade-estado-estatisticas.html>. Acessado em: 15 maio 2018.

IBGE : Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – **População.** Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/missao-velha/panorama>>. Acessado em: 04 set. 2018.

ISNARD, Martinho. **Manual de planejamento estratégico: desenvolvimento de um plano estratégico com a utilização de uma planilha excel.** São Paulo: Atlas S.A, 2010.

Manual de planejamento estratégico: conceitos e diretrizes / coordenador, Stenio Wagner Pereira de Queiroz; participação, Tássio Francisco Loft Matos, Nathaniel Carneiro Neto, Heloísa Helena Medeiros da Fonseca - Fortaleza: IFCE, 2013

Mercado de festas infantis desperta atenção de empreendedores em Pernambuco. Disponível em: <g1.globo.com/pe/pe-noticias/noticia/2014/01/mercado-de-festas-infantis-desperta-atencao-de-empresarios-em-pe.html>. Acessado em 15 mai. 2018.

Natureza da Pesquisa Quantitativa e da Pesquisa Qualitativa - da série Tipos de Pesquisa. Disponível em: <<http://www.abntouvancouver.com.br/2015/05/natureza-da-pesquisa-quantitativa-e-da.html>>. Acessado em: 05 set. 2018.

OLIVEIRA, Djalma. **Empreendedorismo: Vocação, capacitação e atuação** direcionadas para o plano de negócios. São Paulo: Atlas, 2014.

PASTOR, Cesar Sales; SILVA, Luis Aparecido Marques da; STÁBILEA; Samuel.
Importância do planejamento estratégico no ambiente organizacional: um estudo sobre as dificuldades de gestão. Disponível em:<revista.unicuritiba.edu.br/index.php/admrevista/article/download/1232/836>. Acesso em: 15 out. 2018.