UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DA REGIÃO DAS HORTÊNSIAS
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

THAINÁ CARDOSO TREIN

PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA LOLLI FESTAS E EVENTOS

CANELA, RS
2019

THAINÁ CARDOSO TREIN

PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA LOLLI FESTAS E EVENTOS

Trabalho de Conclusão de Curso II com ênfase em Novos Negócios, apresentado ao curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul, no Campus Universitário da Região das Hortênsias, como requisito parcial para a obtenção do Grau de Bacharel em Administração.

Orientador Prof. Me. Silvio Aurélio Jaeger

CANELA, RS

2019

THAINÁ CARDOSO TREIN

PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA LOLLI FESTAS E EVENTOS

Trabalho de Conclusão de Curso II com ênfase em Novos Negócios, apresentado ao curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul, no Campus Universitário da Região das Hortênsias, como requisito parcial para a obtenção do Grau de Bacharel em Administração.

Aprovada em 05/07/2019

Banca examinadora:

Prof. Orientador: Me. Silvio Aurélio Jaeger
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof. Avaliador: Me. Fernando Batista Fontana
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof. Avaliador: Me Vinícius de Vargas Bacichetto
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Dedico este trabalho a minha família, em especial aos meus pais Elio Trein e Maria Geneci Cardoso Trein por terem me acompanhado nesta jornada desde o início.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais Elio Trein e Maria Geneci Cardoso Trein, que não mediram esforços para me ajudar nesta etapa tão importante da minha vida.

Aos meus familiares, irmão Diego Cardoso Trein, cunhada Daniela Trein e namorado Andrews Behling, que me incentivaram e ofereceram apoio nos momentos mais críticos.

Agradeço também ao meu professor Silvio Aurélio Jaeger, responsável pela orientação deste trabalho, que me orientou e ajudou com maestria em todas as etapas de encerramento deste ciclo.

RESUMO

O relatório desenvolvido segue a ênfase de novos negócios e apresenta um plano de negócios de uma empresa prestadora de serviços no segmento de salão de festas e eventos localizada na cidade de Canela/RS. O plano estrutura todas as áreas da empresa, ou seja, marketing, gestão de pessoas, operações e área financeira, elaborando ainda uma análise de mercado, análise de viabilidade econômico-financeira e também descreve como a empresa vai operar no mercado. Primeiramente é feito a descrição da empresa, em seguida é feita a análise de macroambiente e microambiente, apresentação do plano de negócio de marketing, definição do plano de operações e definição do plano de gestão de pessoas. Posteriormente são apresentadas as projeções financeiras e plano de contingência e nas considerações finais, a acadêmica realiza a análise da viabilidade do negócio proposto que se demonstra inviável tanto no cenário realista quanto no cenário otimista.

Palavras-chave: Plano de Negócio. Salão de festas e eventos. Viabilidade econômica.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Logomarca Lolli Festas e Eventos 24
Figura 2 – Gênero dos pesquisados 31
Figura 3 – Renda mensal dos pesquisados 31
Figura 4 – Site da empresa Balloontech 32
Figura 5 – Site empresa Art-latex 33
Figura 6 – Site empresa Magazine 25 33
Figura 7 – Site FRZ Artesanato em mdf 34
Figura 8 – Análise da Matriz SWOT 41
Figura 9 – Limites de valores a serem pagos pelo serviço da empresa 54
Figura 10 – Perfil do Instagram da Lolli Festas e Eventos 57
Figura 11 – Página do Facebook da Lolli Festas e Eventos 57
Figura 12 – Cartão de Visita Lolli Festas e Eventos 58
Figura 13 – Planta baixa Lolli Festas e Eventos 65
Figura 14 – Fluxograma dos processos de serviço da Lolli Festas e Eventos 83
Figura 15 – Pergunta 7 do questionário 101
Figura 16 – Pergunta 8 do questionário 101
Figura 17 – Pergunta 13 do questionário 102
Figura 18 – Previsão de vendas para o ano 1 em quantidades de pacotes no cenário realista 103
Figura 19 – Previsão de vendas para o ano 2 em quantidades de pacotes no cenário realista 104
Figura 20 – Projeção de faturamento para o ano 1 no cenário realista 105
Figura 21 – Projeção de faturamento para o ano 2 no cenário realista 106
Figura 22 – Projeção de faturamento do ano 1 ao ano 5 106
Figura 23 – Fórmula do Simples Nacional 108
Figura 24 – Projeção de faturamento para o ano 1 109
Figura 25 – Anexo III do Simples Nacional 109
Figura 26 – Projeções do Simples Nacional do ano 1 ao ano 5 no cenário realista 110
Figura 27 – Fluxo de caixa ano 1 no cenário realista 113
Figura 28 – Fluxo de caixa ano 2 no cenário realista 114
Figura 29 – Fluxo de caixa dos 5 anos da empresa no cenário realista 115
Figura 30 – Demonstração de resultados do ano 1 116
Figura 31 – Demonstração de resultados do ano 2 117
Figura 32 – Demonstração de resultados do ano 1 ao ano 5 117

Figura 33 – Fórmula do *Payback* 118
Figura 34 – *Payback* no cenário realista 119
Figura 35 – Fórmula RSV 119
Figura 36 – Fórmula ROI 120
Figura 37 – Fórmula VPL 121
Figura 38 – Cálculo do VPL 121
Figura 39 – Fórmula TIR 122
Figura 40 – Fórmula PE 123
Figura 41 – Previsão de vendas para o ano 1 em quantidades no cenário otimista 125
Figura 42 – Previsão de vendas para o ano 2 em quantidades no cenário otimista 125
Figura 43 – Previsão de faturamento do ano 1 no cenário otimista 126
Figura 44 – Previsão de faturamento do ano 2 no cenário otimista 127
Figura 45 – Previsão de faturamento do ano 1 ao ano 5 no cenário otimista 127
Figura 46 – Projeções do Simples Nacional do ano 1 ao ano 5 no cenário otimista 129
Figura 47 – Fluxo de caixa ano 1 no cenário otimista 130
Figura 48 – Fluxo de caixa ano 2 no cenário otimista 131
Figura 49 – Fluxo de caixa dos 5 anos da empresa no cenário otimista 132
Figura 50 – Demonstração de resultado do ano 1 no cenário otimista 133
Figura 51 – Demonstração de resultado do ano 2 no cenário otimista 133
Figura 52 – Demonstração de resultado ao ano 1 ao ano 5 no cenário otimista 134
Figura 53 – *Payback* descontado da empresa no cenário otimista 135
Figura 54 – Cálculo do VPL no cenário otimista 136

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Tipos de empresas 35
Quadro 2 – Concorrentes diretos e suas principais características 36
Quadro 3 – Análise SWOT 40
Quadro 4 – Características dos Serviços 48
Quadro 5 – Catálogo de Festas Infantis da Lolli Festas e Eventos 50
Quadro 6 – Catálogo de Eventos da Lolli Festas e Eventos 50
Quadro 7 – Valores dos 3 pacotes de aluguel do salão da Lolli Festas e Eventos 55
Quadro 8 – Valores dos 3 pacotes de serviços de decoração da Lolli Festas e Eventos 55
Quadro 9 – Investimento inicial com a área de marketing 61
Quadro 10 – Gastos mensais com a área de marketing 62
Quadro 11 – Orçamentos de construção da Infraestrutura 66
Quadro 12 – Materiais para o salão 67
Quadro 13 – Materiais para a área infantil 68
Quadro 14 – Materiais para os banheiros 68
Quadro 15 – Materiais para a sala de reuniões 69
Quadro 16 – Materiais para a cozinha e lavanderia 69
Quadro 17 – Materiais para o depósito 70
Quadro 18 – Materiais para a decoração 71
Quadro 19 – Materiais de pelúcia 72
Quadro 20 – Painéis de tecidos 73
Quadro 21 – Materiais de escritório 75
Quadro 22 – Materiais de limpeza 76
Quadro 23 – Balões 77
Quadro 24 – Valores instalação serviços terceirizados 80
Quadro 25 – Valores dos serviços terceirizados 80
Quadro 26 – Investimento Inicial 85
Quadro 27 – Gastos mensais de operações 86
Quadro 28 – Descrição do cargo de Administrador 88
Quadro 29 – Descrição dos cargos de Decorador de Eventos 88
Quadro 30 – Remuneração dos cargos 92
Quadro 31 – Encargo dos cargos 92
Quadro 32 – Remuneração da sócia 93

Quadro 33 – Investimento inicial da Lolli Festas e Eventos..... 96
Quadro 34 – Previsão de vendas do ano 1 ao ano 5 em quantidades no cenário realista 104
Quadro 35 – Valores dos 3 pacotes de aluguel do salão da Lolli Festas e Eventos..... 105
Quadro 36 – Valores dos 3 pacotes de serviços de decoração da Lolli Festas e Eventos..... 105
Quadro 37 – Custos da empresa ano 1 no cenário realista..... 107
Quadro 38 – Despesas fixas e variáveis ano 1 no cenário realista..... 110
Quadro 39 – Retorno sobre as vendas do ano 1 ao ano 5 119
Quadro 40 – Retorno sobre o investimento do ano 1 ao ano 5 120
Quadro 41 – Cálculo da TIR na HP12C no cenário realista 123
Quadro 42 – Margem de contribuição 124
Quadro 43 – Ponto de equilíbrio 124
Quadro 44 – Previsão de vendas do ano 1 ao ano 5 em quantidades no cenário otimista..... 126
Quadro 45 – Custos da empresa ano 1 no cenário otimista 128
Quadro 46 – Despesas fixas e variáveis ano 1 no cenário otimista 129
Quadro 47 – Cálculo da TIR na HP12C no cenário otimista..... 134
Quadro 48 – Contingências x Ações..... 138

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 19

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA 21

2.1 DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO, VISÃO, MISSÃO, FILOSOFIA/PRINCÍPIOS E OBJETIVOS 24

2.2 EQUIPE GERENCIAL 27

3 ANÁLISE DE MERCADO 29

3.1 MICROAMBIENTE 29

3.1.1 Clientes 29

3.1.2 Fornecedores 32

3.1.3 Concorrentes 34

3.2 MACROAMBIENTE 36

3.3 ANÁLISE *SWOT* 39

4 PLANO DE MARKETING 43

4.1 TIPOS DE MERCADO 44

4.2 SEGMENTAÇÃO DE MERCADO E POSICIONAMENTO 45

4.3 COMPOSTO (MIX) MERCADOLÓGICO 47

4.3.1 Produto/Serviço 47

4.3.2 Preço 52

4.3.3 Promoção 56

4.3.4 Distribuição 58

4.4 RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES 59

4.5 RESUMO DE GASTOS COM ÁREA DE MARKETING 61

5 PLANO DE OPERAÇÕES 63

5.1 INVESTIMENTO EM INFRAESTRUTURA 63

5.2 MÁQUINAS, EQUIPAMENTOS E FERRAMENTAS 66

5.3 MATÉRIAS-PRIMAS, INSUMOS E MATERIAIS 74

5.4 ESTOQUE DE PRODUTOS ACABADOS EM FABRICAÇÃO 78

5.5 AGREGADOS E TERCEIRIZADOS 79

5.6 MANUTENÇÃO 81
5.7 PROCESSOS 81
5.8 INFORMAÇÕES 84
5.9 RESUMO DE GASTOS COM ÁREA DE OPERAÇÕES 85

6 PLANO DE GESTÃO DE PESSOAS 87
6.1 DESCRIÇÕES DE CARGOS 87
6.2 AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO 89
6.3 RECRUTAMENTO E SELEÇÃO 90
6.4 REMUNERAÇÃO 91

7 PROJEÇÕES FINANCEIRAS 95
7.1 PLANO DE INVESTIMENTOS 95
7.2 FONTES DE FINANCIAMENTO 97
7.3 PROJEÇÕES ECONÔMICAS 98
7.4 PREVISÕES DE VENDAS 99
7.5 CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS E FIXOS 107
7.6 AVALIAÇÃO ECONÔMICA – FINANCIAMENTO DO NEGÓCIO 111
7.7 FLUXO DE CAIXA 112
7.8 DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO 116
7.9 ÍNDICES ECONÔMICOS 117
7.9.1 *Payback* 118
7.9.2 Retorno sobre as vendas (RSV) 119
7.9.3 Retorno sobre o investimento (ROI) 120
7.9.4 Valor presente líquido (VPL) 121
7.9.5 Taxa interna de retorno (TIR) 122
7.9.6 Ponto de equilíbrio 123
7.10 CENÁRIO OTIMISTA 125
7.10.1 Fluxo de caixa no cenário otimista 128
7.10.2 Demonstração de resultado do exercício no cenário otimista 133
7.10.3 Taxa interna de retorno (TIR) 134
7.10.4 *Payback* 135
7.10.5 Valor presente líquido (VPL) 135

8 PLANOS DE CONTINGÊNCIAS E ANÁLISE DE RISCOS 137

9 LIMITAÇÕES DO ESTUDO 139

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS 141

REFERÊNCIAS 143

1 INTRODUÇÃO

As empresas carecem de um planejamento para conseguirem manter-se no mercado de atuação, caso contrário, não existe um ponto de partida, e muitas iniciam sem um rumo definido, visualizando somente a atuação prática, sem uma análise real prévia sobre o contexto geral que engloba uma empresa.

O empreendedor deve estar atento aos acontecimentos que ocorrem no seu segmento e na economia, desenvolvendo suas habilidades para conseguir gerenciar uma empresa com planejamentos e diretrizes.

O plano de negócios é o primeiro passo para que o empreendedor inicie sua empresa, pois ele auxiliará a enxergar a visão atual e futura do novo negócio. Por meio deste estudo, ele poderá verificar toda a estrutura de funcionamento da empresa desde o operacional até o financeiro, elaborando um planejamento de forma minuciosa e detalhada.

Para isso, este trabalho tem como finalidade analisar a viabilidade financeira e econômica da criação de um novo empreendimento no ramo de serviços na cidade de Canela/RS, atendendo também o público da cidade vizinha, Gramado/RS, chamado Lolli Festas e Eventos.

O mesmo tem como segmento o ramo de festas e eventos em geral, atendendo um público intermediário que buscam lugares para realizar festas de médio porte.

Para elaborar este trabalho, seguiu-se a linha de novos negócios, e para isso a autora realizou pesquisas bibliográficas e mercadológicas que serviram para embasar e sustentar o desenvolvimento deste trabalho de conclusão. Assim realizou-se um estudo sobre a viabilidade para determinar a possibilidade de atuação desta empresa no mercado.

Este plano de negócio é dividido em dez capítulos que apresentam além da introdução deste trabalho, a descrição da empresa, a análise do mercado, o plano de marketing, o plano de operações, o plano de gestão de pessoas, as projeções financeiras, o plano de contingência, as limitações do estudo e por fim as considerações finais.

No Capítulo 2, descrição da empresa, a acadêmica relata todos os pontos que caracterizam a empresa, sua definição de negócio, sua visão, missão, valores e objetivos, e a equipe gerencial do empreendimento.

Após a descrição da empresa, a autora seguirá apresentando no Capítulo 3 a análise do mercado. Nesta seção a sócia irá explicitar todas as segmentações do microambiente e do macroambiente.

Em seguida, no Capítulo 4, no plano de marketing da Lolli Festas e Eventos será apontado o tipo de mercado, a segmentação e o posicionamento da empresa neste setor, assim como o composto mercadológico que engloba os serviços oferecidos pela empresa, os preços, as promoções, propagandas e as distribuições.

Já no Capítulo 5, plano de operações, a empresa faz um levantamento de todos os investimentos realizados em infraestrutura, máquinas, equipamentos e ferramentas, matérias-primas, insumos e materiais, relata também o estoque de produtos acabados, as terceirizações, manutenção e os processos dos serviços oferecidos, desde o contato com o cliente até o encerramento do serviço.

Para o plano de gestão de pessoas, Capítulo 6, será abordado as descrições dos cargos de trabalho presentes na empresa, como será realizado a avaliação de desempenho dos funcionários contratados, o recrutamento e seleção destes cargos e as remunerações dos mesmos.

No Capítulo 7, será abordado todas as projeções financeiras da empresa, considerando todos os investimentos, a fonte para realizar estes investimento, as projeções econômicas globais, as estimativas de previsões de vendas e faturamentos, todos os custos e despesas fixos e variáveis, a avaliação econômica, os fluxos de caixa abertos dos anos 1 e 2, e fechados dos anos 3, 4 e 5, as demonstrações de resultados abertos dos anos 1 e 2, e fechados dos anos 3, 4 e 5, e os cálculos dos índices econômicos, todos no cenário realista, otimista e conservador.

No antepenúltimo capítulo denominado planos de contingências e análise de riscos serão apresentadas as possíveis contingências da empresa e suas ações para reverte-las.

O Capítulo 9 apresentará todas as limitações de estudo que a autora teve no decorrer do desenvolvimento do trabalho. Questões que não foram abordadas por alguma razão pela autora do novo negócio.

Por fim, são apresentadas no Capítulo 10 as considerações finais em que baseado nos demais capítulos a autora segundo o seu ponto de vista, interpretou a viabilidade ou não do novo negócio, considerando que a mesma como futura empreendedora poderá ou não tornar este plano de negócios realidade.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A ideia do novo negócio é a criação de um salão de festas localizado na cidade de Canela/RS. O intuito é de promover a locação para festas e eventos, com foco em festas infantis e juntamente com esta proposta, oferecer no serviço de festas infantis e eventos a escolha ou personalização de uma temática, escolhida de acordo com sugestões pessoais do público alvo, focando no atendimento ao cliente.

Segundo reportagem divulgada pelo Divulgador de Notícias – DINO (2018, não paginado):

> O mercado de festas foi responsável por movimentar R$ 17,2 bilhões no país no ano passado, de acordo com dados da Associação Brasileira de Eventos Sociais (ABRAFESTA). Deste total, 16% são representados por festas infantis.

Pensando nesses percentuais e fazendo um levantamento de informações através de contato com familiares e conhecidos, foi possível observar que na cidade há oportunidade para este mercado. A ideia do negócio seria a locação do salão de festas que acomoda no máximo 120 pessoas e possui espaço para decoração e alimentação, com toda a parte interna de móveis, cadeiras, brinquedos e estrutura inclusa, segurança e responsável no ato da festa, além de uma temática de catálogo da preferência do cliente, ou a personalização de algo novo se solicitado tantos nas festas infantis quanto nos eventos.

O projeto de montar um salão de festas e eventos, com foco em festas infantis, surgiu da observação de familiares, e amigos próximos que possuem filhos e quase todos os anos buscam lugares voltados para o foco infantil para realizar as festas de aniversários de seus filhos, ou até mesmo eventos familiares.

O negócio consiste na construção de um salão que comporte no máximo 120 pessoas, com a disponibilização das mesas e cadeiras para convidados, e mesas para as decorações principais. O ambiente também vai dispor de brinquedos de entretenimento infantil, como cama elástica; uma casa de bolinhas; mesas e cadeiras de tamanho infantil; um quadro negro e giz para desenhar; alguns jogos infantis; uma máquina de vídeo game multijogos e uma televisão de 43 polegadas, além de três banheiros, um masculino, um feminino e outro para deficientes, uma cozinha com instrumentos e eletrodomésticos básicos, uma pequena área de lazer no salão com lareira, uma sala de reuniões aonde a sócia irá atender seus clientes, e também um depósito de autorização somente da gerencia, aonde serão alocadas mesas e cadeiras caso necessário e todos os itens decorativos.

A localização será em um terreno na cidade de Canela/RS, na Rua Elvira Alves da Silva, a sete quadras da Catedral Nossa Senhora de Lourdes. A escolha do local se deu por dois motivos, o primeiro por ser um terreno de propriedade da única sócia Thainá Cardoso Trein e segundo por ser uma rua de fácil acesso, localizada próxima do centro, com pouca movimentação de carro e disponibilidade de vagas para estacionamento na própria rua.

A empresa será gerenciada pela única sócia Thainá Cardoso Trein, de vinte e quatro anos, autora deste trabalho e acadêmica do Curso de Administração na Universidade de Caxias do Sul, no Campus de Canela/RS, há quatro anos empreendedora e sócia da empresa Madelio Compensados Ltda. EPP, já com experiência em algumas áreas que compõem a administração de uma empresa. O novo negócio se enquadrará juridicamente dentro da categoria Microempresa (ME) onde segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (2019a), a receita bruta anual pode ser inferior ou igual a R$ 360.000,00 e possuir até nove funcionários. Tributariamente a empresa será enquadrada como Simples Nacional, e a atividade será a de casas de festas e eventos independentes.

O negócio da empresa são festas infantis e eventos diversos, entretanto o foco da empresa será o público infantil, abrindo para eventos quando surgir orçamentos, e o ambiente, estrutura e normas permitirem o uso para o mesmo. A proposta da empresa é oferecer a locação do salão com os pertences disponíveis, e também o serviço de decoração.

Para o aluguel do salão, terão 3 opções de pacotes que serão apresentados para três grupos de quantidades de pessoas estipulados para as festas e eventos.

Já nos serviços de decoração, para as festas infantis será apresentado um catálogo inicialmente com 23 temas disponíveis, 10 temas femininos, 10 temas masculinos e três temas para ambos os gêneros, e para cada tema escolhido terão três pacotes de serviços. Além das três opções de pacotes, haverá a possibilidade de o cliente sugerir e ser feito a personalização de um tema completo, ou de complementos em temas já existentes, o que acarretará acréscimos no valor do aluguel da decoração de acordo com a opção escolhida pelo cliente.

Para os eventos também haverá um catálogo com 6 opções temáticas de decorações para festas e eventos em geral, também com as três opções de serviços para cada tema, caso o evento ou a festa solicitada não conste no catálogo, a responsável irá anotar as solicitações, desejos e necessidades do cliente e fará uma montagem de decoração.

O contato do cliente será possível através da rede social *Facebook*, onde a empresa terá um perfil disponível com fotos e contato para informações, pelo *Instagram* que também irá conter fotos do salão e suas atribuições, como das festas já realizadas e montadas, e-mail e telefone da empresa que permitirão que o cliente se comunique facilmente.

Os dias para locação serão indefinidos, marcados e agendados conforme necessidades das festas. Festas infantis terão projeção de duração de até quatro horas, exceto seja feito algum pedido especial na contratação. A entrada para levar os mantimentos da festa será autorizada na parte da tarde, e posteriormente o horário inicial da festa será estabelecido em acordo com os clientes. Os horários dos eventos serão organizados e combinados juntamente aos clientes.

A ideia de ofertar a locação para festas infantis surgiu do contato direto com pais e conhecidos, que buscam a comodidade de um lugar que ofereça os recursos necessários para bem alocar seus convidados, com as mesas, atrativos para as crianças e a decoração toda pronta, sem a preocupação e a responsabilidade pós-festa, como a arrumação e a limpeza.

Inicialmente o negócio da sócia era apenas um salão que proporcionasse eventos exclusivos para o público infantil, entretanto após o levantamento dos resultados da pesquisa conclusiva descritiva desenvolvida no Trabalho de Conclusão de Curso I, e com a ajuda dos orientadores, a autora percebeu que o espaço poderia ofertar outras possibilidades de negócios, eventos e festas diante da estrutura que será construída. Na pesquisa em uma pergunta específica surgiram inúmeras sugestões diferenciadas sobre outras propostas de festas, onde os respondentes ofertaram na questão a dificuldade de encontrar lugares para realizar formaturas, festas de batizado, festas de chá de bebê e outras festas, em decorrência da falta de espaços que comportem um número de pessoas menor e que seja acessível para todos.

Entrando na razão social da empresa, a autora definiu Trein Casa de Festas e Eventos ME, com o nome fantasia Lolli Festas e Eventos. A razão social escolhida refere-se ao sobrenome da família, seguida do segmento do negócio e o nome fantasia remete a uma homenagem a uma familiar próxima da família, sobrinha da autora que se chama Lorena, além de ser um nome fácil que possa criar a marca do negócio na cidade.

A empresa definiu como logomarca, algo que não abrangesse tanto o público infantil mesmo sendo o foco da empresa, e com isso trouxe somente o nome do negócio juntamente com um balão que remete sem especificações a ideia de festas e eventos.

Sobre as cores escolhidas, Gonçalves (2015) afirma dentro do marketing que existe a psicologia das cores e o visual é um dos fatores que mais contribui para a decisão final de compra de um produto ou fechamento de um serviço.

As cores definidas para a logomarca da Lolli Festas e Eventos conforme Figura 1, foram o laranja e o cinza. Ainda conforme Gonçalves (2015) o laranja cor de maior destaque e escolhida para ser a principal da logomarca do negócio representa receptividade, alegria, con-

fiança, comunicação e ação, já o cinza definido como cor das escritas é considerada uma cor neutra, que visualmente em cima do laranja destaca claramente a ideia do negócio.

Figura 1 – Logomarca Lolli Festas e Eventos

Fonte: elaborado pela autora (2019).

O intuito da Logomarca definida pela autora é de que seja algo que chame a atenção pela cor forte, mas com um visual mais claro, para que visualmente não abrisse espaço para a imaginação em outros negócios.

2.1 DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO, VISÃO, MISSÃO, FILOSOFIA/PRINCÍPIOS E OBJETIVOS

A definição do negócio é o primeiro ponto a ser desenvolvido pela organização, pois é através dele que a empresa apresentará aos seus clientes quais os benefícios e diferenciais que a mesma propõe em relação às outras empresas do mesmo ramo no mercado. Para Fernandes e Berton (2007, p. 21):

> Negócio pode ser definido como a arena onde uma organização compete ou, de forma mais ampla, atua. Olhar o conjunto de empresas que atendem um mesmo grupo de clientes, visando satisfazer as necessidades semelhantes desses clientes, com base em tecnologias não muito distintas, pode ser uma pista para se atender o que é um negócio.

Acrescentando Kotler e Keller (2006, p. 45) afirmam que:

> A maioria das empresas opera vários negócios e frequentemente os define em termos de produtos [...] Um negócio precisa ser visto como um processo de satisfação do cliente, e não como um processo de produção de mercadorias. [...] O transporte é uma necessidade: o cavalo e a carruagem, o automóvel, o trem, o avião e o caminhão são produtos que atendem a essa necessidade.

Desta forma, a melhor definição de negócio segundo os autores citados, é aquela baseada no mercado de atuação da organização e não no produto ou serviço proposto pela mesma, já que as necessidades de consumo dos clientes são permanentes enquanto que os produtos e serviços são passageiros.

Diante disso o negócio definido da Lolli Festas e Eventos é "proporcionar comemorações que satisfaçam e memorizem momentos de alegria para as pessoas" .

Prosseguindo, com a definição de negócio já estabelecida pela organização, é importante o entendimento da projeção futura que a empresa almeja como sua visão; o entendimento da justificativa de sua existência com a missão; seus valores e princípios que serão suas responsabilidades e seus objetivos que são os resultados específicos que a organização pretende alcançar em determinado período de tempo.

Sobre a Visão, Oliveira (1999, p. 82) declara que a mesma "proporciona o grande delineamento do planejamento estratégico a ser desenvolvido e implementado pela empresa."

Complementando Nogueira (2014) destaca que para formular a visão de uma empresa é necessário que se respondam algumas perguntas, sendo elas, qual o objetivo da empresa; o que mais motiva; qual a maior inspiração e o que se busca querer mudar. Com essas respostas bem claras, a empresa é capaz de definir o que se deseja ser a longo prazo.

Com isso a Visão estabelecida pela Lolli Festas e Eventos é "Se tornar referência em festas infantis e eventos pequenos na cidade de Canela/RS, além de ser reconhecida pela qualidade, segurança e inovação contínua no ramo."

Já a Missão, para Oliveira (1999, p. 118) é "[...] a razão de ser da empresa [...] Missão é uma forma de se traduzir determinado sistema de valores em termos de crenças ou áreas básicas de atuação, considerando as tradições e filosofias da empresa."

Corroborando Wright, Kroll e Parnell (2000, p. 92) destacam que "As organizações são fundadas com um propósito. Embora esse propósito possa mudar ao longo do tempo, é essencial que os *stakeholders* compreendam o motivo da existência da organização, ou seja, sua missão."

Com estas informações a autora desenvolveu a missão a seguir, “Proporcionar para os clientes um serviço diferenciado e de qualidade no ramo de decorações de festas infantis, além de outros eventos, através da locação de um espaço organizado, confortável e impecável para ser usufruído.”

Na sequência é importante a empresa definir sua filosofia, princípios e valores. Para Tavares (2000, p. 305) “A definição da filosofia, no contexto de uma organização, visa fundamentar os princípios, as crenças e os valores dos indivíduos que nela trabalham.” Então a filosofia da empresa são os valores e princípios que ela enumera como importantes no desenvolvimento do negócio.

Complementando Tavares (2000, p. 300) destaca que “Os princípios podem ser entendidos como regras ou códigos de conduta segundo os quais as pessoas governam suas ações, em sua vida social e profissional.” Tavares (2000, p. 302) ainda afirma que os valores “[...] são maneiras como esses princípios expressam-se [...] Os valores servem como instrumento para avaliar e dar significado à direção buscada pelos participantes da organização.”

Com isso os valores estabelecidos para o novo empreendimento Lolli Festas e Eventos estão assim destacados:

a) qualidade – no serviço oferecido, nos detalhes das decorações e no atendimento aos clientes;
b) inovação – buscar continuamente novos temas para inserir no catálogo de temáticas além de itens decorativos;
c) ética – prezar o relacionamento ético entre todos os tipos de relações presentes na empresa, além da seriedade com os serviços prestados;
d) gentileza – atender as necessidades e expectativas dos clientes de forma flexível e gentil;
e) comprometimento – oferecer opções diversas aos clientes e entregar de forma organizada o contratado nos pacotes;
f) sustentabilidade – dentro das decorações propostas, buscando alternativas de itens decorativos que possam ser reaproveitados em mais de uma temática e em mais de uma vez.

Sobre os objetivos estabelecidos por uma organização, Oliveira (1999, p. 146) afirma que “[...] podem ser conceituados como o estado, situação ou resultado futuro que o executivo pretende atingir [...] o termo objetivo relaciona-se a tudo que implica obtenção de um fim ou resultado final.”

Já para Etzel, Walker e Stanton (2001) para serem válidos e funcionais, os objetivos devem ser formulados por escrito, claros, mensuráveis e desafiadores, porém alcançáveis.

Diante disso a autora elencou os seguintes objetivos para a empresa Lolli Festas e Eventos:

a) realizar pesquisas de satisfação com os clientes constantemente;
b) manter os colaboradores contratados no auxilio das montagens das festas e eventos constantemente atualizados sobre as tendências;
c) manter as temáticas infantis sempre atualizadas de acordo com as tendências do momento assim como os itens de decoração para possíveis eventos;
d) estar entre as 3 empresas mais conhecidas na cidade de Canela e Gramado no ramo de festas infantis e eventos em um prazo de 3 anos;
e) recuperar o investimento realizado no prazo máximo de 4 anos; e
f) produzir pelo menos 2 festas ou eventos por semana após o sexto mês de empresa.

Mediante os objetivos apresentados pela Lolli Festas e Eventos, a única sócia Thainá Cardoso Trein e seus colaboradores envolvidos no processo operacional e organizacional, terão de demonstrar proatividade nas suas ações a fim de alcançar os resultados esperados.

2.2 EQUIPE GERENCIAL

Para Gil (2019, p. 18) “[...] é a função gerencial que visa à cooperação das pessoas que atuam nas organizações para o alcance dos objetivos tanto organizacionais quanto individuais.”

Já segundo Soares (2015) uma equipe necessita ter uma sinergia positiva através de um esforço coordenado, o que resulta em níveis de desempenhos e produtividades maiores, correspondendo as necessidades da organização.

Com isso, a empresa será dirigida gerencialmente pela única sócia Thainá Cardoso Trein, não havendo outras pessoas na área de gestão.

A mesma trabalhou um ano em um Pet Shop e Consultório Veterinário como recepcionista assumindo também outras funções pertinentes da empresa como, setor de compras dos produtos comercializados na loja, organização de todos os produtos da loja nas prateleiras específicas e atendimento aos clientes fazendo a recepção, juntamente trabalhando no setor de vendas e auxiliando o setor financeiro.

Posterior a isso a sócia ingressou em uma empresa familiar, uma Indústria de Compensados, localizada no Distrito Industrial da cidade de Canela/RS, onde trabalha até hoje, assumindo com auxílio ainda, a maioria das áreas que envolvem a administração da empresa como, recursos humanos, setor fiscal, pagamentos de funcionários, organização de pedidos, algumas compras, atendimento e vendas.

Desde muito nova a sócia Thainá esteve envolvida no mundo da administração onde o pai e outros sócios geriram uma empresa por dezoito anos, optaram pelo desmembramento e hoje a família administra junto uma nova empresa que já existe a cinco anos, a Madelio Compensados Ltda EPP.

A autora e única sócia da Lolli Festas e Eventos entrou no curso de Administração com o intuito de poder ajudar nos negócios da família assim como poder gerir novos projetos pessoais, por isso o surgimento da Lolli Festas e Eventos, que tem como proposta oferecer serviços de festas em um espaço de tamanho mediano, acessível financeiramente para todas as pessoas, focando no atendimento exclusivo e de qualidade.

A sócia Thainá irá se encarregar das seguintes tarefas: fazer o atendimento inicial aos clientes com as reuniões pré agendadas; listar os itens necessários para uso nas festas agendadas; compras dos insumos de decorações; setor financeiro; setor de marketing; setor de recursos humanos, fiscal e setor de fiscalização do salão.

Para integrar a equipe de colaborados, a sócia irá contratar duas pessoas que serão responsáveis pelo almoxarifado onde serão catalogados e organizados os itens decorativos, também irão ajudar na montagem das decorações das festas infantis ou eventos juntamente com a sócia Thainá, e as duas também serão encarregadas de permanecer no andamento das festas, não necessariamente as duas juntas no mesmo dia, podendo haver um revezamento estipulado pela sócia, a fim de serem as responsáveis representantes da empresa nos dias das festas e eventos.

Além dos dois colaboradores registrados a empresa irá, através de contrato, terceirizar outros dois serviços, o de segurança e o de limpeza, ambos só serão utilizados quando houverem eventos e festas agendados.

3 ANÁLISE DE MERCADO

O ambiente organizacional para Daft (2010) é composto por três níveis organizacionais, são eles: o ambiente geral que são os fatores sociais, demográficos e econômicos que afetam indiretamente as organizações quase que igualmente; o ambiente operacional que são os elementos mais próximos da organização e incluem setores que conduzem as transações cotidianas com a organização, influenciando diretamente suas operações básicas e desempenho, sendo constituído normalmente de concorrentes, fornecedores e clientes; e o ambiente interno que são os elementos dentro dos limites da organização, composto dos atuais empregados, gerentes e especialmente da cultura corporativa que define o empregado no meio ambiente interno e como a empresa se moldará ao ambiente externo.

Quanto à divisão do ambiente onde a empresa está inserida, Alves (2018) classifica em dois grupos, microambiente e macroambiente. Ainda segundo Alves (2018, p. 40):

> O microambiente está mais próximo da empresa e é composto, por exemplo, por seus clientes, fornecedores e concorrentes. O macroambiente, por sua vez, é aquele composto por várias informações que influenciam o microambiente, como a tecnologia, a cultura e as ações do governo. O macroambiente também engloba as forças ambientais distantes da empresa, mas que influenciam todo o ambiente, como informações demográficas, econômicas, naturais, políticas e legais.

Com isso observa-se que toda organização deve se manter atenta a todas as informações que afetem direta ou indiretamente o seu negócio, para poder então antecipar possíveis mudanças ou resolver possíveis problemas.

3.1 MICROAMBIENTE

Entrando no Microambiente, Kotler e Armstrong (2003, p. 61) afirmam que são os "[...] departamentos da empresa, fornecedores, intermediários de marketing, clientes, concorrentes e vários públicos, que se unem para constituir o sistema de entrega de valor da empresa."

3.1.1 Clientes

Já sobre os clientes, Bretzke (2011, p. 38) afirma que o mesmo é "[...] qualquer pessoa ou unidade organizacional que desempenha um papel no processo de troca ou transação

com uma empresa ou organização.” Em concordância Alves (2018) complementa que estabelecer um relacionamento com o cliente, permite a empresa construir um banco de dados com informações sobre frequência de compra, preferências *e hobbies,* e através disso consegue estimular transações comerciais com base no que o cliente necessitou ou possa vir a necessitar.

Com isso a Lolli Festas e Eventos tem como potenciais clientes pessoas acima de 15 anos até aproximadamente 70 anos, com foco nos pais de crianças entre faixas etárias entre um a oito anos de idade, público onde ainda observa-se o giro de festas temáticas.

Segundo pesquisa realizada pelo SEBRAE (2019b), no ano de 2016 a população total de Canela/RS era de 43.803 pessoas, sendo 21.330 homens e 22.473 mulheres. A somatória da população dentro da faixa etária de 15 anos a 70 anos, público definido pela autora, é de 31.981, todos potenciais clientes, já em Gramado/RS o SEBRAE (2019c) apresentou um total de população no ano de 2016 de 36.456 pessoas, 17.304 homens e 19.152 mulheres. A somatória de ambos dentro das faixas etárias estabelecidas para o negócio é de 26.712 pessoas, também potenciais clientes.

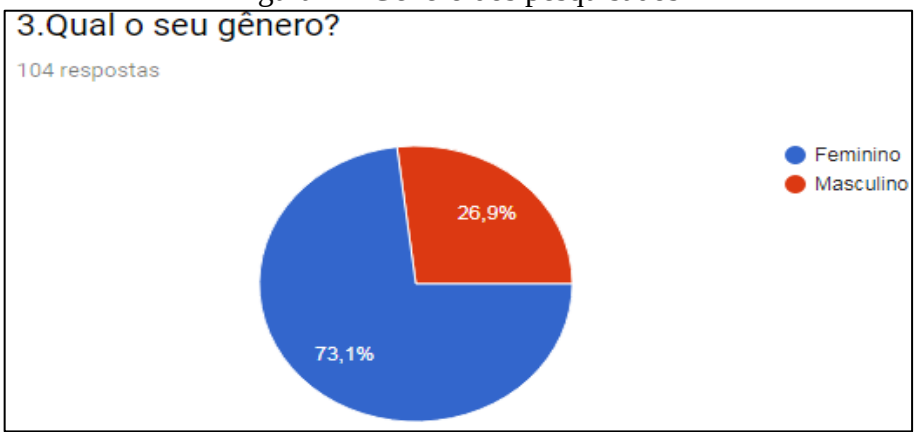
Em ambas as cidades as porcentagens variaram de 70% a 73,5% de pessoas homens e mulheres dentro das idades consideradas para os potenciais clientes, considerando essa porcentagem com alguma variação, teríamos hoje com o total segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) da população estimada de Canela/RS no ano de 2018 de 44.489 pessoas (IBGE, 2018a), e Gramado/RS de 35.875 pessoas (IBGE, 2018b), em torno de 56.000 potenciais clientes para utilizarem os serviços da Lolli Festas e Eventos.

Diante disso com o objetivo de detalhar e aprimorar o perfil dos potenciais clientes da Lolli Festas e Eventos será apresentado alguns dos resultados da pesquisa conclusiva descritiva realizada no Trabalho de Conclusão de Curso I, pesquisa realizada voltada para o foco infantil pais de crianças de um a oito anos de idade, ideia inicial de negócio da autora.

A amostra total foi de 104 questionários válidos coletados com residentes das cidades de Gramado/RS e Canela/RS. Foi analisado o perfil dos clientes, necessidades e expectativas dos potenciais clientes respondentes e a aceitação da proposta pelo público-alvo.

A Figura 2 apresenta o gênero dos respondentes da pesquisa realizada.

Figura 2 – Gênero dos pesquisados

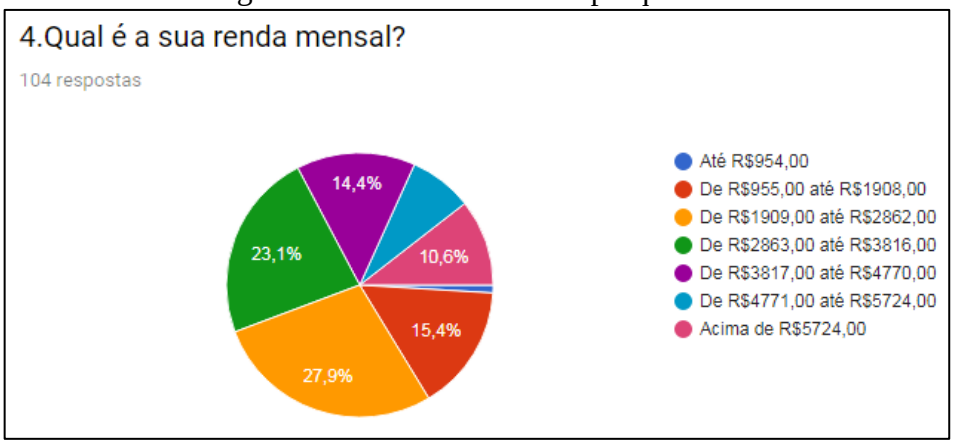


Fonte: elaborado pela autora (2018).

A pesquisa demonstra que a maioria dos respondentes é do gênero feminino, o que pode ser interpretado de duas formas. Primeiro o envio dos questionários enviados as famílias foi respondido por mulheres, por uma questão impessoal ou segundo porque o público feminino é o mais interessado em promover o serviço de festa infantil proposto pela autora, o que seria um fator considerável em relação às divulgações futuras da empresa que podem vir a ser mais voltadas para as mães.

Já a Figura 3 apresenta a renda mensal dos pesquisados.

Figura 3 – Renda mensal dos pesquisados



Fonte: elaborado pela autora (2018).

Conforme Figura 3 observa-se um fator importante em relação a futuros valores a serem cobrados considerando a renda mensal de cada um dos pesquisados, pois este fator pode vir a influenciar na decisão de compra dos pacotes de serviços oferecidos pela empresa.

A autora identificou que com a quantidade considerada de 56.000 pessoas que potencialmente poderiam vir a ser usuários de serviços de locação de um salão de festas e eventos,

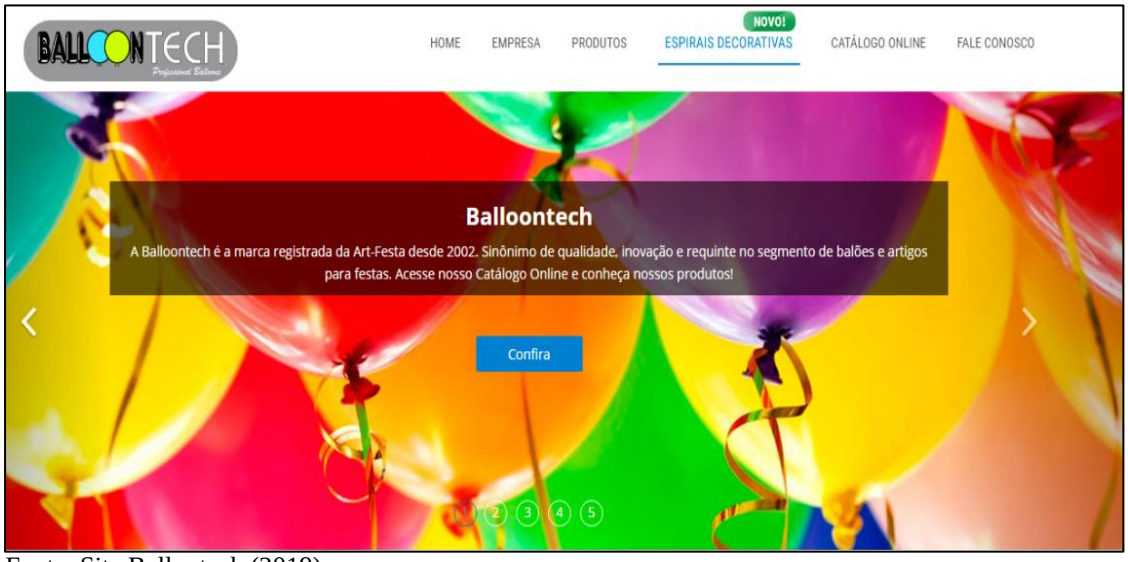
a divulgação e o empenho em desenvolver um trabalho que se diferencie dos concorrentes é fundamental, por isso o interesse em desenvolver um serviço diferenciado no atendimento ao cliente de forma organizada e pessoal.

3.1.2 Fornecedores

Em relação os fornecedores, Alves (2018) afirma que "[...] são empresas que fornecem, ou melhor, ofertam produtos e serviços para que a empresa possa funcionar." Com isso observa-se que as empresas precisam ter seus fornecedores como parceiros, pois tanto a produção, quanto o serviço final, e a formação de custo e preço dependem diretamente deste grupo.

No negócio proposto pela autora, os fornecedores serão empresas fabricantes de balões, como a Balloontech, uma empresa que se observa em grande foco em loja de artigos para festas, localizada em São Paulo/SP, que possui site com catálogos das variedades disponíveis de cores, tamanho e temática, conforme Figura 4.

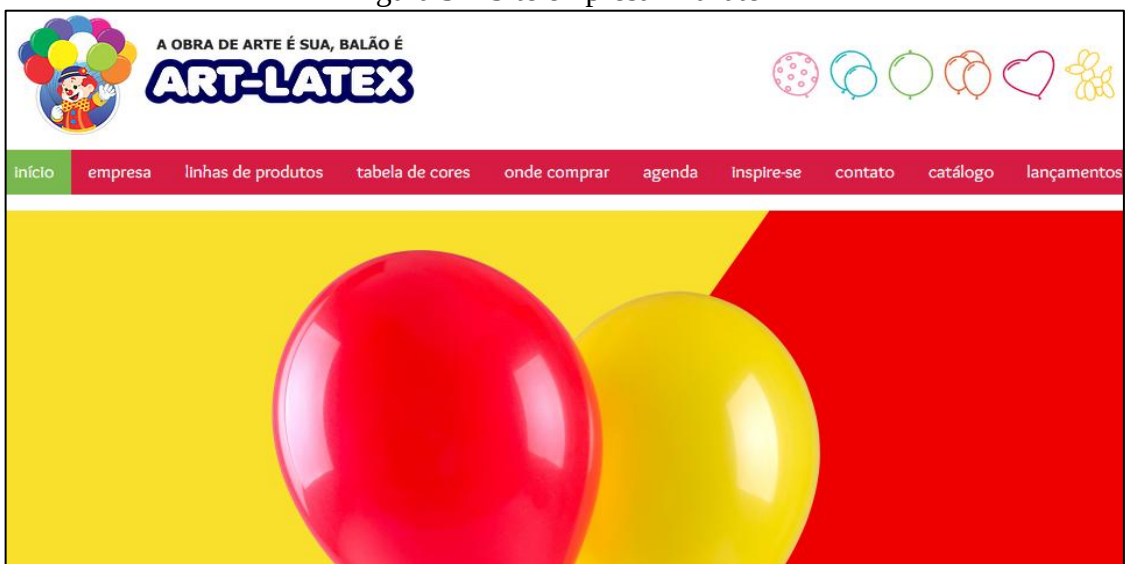
Figura 4 – Site da empresa Balloontech



Fonte: Site Ballontech (2019).

Ainda no segmento dos balões, a empresa também irá buscar fornecimento com a Art Latex, localizada no Rio de Janeiro/RJ, com site dos produtos de venda, também com muitas opções de cores, tamanhos e temáticas, conforme site apresentado na Figura 5.

Figura 5 – Site empresa Art-latex



Fonte: Site da Art-Latex (2015).

Já na parte de artigos decorativos a Lolli Festas e Eventos também terá como fornecedor a empresa Maganize 25, também localizada em São Paulo/SP, a mesma possui hoje a maior loja virtual artigos de festas do país, o que possibilita o contato direto e compra fácil dos produtos, conforme Figura 6.

Figura 6 – Site empresa Magazine 25

Fonte: Site Magazine 25 (2018).

E além da Magazine 25, a empresa também irá buscar como fornecedor, a empresa FRZ Artesanato em MDF, loja localizada na cidade de Pedreira em São Paulo, com possibilidade de compra virtual, a mesma possui uma grande variedade de itens expostos no site em material de MDF cru e pintado, itens de decoração coloridos e painéis para decoração conforme Figura 7.

Figura 7 – Site FRZ Artesanato em mdf

Fonte: Site FRZ Artesanato em mdf (2019).

A empresa também irá entrar no setor das flores, hoje um item utilizado com frequência em decorações tanto infantil quanto em eventos diversos, com isso irá tentar buscar parcerias com algumas empresas localizadas na cidade de Canela/RS, ou caso isso não ocorra irá comprar direto das mesmas, quando for necessário ou solicitado, onde uma possível fornecedora seria Floricultura Rosa Branca.

Os cinco fornecedores elencados representam a maior parte dos insumos a serem utilizados para a decoração das festas programadas, como balões, vasos decorativos, móveis, itens temáticos, flores artificiais, luzes, flores e outros itens possíveis para montar as temáticas. Muitos dos produtos adquiridos para uso, com cuidado e higienização poderão ser reaproveitados em outras temáticas e em mais de uma festa, portanto todos serão alocados e catalogados em um espaço próprio, um almoxarifado, para uso e conferência da responsável por esse departamento.

3.1.3 Concorrentes

Segundo Kotler e Keller (2006) existem quatro grupos de estrutura social que diferenciam as empresas concorrentes, conforme Quadro 1 são elas:

Quadro 1 – Tipos de empresas

Tipos de empresas	**Descrição**
Monopólio puro	Onde somente uma empresa fornece um produto ou serviço em determinado país ou região.
Oligopólio	São as grandes empresas que fabricam que variam de altamente diferenciados a padronizados.
Concorrência monopolista	São concorrentes capazes de diferenciar suas ofertas no todo ou em parte.
Concorrência pura	São concorrentes que oferecem o mesmo produto ou serviço.

Fonte: Adaptado de Kotler e Keller (2006).

Complementando Alves (2018) divide os concorrentes em dois grupos, os concorrentes diretos que vendem um mesmo produto com a mesma oferta e os concorrentes indiretos que atendem a mesma necessidade, porém com produtos diferentes.

Com base nessas descrições a Lolli Festas e Eventos possui os dois tipos de concorrentes, os diretos e indiretos. Existem empresas localizadas na cidade de Canela/RS e Gramado/RS que oferecem serviços de locação de salão para festas e eventos, e restaurantes que possuem um espaço dentro do estabelecimento aberto para alguns eventos e festas.

Observa-se cinco empresas em destaque que concorrem diretamente com a Lolli Festas e Eventos, são elas: em Canela/RS; Amora Festas e Malla Mágica, já em Gramado/RS, Festas e Artes; Festeggiare e Planeta Golden. Algumas destas empresas possuem ambientes que alocam mais de duzentas pessoas e outras possuem o negócio voltado para as festas infantis.

Outras empresas como Restaurante Bergâ Motta e Magnólia são os intitulados concorrentes indiretos, não são salões de festas exclusivamente, mas possuem um espaço que oferece estrutura para realizar alguns eventos separadamente do negócio da empresa.

Com isso a Lolli Festas e Eventos possui seus concorrentes diretos e indiretos, visto que existem salões que proporcionam a mesma proposta do negócio e casas que atendem a mesma necessidade sem serem especificas do ramo.

Os concorrentes diretos possuem algumas características semelhantes a Lolli Festas e Eventos e outras diferentes conforme Quadro 2.

Quadro 2 – Concorrentes diretos e suas principais características

Concorrentes	**Características**
Amora Festas	Espaço para até 90 pessoas, espaço Kids, decoração, alimentação e bebidas inclusas nos pacotes, banheiros e cozinha e decoração em residências.
Malla Mágica	Espaço para até 105 pessoas, espaço Kids, banheiros e cozinha, e apenas decoração nos pacotes.
Festas e Artes	Espaço para até 100 pessoas, espaço Kids, banheiros e cozinha, e pacotes com alimentação, bebidas e decoração.
Festeggiare	Espaço para até 120 pessoas, mezanino com vista para o salão com área infantil sem possibilidade de ser retirada do ambiente, cozinha e banheiros, pacotes com alimentação e bebidas inclusas.
Planeta Golden	Espaço para até 180 pessoas, pacotes com e sem alimentação inclusos, banheiros e cozinha.

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Diante disso é possível analisar que algumas empresas possuem um espaço que alocam menos pessoas e outras que alocam o mesmo número de pessoas da Lolli e até mais. A maioria possui um espaço destinado ao público infantil, entretanto uma em especial não tem possibilidade de retirada dos brinquedos, pois alguns são fixados nas paredes, o que em casos como eventos pode ser prejudicial, caso o cliente não queira utilizar e nem ter visível este espaço. Algumas empresas assim como a Lolli Festas e Eventos também não oferecem o serviço de alimentação e bebidas, outras oferecem as duas opções.

3.2 MACROAMBIENTE

Sobre Macroambiente, Kotler e Armstrong (2007, p. 58) declaram que “A empresa e todos os outros participantes operam em um macroambiente mais amplo de forças que oferecem oportunidades e impõem ameaças para a ela.”

Corroborando Alves (2018) afirma que o macroambiente se divide em sete ambientes, são eles: demográfico; econômico; físico; natural; tecnológico; político-legal e sociocultural.

Ainda segundo Alves (2018) o ambiente demográfico é a identificação da segmentação do mercado para as empresas, pois as empresas não atendem toda a população, existem interesses e necessidades diferentes que consomem e precisam de produtos e serviços variados.

O serviço de locação e decoração da Lolli Festas e Eventos tem como segmentação demográfica pessoas de 15 anos a 70 anos residentes nas cidades de Canela/RS e Gramado/RS.

Segundo pesquisa realizada pelo SEBRAE (2019b), no ano de 2016 a população total de Canela/RS era de 43.803 pessoas, sendo 21.330 homens e 22.473 mulheres. A somatória da população dentro da faixa etária de 15 anos a 70 anos, público definido pela autora, é de 31.981, todos potenciais clientes. Já em Gramado/RS o SEBRAE (2019c) apresentou um total de população no ano de 2016 de 36.456 pessoas, 17.304 homens e 19.152 mulheres. A somatória de ambos dentro das faixas etárias estabelecidas para o negócio é de 26.712 pessoas, também potenciais clientes. Totalizando assim 58.693 pessoas que poderiam usufruir de um serviço de locação de festas.

Já no ambiente econômico Kotler e Keller (2006, p. 84) dizem que, “Para que existam mercados, é preciso que haja pessoas e poder de compra. O poder de compra em uma economia depende da renda, dos preços, da poupança, do endividamento e da disponibilidade de crédito.”

Segundo o IBGE (2015) o PIB per capita do ano de 2015 na cidade de Canela/RS, último registro de censo, foi de R$ 21.355,67 e em Gramado/RS foi de R$ 47.722,39. Considerando esse dado mesmo se observando o panorama econômico do país com recessões, as festas e eventos ainda são negócios que possibilitam as lembranças familiares de momentos especiais o que não seria considerado um supérfluo no mercado, podendo assim ser um ponto positivo na implantação do projeto.

Em relação ao ambiente físico, natural e tecnológico, Alves (2018) caracteriza o primeiro como o local físico onde as organizações estão instaladas, o segundo como o ambiente onde as empresas estão inseridas, e o ambiente tecnológico que é o responsável por possibilitar mais transformações em uma organização, pois constantemente a aceleração de inovações permite o desenvolvimento de um negócio.

A Lolli Festas e Eventos será localizada na Rua Elvira Alves da Silva na cidade de Canela/RS, próxima sete quadras da Catedral Nossa Senhora de Lourdes que está no centro da cidade, e em uma rua com fácil acesso e pouca movimentação. Em relação a tecnologia a empresa vai disponibilizar para contato com o cliente, perfil no *Facebook*, no *Instagram* com

fotos constantes das festas já realizadas, além de contatos via e-mail e telefone. A empresa também estará em constante pesquisa sobre as atualidades temáticas mais solicitadas, agregando sempre que possível no catálogo, e um computador com um sistema que conste todas as festas já realizadas e agendadas para poder enviar possíveis promoções através dos cadastros dos clientes.

Sobre o ambiente político-legal Alves (2018, p. 60) diz que "[...] é aquele que regulamenta o funcionamento do mercado e o comportamento das organizações. É formado por órgãos governamentais e diversos grupos [...] que fomentam a discussão do funcionamento do sistema [...]"

A empresa segundo o SEBRAE (entre 2000 e 2018) enumera uma seqüência de exigências legais e específicas que uma casa de festas infantis deve seguir, são elas:

a) registro na Junta Comercial;
b) registro na Secretaria da Receita Federal;
c) registro na prefeitura municipal, para obter o alvará de funcionamento;
d) enquadramento na entidade sindical patronal, empresa ficará obrigada a recolher a contribuição sindical patronal, por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano;
e) cadastramento junto a Caixa Econômica Federal no sistema "Conectividade Social – INSS/FGTS"; e
f) registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa se atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o "Habite-se" pela prefeitura.

A Lolli Festas e Eventos em um primeiro momento irá contratar os serviços de um profissional da contabilidade e posterior a isso irá seguir todos os passos exigidos por lei para o devido funcionamento do estabelecimento.

Por fim, Alves (2018) ainda complementa sobre o ambiente sociocultural, dizendo que o mesmo está relacionado às crenças e valores de uma população regulamentando o nosso comportamento como cidadãos e seres humanos e, portanto, como consumidores.

A empresa tem como objetivo mudar alguns hábitos das pessoas, como não comemorarem momentos importantes por acharem desnecessários ou por interpretarem como despesa, ou realizar eventos e festas importantes em casa e ter de se preocupar em montar, organizar e limpar porque é na sua própria casa e é mais cômodo. A Lolli justamente quer que as pessoas residentes da cidade de Canela/RS e Gramado/RS percebem que existe um lugar disposto a

proporcionar essas comemorações e que está aberto para apresentar as várias possibilidades de serviço que a empresa oferece.

O negócio proposto neste trabalho tem como objetivo oferecer não somente um serviço de locação de festas e eventos, mas também proporcionar às famílias contratantes, momentos e lembranças satisfatórias de dias importantes. Observa-se que as famílias buscam este tipo de serviço para poder usufruir da festa e não ter que assumir as preocupações e cuidados que uma festa em casa exigiria, e será este serviço que a Lolli Festas e Eventos tem como proposta implementar.

3.3 ANÁLISE *SWOT*

A análise *SWOT*, é uma ferramenta da administração utilizada na análise do ambiente interno e externo das organizações com a finalidade de formular estratégias para as empresas. Através desta análise se identifica as forças e fraquezas do negócio, e oportunidades e ameaças externas. (KOTLER; KELLER, 2006)

Ainda sobre a análise do ambiente externo, Kotler e Keller (2006, p. 50) dizem que:

> Uma unidade de negócios tem de monitorar importantes forças macroambientais (econômicas, demográficas, tecnológicas, político-legais e socioculturais) e significativos agentes microambientais (clientes, concorrentes, distribuidores e fornecedores) que afetam sua capacidade de obter lucros. Ela deve estabelecer um sistema de inteligência de marketing para acompanhar tendências e mudanças importantes. Já a administração precisa identificar as oportunidades e as ameaças associadas a cada tendência ou acontecimento.

Corroborando Psillakis (2011, p. 446) acrescenta que “Uma vez definido em que negócio estamos, temos de identificar quais os fatores que garantem o êxito nesse ramo, ou seja, os fatores-chave de sucesso.”

Diante disso, foi realizada conforme Quadro 3 a análise da empresa Lolli Festas Infantis onde são elencadas as forças e fraquezas e oportunidades e ameaças do negócio no atual mercado da região.

Quadro 3 – Análise SWOT

FORÇAS	**FRAQUEZAS**
• Localização • Serviço personalizado • Atrativos infantis no ambiente • Atualização das temáticas • Flexibilidade na negociação de pacotes • Comprometimento com o cliente • Ambiente seguro • Serviço e atendimento de qualidade	• Gerência Centralizada • Falta de conhecimento da área do marketing • Empresa nova no mercado • Recursos financeiros limitados para as decorações
OPORTUNIDADES	**AMEAÇAS**
• Falta de espaço adequado nas residências • Procura pelo serviço de festas infantis • Demanda por serviços de qualidade • Demanda de local adequado para eventos menores	• Concorrentes • Preços dos serviços dos concorrentes • Mudanças nas leis • Mudança das temáticas • Festas realizadas em casa • Crises econômicas • Aumento dos preços de insumos utilizados nas montagens das festas • Marketing positivo dos concorrentes

Fonte: elaborado pela autora (2018).

Observando a matriz *SWOT* construída e elaborada no Quadro 3 pela autora deste trabalho, percebe-se que existem mais forças e ameaças em destaque em relação as oportunidades e fraquezas. Kotler e Keller (2006, p. 51) afirmam que para as ameaças "é preciso preparar planos de contingência que detalhem as mudanças possíveis antes das ameaças ou durante elas." Então diante disso, a Lolli Festas Infantis precisa saber aproveitar suas forças para projetar melhorias constantes em prevenção de possíveis ameaças.

Após a realização da *SWOT*, foi feita a análise cruzada dos pontos elencados conforme Figura 8. Os mesmos foram relacionados e medidos em relevância nos cruzamentos, destacando as informações que não possuem relação, as que estão sob controle, as que precisam de acompanhamento e as em estado crítico com necessidade de ação imediata.

Figura 8 – Análise da Matriz *SWOT*

Fatores Críticos			ANÁLISE AMBIENTE EXTERNO												
			OPORTUNIDADES					AMEAÇAS							
			Falta de espaço adequado nas residências	Procura pelos serviços de festas personalizadas	Demanda por serviços de qualidade	Concorrência com pouca diversidade nos pacotes	Demanda de local adequado para eventos menores	Concorrentes	Preços dos serviços dos concorrentes	Mudanças nas leis	Mudanças nas temáticas	Festas realizadas em casa	Crises econômicas	Aumento dos preços dos insumos utilizados nas montagens das festas	Marketing positivo dos concorrentes
ANÁLISE DO AMBIENTE INTERNO	FRAQUEZAS	Administração centralizada													
		Falta de conhecimento na área do marketing													
		Empresa nova no mercado													
		Recuros financeiros limitados para as decorações													
	FORÇAS	Localização													
		Serviços personalizados													
		Atrativos infantis no ambiente													
		Atualização das temáticas													
		Flexibilidade na negociação de pacotes													
		Comprometimento com o cliente													
		Ambiente seguro													
		Serviço e atendimento de qualidade													

Legenda	
	Crítico: ação imediata
	Atenção: acompanhamento
	Sob controle
	Sem relação

Fonte: elaborado pela autora (2018).

A análise da Matriz *SWOT* apresenta os pontos de relação entre os ambientes internos, forças e fraquezas e os ambientes externos, oportunidades e ameaças. Pode-se observar que existem pontos onde não existe relação, existem alguns pontos que existem relação, porém estão sob controle como, por exemplo, o serviço de qualidade, o comprometimento com os clientes, a atualização das temáticas em relação aos seus concorrentes, que apesar de algumas serem padrões, outras estão em constantes mudanças devido ao surgimento de novos desenhos e filmes.

As relações destacadas em amarelos identificam a necessidade de acompanhamento, por exemplo, a empresa é nova no mercado, ainda não tem uma cartela de clientes, precisa adquirir para então trabalhar na retenção dos mesmos, a questão das limitações financeiras, o negócio irá iniciar com um catálogo de festas prontas, podendo não ter tantas opções quanto os seus concorrentes, o que provavelmente vai demandar um período de tempo para poder aumentar as suas montagens e a gerência centralizada que em decorrência da empresa ter somente uma sócia que irá gerenciar todas as funções em um primeiro momento, vai exigir um bom planejamento de todos os processos da empresa.

Quanto aos pontos críticos que exigem uma ação imediata, a análise apresenta somente um. A única sócia da empresa que irá operar as redes sociais e os recursos de contato com o cliente, não tem um curso especifico na área de marketing e por ser uma empresa nova que possui concorrentes diretos neste ramo, pode vir a ser um fator bastante prejudicial nos negócios, e por isso deve-se buscar o conhecimento necessário para poder se igualar neste quesito, divulgando adequadamente e com coerência a ideia do negócio da nova empresa no mercado de festas e eventos.

4 PLANO DE MARKETING

Segundo Kotler e Armstrong (2007) o processo de marketing envolve cinco passos, são eles:

a) entender o mercado, as necessidades e desejos dos clientes;
b) elaborar uma estratégia de marketing voltada para os clientes;
c) desenvolver um programa de marketing integrado que proporcione valor superior;
d) construir um forte relacionamento com os clientes; e
e) capturar valor dos clientes para gerar lucro e qualidade para os clientes.

Com estas informações, entrando no plano de marketing Kotler e Keller (2006, p. 58) afirmam que o mesmo é "[..] um documento escrito que resume o que o profissional de marketing sabe sobre o mercado e que indica como a empresa planeja alcançar seus objetivos."

Ainda segundo Kotler e Keller (2006) o plano de marketing é dividido em cinco etapas, que são:

a) resumo executivo e sumário: onde se inicia com um breve resumo das principais metas e recomendações, direcionando a alta administração a compreender o plano geral;
b) análise da situação: nesta seção são analisados os antecedentes relevantes quanto a vendas, custos, lucros, mercado, concorrentes e quanto às várias forças que atuam no macroambiente;
c) estratégia de marketing: nesta etapa o gerente de produto ou serviço define a missão e os objetivos financeiros e de marketing do plano, define também quais grupos e necessidades o produto ou serviço deve satisfazer, e em seguida estabelece o posicionamento competitivo da linha de produtos, que orientará aos resultados esperados;
d) projeções financeiras: são as previsões de vendas e de despesas e uma análise do ponto de equilíbrio; e
e) controles: as metas e o orçamento são detalhados em determinados períodos de tempo, e alta administração analisa os resultados para tomar as decisões corretivas, mantendo ou modificando alguns pontos do plano se necessário.

Sendo assim, a Lolli Festas e Eventos pretende explanar o marketing para o máximo de pessoas possíveis considerando que o salão engloba festas e eventos, em especial estimular

os pais de crianças entre um a oito anos de idade a realizarem as festas infantis em um espaço especializado, observando que o foco principal do negócio são as festas infantis.

Com isso a empresa irá produzir dois pontos de contatos em redes sociais, *Facebook* e *Instagram,* e através deles irá disponibilizar todo o material visual necessário para que os potenciais clientes possam se interar sobre o ambiente, sobre as acomodações, festas, e também encontrar os contatos, como telefone e e-mail, para pode agendar reuniões e solicitar orçamentos sem compromissos.

4.1 TIPOS DE MERCADO

Definido como será executado o plano de marketing, umas das principais decisões a definir em seqüência são qual ou quais mercados o novo negócio pretende atender.

Um mercado, segundo Kotler e Armstrong (2007, p. 6) é:

> [...] o conjunto de compradores reais e potenciais de um produto. Esses compradores compartilham de um desejo ou uma necessidade específicos que podem ser satisfeitos por meio de trocas e relacionamentos.

Corroborando, Kotler e Keller (2006) afirmam que existem quatro tipos de mercados são eles:

a) mercado consumidor: são empresas que comercializam serviços ou produtos para o consumidor final;
b) mercado organizacional: são as empresas que vendem os bens ou serviços para outras empresas, permitindo que estas então produzam algo ou revendam;
c) mercado global: composto por empresas que vendem produtos ou serviços no mercado internacional e comercializam com outros países;
d) mercado sem fins lucrativos (terceiro setor e governamental): são empresas que vendem seus produtos ou serviços para organizações sem fins lucrativos.

De acordo com estas definições, a Lolli Festas e Eventos se enquadra em um mercado consumidor, a empresa comercializará serviços no setor de organização de comemorações com venda direta ao consumidor final.

4.2 SEGMENTAÇÃO DE MERCADO E POSICIONAMENTO

Segundo Dias (2011a, p. 18) a "Segmentação de mercado é o processo de dividir mercados em grupos de consumidores potenciais com necessidades e/ou características semelhantes que provavelmente exibirão comportamentos de compra semelhantes."

Corroborando Kotler e Armstrong (2007, p. 164) afirmam que:

> O mercado é constituído de clientes, que diferem um dos outros de uma ou mais maneiras. Eles podem diferir em seus desejos, recursos, localizações e atitudes e práticas de compra. Por meio da segmentação de mercado, os profissionais de marketing devem dividir mercados grandes e heterogêneos em segmentos menores que possam ser alcançados de maneira mais eficiente e efetiva com produtos e serviços que correspondam às suas necessidades específicas.

Ainda segundo Kotler e Armstrong (2007), os mercados são segmentados em quatros grupos, sendo eles os geográficos, demográficos, psicográficos e comportamentais.

a) segmentação geográfica: é quando se divide em diferentes unidades geográficas um único mercado, como regiões, países, estados, cidades ou até mesmo em bairros. A empresa pode optar em atuar em uma única área, em mais de uma ou em todas, sempre prestando atenção às necessidades e desejos de cada região;
b) segmentação demográfica: é a divisão do mercado com base em variáveis como, sexo, idade, tamanho da família, renda, ocupação, religião, nacionalidade. Os fatores demográficos constituem o critério mais utilizado para segmentar um grupo de clientes;
c) segmentação psicográfica: nesta segmentação os compradores são divididos em grupos com bases na classe social, estilo de vida ou em características da personalidade. Pessoas de um mesmo grupo demográfico podem ter composições psicográficas bastante distintas;
d) segmentação comportamental: são feitas as divisões dos compradores em grupos com base no conhecimento em relação a determinado produto, nas atitudes direcionadas a ele, no uso que se faz desse produto e nas reações a ele.

Considerando as definições sobre as segmentações de mercado existentes, a Lolli Festas e Eventos determina que a suas segmentações de mercado sejam a geográfica, a comportamental e a psicográfica.

Geográfica, em decorrência da localização da empresa que está situada na cidade de Canela/RS, então por conta disso o público-alvo principal serão moradores da cidade de insta-

lação juntamente com a cidade de Gramado/RS que se situa muita próxima, em média 8 km de distância e poderia facilmente contratar o serviço de locação.

Comportamental devido as pessoas que não gostam de realizar festas e eventos em residências e acham mais cômodo contratar um espaço separado que tenha estrutura para poder proporcionar esses serviços; e psicográfica em decorrência das opções de serviços que a empresa irá oferecer, desde pacotes mais simples de decorações até pacotes mais elaborados, o que condiz com gostos ou vontades pessoais dos clientes.

Após determinar o segmento de mercado, a empresa necessita posicionar seu produto ou serviço no mercado.

De acordo com Kotler (1996, p. 270):

> Posicionamento é o ato de desenvolver a oferta e a imagem da empresa, de forma que ocupem um lugar distinto e valorizado nas mentes dos consumidores alvo. O posicionamento exige que a empresa decida quantas diferenças e quais delas promover junto aos consumidores.

No entendimento de Churchill Júnior e Peter (2000) existem diversas estratégias de posicionamento sendo elas, posicionamento por concorrentes; posicionamento por atributos; posicionamento pelo uso ou aplicação; posicionamento por usuário e posicionamento por classe de produtos.

a) posicionamento por concorrentes: acontece quando a empresa posiciona seu produto no mercado fazendo comparações com o produto concorrente;
b) posicionamento por atributos: ocorre quando a empresa enaltece as características do produto e o posiciona por conta disto;
c) posicionamento pelo uso ou aplicação: quando o produto pode ser posicionado para um uso específico, como por exemplo, aplicabilidade de cartões de crédito e débito;
d) posicionamento por usuário: é quando a empresa apresenta o seu produto para um determinado grupo de pessoas como cosméticos específicos para público masculino, feminino ou crianças, variando de acordo com faixas etárias;
e) posicionamento por classe de produto: ocorre quando um produto pode ser posicionado em relação a outras classes de produto, como por exemplo, sabonetes que também possuem hidratantes, entre outros.

A imagem que a Lolli Festas e Eventos almeja transmitir para seus potenciais consumidores é de que é uma empresa única, com atributos voltados no aspecto de comemoração,

entretenimento e qualidade, tratando cada cliente independente dos valores pagos com exclusividade e atenção.

Diante dos conceitos apresentados sobre posicionamento e com o objetivo de imagem desejada pela empresa, o posicionamento por atributos será o definido para desenvolver as estratégias de marketing da Lolli Festas e Eventos, pois a mesma irá proporcionar opções de pacotes com valores diferentes para todos os públicos.

4.3 COMPOSTO (MIX) MERCADOLÓGICO

Com a definição do segmento de mercado e posicionamento do serviço ou produto, é importante a empresa iniciar os processos de marketing para objetivar suas atividades a fim de gerar lucros.

As formas como os consumidores respondem ao mercado são conseqüências das inúmeras variáveis que os influenciam. As variáveis, produto, preço, promoções e distribuições formam o composto de marketing que segundo Churchill Júnior e Peter (2000), são um conjunto de ferramentas que a empresa utiliza para criar valor para o cliente e assim alcançar os objetivos da empresa.

Complementando Las Casas (2013, p. 39) destaca que:

> [...] a empresa comercializa com seus consumidores através do composto de marketing, desenvolvendo produto, preços, um sistema de distribuição e um composto promocional [...] como o ambiente empresarial é o ponto de partida para qualquer estratégia, propõe-se começar a abordagem de um novo marketing com uma análise do ambiente empresarial, pontuando algumas das suas influências no composto mercadológico.

Já Kotler e Keller (2012, p. 23) reafirmam que “McCarthy classificou várias atividades de marketing em ferramentas de mix de marketing que quatro tipos amplos, os quais denominou os quatros Ps do marketing: produto, preço, praça e promoção.”

4.3.1 Produto/Serviço

Segundo Kotler e Armstrong (2003, p. 204) a definição de produto é “algo que pode ser oferecido a um mercado para apreciação, aquisição, uso ou consumo e para satisfazer um desejo ou uma necessidade.”

Acrescentando Limeira (2011) classifica os produtos em cinco grupos, sendo eles, produtos de consumo; produtos industriais; produtos duráveis; produtos não duráveis; produtos ampliados e os serviços. Os de consumo são adquiridos por pessoas para benefício pessoal; os produtos industriais são comprados por empresas como insumo de produção de outros produtos ou outros processos; os produtos duráveis têm duração de anos de vida; os não duráveis são aqueles consumidos de imediato ou em poucos meses e os ampliados são produtos tangíveis que possuem serviços agregados.

Limeira (2011, p. 106) também descreve serviços como "um bem tangível, podendo ser entendido como uma ação ou desempenho que cria valor por meio de uma mudança desejada no cliente ou em seu benefício".

Já para Martins e Laugeni (2015) os serviços possuem uma série de características conforme mostra o Quadro 4:

Quadro 4 – Características dos Serviços

(continua)

Características	**Definição das Características**
Pericibilidade	Se o serviço não for consumido ou utilizado na hora, se perde.
Não estocável	Não existe possibilidade de estocar, o serviço deve ser utilizado ou consumido assim que fornecido.
Alto contato com o cliente	A presença do cliente é parte do processo do serviço, o contato é necessário para se entender a necessidade pré serviço.
Participação do cliente no processo	Existem dois graus de participação do cliente, ele como processo ou como produto. Como processo o cliente participa do processo, como produto ele sofre a ação do prestador de serviço.
Mão-de-obra intensiva	Mesmo com sistemas automatizados, a mão-de-obra é o recurso mais intenso em um serviço.
Curtos *lead times*	O tempo de atendimento em um serviço não pode ser longo para não cansar os clientes, com exceção de cirurgias, por exemplo, que demanda tempo.
Output variável e não padronizável	Um mesmo produto pode ser fabricado igual por diferentes máquinas, as pessoas são diferentes e entregam serviços diferentes.
Intangibilidade	É um bem intangível, não se pode tocar.

(conclusão)

Características	**Definição das Características**
Dificuldade de medir Produtividade	Difícil de medir em decorrência da dificuldade de avaliar os *outputs e inputs* dos sistemas envolvidos.
Dificuldade de medir qualidade	Qualidade em serviços é subjetiva, procura-se a comparação entre aquilo que o cliente realmente avalia e aquilo que o fornecedor acha que seria ideal.

Fonte: adaptado de Martins e Laugeni (2018).

Como se pode observar no Quadro 4, inúmeras são as características que diferenciam um serviço de produto. Os serviços constantemente estão se tornando mais específicos, e a necessidade de buscar qualificação e capacitação superior tanto pessoal quanto de funcionários observa-se que é um dos pontos que mais retém e se adquire clientes.

A empresa Lolli Festas e Eventos oferece serviços aos seus clientes, e tem como negócio a locação do salão com toda a sua estrutura inclusa e segurança, e uma temática de decoração de acordo com a festa ou evento.

A Lolli oferece 2 tipos de serviços, no ramo de aluguel do salão 3 opções de pacotes, e na área das decorações 3 opções de pacotes também, independente da festa ou evento.

Para o aluguel do salão, a empresa tem como diferencial três pacotes, sendo eles divididos em grupos de quantidades de pessoas previstas para as festas:

a) pacote 1: aluguel do salão para até 50 pessoas;
b) pacote 2: aluguel do salão para 51 pessoas até 85 pessoas;
c) pacote 3: aluguel do salão para 86 pessoas até 120 pessoas.

Através destes três pacotes, o cliente tem a possibilidade de gastar um valor menor quando sua festa não precisar de um espaço arrumado para as 120 pessoas, o que servirá de incentivo, por exemplo, para eventos familiares. Esta opção os salões em geral não proporcionam, o aluguel dos concorrentes são valores fixos independente da quantidade de pessoas presentes nas festas e eventos.

Já para as decorações a Lolli Festas e Eventos, possui dois catálogos, um para as festas infantis e outro para os eventos. Para as festas infantis a empresa disponibilizará inicialmente 23 opções temáticas, sendo 10 de gênero feminino, 10 de gênero masculino e 3 para ambos os gêneros conforme Quadro 5.

Quadro 5 – Catálogo de Festas Infantis da Lolli Festas e Eventos

Temas Femininos	**Temas Masculinos**	**Temas para ambos os gêneros**
Minnie	Mickey	Galinha Pintadinha
Unicórnio	Patrulha Canina	Fazenda
Moana	Minions	Circo
Frozen	Batman	
A Bela e a Fera	Homem Aranha	
Cinderela	Capitão América	
Alice no país das maravilhas	Rei Leão	
Branca de Neve	Futebol	
Bonecas LOL	Toy Story	
Ladybug	Harry Potter	

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Para as decorações de eventos o catálogo contará com 6 opções temáticas de festas, de acordo com Quadro 6.

Quadro 6 – Catálogo de Eventos da Lolli Festas e Eventos

Temas para Eventos
Formatura
Chá de Bebê
Chá de Revelação de Bebê
Festa de Bodas de Casamento
Festa de Aniversário
Batizado

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Para todos os aluguéis de decorações, o cliente terá a disposição 3 pacotes de serviços para cada tema escolhido, são eles:

a) pacote 1: Decoração padrão simples;
b) pacote 2: Decoração padrão médio;
c) pacote 3: Decoração padrão alto.

Cada pacote terá um valor diferente de acordo com a decoração proposta para a temática escolhida pelo cliente. As diferenças nos pacotes serão no tamanho da decoração ex-

posta no salão, nas mesas utilizadas para as decorações principais e as decorações de mesas dos convidados.

Todas as festas e eventos serão agendados com uma reunião prévia, todos os clientes irão marcar um horário via telefone, e-mail ou rede social, serão questionados sobre as datas que desejam locar e quantidade de convidados, caso a Lolli não comporte a quantidade de convidados, de imediato terá de descartar a cotação, caso não tenha mais disponibilidade de data a sócia irá questionar se pode ser em outro dia, se não puder infelizmente também não poderá fornecer a cotação, e caso tenha disponibilidade, será marcada uma reunião onde serão atendidos nos horários agendados, de forma exclusiva na própria empresa pela sócia e responsável por este setor, que irá apresentar todas as opções de serviço.

O primeiro passo da reunião é checar junto aos clientes a finalidade da festa ou evento, e diante disso irá apresentar as opções de serviços. Em todas as reuniões formais agendadas, a data escolhida pelo cliente já será pré reservada de imediato até a aprovação ou negação do cliente nos prazos estipulados.

Para os eventos o cliente irá repassar a finalidade da festa e caso a temática conste no catálogo, a sócia irá apresentar as três opções de pacotes, o cliente pode escolher entre uma delas, pode acrescentar ou modificar algum dos serviços ou personalizar de acordo com as suas preferências.

Se optar por escolher um dos 3 serviços prontos oferecidos da temática escolhida, o valor já será apresentado no ato da reunião juntamente com o valor do aluguel com a quantidade passada de convidados para a festa. Com isso o cliente tem até 15 dias para retornar e fechar ou não o pacote.

Caso o cliente opte por escolher um dos 3 pacotes de serviço de decoração de catálogo mas queira acrescentar algo, a sócia irá anotar as solicitações, pegar o contato do cliente, encerrar a reunião e no prazo máximo de uma semana irá repassar o acréscimo da decoração, e com isso o cliente tem até 15 dias para fechar ou não o pacote.

E se o cliente quiser personalizar uma festa por motivos pessoais ou por não constar no catálogo a temática, a sócia irá anotar todas as solicitações e ideias do cliente, irá montar uma decoração, e retornará ao cliente no prazo máximo de uma semana, podendo o cliente ainda modificar algo que será reajustado os valores, e ele tem o prazo máximo de 15 dias para fechar ou não o pacote.

Para as festas infantis o cliente receberá o catálogo na reunião agendada, podendo escolher uma das temáticas e um dos serviços oferecidos; escolher uma das temáticas e um

dos serviços oferecidos e modificar alguma coisa ou personalizar uma festa com algum tema que não conste no catálogo.

Seguindo os mesmos processos dos eventos, o cliente caso opte por alguma temática do catálogo e algum dos serviços oferecidos, o valor será repassado no ato da reunião, juntamente com o valor do aluguel de acordo com a quantidade de convidados da festa. Caso o cliente queria modificar algum serviço, será feito um levantamento das solicitações e a sócia irá repassar no prazo máximo de uma semana o valor final da decoração, e com isso o cliente tem até 15 dias para fechar ou não o pacote. E se o cliente optar por personalizar uma festa, a sócia irá montar uma opção de decoração de acordo com as solicitações e desejos pessoais do cliente, irá repassar para o mesmo no prazo máximo de uma semana, o cliente pode ainda modificar algo no prazo máximo de 15 dias, a empresa retorna o contato em até uma semana finalizando o pacote, e o cliente terá até 15 dias para fechar ou não o pacote.

Os horários de início e término das festas serão repassados nas reuniões, assim como o funcionamento do andamento da festa ou evento. A empresa não disponibiliza alimentação nem bebidas nos pacotes, ficando estes de responsabilidade do cliente. Por conta disso, a empresa irá abrir o salão algumas horas antes de acordo com os horários estabelecidos paras as festas e eventos, aonde os clientes poderão levar os seus insumos para organizá-los no salão. Nas festas ou eventos sempre terá um responsável para atendimento e vistoria.

Todas as festas e eventos realizados serão acordados diante um contrato feito pela própria sócia aonde consta as informações da festa, horários e normas, uma possível alteração posterior na decoração que será paga pelo cliente após o levantamento do acréscimo no prazo máximo de um mês, ou de imediato dependendo do tempo faltando para a festa ou evento, assim como formas de pagamento ou cancelamento.

4.3.2 Preço

Segundo Kotler e Armstrong (2007, p. 258) a definição de preço é "[...] a quantia em dinheiro que se cobra por um produto ou serviço. De maneira mais ampla, preço é a soma de todos os valores que os consumidores trocam pelos benefícios de obter ou utilizar um produto ou serviço."

Complementando Churchill Júnior e Peter (2000, p. 164) evidenciam que "Muitas vezes, os consumidores dão preferência a um produto mais barato [...] Para consumidores que tomam decisões rotineiras ou limitadas, o preço será especialmente importante caso seja um dos atributos do produto que entra na avaliação."

Ainda de acordo com Churchill Júnior e Peter (2000) os profissionais de marketing têm de buscar alternativas aonde consiga se cobrar algo menos, caso os valores não estejam satisfatórios para os clientes, reduzir alguns custos de compra ou produção para poder cobrar menos, ou então convencer os consumidores da qualidade do produto ou serviço e seus atributos fazendo valer o valor cobrado.

Quanto às definições de como fazer os preços, dentro inúmeras formas de classificações, as abordagens mais utilizadas para cálculo segundo Churchill Júnior e Peter (2000) são as baseadas em custos, concorrências e valores percebidos pelos clientes.

Na definição de preço baseado no custo, o preço de um produto é determinado considerando a somatória dos custos tanto fixos quanto variáveis. O preço deve cobrir todos os custos (fixos e variáveis) e o valor gasto com marketing. Para assegurar que as receitas cubram de fato os custos, a empresa soma ao custo total o *markup* que é um índice estabelecido pela própria empresa, estabelecido em percentual ou em quantias fixas, e com isso tem-se o preço de venda final. (CHURCHILL JR.; PETER, 2000)

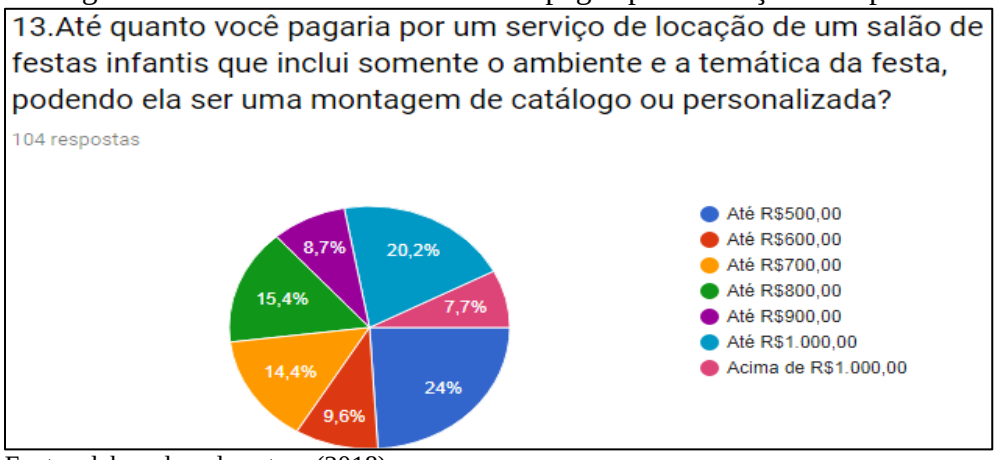
Já nos preços baseados na concorrência a empresa analisa os preços seguidos pela concorrência e com isso define se o seu preço será de valor inferior, superior ou igual aos dos concorrentes. Caso a empresa opte por cobrar valores abaixo dos concorrentes, pode ter duas conseqüências, uma é aumentar as vendas e atrair novos clientes preocupados com o preço, outra é colocar em dúvida a qualidade e insumos utilizados no processo para gerar custos mais baratos. Caso a empresa pratique preços acima da concorrência, ela deve mostrar porque os seus produtos oferecem maior valor, e cobrando valores iguais, a empresa precisa distinguir-se de outras maneiras para fidelizar seus clientes. (CHURCHILL JR.; PETER, 2000)

E na definição de preços baseados no valor para o cliente demanda que os profissionais de marketing façam pesquisas junto aos potenciais clientes para tentar descobrir o que os mesmos esperam pagar e a faixa de preços considerada aceitável. (CHURCHILL JR.; PETER, 2000)

Definir o preço baseado apenas no valor percebido pelo cliente possibilita à empresa entregar aos clientes aquilo que eles querem e estão dispostos a gastar. Porém, assim como nas estratégias de definição de preço baseado na concorrência e no custo, a precificação baseada apenas no valor percebido pelo cliente não é suficiente. Por isso ao tomar as decisões de preços, para que este traga resultados positivos para a organização, os profissionais de marketing devem sempre considerar as três abordagens, custo, concorrência e valor percebido pelo cliente, pois um complementa o outro e eles sozinhos podem não gerar o esperado.

Diante disso a Lolli Festas e Eventos que presta serviços de locação de um salão de festas e decorações de temáticas infantis e temáticas personalizadas para eventos, questionou seus potenciais clientes em uma das perguntas feitas na pesquisa conclusiva descritiva realizada no Trabalho de Conclusão de Curso 1, sobre valores percebidos pelos clientes, até quanto estariam dispostos a pagar por este tipo de serviço, conforme indicado na Figura 9.

Figura 9 – Limites de valores a serem pagos pelo serviço da empresa



Fonte: elaborado pela autora (2018).

A pergunta enfatizou sobre as opções de serviços que a empresa Lolli Festas e Eventos tem como proposta aos seus clientes, e com base nisso podendo o cliente escolher qualquer um dos serviços destacados, o questionamento foi quanto pagariam podendo ser um serviço simples ou até personalizado.

Os 104 respondentes podendo marcar somente uma opção foram bastante dispersos e nenhuma das respostas obteve um número de grande destaque em relação às outras. A opção de até R$ 500,00 foi selecionada por 25 respondentes, seguida pela opção de até R$ 1.000,00 com 21 respostas. Diante disso a análise pode-se dar considerando os extremos dos serviços oferecidos pela empresa, demonstrando que há público para ambos os valores e os serviços podem ser diferenciados e cobrados de acordo.

Na Lolli Festas e Eventos terão algumas variedades nos valores cobrados dependendo dos serviços contratados pelos clientes.

Para os aluguéis a autora levando em consideração a pesquisa realizada e os valores cobrados pelos concorrentes, cobrará os valores apresentados no Quadro 7.

Quadro 7 – Valores dos 3 pacotes de aluguel do salão da Lolli Festas e Eventos

Quantidades de pessoas na festa/evento	**Valores do aluguel do salão**
Pacote 1: até 50 pessoas	R$ 500,00
Pacote 2: de 51 pessoas até 85 pessoas	R$ 700,00
Pacote 3: de 86 pessoas até 120 pessoas	R$ 900,00

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Para as decorações a empresa também irá oferecer três pacotes diferentes, o pacote de decoração padrão simples, o pacote de decoração padrão médio e o pacote de decoração padrão alto. Cada pacote terá um valor diferente em decorrência da apresentação dos serviços. Os mesmos irão se diferenciar pelo tamanho da decoração; pelo tamanho e tipos das mesas principais decorativas utilizadas e pelas decorações das mesas dos convidados.

No Quadro 8, são apresentados os valores definidos para as três opções de serviço de decoração oferecidos pela empresa.

Quadro 8 – Valores dos 3 pacotes de serviços de decoração da Lolli Festas e Eventos

Pacotes de decoração	**Valores**
Pacote 1: Decoração padrão simples	R$ 200,00
Pacote 2: Decoração padrão Médio	R$ 250,00
Pacote 3: Decoração padrão Alto	R$ 350,00

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Diante disso acertados os valores e assinados os contratos, o cliente poderá efetuar o pagamento a vista ou a prazo, a prazo o mesmo ainda terá de efetuar 50% do pagamento a vista e o restante poderá ser parcelado até 2 vezes, 30 e 60 dias diretos da data do contrato, isso caso a data da contratação permita esses prazos, tendo que os clientes quitarem até 30 dias antes da data agendada para a festa ou evento, caso contrário a sócia irá entrar em contato com o cliente para renegociar ou então desfazer a reserva com multa de 20% do valor final dos serviços contratados.

Outra situação aonde o cliente contrate os serviços da empresa e não tenha tempo hábil do parcelamento oferecido pela empresa com a condição de estar com o pagamento final em dia 30 dias antes da festa, a autora irá acertar com o cliente uma opção viável para ambos, ainda estipulando pelo menos uma semana da festa ou evento para quitar o valor final e reservar a data.

Em casos particulares aonde os clientes queiram fazer alguma modificação após assinado o contrato, a sócia irá fazer o levantamento do acréscimo, e conforme consta no contrato o cliente terá um mês para pagar especificamente este acréscimo, ou dependendo do tempo faltante para a realização da festa, o pagamento pode vir a ser imediato.

Em todos os pacotes oferecidos pela empresa estão inclusos um responsável da empresa no andamento da festa ou evento e um segurança que irá assegurar o fluxo de entrada e saída do salão e o bom andamento do serviço.

4.3.3 Promoção

Segundo Las Casas (2017, p. 287):

> Como outra variável controlável do composto mercadológico, temos a promoção, com significado de comunicação [...] O administrador de marketing deve preocupar-se com as várias formas, que sejam eficientes , para informar aos consumidores a respeito dos seus produtos, serviços ou formação da própria imagem da empresa.

Complementando Kotler e Armstrong (2007) afirmam que existe o mix de promoção, que consiste na combinação de alguns pontos importantes, são eles: propaganda; promoção de vendas; relações públicas; venda pessoal e marketing direto.

Ainda segundo Kotler e Armstrong (2007, p. 357):

a) propaganda: qualquer forma paga de apresentação e promoção não pessoais de ideias, bens ou serviços com um patrocinador identificado;
b) promoção de vendas: incentivos de curto prazo para estimular a compra ou a venda de um produto ou serviço;
c) relações públicas: desenvolvimento de boas relações com os diversos públicos da empresa pela obtenção de publicidade favorável, construção de uma boa imagem corporativa e administração ou contenção de boatos, histórias ou eventos desfavoráveis;
d) venda pessoal: apresentação pessoal feita pela força de vendas da empresa com o propósito de realizar vendas e desenvolver relacionamento com os clientes;
e) marketing direto: contatos diretos com os consumidores individuais cuidadosamente definidos como alvo, com o objetivo de obter resposta imediata e cultivar relacionamentos duradouros, fazendo uso de mala direta, telefone, TV de respos-

ta direta, e-mail, internet e outras ferramentas para se comunicar diretamente com os consumidores específicos.

A empresa utilizará como meio de propaganda do negócio duas redes sociais, um perfil no *Instagram* e uma página no *Facebook*, conforme Figuras 10 e 11.

Figura 10 – Perfil do Instagram da Lolli Festas e Eventos

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Ambos os perfis irão conter telefone e email de contato da empresa, e fotos do salão e das festas ou eventos realizados. Toda e qualquer promoção será divulgada diretamente nos perfis.

Figura 11 – Página do Facebook da Lolli Festas e Eventos

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Inicialmente as páginas não terão gerenciamento de profissionais de marketing, a própria sócia irá gerenciar os dois perfis, portanto não terão custos relacionados a estas atividades.

Entretanto a empresa irá dispor todo mês uma reserva de R$ 200,00 caso seja necessário investimento nesta área imediatamente ou posteriormente.

Quanto a material de propaganda física, a empresa vai iniciar somente com os cartões de visita da sócia Thainá Trein, conforme Figura 12, com telefone, email e endereço dos perfis das redes sociais existentes, além do endereço da empresa.

Figura 12 – Cartão de Visita Lolli Festas e Eventos

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Os cartões serão distribuídos para conhecidos e deixados em pontos conhecidos da cidade, como escolas e restaurantes locais, o custo para 100 cartões fica em R$ 45,00.

Como promoção a empresa quando houver cancelamentos de festas ou eventos agendados, divulgará a data nas redes sociais com um valor diferenciado em torno de 20% mais em conta dos valores normais cobrados, para locar rapidamente em tempo hábil de poder realizar outra festa ou evento, e também para facilitar o pagamento que terá prazos menores de uma festa programada com antecedência. Nestes casos os clientes terão até dois dias antes da festa para quitar o valor combinado.

4.3.4 Distribuição

Para Kotler e Armsttrong (2007) a maioria das empresas utilizam intermediários para levar seus produtos ao mercado ao invés de vender diretamente para os seus consumidores finais. Para isso são montados canais de distribuições, aonde um conjunto de organizações independentes trabalham para disponibilizar o produto ou serviço para o consumidor ou empresa final.

Complementando Dias (2011b) afirma que existem dois tipos de distribuições, são elas as diretas e as indiretas.

> A distribuição direta é o processo de comercialização que ocorre sem a participação de outra pessoa jurídica (para comprar e revender). Pode ser realizada por meio da venda pessoal [..] ou por meio do marketing direto, de telefonemas, [...] de reembolso postal, de catálogos ou da Internet. (DIAS, 2011b, p. 127)

Já "A distribuição indireta caracteriza-se por utilizar, no fluxo dos produtos, as figuras do atacado e/ou varejo." (DIAS, 2011b, p. 128)

Ainda segundo Dias (2011b, p. 128):

> A distribuição indireta pode ser de três tipos: intensiva, seletiva e exclusiva [...] intensiva quando o objetivo principal da empresa é colocar seus produtos em todo e qualquer ponto de venda que possa comercializá-los [...] seletiva quando se leva em conta a imagem do produto. A imagem do ponto de venda deve ser compatível com a que se pretende fixar para o produto [...] A distribuição exclusiva, por sua vez, é a empregada quando se quer preservar ao máximo a imagem do produto. Nesse caso, o revendedor selecionado tem de ter características compatíveis com o que se espera de um atendimento condizente com o perfil do cliente final.

A empresa Lolli Festas e Eventos por se tratar de uma organização que proporciona serviços, não possui logística de distribuição, todos os serviços são entregues diretamente ao consumidor final.

4.4 RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES

Os principais objetivos do marketing de acordo com Kotler e Armstrong (2007) são: atrais novos clientes, lhes prometendo um valor superior, e cultivar e manter os clientes já existentes proporcionando-lhes satisfação.

Já Miguel (2011, p. 313) afirma que o:

> Marketing de relacionamento é o processo pelo qual uma empresa constrói alianças de longo prazo com seus clientes em potencial e compradores existentes, [...] vendedor e comprador trabalham direcionados a um conjunto comum de objetivos específicos.

Acrescentando Las Casas (2012, p. 86) afirma que "Uma boa administração do relacionamento representa uma quantia enorme de redução de custos, pois os clientes em longo prazo tendem a proporcionar muitos benefícios paras as empresas."

Las Casas (2012) ainda enumera os principais benefícios:

a) aumento do tíquete médio: os clientes ao conquistar confiança nas ofertas da empresa tendem a comprar mais, e caso a empresa tenham outros produtos a probabilidade do mesmo cliente adquiri-los também se torna maior;
b) indicação de outros clientes: os clientes satisfeitos tendem a comunicar às pessoas de sua relação às experiências positivas do consumo de certos produtos ou serviços, recomendando para outros, ajudando a empresa a vender;
c) ajuda na construção de valor: todos os clientes que regularmente compram em uma organização tendem a cooperar com o crescimento dela, com sugestões de atributos que devem ser melhorados ou mantidos, o que consequentemente gera melhorias para os próprios clientes;
d) redução do custo de vendas: as empresas necessitam administrar o relacionamento para que as vendas sejam repetidas e crescentes sempre que possível para reduzir os custos, considerando que para adquirir novos clientes o investimento para fechar novos negócios é muito elevado, e fazendo isso equilibra e reduz os custos.

A empresa Lolli Festas e Eventos acredita que a sócia estar presente em praticamente todas as etapas do desenvolvimento da contratação dos serviços e montagem das festas e eventos, torna mais fácil conhecer de forma aprofundada os desejos e expectativas dos seus clientes.

Diante disso a empresa irá desenvolver em todas as festas e eventos, agendadas e realizadas uma sacola com identificação exterior com um adesivo da Lolli, com alguns pertences importantes da festa que muitas vezes o próprio cliente ao aproveitar esquece-se de guardar, como um convite que será solicitado anterior a festa ao cliente caso autorize juntamente com uma lembrancinha da festa ou evento realizado, um bloquinho de anotações personalizado da empresa, um saco pequeno de biscoitos e uma mensagem de agradecimento pela confiança em escolher a empresa para fazer parte de momentos importantes como estes. Outro item da sacola será os recados da festa, a Lolli disponibilizará em todas as festas e evento realizados um mural com folhas para os convidados deixarem recados para o anfitrião da festa ou família, e todos estes recados serão entregues embalados em uma fita junto da sacola de presentes da Lolli.

Para cada festa será feita uma sacola, e a mesma será entregue após o encerramento da festa ou evento diretamente ao cliente contratante.

4.5 RESUMO DE GASTOS COM ÁREA DE MARKETING

A Lolli Festas e Eventos terá alguns gastos com a área de marketing, valores de investimento inicial e outros valores que serão reservados mensalmente.

Conforme Quadro 9 a empresa terá o investimento inicial com a primeira remessa de cartões de visita e todos os itens da sacola de presentes destinadas aos clientes, para um total de 200 sacolas.

Quadro 9 – Investimento inicial com a área de marketing

Materiais	**Quantidade**	**Custo Unitário**	**Custo Total**
100 cartões de visita	5	R$ 45,00	R$ 225,00
Kit sacola de papel pardo tamanho 24x19, com 50 unidades	4	R$ 80,00	R$ 320,00
Kit adesivo da empresa tamanho 9x13, com 100 unidades	4	R$ 198,00	R$ 792,00
Saco de 1 kg de biscoitos	50	R$ 12,00	R$ 600,00
Kit saco transparente tamanho 10x15, com 50 unidades	4	R$ 38,00	R$ 152,00
Kit papel lembrete com 750 unidades	8	R$ 12,85	R$ 102,80
Bloquinho de anotações personalizado	200	R$ 3,15	R$ 630,00
Rolo de fita de cetim cor laranja com 100 metros	2	R$ 29,90	R$ 59,80
Reserva para gerenciamento de Marketing	1	R$ 200,00	R$ 200,00
Total:			R$ 3.081,60

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Como investimento inicial a autora pretende fazer 5 remessas de cartões de visita com 100 unidades, e comprar insumos para produzir pelo menos 200 sacolas de presentes para os clientes, cada festa ou evento será fornecida uma sacola com os itens selecionados pela sócia, com isso terão sacolas para 200 festas ou eventos.

Já como gastos mensais conforme Quadro 10, a empresa terá as próximas remessas de cartões de visita planejadas e a reserva mensal destinada para um futuro investimento no gerenciamento de marketing.

Quadro 10 – Gastos mensais com a área de marketing

Material	**Custo Unitário**	**Custo Anual**
Reserva para gerenciamento de Marketing	R$ 200,00	R$ 1.200,00
TOTAL	-	R$ 2.400,00

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Para isso, a empresa tem como planejamento fazer compras de cartões de visita a cada dois meses, tendo um gasto de mais 5 remessas no primeiro ano no valor de R$ 45,00 cada, já para o gerenciamento de marketing, a empresa inicialmente não irá investir nesta área, entretanto mensalmente será reservado R$ 200,00 para quando surgir à necessidade de contratar alguém do ramo para impulsionar o negócio poder ser feito, e para as sacolas de brinde pós festa a autora não tem como mensurar um valor mensal e nem anual, pois não possui previsão de vendas até o momento.

5 PLANO DE OPERAÇÕES

A criação e desenvolvimento de produtos e serviços é a principal razão da existência de qualquer organização e o plano de operações é o que permite que as empresas executem todas as atividades que envolvem a criação desses produtos e serviços de forma organizada e preparada. (SLACK; JONES; JOHNSTON, 2018)

Na visão de Corrêa e Corrêa (2010, p. 24):

> [...] a gestão de operações ocupa-se da atividade de gerenciamento estratégico dos recursos escassos (humanos, tecnológicos, informacionais e outros), de sua interação e dos processos que produzem e entregam bens e serviços, visando atender a necessidades e/ou desejos de qualidade, tempo e custo de seus clientes.

Complementando Krajewski, Ritzman e Malhotra (2009, p. 2) a administração de operações refere-se à:

> [...] ao projeto, direção e controle dos processos que transformam insumos em serviços e produtos, tanto para os clientes internos quanto para os externos. De modo geral, a administração de operações está presente em todos os departamentos de uma empresa porque esses departamentos executam muitos processos. Se você deseja administrar um departamento ou um determinado processo em sua área de atuação, ou ainda, se quer apenas entender como o processo do qual faz parte se adapta à estrutura geral da empresa, é necessário entender os princípios da administração de operações. De acordo com essa perspectiva, somos todos, de alguma maneira, gestores de operações.

Diante disso neste capítulo serão apresentados todos os aspectos relativos as operações necessárias para a implantação da empresa e desempenho adequado de suas atividades, abordando desde os fatores relacionados a investimento em infraestrutura, maquinas; equipamentos e ferramentas; matérias primas, insumos e materiais; estoque de produtos; terceirização; manutenção até os processos envolvidos.

5.1 INVESTIMENTO EM INFRAESTRUTURA

Investimento para Gitman e Joehnk (2005, p. 3) “[...] é simplesmente qualquer instrumento em que os fundos disponíveis podem ser colocados com a expectativa de que gerarão renda positiva e/ou que seu valor será preservado ou aumentado.”

Ainda segundo Gitman e Joehnk (2005), a propriedade (patrimônio) são investimentos realizados em bens imóveis ou bens pessoais tangíveis. Os bens imóveis podem ser terre-

nos, edificações, prédios, casas ou qualquer estrutura permanentemente fixada na terra. Já os bens pessoais intangíveis incluem obras de artes, ouro, ou outros itens como objetos colecionáveis.

Já para Corrêa e Corrêa (2010), um bom projeto de *layout* pode proporcionar para a empresa alguns benefícios, como redução de custos de manuseio e movimentação interna de materiais, utilização eficiente de todo o espaço disponível assim como da mão de obra, facilita a comunicação entre os processos além de favorecer o fluxo de pessoas.

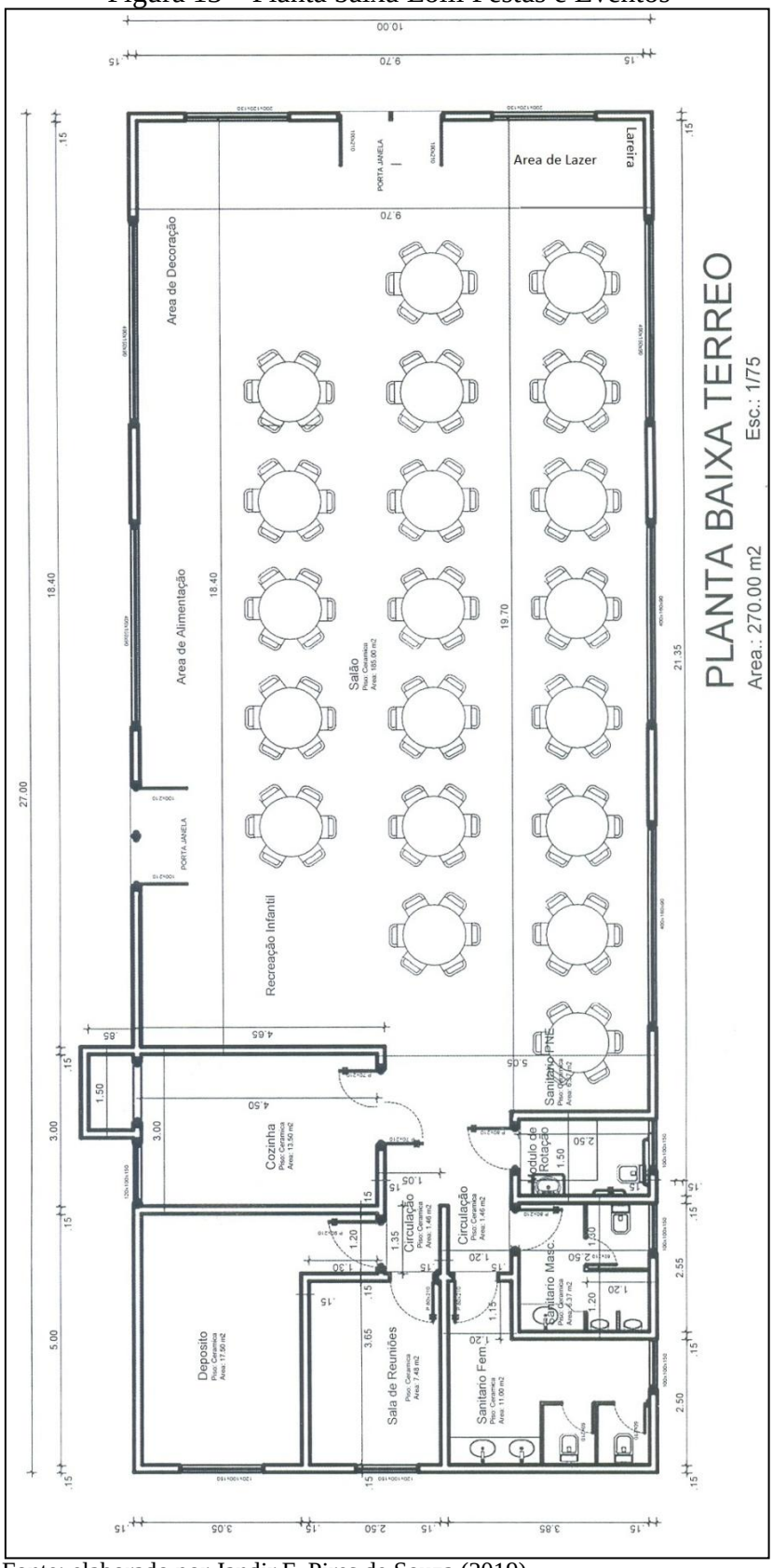
Corroborando Krajewski, Ritzman e Malhotra (2009, p. 259) declaram que "Os *layouts* são encontrados em todas as áreas de um negócio porque toda instalação te um. Bons *layouts* podem melhorar a coordenação entre departamentos e áreas funcionais."

Sob estas informações a Lolli Festas e Eventos, irá iniciar as suas atividades após a construção da empresa no local definido. A empresa terá sua infra estrutura construída em um terreno de 35 metros de profundidade e 14 metros de largura, e a construção terá um total de 270 m², metragem autorizada pelas leis da prefeitura local que exige recuos padrões nas laterais, fundos e frente do prédio.

A infraestrutura conta com sete divisões, 3 banheiros, um masculino, um feminino e outro para deficientes; uma sala de reunião aonde a sócia irá atender seus clientes; um depósito aonde será alocado todos os materiais de decoração, possíveis mesas não usadas ou brinquedos; uma cozinha com churrasqueira e uma divisória para a área da limpeza e o salão para aluguel com uma pequena área de lazer.

Diante disso a autora do trabalho solicitou junto a um arquiteto da cidade de Canela/RS, Jadir F. Pires de Souza, CREA: 75467D uma planta baixa conforme Figura 13, que apresenta a estrutura da Lolli Festas e Eventos com todas as sua divisões, metragens e obrigatoriedades para futura construção.

Figura 13 – Planta baixa Lolli Festas e Eventos



Fonte: elaborado por Jandir F. Pires de Souza (2019).

Através do *layout* desenvolvido para a empresa, a autora buscou na cidade três orçamentos para construção. Nos orçamentos solicitados entrou toda a matéria prima, mão de obra, interno da empresa pronto, assim como as esquadrias e portas. Diante disso a autora recebeu os seguintes valores conforme Quadro 11.

Quadro 11 – Orçamentos de construção da Infraestrutura

Construtora/Construtor	**Orçamento**
Empreitteira Castelo Branco Ltda.	R$ 440.000,00
Roni Colombo	R$ 460.000,00
Darci Ancelmo Rodrigues	R$ 485.000,00

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Através dos três orçamentos recebidos, a autora tomou como base para investimento de infraestrutura o valor de R$ 440.000,00, valor repassado pela Empreiteira Castelo Branco Ltda.

5.2 MÁQUINAS, EQUIPAMENTOS E FERRAMENTAS

No planejamento de um novo negócio, após a definição do local da empresa e sua infraestrutura, se faz necessário realizar um levantamento de todos os equipamentos, máquinas e demais ferramentas que serão utilizadas nos desenvolvimentos das atividades da empresa.

Para Slack, Chambers e Johnston (2009, p. 241) a “Tecnologia de processo é o conjunto de máquinas, equipamentos ou dispositivos que ajudam as operações a criar ou entregar produtos e serviços. Tecnologia de processo indireto ajuda a facilitar a criação direta de produtos e serviços.”

Diante isso a empresa irá precisar de variados itens para a montagem do salão e para as divisórias presentes na infraestrutura do negócio. Para isso a autora realizou um levantamento dos materiais necessário através das divisões presentes no ambiente.

Inicialmente a autora fez uma listagem de todos os móveis e itens necessários para a montagem do salão, conforme Quadro 12.

Quadro 12 – Materiais para o salão

Material	**Quantidade**	**Custo Unitário**	**Custo Total**
Kit 20 mesas com 6 cadeiras	1	R$ 9.680,00	R$ 9.680,00
Mesas para alimentação e bebidas	3	R$ 499,00	R$ 1.497,00
Painel redondo com apoio para decoração	1	R$ 395,00	R$ 395,00
Painel retangular com apoio para decoração	1	R$ 180,00	R$ 180,00
Painel quadrado com apoio para decoração	1	R$ 210,00	R$ 210,00
Mesa retangular comprida e alta para decoração	1	R$ 350,00	R$ 350,00
Mesa retangular média e baixa para decoração	1	R$ 200,00	R$ 200,00
Kit 4 mesas de madeira vazada para decoração	1	R$ 450,00	R$ 450,00
Kit 20 toalhas curtas redondas	1	R$ 90,00	R$ 90,00
Kit 20 toalhas médias redondas	1	R$ 105,00	R$ 105,00
Kit 20 toalhas compridas redondas	1	R$ 119,00	R$ 119,00
Kit 20 vasos brancos para as mesas	1	R$ 56,60	R$ 56,60
Mural para recados	1	R$ 319,00	R$ 319,00
Mesa para lembranças e presentes	2	R$ 69,90	R$ 139,80
Ar condicionado 24.000 Btus	3	R$ 2.599,00	R$ 7.797,00
Mesa de centro para área de lazer	1	R$ 134,00	R$ 134,00
Puff para 4 pessoas, de couro para área de lazer	4	R$ 175,00	R$ 700,00
Total:			R$ 22.422,40

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Para poder montar todo o salão com todos os itens necessários para a acomodação dos convidados, decoração, presentes e lembranças, além da área de lazer criada pela autora, será necessário um investimento de R$ 22.422.40.

Outra área que compõe o salão é a área infantil que irá conter brinquedos e acomodações para as crianças conforme Quadro 13.

Quadro 13 – Materiais para a área infantil

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Kit casa de bolinhas e cama elástica	1	R$ 1.394,00	R$ 1.394,00
Kit mesa com 4 cadeiras infantis	2	R$ 588,00	R$ 1.176,00
Quadro negro com apoio	1	R$ 422,00	R$ 422,00
Fliperama Portátil	1	R$ 795,00	R$ 795,00
Televisão 43 polegadas	1	R$ 1.499,00	R$ 1.499,00
Kit Jogos para bebês	1	R$ 143,00	R$ 143,00
Total			R$ 5.429,00

Fonte: elaborado pela autora (2019).

A área infantil disponibilizada pela autora contém itens para o entretenimento infantil, com brinquedos que abrangem uma variedade de idades, o custo para poder dispor deste ambiente no salão é de R$ 5.429,00.

Seguindo, a empresa irá possuir 3 banheiros, um para o gênero feminino, outro para o gênero masculino e outro destinado aos deficientes, uma necessidade exigida por lei para a criação de um salão de festas, os itens necessários para permitir a utilização dos mesmos seguem no Quadro 14.

Quadro 14 – Materiais para os banheiros

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Porta papel higiênico	4	R$ 15,99	R$ 63,96
Porta papel toalha	4	R$ 21,90	R$ 87,60
Porta sabonete líquido	4	R$ 16,90	R$ 67,60
Placas para identificação de banheiros	3	R$ 7,90	R$ 23,70
Trocados para bebês	1	R$ 320,00	R$ 320,00
Lixeiras	7	R$ 16,90	R$ 118,30
Total:			R$ 681,16

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Para os banheiros, considerando que na construção da infraestrutura já estão inclusos os vasos e pias, será necessário um investimento de R$ 681,16 para os itens básicos, que são os suportes para papel higiênico, sabonete líquido e papel toalha, além de um trocador de bebês que será alocado no banheiro feminino.

A Lolli Festas e Eventos também irá possuir uma salão de reuniões, conforme Quadro 15, de exclusividade da sócia, aonde serão atendidos com agendamento todos os possíveis clientes da empresa.

Quadro 15 – Materiais para a sala de reuniões

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Kit de móveis com estante e mesa	1	R$ 758,00	R$ 758,00
Cadeira Sócia	1	R$ 396,99	R$ 396,99
Cadeira clientes	2	R$ 89,90	R$ 179,80
Puff pequeno	2	R$ 59,90	R$ 119,80
Computador	1	R$ 1.399,00	R$ 1.399,00
Impressora multifuncional	1	R$ 269,90	R$ 269,90
Sistema de nota fiscal eletrônica	1	R$ 1.700,00	R$ 1.700,00
Certificado Digital	1	R$ 300,00	R$ 300,00
Lixeira	1	R$ 19,90	R$ 19,90
Total:			R$ 5.143,39

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Na sala de reuniões irá conter os itens para a acomodação dos clientes e da sócia, além do computador já com o programa de nota fiscal eletrônica que a empresa terá de utilizar em decorrência do enquadramento jurídico já com o certificado digital necessário para a autorização das mesmas. Para isso a empresa terá de fazer um investimento de R$ 5.143,39.

Já para a cozinha, conforme Quadro 16, irão conter itens básicos como a estrutura de móveis, fogões e geladeiras para armazenamento dos insumos levados pelos clientes. No mesmo ambiente haverá uma divisória que servirá para o armazenamento de limpeza.

Quadro 16 – Materiais para a cozinha e lavanderia

(continua)

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Pacote de móveis para a cozinha	1	R$ 3.900,00	R$ 3.900,00
Microondas	1	R$ 382,90	R$ 382,90
Geladeira	2	R$ 1.580,00	R$ 3.160,00
Freezer pequeno	1	R$ 1.619,00	R$ 1.619,00
Forno elétrico	1	R$ 479,00	R$ 479,00

(conclusão)

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Fogão Cooktop	2	R$ 399,80	R$ 799,60
Espetos	30	R$ 16,99	R$ 509,70
Lixeira 100 litros	2	R$ 52,30	R$ 104,60
Tanque	1	R$ 259,90	R$ 259,90
Prateleiras área de limpeza	2	R$ 125,00	R$ 250,00
Lixeira	1	R$ 16,90	R$ 16,90
Total:			R$ 11.481,60

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Na cozinha terá a pia com os fogões cooktop já instalados, duas geladeiras e um freezer pequeno para armazenamento dos itens levados pelos clientes para a alimentação e bebidas, além de espaço para manuseio na cozinha, e uma mesa retangular no centro do ambiente para utilização se necessário. Já no canto da cozinha será feito uma divisória aonde será alocado um tanque com algumas prateleiras a fim de organizar os itens necessários para as limpezas do salão de festas. Este investimento para a empreendedora será de R$ 11.481,60.

A última sala desenvolvida pela autora foi com a finalidade servir para depósito, tanto para os itens decorativos, quanto para eventuais armazenamentos de mesas, cadeiras ou brinquedos, conforme Quadro 17.

Quadro 17 – Materiais para o depósito

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Estante com 5 divisórias na horizontal	8	R$ 459,00	R$ 3.672,00
Placa Identificação depósito	1	R$ 12,00	R$ 12,00
Gaveteiro organizador com 8 gavetas	1	R$ 159,00	R$ 159,00
Total:			R$ 3.843,00

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Para o depósito, haverá 8 estantes com cinco divisórias horizontais a fim de alocar os itens de decoração das festas como doceiras, boleiras, os itens de cada tema e eventos do catálogo, além de um organizador com 8 gavetas aonde terá divisórias internas para a separação dos balões. Um espaço vazio na sala será destinado para armazenamento das mesas e cadeiras quando houver necessidade.

Por último a autora fez a verificação de todos os itens necessários de decoração para poder iniciar o negócio com as propostas de festas e eventos catalogados.

Inicialmente, conforme Quadro 18, a sócia fez um levantamento de todos os itens com todas as cores necessárias dos temas definidos nos catálogos, para posicionar os doces, bolos, flores e outros itens decorativos específicos dos temas.

Quadro 18 – Materiais para a decoração

(continua)

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Doceiras de porcelana tamanho mini	14	R$ 19,90	R$ 278,60
Doceiras de porcelana tamanho pequeno	14	R$ 39,90	R$ 558,60
Boleiras tamanho médio	14	R$ 49,90	R$ 698,60
Bandejas quadradas para doces	36	R$ 14,50	R$ 522,00
Kit Cubo letras A, B e C	1	R$ 85,00	R$ 85,00
Kit letras alfabeto com 27 letras	3	R$ 34,00	R$ 102,00
Kit decoração Mickey/Minnie com 5 peças de madeira	1	R$ 125,00	R$ 125,00
Kit decoração Patrulha Canina com 9 peças de madeira	1	R$ 215,00	R$ 215,00
Kit decoração Circo com 7 peças de madeira	1	R$ 195,00	R$ 195,00
Kit decoração fazenda com 7 peças de madeira	1	R$ 169,90	R$ 169,90
Trio de maletas para decoração	5	R$ 147,00	R$ 735,00
Vasos de plástico para decoração	20	R$ 32,00	R$ 640,00
Vasos pequenos com verde artificial para decoração	10	R$ 48,00	R$ 480,00
Kit 2 cegonhas para decoração	1	R$ 63,00	R$ 63,00
Kit com 10 itens, bandejas e vasos em pedraria prata	1	R$ 470,00	R$ 470,00
Kit com 13 itens, bandejas e vasos com pedraria branca	1	R$ 988,00	R$ 988,00
Kit com 3 bandejas e 4 vasos em preto	1	R$ 197,00	R$ 197,00

(conclusão)

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Kit com 3 bandejas em pérola	2	R$ 54,90	R$ 109,80
Kit com 10 itens, bandejas e vasos em rose gold	1	R$ 649,00	R$ 649,00
Cortina 500 leds	1	R$ 160,00	R$ 160,00
Total:			R$ 7.441,50

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Além dos itens básicos da decoração geral, a autora enumerou todos os elementos de pelúcia das temáticas selecionadas, conforme Quadro 19.

Quadro 19 – Materiais de pelúcia

(continua)

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Kit com 4 pelúcias da Minnie	1	R$ 187,00	R$ 187,00
Kit com 3 pelúcias de Unicórnio	1	R$ 174,00	R$ 174,00
Kit com 4 pelúcias da Moana	1	R$ 265,00	R$ 265,00
Kit com 3 pelúcias da Frozen	1	R$ 359,00	R$ 359,00
Kit com 4 pelúcias da Bela e a Fera	1	R$ 185,00	R$ 185,00
Kit com 3 pelúcias da Cinderela	1	R$ 175,00	R$ 175,00
Kit com 5 pelúcias da Alice nos país das maravilhas	1	R$ 140,00	R$ 140,00
Kit com 8 pelúcias da Branca de Neve	1	R$ 250,00	R$ 250,00
Kit com 5 pelúcias das Bonecas LOL	1	R$ 350,00	R$ 350,00
Kit com 13 pelúcias da Ladybug	1	R$ 339,00	R$ 339,00
Kit com 4 pelúcias do Mickey	1	R$ 187,00	R$ 187,00
Kit com 6 pelúcias da Patrulha Canina	1	R$ 119,00	R$ 119,00
Kit com 5 pelúcias dos Mininos	1	R$ 246,00	R$ 246,00
Kit com 4 pelúcias do Batman	1	R$ 246,00	R$ 246,00
Kit com 6 pelúcias do Homem Aranha	1	R$ 247,00	R$ 247,00
Kit com 4 pelúcias do Capitão América	1	R$ 286,00	R$ 286,00
Kit com 4 pelúcias do Rei Leão	1	R$ 245,00	R$ 245,00

(conclusão)

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Kit com 4 pelúcias de Futebol	1	R$ 154,00	R$ 154,00
Kit com 14 pelúcias do Toy Story	1	R$ 290,00	R$ 290,00
Kit com 5 pelúcias do Harry Potter	1	R$ 595,00	R$ 595,00
Kit com 11 pelúcias da Galinha Pintadinha	1	R$ 345,00	R$ 345,00
Kit com 5 pelúcias de Fazendinha	1	R$ 323,00	R$ 323,00
Kit com 6 pelúcias de Circo	1	R$ 302,00	R$ 302,00
Kit com 5 pelúcias de ursinhos para meninos	1	R$ 304,00	R$ 304,00
Kit com 6 pelúcias de ursinhos para meninas	1	R$ 198,00	R$ 198,00
Total:			R$ 6.511,00

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Complementando a decoração com os itens de pelúcia a autora listou todos os painéis de tecidos dos temas infantis selecionados, além dos painéis neutros para os eventos, conforme Quadro 20.

Quadro 20 – Painéis de tecidos

(continua)

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Painel de tecido da Minnie	1	R$ 127,90	R$ 127,90
Painel de tecido de Unicórnio	1	R$ 129,00	R$ 129,00
Painel de tecido da Moana	1	R$ 127,00	R$ 127,00
Painel de tecido da Frozen	1	R$ 127,90	R$ 127,90
Painel de tecido da Bela e a Fera	1	R$ 170,00	R$ 170,00
Painel de tecido da Cinderela	1	R$ 129,00	R$ 129,00
Painel de tecido da Alice no país das Maravilhas	1	R$ 120,00	R$ 120,00
Painel de tecido da Branca de Neve	1	R$ 170,00	R$ 170,00
Painel de tecido das Bonecas LOL	1	R$ 124,90	R$ 124,90

(conclusão)

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Painel de tecido da Ladybug	1	R$ 132,90	R$ 132,90
Painel de tecido do Mickey	1	R$ 120,00	R$ 120,00
Painel de tecido da Patrulha Canina	1	R$ 132,90	R$ 132,90
Painel de tecido dos Minions	1	R$ 158,00	R$ 158,00
Painel de tecido do Batman	1	R$ 114,00	R$ 114,00
Painel de tecido do Homem Aranha	1	R$ 129,00	R$ 129,00
Painel de tecido do Rei Leão	1	R$ 158,00	R$ 158,00
Painel de tecido do Capitão América	1	R$ 125,00	R$ 125,00
Painel de tecido de Futebol	1	R$ 117,00	R$ 117,00
Painel de tecido do Toy Story	1	R$ 146,00	R$ 146,00
Painel de tecido do Harry Potter	1	R$ 287,00	R$ 287,00
Painel de tecido da Galinha Pintadinha	1	R$ 170,00	R$ 170,00
Painel de tecido de Fazendinha	1	R$ 170,00	R$ 170,00
Painel de tecido de Circo	1	R$ 170,00	R$ 170,00
Painel de tecido branco liso	1	R$ 80,00	R$ 80,00
Painel de tecido preto liso	1	R$ 80,00	R$ 80,00
Painel de tecido dourado liso	1	R$ 90,00	R$ 90,00
Painel de tecido prata liso	1	R$ 90,00	R$ 90,00
Total:			R$ 3.695,50

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Com isso a autora finaliza o levantamento de itens necessários para iniciar as festas e eventos catalogados. Mensalmente a autora irá reservar um valor de R$ 800,00 para compra de novos itens decorativos, caso seja ou não necessário. Já o investimento total reservado para a decoração geral é de R$ 17.648,00 e para todas as máquinas, equipamentos e ferramentas, incluindo as decorações será de R$ 66.648,55.

5.3 MATÉRIAS-PRIMAS, INSUMOS E MATERIAIS

Segundo Krajewski, Ritzman e Malhotra (2009, p. 314) as matérias-primas “[...] são os estoques necessários para a geração de serviços ou bens. São considerados insumos para os processos de transformação da empresa.”

Dias (2012) acrescenta ainda que são consideradas matérias primas todos os materiais agregados ao produto acabado. Desta forma, uma empresa que fabrica um produto com diversos componentes pode ter em seu estoque de matérias primas itens já processados que foram adquiridos de outras empresas ou ainda transferidos de outro departamento da mesma empresa.

Ainda segundo Dias (2012, p. 4) "É da responsabilidade de compras assegurar que as matérias-primas, material de embalagem e peças exigidas pela produção estejam à disposição nas quantidades certas, nos períodos desejados, nas especificações corretas e com o menor preço."

Complementando Dornelas (2012) afirma que os insumos são todos os itens utilizados no processo de produção, agregando ou não ao que está sendo produzido, assim como alguns tipos de materiais para uso e consumo também são considerados insumos quando são utilizados no processo produtivo.

Como materiais de insumos a sócia fez um levantamento de todos os itens necessários para o escritório e para a área de limpeza da empresa. Para a reposição dos materiais de escritório a sócia irá dispor um valor mensal de R$ 150,00, já para os itens de limpeza considerando a oscilação de previsão de vendas, o valor será reajustado mês a mês.

No Quadro 21, são apresentados os materiais de escritório fundamentais para o desenvolvimento das atividades administrativas.

Quadro 21 – Materiais de escritório

(continua)

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Caneta azul	4	R$1,50	R$ 6,00
Lápis preto	4	R$ 1,19	R$ 4,76
Caneta marca texto	2	R$ 2,60	R$ 5,20
Régua	1	R$ 2,40	R$ 2,40
Tesoura para escritório	1	R$ 5,90	R$ 5,90
Tesoura para uso geral	1	R$ 25,80	R$ 25,80
Grampeador	1	R$ 19,60	R$ 19,60
Caixa de grampos com 5000 unidades	1	R$ 5,20	R$ 5,20
Pasta catálogo	2	R$ 13,00	R$ 26,00
Porta caneta, clips e lembrete	1	R$ 17,10	R$ 17,10

(conclusão)

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Caixa de clips 2/0 com 100 unidades	1	R$ 2,20	R$ 2,20
Caixa de papel lembrete com 750 unidades	1	R$ 12,85	R$ 12,85
Calculadora	1	R$ 23,90	R$ 23,90
Carimbo da empresa	1	R$ 60,00	R$ 60,00
Organizador com seis pastas suspensas	1	R$ 26,90	R$ 26,90
Pasta avulsa com elástico	2	R$ 3,30	R$ 6,60
Prancheta	1	R$ 11,80	R$ 11,80
Pacote de folha ofício com 500 folhas	1	R$ 15,80	R$ 15,80
Cartucho preto para impressora	1	R$ 39,90	R$ 39,90
Cartucho colorido para impressora	1	R$ 47,90	R$ 47,90
Lixeira	1	R$ 19,90	R$ 19,90
Total:			R$ 385,71

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Já os materiais de limpeza que serão utilizados inicialmente pela empresa estão discriminados com quantidades e valores no Quadro 22.

Quadro 22 – Materiais de limpeza

(continua)

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Balde	4	R$ 10,00	R$ 40,00
Vassoura	2	R$ 9,90	R$ 19,80
Panos de limpeza	10	R$ 5,50	R$ 55,00
Sacos de lixo 100 litros com 10 unidades	1	R$ 9,90	R$ 9,90
Sacos de lixo 40 litros com 50 unidades	1	R$ 15,90	R$ 15,90
Pá de lixo	1	R$ 12,00	R$ 12,00
Rodo	1	R$ 7,80	R$ 7,80
Esponja	4	R$ 1,25	R$ 5,00
Detergente	3	R$ 1,69	R$ 5,07
Água sanitária 2 litros	1	R$ 5,30	R$ 5,30

(conclusão)

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Sabão em pó 2 Kg	1	R$ 14,30	R$ 14,30
Amaciante 2 litros	1	R$ 12,59	R$ 12,59
Lã de aço Bombril	1	R$ 1,45	R$ 1,45
Papel higiênico fardo com 8 rolos 8x300	1	R$ 24,80	R$ 24,80
Sabonete líquido 5 litros	2	R$ 18,90	R$ 37,80
Toalhas de papel interfolhas com 1000 folhas	2	R$ 13,80	R$ 27,60
Total:			R$ 294,31

Fonte: elaborado pela autora (2019).

A empreendedora do negócio tentará sempre adquirir os materiais tanto de escritório quanto de limpeza de um único fornecedor da região, para conseguir melhores descontos nestes produtos, assim como prazo de pagamento.

Por último a autora fez um levantamento, conforme Quadro 23, sobre o único item decorativo que terá necessidade de reposição sempre que forem utilizados, os balões.

Quadro 23 – Balões

(continua)

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Pacote com 50 un. balão cor branca nº 9	4	R$ 10,38	R$ 41,52
Pacote com 50 un. balão cor preta nº 9	4	R$ 10,38	R$ 41,52
Pacote com 50 un. balão cor dourada nº 9	4	R$ 10,38	R$ 41,52
Pacote com 50 un. balão cor prata nº 9	4	R$ 10,38	R$ 41,52
Pacote com 50 un. balão cor rosa pink nº 9	4	R$ 10,38	R$ 41,52
Pacote com 50 un. balão cor rosa claro nº 9	4	R$ 10,38	R$ 41,52
Pacote com 50 un. balão cor azul forte nº 9	4	R$ 10,38	R$ 41,52
Pacote com 50 un. balão cor azul fraco nº 9	4	R$ 10,38	R$ 41,52
Pacote com 50 un. balão cor verde forte nº 9	4	R$ 10,38	R$ 41,52
Pacote com 50 un. balão cor verde claro nº 9	4	R$ 10,38	R$ 41,52
Pacote com 50 un. balão cor amarela nº 9	4	R$ 10,38	R$ 41,52
Pacote com 50 un. balão cor vermelha nº 9	4	R$ 10,38	R$ 41,52

(conclusão)

Materiais	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
Pacote com 50 un. balão cor marrom nº 9	4	R$ 10,38	R$ 41,52
Pacote com 50 un. balão cor roxa nº 9	4	R$ 10,38	R$ 41,52
Pacote com 50 un. balão com laranja nº 9	4	R$ 10,38	R$ 41,52
Total:			R$ 622,80

Fonte: elaborado pela autora (2019).

O estoque mínimo de balões para as decorações, irá contar com pelo menos 4 pacotes de 50 unidades de cada cor no tamanho nº 9. Sempre que houver festas ou eventos a empreendedora terá que repor imediatamente as quantidades utilizadas de balões no estoque, para atender as próximas demandas e manter um estoque de segurança caso ocorra algum atraso na entrega ou reposição do item. Para isso a empresa irá reservar um valor de R$ 1.250,00 por mês para a compra desta matéria prima.

Para todos os insumos e matéria-prima utilizados pela empresa, será necessário um investimento inicial de R$ 1.302,82.

5.4 ESTOQUE DE PRODUTOS ACABADOS EM FABRICAÇÃO

Segundo Slack, Chambers e Johnston (2009, p. 356) estoque é definido "[...] como a acumulação armazenada de recursos materiais em um sistema de transformação."

Corroborando Dias (2012, p. 335) afirma que estoque "[...] é a parte da logística responsável pela guarda de produtos e uma das atividades da armazenagem. Geralmente este termo é utilizado para produtos acabados."

Já Ballou (2006) classifica os estoques em cinco categorias, são elas:

a) de canal: aonde a movimentação dos materiais é lenta e geralmente o montante existente no canal tende a ser maior que os estoques em depósitos;
b) de especulação: são as matérias-primas compradas e armazenadas a fim de esperar a demanda do cliente, como por exemplo, ouro e cobre;
c) regular ou física: que são os estoques necessários para suprir a demanda média durante o tempo transcorrido entre os sucessivos reabastecimentos;
d) de segurança: onde se tem um acréscimo do estoque normal necessário para suprir a demanda, caso ocorra alguma mudança em entregas ou oscilações na demanda;

e) obsoleto: quando as armazenagens dos estoques se tornam muito longas ou o cuidado com a mesma torna inutilizável os itens guardados.

A Lolli Festas e Eventos por se tratar de uma empresa prestadora de serviços, não irá produzir materiais e nem terá estoque dos mesmos.

5.5 AGREGADOS E TERCEIRIZADOS

A terceirização de serviços ou produtos pode ser entendida como a possibilidade de uma empresa transferir para terceiros a capacidade produtiva de negócios que não se enquadrem na linha de produção da organização. A essa companhia é dado um tempo para que com os seus recursos ela invista no seu ramo de atuação. (DIAS, 2012)

Complementando Chopra e Meindl (2011, p. 410) afirmam que:

> Um terceiro pode ser capaz de oferecer um crescimento sustentável no excedente agregando a um nível mais alto do que a própria empresa. O crescimento no excedente vem da agregação de capacidade, estoques, transportes de chegada e saída, armazenagem, aquisição, informação, recebíveis ou relacionamento, a um nível que a empresa não pode conseguir por conta própria.

No novo negócio proposto terão alguns serviços que serão terceirizados, são eles:

a) contabilidade;
b) monitoramento de alarme;
c) internet;
d) limpeza;
e) segurança;
f) medicina da segurança e do trabalho;
g) telefone móvel.

Os serviços de Internet, Alarme e Medicina da Segurança e do Trabalho terão um investimento inicial de instalação, conforme Quadro 24. A Medicina da Segurança e do Trabalho além do cadastro inicial terá incluso os exames admissionais dos dois colaboradores da empresa.

Quadro 24 – Valores instalação serviços terceirizados

Serviços	**Custo da instalação**	**Custo total do investimento**
Alarme	R$ 1.500,00	R$ 1.500,00
Medicina da Segurança e do Trabalho	R$ 636,00	R$ 636,00
Internet	R$ 380,00	R$ 380,00
Máquina de cartão	R$ 150,00	R$ 150,00
Total:		R$ 2.666,00

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Posteriormente a empresa terá um valor mensal pago pelo serviço de monitoramento do alarme instalado e da internet, além dos outros serviços que serão terceirizados pela empresa, conforme Quadro 25.

Quadro 25 – Valores dos serviços terceirizados

Serviços	**Quantidade**	**Custo Mensal**	**Custo Anual**
Contabilidade	1 por mês	R$ 500,00	R$ 6.000,00
Monitoramento de alarme	1 por mês	R$ 110,00	R$ 1.320,00
Internet	1 por mês	R$ 100,00	R$ 1.200,00
Limpeza	1 por mês	R$ 800,00	R$ 9.600,00
Segurança	1 por mês	R$ 850,00	R$ 10.200,00
Medicina da Segurança e do Trabalho	1 por mês	R$ 34,70	R$ 416,40
Telefone Móvel	1 por mês	R$ 200,00	R$ 2.400,00
Máquina de cartão	1 por mês	R$ 80,00	R$ 960,00
Total:	-	-	R$ 32.096,40

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Os serviços de limpeza e segurança serão contratados de acordo com a nova legislação trabalhista. A empresa irá contratar através de outras empresas o serviço terceirizado do pessoal de limpeza e segurança, conforme Lei 13.429/2017 aprovada em março de 2017 (EMPLOYER RH, 2018).

Com isso a Lolli irá efetuar dois contratos aonde serão especificados todos os itens de responsabilidade da prestadora de serviços e da empresa contratante, contendo horas e dias de trabalho e remuneração de acordo com os previstos na lei.

Inicialmente a empresa se utilizará somente destes serviços terceirizados, sugerindo aos clientes caso queiram contratar, recreacionistas ou algum serviço de alimentação.

5.6 MANUTENÇÃO

A manutenção para Slack, Chambers e Johnston (2009, p. 610)

> [...] é como as organizações tentam evitar as falhas cuidando de suas instalações físicas [...] Os benefícios da manutenção são significativas, incluindo segurança melhorada, confiabilidade aumentada, qualidade maior (equipamentos mal mantidos têm maior probabilidade de causar problemas de qualidade), custos de operação mais baixos (dado que muitos elementos de tecnologia de processo funcionam mais eficientemente quando recebem manutenção regularmente, tempo de vida mais longo para processo de tecnologia e "valor residual" mais alto [...].

Corroborando Corrêa e Corrêa (2010, p. 642) afirmam que:

> A manutenção (substantivo relacionado ao verbo manter) refere-se, então, ao conjunto de atividades organizadas na operação com o objetivo de manter os recursos físicos operacionais em bom estado de funcionamento e prontos para o uso, quando necessários.

A Lolli Festas e Eventos utilizará poucos equipamentos e estes só irão necessitar de reparo ou manutenção quando houver problemas de funcionamento. Nestes casos, os equipamentos serão encaminhados para a assistência técnica de empresas autorizadas. Para outros reparos como em algum material do salão, banheiro, hidráulico ou elétrico que a empresa venha a ter, será orçado o serviço e contratado prestadores de serviço local. Inicialmente a empresa fará uma reserva de manutenção como investimento de R$ 250,00, e após a abertura da mesma, mensalmente será reservado um valor de R$ 250,00 caso necessite utilizar ou irá acumulando para quando houver a necessidade.

5.7 PROCESSOS

Para Slack, Jones e Johnston (2018, p. 18):

> Processo é um arranjo de recursos e atividades para transformar *inputs* (entradas) em *outputs* (saídas) que satisfazem as necessidades (internas ou externas) do cliente. São os "blocos de construção" de todas as operações e formam uma "rede interna" dentro delas.

Complementando Krajewski, Ritzman e Malhotra (2009, p. 100) afirmam que “Nenhum serviço pode ser prestado e nenhum produto pode ser produzido sem um processo, e nenhum processo pode existir sem pelo menos um produto ou serviço.”

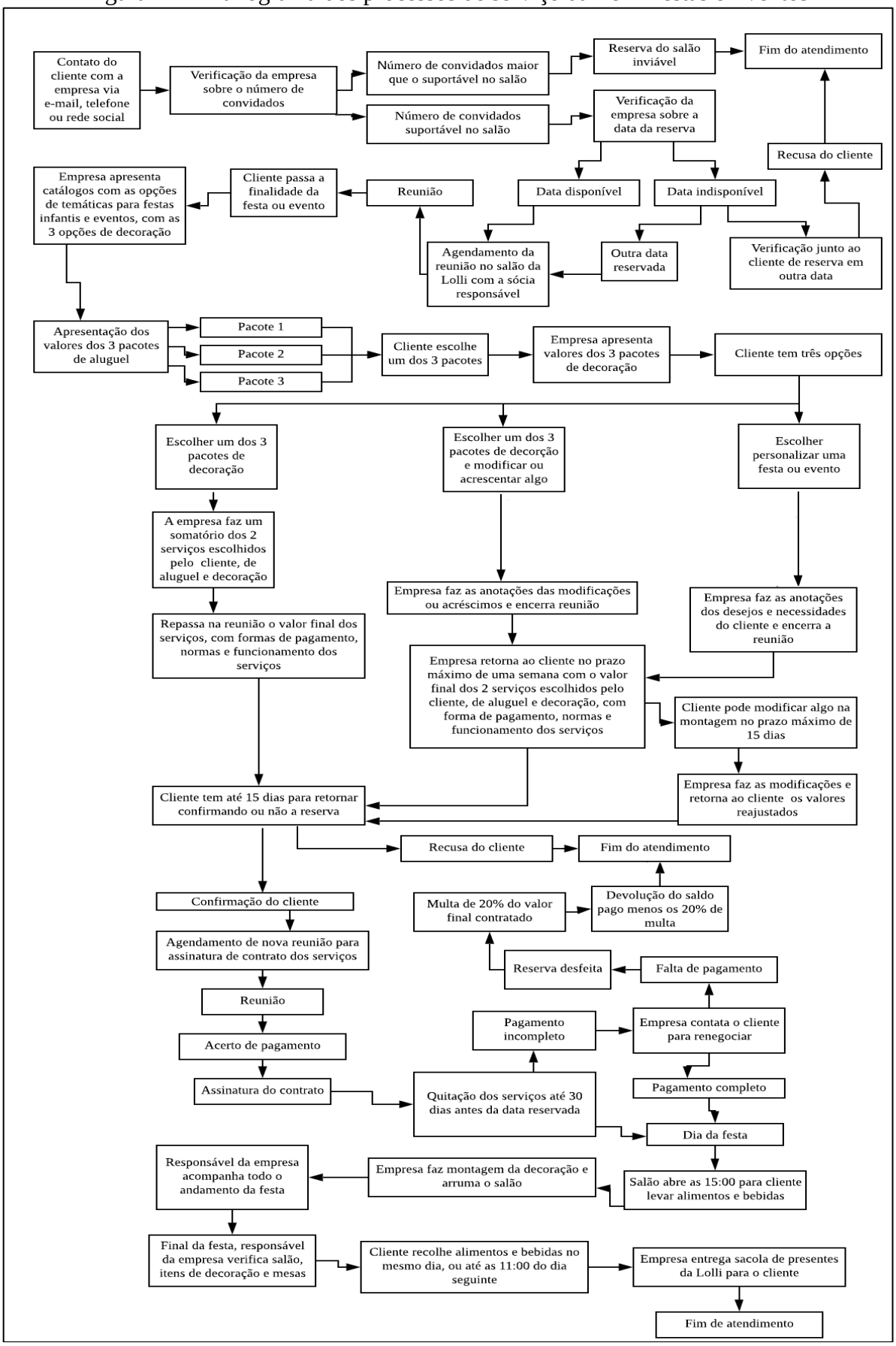
Ainda segundo Krajewski, Ritzam e Malhotra (2009) os gerentes de operações devem levar em consideração quatro fatores em todos os processos, independente de estarem ligados aos processos para escritórios, fabricação ou serviços, são eles:

a) estrutura do processo: determina a maneira como os processos são projetados em relação aos recursos necessários, o modo como os recursos são divididos e suas principais características;
b) envolvimento do cliente: é a extensão da participação dos clientes e como os mesmos podem se tornar parte dos processos;
c) flexibilidade de recursos: é a facilidade com a qual os funcionários e equipamentos podem lidar com a variedade de produtos, níveis de saída (*outputs*), deveres e funções;
d) intensidade de capital: é o composto de equipamentos e habilidades humanas em um processo. Quanto maior o custo dos equipamentos, maior será a intensidade de capital.

Com isso a autora realizou um fluxograma com todos os processos dos serviços oferecidos pela empresa, conforme Figura 14.

Conforme fluxograma desenvolvido pela autora, a empresa terá seus serviços divididos em três etapas, o agendamento da reunião para verificação da festa ou evento, o serviço da festa e o pós festa. Em um primeiro momento a empresa seguirá um padrão de atendimento que será colocado em prática caso os pagamentos estejam de acordo com contrato assinado. A empresa disponibilizará o salão conforme aluguel juntamente com a decoração escolhida pelo cliente. Após o término da festa o cliente tem a possibilidade de recolher os alimentos e bebidas que sobrarão no mesmo dia ou no dia seguinte até o horário de 11:00 horas, após o recolhimentos dos itens de alimentação e bebida a empresa entrega a sacola de presentes da Lolli como forma de agradecimento pela confiança e utilização dos serviços da empresa.

Figura 14 – Fluxograma dos processos de serviço da Lolli Festas e Eventos



Fonte: elaborado pela autora (2019).

5.8 INFORMAÇÕES

Para Alves (2018, p. 21):

> [...] contar com um sistema de informações é um diferencial de mercado fundamental para que a empresa possa manter um alicerce concreto de informações que vão integrar os departamentos, com o objetivo de melhorar o fluxo gerencial e apoiar os processos e as operações empresariais.

Complementando Rezende e Abreu (2013, p. 76) afirmam que “Pelo menos três passos são fundamentais para a valorização da informação, ou seja, conhecer, selecionar e usar as informações.”

Com isso, dentro do sistema de notas fiscais eletrônicas serão realizados todos os cadastros dos clientes, com as informações necessárias, com a possibilidade de acesso somente da sócia responsável.

O contato com os clientes será via e-mail, telefone ou rede social, e sempre que houver algum evento aberto ou alguma promoção todos os clientes irão receber notificações sobre as oportunidades.

O acondicionamento dos itens decorativos será feito na sala de depósito desenvolvida dentro da estrutura da empresa. Inicialmente a sócia e os colaboradores irão fazer o controle dos itens através de planilhas de Excel, cada estante terá suas divisórias e itens enumerados, e todo final de festa será reposto os itens no depósito e feito a conferência novamente. Além disso, todo início de semana será feito a conferência.

Todas as festas ou eventos realizados terão uma planilha dos itens numerados utilizados na decoração para poder fazer a conferência pós festa.

A segurança da empresa será efetuada por meio de um alarme instalado, com o custo inicial de instalação de R$ 1.500,00 e mensalidade de R$ 110,00 conforme já citado no Capítulo 5.5 em Agregados e Terceirizados.

E para controle financeiro, banco de dados de fornecedores e outras tarefas, a empresa utilizará programas como Excel e Word já instalados no computador alocado no escritório da empresa. Posteriormente será avaliada a necessidade de aquisição de algum sistema de informações que possa gerenciar estas informações e o estoque do negócio.

5.9 RESUMO DE GASTOS COM ÁREA DE OPERAÇÕES

Diante disso a empresa irá possuir um total de investimento inicial e um valor de gastos mensais para poder operar a empresa e prestar os serviços oferecidos.

Como investimento inicial a empresa terá investimento em infraestrutura, máquinas equipamentos e ferramentas; matérias-primas, insumos e materiais e instalação de alguns serviços terceirizados conforme Quadro 26.

Quadro 26 – Investimento Inicial

Investimentos	**Custo Total**
Infraestrutura	R$ 440.000,00
Materiais para o salão	R$ 22.422,40
Materiais para a área infantil	R$ 5.429,00
Materiais para os banheiros	R$ 681,16
Materiais para a sala de reunião	R$ 5.143,39
Materiais para a cozinha e lavanderia	R$ 11.481,60
Materiais para o depósito	R$ 3.843,00
Materiais de decoração	R$ 7.441,50
Materiais de pelúcia	R$ 6.511,00
Painéis de tecido	R$ 3.695,50
Balões	R$ 622,80
Materiais de escritório	R$ 385,71
Materiais de limpeza	R$ 294,31
Alarme	R$ 1.500,00
Internet	R$ 380,00
Máquina de cartão	R$ 150,00
Manutenção	R$ 250,00
Medicina da Segurança e do Trabalho	R$ 636,00
Despesas Administrativas	R$ 2.500,00
Total:	R$ 513.367,37

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Como investimento inicial para poder construir o salão e colocar em prática os serviços oferecidos pela Lolli Festas e Eventos, a empresa precisará investir um total de R$

513.367,37, incluindo um valor de R$ 2.500,00 para taxas e licenciamentos de abertura da empresa.

Já com gastos mensais, conforme Quadro 27, a empresa terá compromissos decorrentes de serviços terceirizados e uma reserva para a manutenção, para quando surgir à necessidade.

Quadro 27 – Gastos mensais de operações

Serviços	**Custo mensal**
Contabilidade	R$ 500,00
Monitoramento do alarme	R$ 110,00
Internet	R$ 100,00
Limpeza	R$ 800,00
Segurança	R$ 850,00
Manutenção	R$ 250,00
Máquina de Cartão	R$ 80,00
Medicina da Segurança e do Trabalho	R$ 34,70
Telefone Móvel	R$ 200,00
Materiais de Escritório	R$ 150,00
Materiais de Limpeza	R$ 150,00
Balões	R$ 1.250,00
Itens para decoração	R$ 800,00
Total:	R$ 5.274,70

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Com isso a empresa terá um compromisso mensal com as terceirizadas e balões um total de R$ 5.274,70.

6 PLANO DE GESTÃO DE PESSOAS

Gestão de pessoas para Gil (2001, p. 17) "[...] é a função gerencial que visa à cooperação das pessoas que atuam nas organizações para o alcance dos objetivos tanto organizacionais quanto individuais."

Complementando Ivancevich (2008, p. 10) classifica quatro principais aspectos para uma boa gestão de recursos humanos aumentar a eficácia organizacional:

a) ajudar a organização a atingir metas;
b) empregar com eficácia as qualificações e habilidades da força de trabalho;
c) prover a organização com funcionários bem treinados e bem motivados;
d) aumentar ao máximo a satisfação e a auto-realização do funcionário. Desenvolver e manter a qualidade de vida no trabalho, de modo que o emprego na organização seja algo desejável.

Ivancevich (2008) também ressalta que apesar de a área de recursos humanos ser responsável pela gestão de pessoas, esta é uma tarefa que deve ser compartilhada ao longo da estrutura organizacional. Segundo Ivancevich (2008, p. 7) "[...] qualquer indivíduo de uma organização que tenha responsabilidade por pessoas atua, além das atribuições da sua posição normal, como gestor de recursos humanos."

Na empresa Lolli Festas e Eventos, além da única sócia e responsável pela gerencia do negócio, a empresa contará com outros dois colaboradores, que irão auxiliar nas montagens das festas e eventos, além de organizar almoxarifado e acompanhar como responsável o andamento das festas e eventos agendados.

6.1 DESCRIÇÕES DE CARGOS

A descrição de cargos, segundo Marras (2011, p. 94), "[...] registra a análise dos diversos requisitos exigidos pelo cargo, como: escolaridade, experiência, responsabilidade, condições de trabalho, complexidade das tarefas, conhecimento, etc."

Corroborando Gil (2001, p. 171) afirma que "As organizações podem ser concebidas como sistemas de papéis. Cada indivíduo que ocupa uma posição na organização é solicitado a desempenhar um conjunto de atividades e a manter determinados comportamentos."

Diante disso a Lolli Festas e Eventos irá contar com dois cargos diferentes, o de administrador aonde a única sócia será a responsável e o cargo de decorador de eventos. As des-

crições de cargos selecionadas pela autora foram projetadas com base na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) (BRASIL, 2007-2017).

Conforme Quadro 28, a autora apresentou detalhadamente a descrição, habilidades e formações que serão necessárias para gerir o cargo de Administrador da Lolli Festas e Eventos.

Quadro 28 – Descrição do cargo de Administrador

Cargo	Administrador
Quantidade de funcionários	1
CBO	2521-05
Descrição do cargo	Planeja, organiza e controla as organizações nas áreas de recursos humanos; patrimônio; materiais; informações; financeira; tecnológica, entre outras. Implementa programas e projetos, elabora planejamento organizacional, promove estudos de racionalização; e controla o desempenho organizacional.
Habilidades	Necessário ter conhecimento do negócio e dos seus objetivos, ter interesse e pro atividade em melhorar os serviços prestados e resolver todas as pendências que surgirem em todas as áreas da empresa.
Formação	Bacharelado em Administração.

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Para os cargos de Decoradores de Eventos, os colaboradores terão de se enquadrar nas funções e exigências, conforme Quadro 29.

Quadro 29 – Descrição dos cargos de Decorador de Eventos

Cargo	Decorador de Eventos
Quantidade de funcionários	2
CBO	3751-20
Descrição do cargo	Projeta e executa soluções para espaços internos residenciais, comerciais, industriais visando a estética, o bem-estar e o conforto. Cria e projeta vitrines, ambientes comerciais, industriais e de eventos que destaquem e valorizem o produto; projeta programações visuais com os objetivos de estimular o consumo de produtos e de informar o consumidor.
Habilidades	Necessário ser organizado, proativo em organizar os itens decorativos e salão, assim como as festas e eventos agendados, ter disponibilidade de tempo para todos os dias da semana, tarde e noite, e gostar de trabalhar com decoração.
Formação	Curso de decoração de festas e eventos, adultos e infantis e experiência nesta área.

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Inicialmente a empresa ofertará os serviços com apenas dois colaboradores registrados, os dois irão auxiliar nas montagens das festas e eventos assim como da supervisão da realização dos mesmos agendados.

Além dos colaboradores da Lolli, a empresa irá contar também através da lei da terceirização, um contrato com um colaborador na área da limpeza que somente irá realizar as limpezas nos dias posteriores as festas e eventos realizados, no período da manhã, e outro colaborador que será contratado para realizar o serviço de segurança do salão também somente nos dias de realização de festas e eventos para poder manter a organização e ordem no ambiente servido para locação.

6.2 AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

A avaliação de desempenho para Bohlander e Snell (2010, p. 298):

> [...] pode ser definida como um processo que geralmente é fornecido anualmente por um supervisor para um subordinado, projetado para ajudar os funcionários a compreenderem suas funções, seus objetivos, suas expectativas e o sucesso em seu desempenho.

Complementando Ivancevich (2008, p. 253) afirma que “Avaliação de desempenho é a atividade implementada para determinar o grau de eficácia do funcionário na execução de seu trabalho.”

Ainda de acordo com Ivancevich (2008) existem duas forma de avaliação de desempenho, uma informal e outra formal. A informal é quando os gestores constantemente refletem sobre as execuções dos seus funcionários, já a avaliação formal é quando a empresa estabelece um período de tempo de maneira regular e sistemática para avaliar os seus colaborados.

A Lolli Festas e Eventos irá se utilizar de reuniões para poder medir o desempenho dos dois colaboradores contratados pela empresa. A cada quinze dias a sócia irá fazer reuniões junto dos dois colaboradores para poder abrir os serviços para novas sugestões, complementos ou reajustes. O *feedback* será feito a cada quinze dias porém de forma individual, cada funcionário terá um tempo junto da sócia caso seja necessário, aonde a mesma irá fazer alguma colocação seja ela positiva ou negativa e o funcionário também terá a oportunidade de expressar suas opiniões livremente.

6.3 RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Recrutamento para Ivancevich (2008, p. 187) "[...] refere-se às atividades organizacionais que determinam a quantidade e o tipo de candidato que se apresenta para uma vaga e a aceitação ou não do emprego oferecido."

Acrescentando Gil (2001) afirma que existem vários meios de recrutamento para uma empresa, são eles:

a) recrutamento dentro da empresa: seleciona dentro da empresa um colaborador já familiarizado com os sistemas da organização proporcionando promoção aos seus funcionários;
b) cartazes: é um sistema de recrutamento de baixo custo, pois a empresa distribui cartazes em pontos de bastante movimento, próximo da empresa e até na própria empresa, discriminando os cargos oferecidos, geralmente são cargos simples, como escritório ou produção;
c) recomendação: pode-se pedir recomendação para pessoas dentro e fora da empresa, normalmente as indicações já estão predispostas a trabalhar e o custo de recrutamento é zero;
d) pessoal dispensado: quando a empresa readmite antigos funcionários que de forma aceitável foram dispensados ou saíram da empresa, os mesmos já possuem a experiência e conhecimento do funcionamento da empresa, sem custo de recrutamento;
e) agências: a empresa dispõe em agencias especializadas a necessidade de cargos e suas atribuições, evitando desperdício de tempo e dinheiro.

Já sobre seleção, Bohlander e Snell (2010, p. 208) afirmam que é o "Processo de escolha de indivíduos com qualificações relevantes para preencher as vagas abertas existentes ou planejadas."

Para Gil (2001) existem alguns métodos para selecionar os melhores candidatos para uma vaga de emprego, são eles:

a) análise de currículo: a empresa analisa todos os currículos recebidos e as atribuições de cada pessoa, complementando com uma entrevista ou selecionando somente de acordo com as informações apresentadas;
b) testes escritos: geralmente a empresa aplica testes escritos em cargos bastante específicos aonde é necessário fazer a avaliação de alguma habilidade, como redator de textos por exemplo;

c) testes práticos: as empresas que aplicam testes práticos geralmente necessitam avaliar alguma habilidade individual, normalmente setor de produção ou de exigência psicomotora;
d) testes psicológicos: são instrumentos muito úteis para identificar as aptidões dos candidatos, como potencial intelectual, habilidades de raciocínio e traços de personalidade;
e) entrevista: conhecida como o instrumento mais utilizado para a seleção de candidatos, a entrevista permite para a empresa o contato e troca de informações direta, assim como um maior aprofundamento na obtenção de dados do candidato.

No processo de recrutamento da Lolli Festas e Eventos a empresa irá buscar realizar entrevistas com possíveis candidatos. A mesma irá distribuir cartazes em organizações da região que permitirem, irá anunciar nas redes sociais as necessidades dos cargos apresentados, assim como aceitará recomendações de amigos e conhecidos de pessoas capacitadas aos cargos.

Quanto a seleção, a empresa irá marcar entrevistas com as pessoas recomendadas ou que enviarem currículos que serão selecionados pela sócia de acordo com as necessidades dos cargos oferecidos. A seleção será feita com um comparativo, aonde de um lado a empresa terá as definições do perfil do cargo e do outro as características e atribuições dos candidatos selecionados.

A empresa tem como exigência para os cargos de Decoradores de Eventos, experiência na área de decoração de festas e eventos, seja adulto ou infantil, com algum curso da área no currículo.

Durante a realização da entrevista, a empresa irá repassar ao candidato todas as informações de funcionamento da empresa assim como salário. Posterior a isso, a empresa irá retornar ao candidato selecionado oferecendo um contrato de experiência de um mês, caso seja necessário a empresa irá prorrogar a experiência junto ao contador, ou irá efetuar a contratação formal, realizando os exames necessários de admissão.

6.4 REMUNERAÇÃO

De acordo com Milkovich e Boudreau (2000, p. 378) “A remuneração é a principal arma para atrair, manter e motivar os empregados, bem como o principal custo empresarial, ela precisa ser administrada com cuidado.”

A remuneração também "[...] inclui o retorno financeiro e os serviços e benefícios tangíveis que os empregados recebem como parte de pagamento em uma relação de trabalho." (MILKOVICH; BOUDREAU, p. 382)

Para o novo negócio proposto, os salários serão definidos respeitando os pisos-salariais dos cargos estabelecidos na equipe de colaboradores.

Conforme Quadros 30 e 31, a empresa contará com apenas dois colaboradores na categoria de Decorador de Eventos e um no cargo de Sócio Gerente que será administrado pela única sócia da empresa.

Quadro 30 – Remuneração dos cargos

Cargos	**Salário**	**Desconto INSS**	**Desconto Sindicato**	**Total Mensal**
Decorador de Eventos	R$ 1.243,73	(8%) =R$ 99,49	(2%) =R$ 24,87	R$ 1.119,37
Decorador de Eventos	R$ 1.243,73	(8%) =R$ 99,49	(2%) =R$ 24,87	R$ 1.119,37
Total				R$ 2.238,74

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Para poder contratar dois funcionários no auxilio das montagens das decorações e vigilância das festas, a sócia terá que dispor mensalmente para salários R$2.238,74.

Já de encargos dos cargos, a empresa por se tratar de uma empresa optante pelo Simples Nacional terá o FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço) e a Medicina da Segurança e do Trabalho, conforme Quadro 31.

Quadro 31 – Encargo dos cargos

Cargos	**Salário**	**FGTS**	**Medicina da Segurança e do Trabalho**	**Total de encargo mensal**
Decorador de Eventos	R$ 1.243,73	(8%)=R$ 99,50	R$ 17,35	R$ 116,85
Decorador de Eventos	R$ 1.243,73	(8%)=R$ 99,50	R$ 17,35	R$ 116,85
Total				R$ 233,70

Fonte: elaborado pela autora (2019).

A empresa além dos salários terá que mensalmente pagar um total de R$ 233,70 de encargos para os dois colaboradores da equipe.

Já para o cargo de Administrador, a única sócia Thainá irá assumir todas as responsabilidades necessárias para gerir a empresa, e a remuneração consta no Quadro 32.

Quadro 32 – Remuneração da sócia

Cargo	**Pró-labore**	**Desconto INSS**	**Total**
Sócio Gerente	R$ 998,00	(11%)=R$ 109,78	R$ 888,22
Total			R$ 888,22

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Já para a única sócia gerente, o pró-labore será inicialmente de um salário mínimo referente ao ano atual, 2019, também com o desconto de INSS padrão de 11%, a empresa terá de repassar mensalmente para a sócia um valor de R$ 888,22.

7 PROJEÇÕES FINANCEIRAS

De acordo com Gitman (2010, p. 105) “O planejamento financeiro é um aspecto importante das operações das empresas porque fornece um mapa para a orientação, a coordenação e o controle dos passos que a empresa dará para atingir seus objetivos.”

Corroborando, Filion e Dolabela (2000, p. 172) afirmam que

> A parte financeira do Plano de Negócio é um conjunto de informações, controles e planilhas de cálculos que, sistematizadas em diferentes documentos contábeis, compõem as previsões referentes à operação e servem como ferramentas gerenciais para o planejamento financeiro da empresa.

Ainda, segundo Filion e Dolabela (2000, p. 172):

> O plano financeiro representa a principal fonte de referência e controle da saúde da empresa, sendo utilizada pelo empreendedor para conduzir suas atividades dentro dos parâmetros planejados, corrigir distorções, adaptar-se a novas variáveis decorrentes de mudanças na conjuntura e projetar novos investimentosíveis de crescimento previstos e desejados.

Para análise do negócio proposto neste trabalho, serão apresentados neste capítulo, os investimentos, as projeções de vendas, custos, despesas, bem como a avaliação econômica do negócio, fluxo de caixa, demonstração de resultados e índices econômicos projetados em três cenários: realista, otimista e pessimista.

7.1 PLANO DE INVESTIMENTOS

Investimento segundo Hoji (2012, p. 93) “[...] pode ser definido de forma abrangente como aplicação de dinheiro em títulos, ações, imóveis, maquinários, etc., com o propósito de obter ganho (lucro).”

Gitman e Zutter (2017, p. 439) complementam que investimento inicial “[...] refere-se às saídas de caixa relevantes a serem consideradas na avaliação de um possível investimento em bens de capital.”

Já Assaf Neto (2014) define investimento como o valor do desembolso inicial referente ao volume comprometido de capital direcionado à geração de resultados operacionais futuros. Neste grupo encontram-se todas as aquisições de bens permanentes tais como imóveis, veículos, máquinas, equipamentos e utensílios.

Diante disso o plano de investimento inicial para a implantação da empresa Lolli Festas e Eventos será de R$ 546.298,97. Este investimento segue detalhado no Quadro 33.

Quadro 33 – Investimento inicial da Lolli Festas e Eventos

Investimento	**Valor Investido**
Área de Marketing	R$ 3.081,60
Infraestrutura	R$ 440.000,00
Materiais para o salão	R$ 22.422,40
Materiais para a área infantil	R$ 5.429,00
Materiais para os banheiros	R$ 681,16
Materiais para a sala de reuniões	R$ 5.143,39
Materiais para a cozinha e lavanderia	R$ 11.481,60
Materiais para o depósito	R$ 3.843,00
Materiais para a decoração	R$ 7.441,50
Materiais de pelúcia	R$ 6.511,00
Painéis de tecido	R$ 3.695,50
Materiais de escritório	R$ 385,71
Materiais de limpeza	R$ 294,31
Balões	R$ 622,80
Terceirizados	R$ 2.516,00
Manutenção	R$ 250,00
Despesas Administrativas	R$ 2.500,00
Capital de giro	R$ 30.000,00
Total	**R$ 546.298,97**

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Para estabelecer o valor de investimento inicial foram consideradas as informações levantadas nos Capítulos 4 e 5 deste trabalho, onde estão apresentados de forma detalhada os investimentos na área de marketing, infraestrutura, máquinas e equipamentos, materiais e insumos e outros gastos gerais.

Junto dos investimentos em marketing e operações, a empresa irá incluir um valor de despesas administrativas relacionadas às taxas de licenças de abertura da empresa. Além disso, a empresa também terá um capital de giro inicial para poder saldar os compromissos fi-

nanceiros, prevendo que no primeiro ano o volume de serviços não será suficiente para o pagamento de todas as despesas projetadas.

7.2 FONTES DE FINANCIAMENTO

Segundo Assaf Neto (2014) as decisões de financiamento se preocupam principalmente com a seleção da melhor oferta de recurso e a melhor proporção a ser mantida entre capital de terceiros e capital próprio. O objetivo principal desta escolha envolve a determinação da melhor estrutura de financiamento da empresa, de maneira a preservar sua capacidade de pagamento e dispor de fundo com custos reduzidos em relação ao retorno que se espera apurar de suas aplicações.

As fontes de capitais podem ser próprias, ou seja, o patrimônio líquido da empresa, ou de terceiros, através de financiamentos ou empréstimos de curto ou longo prazo. (GITMAN; ZUTTER, 2017).

Ainda segundo Gitman e Zutter (2017, p. 274), os capitais próprios são os "Fundos fornecidos pelos proprietários da empresa (investidores ou acionistas) cujo reembolso depende do desempenho da empresa." Já o capital de terceiros "Inclui todos os empréstimos contraídos por uma empresa, inclusive títulos de dívida, e é reembolsado de acordo com um cronograma fixo de pagamentos." (GITMAN; ZUTTER, 2017, p. 274)

O autor Hoji (2012) ainda complementa que os capitais de terceiros tomados através de empréstimos ou financiamentos são realizados através de várias modalidades, sendo quatro as principais:

a) empréstimo para capital de giro: é a modalidade de empréstimo oferecida pelos bancos aos seus clientes através de um contrato, aonde são estabelecidas as condições gerais e especificas da operação, tais como o valor, o vencimento e a taxa de juro;
b) desconto de duplicatas: acontece quando a empresa emissora da duplicata cede-a ao banco e recebe no ato o valor líquido descontado do juro. Caso o sacado não quite a duplicata no vencimento, o valor é debitado da conta corrente da empresa tomadora;
c) conta garantida: acontece quando o banco abre uma conta de crédito em nome da empresa tomadora e estabelece previamente um limite que pode ser utilizado automaticamente como empréstimo. É o correspondente ao cheque especial, utilizado por pessoas físicas;

d) financiamento do BNDES (Bando Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social): são recursos de longo prazo. O sistema BNDES pode operar diretamente com o financiado, mas a maioria das operações é intermediada pelas instituições financeiras credenciadas.

Diante isso, a única sócia da Lolli Festas e Eventos optou por integralizar todo o valor do investimento do negócio de R$ 546.298,97 com capital próprio, não havendo desta forma dívida com nenhum financiamento ou empréstimo.

Prosseguindo, a sócia estipulou a Taxa Mínima de Atratividade (TMA) que segundo Assaf Neto (2014) é referência para a análise de um investimento, pois os mesmos criam valor, e mostram-se economicamente atraentes quando o retorno esperado excede a taxa de retorno exigida pelos proprietários de capital.

Para isso a sócia consultando a sua gerente de conta da cooperativa aonde possui uma aplicação de CDB (Certificado de Depósito Bancário) atrelada ao CDI (Certificados de Depósitos Interbancários) baseado na taxa SELIC (Sistema Especial de Liquidação e Custódia) se informou de que a taxa de rentabilidade é de aproximadamente 8% ao ano.

Esta rentabilidade somada a uma taxa de riscos de 5% da empresa Lolli Festas e Eventos, resulta na projeção de 13% para a Taxa Mínima de Atratividade.

7.3 PROJEÇÕES ECONÔMICAS

Sobre a análise dos cenários, Gitman e Zutter (2017, p. 474) afirmam que a mesma "[...] pode ser utilizada para lidar com o risco do projeto para capturar a variabilidade das entradas de caixa e dos VPLs." Com isso as projeções econômicas são previsões do mercado a fim de testar a viabilidade econômica de um novo negócio, considerando a realidade econômica, política, social e cultural do mercado em que ele está inserido.

Segundo reportagem produzida por Martello (2019) a economia do Brasil está muito fragilizada. De acordo com atual ministro da Economia do país, Paulo Guedes, a previsão de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) que no ano passado segundo enviado pelo governo do Michel Temer e aprovado pelo Congresso Nacional, era um aumento de 2,5%, já para este ano a previsão de acordo com as projeções do novo governo, já foi apresentada uma baixa de 1% já no primeiro trimestre, caindo para 1,5% a previsão de PIB.

Borges (2019) complementa afirmando que de acordo com dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o setor de serviços já apresentou no ano de 2019 nos três primeiros meses uma queda de 1,7% em comparativo com o mesmo período

do ano passado, isso considerando que o mesmo setor representa 70% da economia do país, a previsão é de retração da economia nos próximos meses.

Já Ferrari (2019) apresenta outro ponto que irá afetar negativamente toda a economia global, a guerra comercial entre os países Estados Unidos e China. O país asiático anunciou no mês de maio de 2019 que irá aumentar a taxação de produtos norte-americanos, o que consequentemente impactou nas bolsas de valores de todo o mundo, pois a retaliação mútua entre essas duas potências econômicas tendem a frear o comércio internacional, afetando direta e indiretamente toda a economia do país.

Em contra partida a Redação E-Commerce News (2019) afirma que um dos poucos setores que possuem previsão de prosperar em 2019, em contra partida a crise do país, é o de festas e eventos. Segundo a Associação Brasileira de Empresas e Eventos (ABEOC) este segmento vem crescendo em média 14% ano, e mesmo com o cenário econômico instável este mesmo setor movimentou cerca de R$ 17 bilhões no ano de 2017, concluindo que apesar da crise as pessoas ainda tendem a comemorar e festejar datas importantes procurando o serviço de festas e eventos, serviço este oferecido pela empresa deste trabalho.

Diante disso, a autora delineou três cenários para as projeções da empresa Lolli Festas e Eventos, um cenário otimista, um cenário realista e um cenário conservador.

7.4 PREVISÕES DE VENDAS

Para Castro, Neves e Cônsoli (2018, p. 137):

> Estimar a demanda é umas das principais tarefas administrativas, sendo a base do planejamento empresarial. Ela fornece informações para a área de produção, sobre o volume de compra, para a área de finanças sobre a captação e aplicação de recursos necessários ao nível da atividade prevista, para a área de recursos humanos sobre o numero de pessoas necessárias na organização, e assim por diante.

Complementando Futrell (2014, p. 438) afirma que a “Previsão de vendas é um dos métodos usados para predizer as receitas futuras de uma empresa quando se está planejando as atividades das equipes de marketing e de vendas.”

Para fazer as previsões de vendas a autora tomou como base as porcentagens de pessoas enquadradas no público alvo definido pela autora e algumas respostas da pesquisa conclusiva descritiva já realizada no Trabalho de Conclusão de Curso I.

A empresa Lolli Festas e Eventos tem como público definido pessoas entre 15 anos a 70 anos de idade moradores de Canela/RS e Gramado/RS. Diante disso a autora fez um levan-

tamento da quantidade provável de pessoas residentes atualmente nas cidades de Canela/RS e Gramado/RS que se enquadram na faixa etária definida para o negócio, considerando que os dados de Censo de 2018 e 2019 ainda não foram divulgados.

Em Canela/RS de acordo com o IBGE (2018), a população total estimada é de 44.489 pessoas, já em Gramado/RS é de 35.875 pessoas. O SEBRAE (2019b) apresenta para o ano de 2016 em Canela/RS uma porcentagem para mulheres de 19 até 69 anos, 73,50% de um total de 22.473, já para os homens dentro desta mesma faixa etária o total é de 72,50% de um total de 21.330 homens. Já na cidade de Gramado/RS, no ano de 2016 o SEBRAE (2019c) contabilizou 17.304 homens com um total de 73,80% dentro da faixa etária de 19 anos até 69 anos de idade, já para as mulheres o total populacional foi de 19.152, com uma porcentagem de 72,80% dentro da faixa etária estabelecida.

A somatória de ambas as cidades no ano de 2016 dentro das faixas etárias estabelecidas como público-alvo do negócio foi de 58.694 pessoas.

A autora utilizou as mesmas porcentagens do ano de 2016 apresentadas pelo SEBRAE para fazer uma perspectiva da população para o ano de 2019.

Em Canela a porcentagem de mulheres no ano de 2016 era de 51,30% e dos homens era de 48,70% do total apresentado da população (SEBRAE, 2019b), já em Gramado neste mesmo ano as mulheres correspondiam a 52,53% da população total, enquanto os homens correspondiam a 47,47% (SEBRAE, 2019c).

Diante disso, a autora considerou as mesmas porcentagens para a população total do ano de 2019, observando que a expectativa de vida das pessoas residentes nestas duas cidades segundo o SEBRAE se manteve entre os anos de 2000 a 2010 entre 75 e 77 anos de idade, fazendo assim com que a população aparentemente não sofresse muitas variações em idades nas próximas projeções.

Então para Canela/RS com uma população de 44.489 em 2019 considerando 51,30% para as mulheres, 22.823 pessoas, e 48,70% para os homens, 21.666 pessoas, e em Gramado com uma população de 35.875, considerando 52,53% para o gênero feminino, 18.845 pessoas, e 47,47% para o gênero masculino, 17.030 pessoas, a autora estipulou com isso a somatória das porcentagens enquadradas dentro da faixa etária de 19 anos até 69 anos de idade.

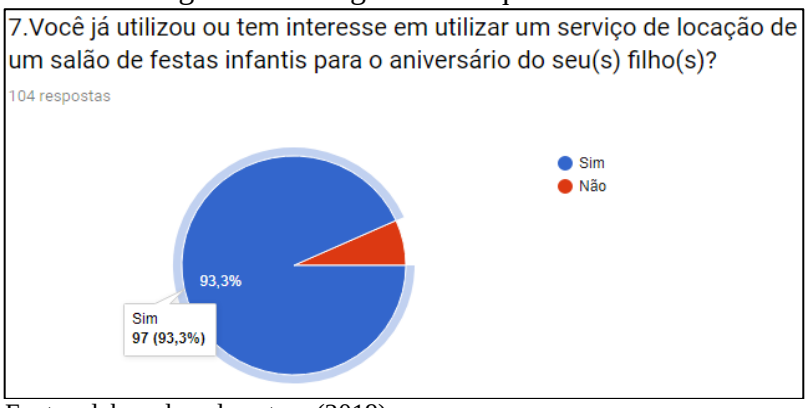
Em Canela/RS considerando 73,50% de 22.823 mulheres na faixa etária estabelecida, e para os homens 72,50% de 21.666, temos um total de 16.775 e 15.708 pessoas respectivamente. Já em Gramado/RS, considerando para as mulheres 72,80% de 18.845, e 73,80% de 17.030 para os homens, temos respectivamente um total de 13.719 e 12.568 pessoas. A perspectiva para 2019 para a faixa etária entre 19 anos até 69 anos de idade para Canela e Grama-

do seguindo as porcentagens do ano de 2016, é de 58.770 pessoas, todos possíveis consumidores da Lolli Festas e Eventos.

Para a projeção de vendas dos serviços da Lolli Festas e Eventos, a autora considerou também alguns questionamentos elaborados na pesquisa conclusiva descritiva realizada no Trabalho de Conclusão de Curso I.

Na pergunta 7 da pesquisa conforme Figura 15, a autora questionou sobre a já utilização ou interesse em utilizar um salão de festas infantis.

Figura 15 – Pergunta 7 do questionário

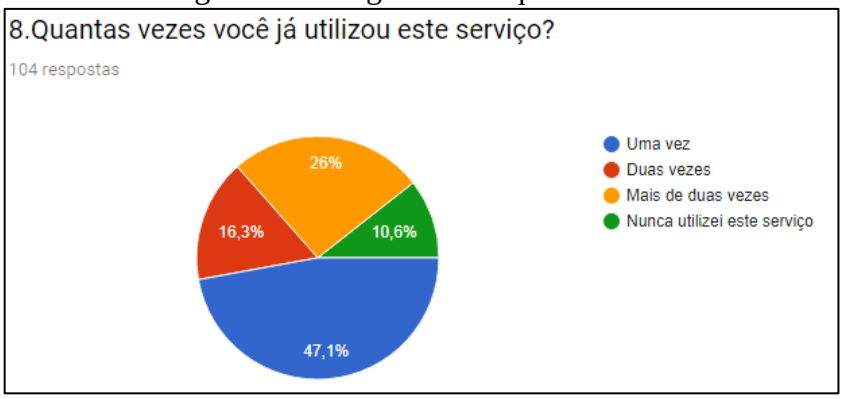


Fonte: elaborado pela autora (2019).

Dos 104 respondentes, somente 7 pessoas nunca utilizaram este serviço ou não possuem interesse, os outros 93,30% já utilizaram ou possuem interesse.

Seguindo, conforme Figura 16, a sócia também questionou os possíveis clientes sobre quantas vezes já utilizaram este tipo de serviço em um salão de festas.

Figura 16 – Pergunta 8 do questionário

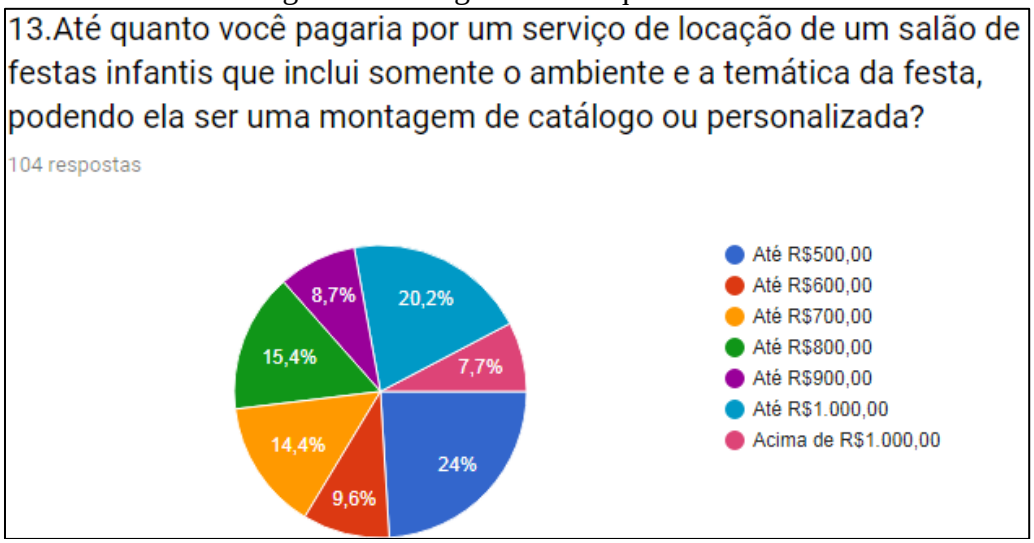


Fonte: elaborado pela autora (2019).

A pesquisa apresentou que somente 10,60% dos 104 respondentes nunca utilizaram o serviço de festas em salões específicos para isso. Entretanto a autora pode perceber que quase 89,40%% dos possíveis clientes da Lolli já utilizaram pelo menos uma vez este serviço.

E por último, conforme Figura 17 a sócia questionou aos possíveis clientes da Lolli sobre os valores limites a serem pagos pelo aluguel e decoração de uma festa ou evento.

Figura 17 – Pergunta 13 do questionário



Fonte: elaborado pela autora (2019).

Através da pergunta número 13, a autora teve percepção da disposição dos possíveis clientes quanto aos limites de valores que pagariam por um serviço desde o mais simples até algo personalizado.

Com isso a autora observou os dados da pergunta 8 conforme Figura 16, aonde considerando que 89,40% dos 104 respondentes utilizariam este tipo de serviço, e trazendo esta mesmo porcentagem para o total de população estipulado pela autora dentro da faixa etária definida, 58.770 pessoas, a autora tem um total de pelo menos 52.540 pessoas que já utilizaram este serviço.

Dentro da população estimada de uso dos serviços oferecidos pela Lolli Festas e Eventos, 52.540 pessoas, a autora tem como perspectiva apresentar a empresa para pelo menos 5%, correspondendo assim a 2.627 pessoas.

Prosseguindo a autora tem como expectativa para o ano inteiro de que ao menos 5% das 2.627 pessoas, contratem de fato os serviços da Lolli Festas e Eventos, fechando um total de 131 pacotes sem especificações para o ano todo.

Com isso para a projeção de vendas, a empresa utilizou a porcentagem de pessoas definidas como alvo para a empresa apresentar os seus serviços, a pesquisa realizada sobre as

quantidades de utilização destes serviços, valores cogitados a serem pagos pelos clientes, e, além disso, a empresa também considerou a oscilação de períodos de férias no decorrer do ano, e as datas comemorativas que buscam com mais intensidade os serviços oferecidos pela Lolli.

A projeção de vendas do primeiro ano de atividades da empresa é apresentada na Figura 18, realizada com base nos dados e quantidades levantados pela autora anteriormente, considerando os diferenciais em atendimento e serviços.

Figura 18 – Previsão de vendas para o ano 1 em quantidades de pacotes no cenário realista

ANO 1													
ALUGUEL	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Pacote 1	2	3	2	2	3	2	2	2	3	5	6	7	**39**
Pacote 2	2	1	3	3	4	3	3	3	4	5	6	7	**44**
Pacote 3	0	1	2	3	2	2	1	4	3	3	4	4	**29**
Subtotal	4	5	7	8	9	7	6	9	10	13	16	18	**112**
DECORAÇÃO	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Simples	2	2	3	3	4	4	3	4	5	6	7	10	**53**
Médio	1	2	2	3	3	2	2	3	3	4	5	4	**34**
Alto	1	1	2	2	2	1	1	2	2	3	4	4	**25**
Subtotal	4	5	7	8	9	7	6	9	10	13	16	18	**112**

Fonte: elaborado pela autora (2019).

No primeiro ano a empresa ainda estará se estabelecendo no mercado, adaptando-se aos fornecedores e clientes, e por conta disso, por ser uma empresa nova no mercado contando com as oscilações presentes no ano, como nos meses iniciais aonde existem as férias escolares e a demanda diminui, a projeção de aluguéis para o primeiro ano em um cenário realista é de apenas 112 pacotes de serviços.

Para o segundo ano ainda contando com as oscilações no decorrer do ano onde alguns potenciais clientes provavelmente estarão de férias, a empresa já com um pouco de experiência no ramo, com o nome mais consolidado no mercado e considerando os diferenciais de preços, pacotes e atendimento ao cliente têm como projeção um aumento nos aluguéis do salão, conforme Figura 19.

Figura 19 – Previsão de vendas para o ano 2 em quantidades de pacotes no cenário realista

ANO 2													
ALUGUEL	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Pacote 1	3	3	3	4	4	2	3	3	4	6	7	8	**50**
Pacote 2	3	3	4	3	5	4	3	4	5	6	7	7	**54**
Pacote 3	1	2	2	3	2	2	2	4	3	4	5	5	**35**
Subtotal	7	8	9	10	11	8	8	11	12	16	19	20	**139**
DECORAÇÃO	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Simples	4	3	4	4	5	5	3	4	5	7	7	8	**59**
Médio	2	3	3	3	4	2	3	4	4	5	6	5	**44**
Alto	1	2	2	3	2	1	2	3	3	4	6	7	**36**
Subtotal	7	8	9	10	11	8	8	11	12	16	19	20	**139**

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Com o alinhamento das vendas no ano 2, a empresa tem como projeção um aumento de 20% sobre o ano 2, de 15% sobre o ano 3 e de 10% sobre o ano 4.

Estas porcentagens foram consideradas levando em consideração a realidade atual econômica do nosso país, a sazonalidade que sempre estará presente no decorrer do ano, o público definido pela autora e a quantidade de dias disponíveis para locação durante o ano.

Com isso conforme Quadro 34, a autora fez um levantamento em quantidades, das projeções de vendas dos pacotes do ano 1 ao ano 5 conforme dados já apresentados no trabalho em um cenário realista.

Quadro 34 – Previsão de vendas do ano 1 ao ano 5 em quantidades no cenário realista

ALUGUEL	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Pacote 1	39	50	60	69	76
Pacote 2	44	54	65	75	83
Pacote 3	29	35	42	48	53
TOTAL	112	139	167	192	212
DECORAÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Simples	53	59	71	82	90
Médio	34	44	53	61	67
Alto	25	36	43	50	55
TOTAL	112	139	167	193	212

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Através da previsão de vendas dos pacotes, a autora projetou também o faturamento detalhado mensalmente dos anos 1 e 2, e as projeções anuais dos anos 3,4 e 5.

Para as definições de preços conforme já apresentado no Capítulo 4.3.1 deste trabalho, a sócia possibilitou aos seus clientes algumas opções diferenciadas de valores, abrindo o

serviço de aluguel e decoração em três pacotes em cada serviço, podendo assim o cliente se adequar conforme necessidades e desejos.

No serviço de aluguel do salão de festas e eventos, a empresa dividiu o serviço em três opções de pacotes, conforme Quadro 35, considerando a quantidade de pessoas convidadas, podendo o espaço se adaptar até 120 pessoas.

Quadro 35 – Valores dos 3 pacotes de aluguel do salão da Lolli Festas e Eventos

Quantidades de pessoas na festa/evento	**Valores do aluguel do salão**
Pacote 1: até 50 pessoas	R$ 500,00
Pacote 2: de 51 pessoas até 85 pessoas	R$ 700,00
Pacote 3: de 86 pessoas até 120 pessoas	R$ 900,00

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Já no serviço de decoração das festas e eventos, a autora também propondo três opções de pacotes, conforme Quadro 36, considerou o nível de decoração desejado ou necessitado pelos clientes, podendo escolher uma versão temática mais em conta ou algo mais elaborado.

Quadro 36 – Valores dos 3 pacotes de serviços de decoração da Lolli Festas e Eventos

Pacotes de decoração	**Valores**
Pacote 1: Decoração padrão simples	R$ 200,00
Pacote 2: Decoração padrão Médio	R$ 250,00
Pacote 3: Decoração padrão Alto	R$ 350,00

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Com estas informações de acordo com a Figura 20, a autora projetou inicialmente o faturamento detalhado mensalmente do ano 1 da Lolli Festas e Eventos.

Figura 20 – Projeção de faturamento para o ano 1 no cenário realista

ANO 1													
ALUGUEL	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Pacote 1	R$ 1.000,00	R$ 1.500,00	R$ 1.000,00	R$ 1.000,00	R$ 1.500,00	R$ 1.000,00	R$ 1.000,00	R$ 1.000,00	R$ 1.500,00	R$ 2.500,00	R$ 3.000,00	R$ 3.500,00	**R$ 19.500,00**
Pacote 2	R$ 1.400,00	R$ 700,00	R$ 2.100,00	R$ 2.100,00	R$ 2.800,00	R$ 2.100,00	R$ 2.100,00	R$ 2.100,00	R$ 2.800,00	R$ 3.500,00	R$ 4.200,00	R$ 4.900,00	**R$ 30.800,00**
Pacote 3	R$ -	R$ 900,00	R$ 1.800,00	R$ 2.700,00	R$ 1.800,00	R$ 1.800,00	R$ 900,00	R$ 3.600,00	R$ 2.700,00	R$ 2.700,00	R$ 3.600,00	R$ 3.600,00	**R$ 26.100,00**
Subtotal	R$ 2.400,00	R$ 3.100,00	R$ 4.900,00	R$ 5.800,00	R$ 6.100,00	R$ 4.900,00	R$ 4.000,00	R$ 6.700,00	R$ 7.000,00	R$ 8.700,00	R$ 10.800,00	R$ 12.000,00	**R$ 76.400,00**
DECORAÇÃO	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Simples	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 600,00	R$ 600,00	R$ 800,00	R$ 800,00	R$ 600,00	R$ 800,00	R$ 1.000,00	R$ 1.200,00	R$ 1.400,00	R$ 2.000,00	**R$ 10.600,00**
Médio	R$ 250,00	R$ 500,00	R$ 500,00	R$ 750,00	R$ 750,00	R$ 500,00	R$ 500,00	R$ 750,00	R$ 750,00	R$ 1.000,00	R$ 1.250,00	R$ 1.000,00	**R$ 8.500,00**
Alto	R$ 350,00	R$ 350,00	R$ 700,00	R$ 700,00	R$ 700,00	R$ 350,00	R$ 350,00	R$ 700,00	R$ 700,00	R$ 1.050,00	R$ 1.400,00	R$ 1.400,00	**R$ 8.750,00**
Subtotal	R$ 1.000,00	R$ 1.250,00	R$ 1.800,00	R$ 2.050,00	R$ 2.250,00	R$ 1.650,00	R$ 1.450,00	R$ 2.250,00	R$ 2.450,00	R$ 3.250,00	R$ 4.050,00	R$ 4.400,00	**R$ 27.850,00**
Total													**R$ 104.250,00**

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Com a projeção de faturamento de R$ 104.250,00 para ano 1, fica evidente que o pacote 2 de aluguel aonde se aloca uma quantidade média de pessoas considerando o tamanho do salão e o pacote alto mesmo com menos pacotes em relação aos outros, são os de maior consideração no faturamento final da empresa, servindo de incentivo para que o marketing da empresa transmita para o maior número de clientes possíveis que a empresa fornece e atende a todas as necessidades.

Já para o segundo ano, em virtude do aumento estimado nas vendas, o novo faturamento é apresentado na Figura 21.

Figura 21 – Projeção de faturamento para o ano 2 no cenário realista

ANO 2													
ALUGUEL	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Pacote 1	R$ 1.500,00	R$ 1.500,00	R$ 1.500,00	R$ 2.000,00	R$ 2.000,00	R$ 1.000,00	R$ 1.500,00	R$ 1.500,00	R$ 2.000,00	R$ 3.000,00	R$ 3.500,00	R$ 4.000,00	**R$ 25.000,00**
Pacote 2	R$ 2.100,00	R$ 2.100,00	R$ 2.800,00	R$ 2.100,00	R$ 3.500,00	R$ 2.800,00	R$ 2.100,00	R$ 2.800,00	R$ 3.500,00	R$ 4.200,00	R$ 4.900,00	R$ 4.900,00	**R$ 37.800,00**
Pacote 3	R$ 900,00	R$ 1.800,00	R$ 1.800,00	R$ 2.700,00	R$ 1.800,00	R$ 1.800,00	R$ 1.800,00	R$ 3.600,00	R$ 2.700,00	R$ 3.600,00	R$ 4.500,00	R$ 4.500,00	**R$ 31.500,00**
Subtotal	R$ 4.500,00	R$ 5.400,00	R$ 6.100,00	R$ 6.800,00	R$ 7.300,00	R$ 5.600,00	R$ 5.400,00	R$ 7.900,00	R$ 8.200,00	R$ 10.800,00	R$ 12.900,00	R$ 13.400,00	**R$ 94.300,00**
DECORAÇÃO	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Simples	R$ 800,00	R$ 600,00	R$ 800,00	R$ 800,00	R$ 1.000,00	R$ 1.000,00	R$ 600,00	R$ 800,00	R$ 1.000,00	R$ 1.400,00	R$ 1.400,00	R$ 1.600,00	**R$ 11.800,00**
Médio	R$ 500,00	R$ 750,00	R$ 750,00	R$ 750,00	R$ 1.000,00	R$ 500,00	R$ 750,00	R$ 1.000,00	R$ 1.000,00	R$ 1.250,00	R$ 1.500,00	R$ 1.250,00	**R$ 11.000,00**
Alto	R$ 350,00	R$ 700,00	R$ 700,00	R$ 1.050,00	R$ 700,00	R$ 350,00	R$ 700,00	R$ 1.050,00	R$ 1.050,00	R$ 1.400,00	R$ 2.100,00	R$ 2.450,00	**R$ 12.600,00**
Subtotal	R$ 1.650,00	R$ 2.050,00	R$ 2.250,00	R$ 2.600,00	R$ 2.700,00	R$ 1.850,00	R$ 2.050,00	R$ 2.850,00	R$ 3.050,00	R$ 4.050,00	R$ 5.000,00	R$ 5.300,00	**R$ 35.400,00**
Total													**R$ 129.700,00**

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Com o alinhamento das vendas prevista para o ano 2, o faturamento da empresa teve um aumento de R$ 25.450,00, cerca de 24,41% sobre o ano 1, ainda com uma expressividade maior nos pacotes em evidência do ano 1, pacote 2 de aluguel e pacote alto de decoração.

Para os anos seguintes conforme aumento de 20% sobre o ano 2, 15% sobre o ano 3 e 10% sobre o ano 4, o faturamento consequentemente aumentou proporcionalmente conforme Figura 22.

Figura 22 – Projeção de faturamento do ano 1 ao ano 5

ALUGUEL	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Pacote 1	R$ 19.500,00	R$ 25.000,00	R$ 30.000,00	R$ 34.500,00	R$ 38.000,00
Pacote 2	R$ 30.800,00	R$ 37.800,00	R$ 45.500,00	R$ 52.500,00	R$ 57.400,00
Pacote 3	R$ 26.100,00	R$ 31.500,00	R$ 37.800,00	R$ 43.200,00	R$ 47.700,00
Subtotal	R$ 76.400,00	R$ 94.300,00	R$ 113.300,00	R$ 130.200,00	R$ 143.100,00
DECORAÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Simples	R$ 10.600,00	R$ 11.800,00	R$ 14.200,00	R$ 16.400,00	R$ 18.000,00
Médio	R$ 8.500,00	R$ 11.000,00	R$ 13.250,00	R$ 15.250,00	R$ 16.750,00
Alto	R$ 8.750,00	R$ 12.600,00	R$ 15.050,00	R$ 17.150,00	R$ 18.900,00
Subtotal	R$ 27.850,00	R$ 35.400,00	R$ 42.500,00	R$ 48.800,00	R$ 53.650,00
Total	**R$ 104.250,00**	**R$ 129.700,00**	**R$ 155.800,00**	**R$ 179.000,00**	**R$ 196.750,00**

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Com a consolidação da empresa no mercado no ramo de festas e eventos, a Lolli em 5 anos quase duplicou o primeiro faturamento anual prevendo um faturamento de R$ 196.750,00 com todos os pacotes de serviços oferecidos pela empresa.

7.5 CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS E FIXOS

A conceituação de custos e despesas frequentemente sofre precipitações quanto aos seus significados. Segundo Martins (2018) o custo é o gasto diretamente relacionado a um bem ou serviço para produzir outros bens e serviços como matéria-prima, mão de obra, energia elétrica da produção, etc. Já a despesa, por sua vez, corresponde a um serviço ou bem consumido direta ou indiretamente para se obter receitas.

Complementando Hoji (2012, p. 117) destaca que:

> Existem custos e despesas que permanecem estáticos com a variação do volume de vendas e os que variam proporcionalmente ao aumento ou redução do volume de vendas. Os custos e despesas do primeiro grupo são chamados custos e despesas fixos e os do segundo grupo chamam-se custos e despesas variáveis.

Com isso a autora fez um levantamento de todos os custos fixos e variáveis e despesas fixas e variáveis de acordo com as necessidades e recursos utilizados pela empresa.

Conforme Quadro 37, a autora detalhou todos os custos mensais da empresa, separando-os em fixos e variáveis para o primeiro ano.

Quadro 37 – Custos da empresa ano 1 no cenário realista

CUSTOS FIXOS	VALOR MENSAL	VALOR ANUAL
Balões	R$ 1.250,00	R$ 5.000,00
Manutenção	R$ 250,00	R$ 3.000,00
Salário Funcionário	R$ 1.119,37	R$ 13.432,44
Salário Funcionário	R$ 1.119,37	R$ 13.432,44
13º salário	R$ -	R$ 1.074,60
13º salário	R$ -	R$ 1.074,60
Férias	R$ -	R$ 1.402,94
Férias	R$ -	R$ 1.402,94
Encargos sobre os funcionários	R$ 233,70	R$ 2.804,40
Itens de decoração	R$ 800,00	R$ 9.600,00
Limpeza terceirizada	R$ 800,00	R$ 9.600,00
Segurança terceirizada	R$ 850,00	R$ 10.200,00
Total	R$ 6.422,44	R$ 82.024,36
CUSTOS VARIÁVEIS	**VALOR MENSAL**	**VALOR ANUAL**
Materiais de limpeza	R$ -	R$ 2.560,00
Total	R$ -	R$ 2.560,00

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Para custos fixo a empresa terá um gasto mensal de R$ 6.422,44, um total de R$ 82.024,36 anual, incluindo mão de obra da empresa e terceirizada, os décimos terceiros e férias aonde o pagamento não ocorre mensalmente e sim uma vez ao ano, e a matéria prima.

Em relação aos custos variáveis a empresa inicialmente terá somente um, os materiais de limpeza que irão variar em quantidades em relação ao número de festas e eventos realizados. As matérias prima, por se tratar de uma empresa que oferta serviços, a mesma já possui estoque de todos os itens que serão utilizados, acrescentando uma reserva mensal destinada exclusivamente para custos extras neste setor caso seja necessário o investimento.

Já para o levantamento de despesas fixas e variáveis, a autora procurou se informar primeiramente sobre o cálculo do Simples Nacional, regime tributário definido pela autora para o segmento do negócio.

Segundo Müller (2018), o cálculo do Simples Nacional segue 3 passos, primeiro a empresa necessita ter o faturamento dos últimos doze meses da empresa, posterior a isso verificar na tabela padrão a faixa de enquadramento do faturamento e por último multiplicar o faturamento mensal pela alíquota encontrada na tabela.

A fórmula utilizada para o cálculo do Simples Nacional de acordo com Müller (2018) é apresentada na Figura 23.

Figura 23 – Fórmula do Simples Nacional

$$\frac{RBT12 \times Alig - PD}{RBT12}$$

Fonte: adaptado por Müller (2018).

Para o cálculo é necessário que a empresa disponha do faturamento dos últimos 12 meses, considerando que a empresa é nova e não possui estes dados, a mesma irá iniciar o cálculo com base nos faturamentos levantados nas previsões de vendas e faturamentos conforme Capítulo 7.4 deste trabalho.

De acordo com Figura 24, a empresa tem como base para cálculos os respectivos faturamentos.

Figura 24 – Projeção de faturamento para o ano 1

ANO 1													
ALUGUEL	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Pacote 1	R$ 1.000,00	R$ 1.500,00	R$ 1.000,00	R$ 1.000,00	R$ 1.500,00	R$ 1.000,00	R$ 1.000,00	R$ 1.000,00	R$ 1.500,00	R$ 2.500,00	R$ 3.000,00	R$ 3.500,00	**R$ 19.500,00**
Pacote 2	R$ 1.400,00	R$ 700,00	R$ 2.100,00	R$ 2.100,00	R$ 2.800,00	R$ 2.100,00	R$ 2.100,00	R$ 2.100,00	R$ 2.800,00	R$ 3.500,00	R$ 4.200,00	R$ 4.900,00	**R$ 30.800,00**
Pacote 3	R$ -	R$ 900,00	R$ 1.800,00	R$ 2.700,00	R$ 1.800,00	R$ 1.800,00	R$ 900,00	R$ 3.600,00	R$ 2.700,00	R$ 2.700,00	R$ 3.600,00	R$ 3.600,00	**R$ 26.100,00**
Subtotal	R$ 2.400,00	R$ 3.100,00	R$ 4.900,00	R$ 5.800,00	R$ 6.100,00	R$ 4.900,00	R$ 4.000,00	R$ 6.700,00	R$ 7.000,00	R$ 8.700,00	R$ 10.800,00	R$ 12.000,00	**R$ 76.400,00**
DECORAÇÃO	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Simples	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 600,00	R$ 600,00	R$ 800,00	R$ 800,00	R$ 600,00	R$ 800,00	R$ 1.000,00	R$ 1.200,00	R$ 1.400,00	R$ 2.000,00	**R$ 10.600,00**
Médio	R$ 250,00	R$ 500,00	R$ 500,00	R$ 750,00	R$ 750,00	R$ 500,00	R$ 500,00	R$ 750,00	R$ 750,00	R$ 1.000,00	R$ 1.250,00	R$ 1.000,00	**R$ 8.500,00**
Alto	R$ 350,00	R$ 350,00	R$ 700,00	R$ 700,00	R$ 700,00	R$ 350,00	R$ 350,00	R$ 700,00	R$ 700,00	R$ 1.050,00	R$ 1.400,00	R$ 1.400,00	**R$ 8.750,00**
Subtotal	R$ 1.000,00	R$ 1.250,00	R$ 1.800,00	R$ 2.050,00	R$ 2.250,00	R$ 1.650,00	R$ 1.450,00	R$ 2.250,00	R$ 2.450,00	R$ 3.250,00	R$ 4.050,00	R$ 4.400,00	**R$ 27.850,00**
Total													**R$ 104.250,00**

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Diante disso a autora utilizou o mês de janeiro, multiplicou por 12 e obteve o primeiro faturamento anual da empresa para fins de cálculo de Simples Nacional, posteriormente a autora somou o mês de janeiro e fevereiro, multiplicou por 12 e dividiu por 2 para obter a projeção de faturamento dos próximos meses, e assim consecutivamente, até possuir os 12 meses para fins de cálculo do tributo. (MÜLLER, 2018).

Para cálculos da fórmula a autora segundo sua segmentação de mercado irá utilizar o anexo III do Simples Nacional, seguindo as alíquotas da Figura 25.

Figura 25 – Anexo III do Simples Nacional

Faixa	Receita Bruta em 12 meses (em R$)	Alíquota	Valor a deduzir (em R$)
1ª Faixa	Até R$180.000	6,00%	0
2ª Faixa	De R$180.000,01 a R$360.000,00	11,20%	R$ 9.360,00
3ª Faixa	De R$360.000,01 a R$720.000,00	13,50%	R$ 17.640,00
4ª Faixa	De R$720.000,01 a R$1.800.000,00	16,00%	R$ 35.640,00
5ª Faixa	De R$1.800.000,01 a R$3.600.000,00	21,00%	R$ 125.640,00
6ª Faixa	De R$3.600.000,01 a R$4.800.000,00	33,00%	R$ 648.000,00

Fonte: Müller (2018).

Com o levantamento de todas estas informações a autora fez a projeção de pagamentos do Simples Nacional para os próximos 5 anos.

Até o décimo segundo mês a empresa por não possuir o faturamento dos últimos 12 meses, foi somando mês a mês, multiplicando por 12 meses e dividindo pelo número de meses até o final do primeiro ano obtendo os faturamentos para fins de cálculo, a partir do décimo terceiro mês já possuindo o faturamento dos últimos 12 meses a empresa passou a utilizar a fórmula do cálculo do Simples Nacional para projetar os valores a serem pagos.

A empresa manteve o faturamento anual abaixo dos R$ 180.000,00 até o mês de fevereiro do ano 5, utilizando a taxa de 6% sobre o faturamento mensal para cálculo do Simples Nacional, após a empresa ultrapassando o faturamento de R$ 180.000,00 anualmente, foi uti-

lizado a taxa de 11,20% aonde foi deduzido um valor de R$ 9.360,00, resultando em porcentagens crescentes de 6% a 6,38% do mês de março até o mês de dezembro do ano 5 da empresa.

Conforme Figura 26, segue levantamento dos valores do Simples Nacional projetados para pagamento da empresa do ano 1 até o ano 5.

Figura 26 – Projeções do Simples Nacional do ano 1 ao ano 5 no cenário realista

SIMPLES NACIONAL						
MESES	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	Total
Janeiro	R$ 204,00	R$ 369,00	R$ 442,80	R$ 509,22	R$ 560,14	R$ 2.085,16
Fevereiro	R$ 261,00	R$ 447,00	R$ 536,40	R$ 616,86	R$ 678,55	R$ 2.539,81
Março	R$ 402,00	R$ 501,00	R$ 601,20	R$ 691,38	R$ 763,05	R$ 2.958,63
Abril	R$ 471,00	R$ 564,00	R$ 676,80	R$ 778,32	R$ 864,71	R$ 3.354,83
Maio	R$ 501,00	R$ 600,00	R$ 720,00	R$ 828,00	R$ 924,46	R$ 3.573,46
Junho	R$ 393,00	R$ 447,00	R$ 536,40	R$ 616,86	R$ 693,25	R$ 2.686,51
Julho	R$ 327,00	R$ 447,00	R$ 536,40	R$ 616,86	R$ 696,64	R$ 2.623,90
Agosto	R$ 537,00	R$ 645,00	R$ 774,00	R$ 890,10	R$ 1.010,12	R$ 3.856,22
Setembro	R$ 567,00	R$ 675,00	R$ 810,00	R$ 931,50	R$ 1.063,93	R$ 4.047,43
Outubro	R$ 717,00	R$ 891,00	R$ 1.069,20	R$ 1.229,58	R$ 1.413,40	R$ 5.320,18
Novembro	R$ 891,00	R$ 1.074,00	R$ 1.288,80	R$ 1.482,12	R$ 1.717,28	R$ 6.453,20
Dezembro	R$ 984,00	R$ 1.122,00	R$ 1.346,40	R$ 1.548,36	R$ 1.811,07	R$ 6.811,83
Subtotal	R$ 6.255,00	R$ 7.782,00	R$ 9.338,40	R$ 10.739,16	R$ 12.196,60	R$ 46.311,16

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Com isso a autora enumerou todas as despesas fixas e variáveis do ano 1 da empresa conforme Quadro 38.

Quadro 38 – Despesas fixas e variáveis ano 1 no cenário realista

(continua)

DESPESAS FIXAS	VALOR MENSAL	VALOR ANUAL
Reserva para o gerenciamento de marketing	R$ 200,00	R$ 2.400,00
Materiais de escritório	R$ 150,00	R$ 1.800,00
Contabilidade	R$ 500,00	R$ 6.000,00
Monitoramento de alarme	R$ 110,00	R$ 1.320,00
Internet	R$ 100,00	R$ 1.200,00
Medicina da Segurança e do trabalho	R$ 34,70	R$ 416,40
Telefone Móvel	R$ 200,00	R$ 2.400,00
Pró-labore	R$ 888,22	R$ 10.658,64
Aluguel máquina de cartão	R$ 80,00	R$ 960,00
Reserva para taxas de funcionamento da empresa	R$ -	R$ 1.500,00
Sistema de Notas Fiscais Eletrônicas	R$ -	R$ -
Certificado Digital	R$ -	R$ -
Total	R$ 2.262,92	R$ 27.155,04

(conclusão)

DESPESAS VARIÁVEIS	VALOR MENSAL	VALOR ANUAL
Simples Nacional	R$ -	R$ 6.255,00
Água	R$ -	R$ 2.440,00
Energia Elétrica	R$ -	R$ 3.050,00
Total	R$ -	R$ 11.745,00

Fonte: elaborado pela autora (2019).

O sistema de notas fiscais eletrônicas a partir do segundo ano terá um custo de R$ 1.700,00 anual, já o certificado digital terá um valor também fixo de renovação a cada três anos de R$ 300,00, e a sócia disponibilizou uma reserva anual fixa de R$ 1.500,00 para pagamentos de possíveis taxas de funcionamento da empresa.

Já os valores do Simples Nacional irão variar mês a mês de acordo com os faturamentos apresentados pela empresa. A água e energia elétrica também não terão valores fixados por mês, a sócia estipulou um valor inicial e com base nele projetou os próximos valores a serem pagos mensalmente considerando as oscilações presente nas previsões de vendas realizada no Capítulo 7.4 deste trabalho.

7.6 AVALIAÇÃO ECONÔMICA – FINANCIAMENTO DO NEGÓCIO

Para Falcini (1995, p. 15):

> [...] uma avaliação econômica, ao contrário do que possa parecer, não é a fixação concreta de um preço ou valor específico para um bem, mas é uma estimativa de base, uma tentativa de estabelecer, dentro de uma faixa, um valor referencial de tendência, em torno do qual atuarão as forças de mercado; é um ponto de referência muito importante para a análise e compreensão das diversas forças que movimentam a motivam os indivíduos, em economias livres e eficientes, nas suas relações de troca.

Para isso a autora irá efetuar os cálculos das técnicas de investimento existentes para avaliar a viabilidade do negócio proposta no trabalho.

São eles os índices econômicos:

a) payback – período de retorno do investimento;
b) ROS – retorno sobre as vendas (RSV);
c) ROI – retorno sobre o investimento (RSI);
d) VPL – valor presente líquido;
e) TIR – taxa interna de retorno;
f) ponto de equilíbrio.

Inicialmente a sócia irá realizar os cálculos dos índices econômicos da empresa no cenário realista, e posterior a isso será feito os cálculos nos cenários, otimista e pessimista.

7.7 FLUXO DE CAIXA

Segundo Zdanowicz (1995, p. 37):

> Denomina-se fluxo de caixa de uma empresa ao conjunto de ingressos e desembolsos de numerário ao longo de um período determinado. O fluxo de caixa consiste na representação dinâmica da situação financeira de uma empresa, considerando todas as fontes de recursos e todas as aplicações em itens do ativo.

Ainda de acordo com Zdanowicz (1995, p. 37) de forma mais sintética o fluxo de caixa "[...] é o instrumento de programação financeira, que corresponde às estimativas de entradas e saídas de caixa em certo período de tempo projetado."

Complementando Weston e Brigham (2000, p. 40) afirma que "O fluxo de caixa constitui o caixa líquido efetivo em oposição ao lucro líquido contábil que uma empresa gera durante um período especificado."

Para a realização do fluxo de caixa da empresa, a autora optou por manter um estado mais conservador nas projeções, mantendo os mesmos preços de venda dos serviços oferecidos, assim como as despesas e custos levantados.

Com isso para o primeiro ano a sócia considerou todas as entradas e saídas, incluindo as receitas a vista e a prazo, as despesas com produção, despesas com pessoal, despesas administrativas, despesas tributárias e a relação de investimentos conforme Figura 27.

Figura 27 – Fluxo de caixa ano 1 no cenário realista

ANO 1															
		até 31/12	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	TOTAL
1	**TOTAL DE ENTRADAS**	**R$ 546.298,97**	**R$ 2.550,00**	**R$ 3.470,00**	**R$ 5.863,22**	**R$ 7.006,52**	**R$ 8.678,15**	**R$ 6.832,91**	**R$ 5.950,99**	**R$ 8.080,85**	**R$ 8.539,31**	**R$ 11.393,25**	**R$ 13.699,59**	**R$ 16.452,49**	**R$ 644.816,25**
1.1	Capital Próprio Investido na empresa	R$ 546.298,97	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	
1.2	Receita de vendas a vista	R$ -	R$ 2.550,00	R$ 3.045,00	R$ 4.785,72	R$ 5.396,88	R$ 6.494,45	R$ 4.678,57	R$ 4.087,50	R$ 6.463,89	R$ 6.615,00	R$ 8.732,70	R$ 10.673,44	R$ 12.755,56	R$ 76.278,71
1.3	Receita de vendas a prazo	R$ -	R$ -	R$ 425,00	R$ 1.077,50	R$ 1.609,64	R$ 2.183,70	R$ 2.154,34	R$ 1.863,49	R$ 1.616,96	R$ 1.924,31	R$ 2.660,55	R$ 3.026,15	R$ 3.696,93	R$ 22.238,57
2	**TOTAL SAÍDAS**	**-R$ 516.298,97**	**-R$ 6.742,22**	**-R$ 9.486,36**	**-R$ 9.687,36**	**-R$ 9.786,36**	**-R$ 9.846,36**	**-R$ 9.678,36**	**-R$ 9.582,36**	**-R$ 9.882,36**	**-R$ 9.942,36**	**-R$ 10.182,36**	**-R$ 11.565,73**	**-R$ 11.639,18**	**-R$ 634.320,34**
2.1	**DESPESAS DE PRODUÇÃO**	**R$ -**	**-R$ 2.460,00**	**-R$ 2.470,00**	**-R$ 2.490,00**	**-R$ 2.500,00**	**-R$ 2.510,00**	**-R$ 2.490,00**	**-R$ 2.480,00**	**-R$ 2.510,00**	**-R$ 2.520,00**	**-R$ 2.550,00**	**-R$ 2.580,00**	**-R$ 2.600,00**	**-R$ 30.160,00**
2.1.1	Itens de decoração	R$ -	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 9.600,00
2.1.2	Balões	R$ -	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 15.000,00
2.1.3	Manutenção	R$ -	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 3.000,00
2.1.4	Materiais de limpeza	R$ -	-R$ 160,00	-R$ 170,00	-R$ 190,00	-R$ 200,00	-R$ 210,00	-R$ 190,00	-R$ 180,00	-R$ 210,00	-R$ 220,00	-R$ 250,00	-R$ 280,00	-R$ 300,00	-R$ 2.560,00
2.2	**DESPESAS COM PESSOAL**	**R$ -**	**R$ -**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 5.276,51**	**-R$ 5.186,96**	**-R$ 47.877,73**
2.2.1	Salários	R$ -	R$ -	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 24.626,14
2.2.2	13º salário	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 1.119,37	-R$ 1.029,82	-R$ 2.149,19
2.2.3	Férias	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.2.4	Medicina da segurança e do trabalho	R$ -	R$ -	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 381,70
2.2.5	Encargos sobre os funcionários	R$ -	R$ -	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 2.570,70
2.2.6	Limpeza terceirizada	R$ -	R$ -	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 8.800,00
2.2.7	Segurança terceirizada	R$ -	R$ -	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 9.350,00
2.3	**DESPESAS ADMINISTRATIVAS**	**R$ -**	**-R$ 4.078,22**	**-R$ 2.598,22**	**-R$ 2.638,22**	**-R$ 2.658,22**	**-R$ 2.678,22**	**-R$ 2.638,22**	**-R$ 2.618,22**	**-R$ 2.678,22**	**-R$ 2.698,22**	**-R$ 2.758,22**	**-R$ 2.818,22**	**-R$ 2.868,22**	**-R$ 33.728,64**
2.3.1	Reserva para o gerenciamento de marketing	R$ -	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 2.400,00
2.3.2	Materiais de escritório	R$ -	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 1.800,00
2.3.3	Contabilidade	R$ -	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 6.000,00
2.3.4	Internet	R$ -	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 1.200,00
2.3.5	Pro-labore	R$ -	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 10.658,64
2.3.6	Telefone Móvel	R$ -	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 2.400,00
2.3.7	Aluguel máquina de cartão	R$ -	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 960,00
2.3.8	Monitoramento de alarme	R$ -	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 1.320,00
2.3.9	Água	R$ -	-R$ 150,00	-R$ 160,00	-R$ 180,00	-R$ 190,00	-R$ 200,00	-R$ 180,00	-R$ 170,00	-R$ 200,00	-R$ 210,00	-R$ 240,00	-R$ 270,00	-R$ 290,00	-R$ 2.440,00
2.3.10	Energia elétrica	R$ -	-R$ 200,00	-R$ 210,00	-R$ 230,00	-R$ 240,00	-R$ 250,00	-R$ 230,00	-R$ 220,00	-R$ 250,00	-R$ 260,00	-R$ 290,00	-R$ 320,00	-R$ 350,00	-R$ 3.050,00
2.3.11	Sistema de Notas Fiscais Eletrônicas	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.3.12	Certificado Digital	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.3.13	Reserva para taxas de funcionamento da empresa	R$ -	-R$ 1.500,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 1.500,00
2.4	**DESPESAS TRIBUTÁRIAS**	**R$ -**	**-R$ 204,00**	**-R$ 261,00**	**-R$ 402,00**	**-R$ 471,00**	**-R$ 501,00**	**-R$ 393,00**	**-R$ 327,00**	**-R$ 537,00**	**-R$ 567,00**	**-R$ 717,00**	**-R$ 891,00**	**-R$ 984,00**	**-R$ 6.255,00**
2.4.1	Simples Nacional	R$ -	-R$ 204,00	-R$ 261,00	-R$ 402,00	-R$ 471,00	-R$ 501,00	-R$ 393,00	-R$ 327,00	-R$ 537,00	-R$ 567,00	-R$ 717,00	-R$ 891,00	-R$ 984,00	-R$ 6.255,00
2.5	**INVESTIMENTO**	**-R$ 516.298,97**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**-R$ 516.298.97**
2.5.1	Área de Marketing	-R$ 3.081,60	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 3.081,60
2.5.2	Infraestrutura	-R$ 440.000,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 440.000,00
2.5.3	Materiais para o salão	-R$ 22.422,40	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 22.422,40
2.5.4	Materiais para a área infantil	-R$ 5.429,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 5.429,00
2.5.5	Materiais para os banheiros	-R$ 681,16	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 681,16
2.5.6	Materiais para a sala de reuniões	-R$ 5.143,39	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 5.143,39
2.5.7	Materiais para a cozinha e lavanderia	-R$ 11.481,60	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 11.481,60
2.5.8	Materiais para o depósito	-R$ 3.843,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 3.843,00
2.5.9	Materiais para a decoração	-R$ 7.441,50	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 7.441,50
2.5.10	Materiais de pelúcia	-R$ 6.511,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 6.511,00
2.5.11	Painéis de tecido	-R$ 3.695,50	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 3.695,50
2.5.12	Materiais de escritório	-R$ 385,71	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 385,71
2.5.13	Materiais de limpeza	-R$ 294,31	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 294,31
2.5.14	Balões	-R$ 622,80	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 622,80
2.5.15	Terceirizados	-R$ 2.516,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 2.516,00
2.5.16	Manutenção	-R$ 250,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 250,00
2.5.17	Despesas administrativas	-R$ 2.500,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 2.500,00
	SALDO INICIAL	R$ -	R$ 30.000,00	R$ 25.807,78	R$ 19.791,42	R$ 15.967,28	R$ 13.187,44	R$ 12.019,23	R$ 9.173,78	R$ 5.542,41	R$ 3.740,90	R$ 2.337,85	R$ 3.548,74	R$ 5.682,60	R$ 10.495,91
	TOTAL DE ENTRADAS	R$ 546.298,97	R$ 2.550,00	R$ 3.470,00	R$ 5.863,22	R$ 7.006,52	R$ 8.678,15	R$ 6.832,91	R$ 5.950,99	R$ 8.080,85	R$ 8.539,31	R$ 11.393,25	R$ 13.699,59	R$ 16.452,49	R$ 98.517,28
	TOTAL DE SAÍDAS	-R$ 516.298,97	-R$ 6.742,22	-R$ 9.486,36	-R$ 9.687,36	-R$ 9.786,36	-R$ 9.846,36	-R$ 9.678,36	-R$ 9.582,36	-R$ 9.882,36	-R$ 9.942,36	-R$ 10.182,36	-R$ 11.565,73	-R$ 11.639,18	-R$ 118.021,37
	GERAÇÃO DE CAIXA (MÊS)	R$ 30.000,00	-R$ 4.192,22	-R$ 6.016,36	-R$ 3.824,14	-R$ 2.779,84	-R$ 1.168,21	-R$ 2.845,45	-R$ 3.631,37	-R$ 1.801,51	-R$ 1.403,05	R$ 1.210,89	R$ 2.133,86	R$ 4.813,31	-R$ 19.504,09
	SALDO CAIXA ACUMULADO	**R$ 30.000,00**	**R$ 25.807,78**	**R$ 19.791,42**	**R$ 15.967,28**	**R$ 13.187,44**	**R$ 12.019,23**	**R$ 9.173,78**	**R$ 5.542,41**	**R$ 3.740,90**	**R$ 2.337,85**	**R$ 3.548,74**	**R$ 5.682,60**	**R$ 10.495,91**	**R$ 10.495,91**

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Conforme fluxo de caixa elaborado pela autora, a empresa no primeiro ano considerando todas as entradas e saídas mensais de caixa, obteve um valor positivo, observando o faturamento das previsões de vendas apresentadas no Capítulo 7.4 deste trabalho.

Para o segundo ano conforme Figura 28, a empresa manteve uma projeção conservadora, porém no cenário realista, mantendo os mesmos valores de venda para os pacotes oferecidos, e mesmos valores para as despesas e custos adaptando para os novos faturamentos obtidos com o aumento de vendas.

Figura 28 – Fluxo de caixa ano 2 no cenário realista

		ANO 2												
		até 31/12	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	TOTAL
1	TOTAL DE ENTRADAS	R$ -	R$ 7.864,07	R$ 8.042,32	R$ 8.292,83	R$ 9.373,78	R$ 10.062,00	R$ 7.898,86	R$ 7.189,49	R$ 9.913,49	R$ 10.598,72	R$ 13.779,98	R$ 16.447,32	R$ 18.704,07	R$ 128.166,93
1.1	Capital Próprio Investido na empresa	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	
1.2	Receita de vendas a vista	R$ -	R$ 3.953,57	R$ 5.121,88	R$ 6.030,56	R$ 7.050,00	R$ 7.727,28	R$ 5.587,50	R$ 5.121,88	R$ 7.818,18	R$ 7.968,75	R$ 10.673,44	R$ 12.718,42	R$ 14.025,00	R$ 93.796,46
1.3	Receita de vendas a prazo	R$ -	R$ 3.910,50	R$ 2.920,44	R$ 2.262,27	R$ 2.323,78	R$ 2.334,72	R$ 2.311,36	R$ 2.067,61	R$ 2.095,31	R$ 2.629,97	R$ 3.106,54	R$ 3.728,90	R$ 4.679,07	R$ 34.370,47
2	TOTAL SAÍDAS	R$ -	-R$ 15.660,24	-R$ 9.762,36	-R$ 9.846,36	-R$ 9.939,36	-R$ 10.005,36	-R$ 9.762,36	-R$ 9.762,36	-R$ 10.050,36	-R$ 10.110,36	-R$ 10.446,36	-R$ 11.838,73	-R$ 11.827,18	-R$ 129.011,39
2.1	DESPESAS DE PRODUÇÃO	R$ -	-R$ 2.490,00	-R$ 2.500,00	-R$ 2.510,00	-R$ 2.520,00	-R$ 2.530,00	-R$ 2.500,00	-R$ 2.500,00	-R$ 2.530,00	-R$ 2.540,00	-R$ 2.580,00	-R$ 2.610,00	-R$ 2.620,00	-R$ 30.430,00
2.1.1	Itens de decoração	R$ -	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 9.600,00
2.1.2	Balões	R$ -	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 15.000,00
2.1.3	Manutenção	R$ -	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 3.000,00
2.1.4	Materiais de limpeza	R$ -	-R$ 190,00	-R$ 200,00	-R$ 210,00	-R$ 220,00	-R$ 230,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 230,00	-R$ 240,00	-R$ 280,00	-R$ 310,00	-R$ 320,00	-R$ 2.830,00
2.2	DESPESAS COM PESSOAL	R$ -	-R$ 6.963,02	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 5.276,51	-R$ 5.186,96	-R$ 54.840,75
2.2.1	Salários	R$ -	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 26.864,88
2.2.2	13º salário	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 1.119,37	-R$ 1.029,82	-R$ 2.149,19
2.2.3	Férias	R$ -	-R$ 2.805,88	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 2.805,88
2.2.4	Medicina da segurança e do trabalho	R$ -	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 416,40
2.2.5	Encargos sobre os funcionários	R$ -	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 2.804,40
2.2.6	Limpeza terceirizada	R$ -	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 9.600,00
2.2.7	Segurança terceirizada	R$ -	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 10.200,00
2.3	DESPESAS ADMINISTRATIVAS	R$ -	-R$ 5.838,22	-R$ 2.658,22	-R$ 2.678,22	-R$ 2.698,22	-R$ 2.718,22	-R$ 2.658,22	-R$ 2.658,22	-R$ 2.718,22	-R$ 2.738,22	-R$ 2.818,22	-R$ 2.878,22	-R$ 2.898,22	-R$ 35.958,64
2.3.1	Reserva para o gerenciamento de marketing	R$ -	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 2.400,00
2.3.2	Materiais de escritório	R$ -	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 1.800,00
2.3.3	Contabilidade	R$ -	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 6.000,00
2.3.4	Internet	R$ -	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 1.200,00
2.3.5	Pro-labore	R$ -	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 10.658,64
2.3.6	Telefone Móvel	R$ -	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 2.400,00
2.3.7	Aluguel máquina de cartão	R$ -	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 960,00
2.3.8	Monitoramento de alarme	R$ -	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 1.320,00
2.3.9	Água	R$ -	-R$ 180,00	-R$ 190,00	-R$ 200,00	-R$ 210,00	-R$ 220,00	-R$ 190,00	-R$ 190,00	-R$ 220,00	-R$ 230,00	-R$ 270,00	-R$ 300,00	-R$ 310,00	-R$ 2.710,00
2.3.10	Energia elétrica	R$ -	-R$ 230,00	-R$ 240,00	-R$ 250,00	-R$ 260,00	-R$ 270,00	-R$ 240,00	-R$ 240,00	-R$ 270,00	-R$ 280,00	-R$ 320,00	-R$ 350,00	-R$ 360,00	-R$ 3.310,00
2.3.11	Sistema de Notas Fiscais Eletrônicas	R$ -	-R$ 1.700,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 1.700,00
2.3.12	Certificado Digital	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.3.13	Reserva para taxas de funcionamento da empresa	R$ -	-R$ 1.500,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 1.500,00
2.4	DESPESAS TRIBUTÁRIAS	R$ -	-R$ 369,00	-R$ 447,00	-R$ 501,00	-R$ 564,00	-R$ 600,00	-R$ 447,00	-R$ 447,00	-R$ 645,00	-R$ 675,00	-R$ 891,00	-R$ 1.074,00	-R$ 1.122,00	-R$ 7.782,00
2.4.1	Simples Nacional	R$ -	-R$ 369,00	-R$ 447,00	-R$ 501,00	-R$ 564,00	-R$ 600,00	-R$ 447,00	-R$ 447,00	-R$ 645,00	-R$ 675,00	-R$ 891,00	-R$ 1.074,00	-R$ 1.122,00	-R$ 7.782,00
2.5	INVESTIMENTO	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.1	Área de Marketing	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.2	Infraestrutura	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.3	Materiais para o salão	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.4	Materiais para a área infantil	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.5	Materiais para os banheiros	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.6	Materiais para a sala de reuniões	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.7	Materiais para a cozinha e lavanderia	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.8	Materiais para o depósito	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.9	Materiais para a decoração	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.10	Materiais de pelúcia	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.11	Painéis de tecido	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.12	Materiais de escritório	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.13	Materiais de limpeza	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.14	Balões	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.15	Terceirizados	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.16	Manutenção	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.17	Despesas administrativas	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
	SALDO INICIAL	R$ -	R$ 10.495,91	R$ 2.699,74	R$ 979,70	-R$ 573,83	-R$ 1.139,41	-R$ 1.082,77	-R$ 2.946,27	-R$ 5.519,14	-R$ 5.656,01	-R$ 5.167,65	-R$ 1.834,03	R$ 2.774,56	R$ 9.651,45
	TOTAL DE ENTRADAS	R$ -	R$ 7.864,07	R$ 8.042,32	R$ 8.292,83	R$ 9.373,78	R$ 10.062,00	R$ 7.898,86	R$ 7.189,49	R$ 9.913,49	R$ 10.598,72	R$ 13.779,98	R$ 16.447,32	R$ 18.704,07	R$ 128.166,93
	TOTAL DE SAÍDAS	R$ -	-R$ 15.660,24	-R$ 9.762,36	-R$ 9.846,36	-R$ 9.939,36	-R$ 10.005,36	-R$ 9.762,36	-R$ 9.762,36	-R$ 10.050,36	-R$ 10.110,36	-R$ 10.446,36	-R$ 11.838,73	-R$ 11.827,18	-R$ 129.011,39
	GERAÇÃO DE CAIXA (MÊS)	R$ -	-R$ 7.796,17	-R$ 1.720,04	-R$ 1.553,53	-R$ 565,58	R$ 56,64	-R$ 1.863,50	-R$ 2.572,87	-R$ 136,87	R$ 488,36	R$ 3.333,62	R$ 4.608,59	R$ 6.876,89	-R$ 844,46
	SALDO CAIXA ACUMULADO	R$ 10.495,91	R$ 2.699,74	R$ 979,70	-R$ 573,83	-R$ 1.139,41	-R$ 1.082,77	-R$ 2.946,27	-R$ 5.519,14	-R$ 5.656,01	-R$ 5.167,65	-R$ 1.834,03	R$ 2.774,56	R$ 9.651,45	R$ 9.651,45

Fonte: elaborado pela autora (2019).

No segundo ano a empresa teve um reajuste de R$ 35,54 no saldo final de caixa acumulado, mantendo um saldo positivo de R$ 10.531,45.

Com isso a autora desenvolveu o fluxo de caixa até o quinto ano de empresa e obteve os saldos conforme Figura 29.

Figura 29 – Fluxo de caixa dos 5 anos da empresa no cenário realista

		ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
1	**TOTAL DE ENTRADAS**	**R$ 644.816,25**	**R$ 128.166,93**	**R$ 163.065,79**	**R$ 179.000,00**	**R$ 196.750,00**
1.1	Capital Próprio Investido na empresa	R$ 546.298,97	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
1.2	Receita de vendas a vista	R$ 76.278,71	R$ 93.796,46	R$ 124.815,49	R$ 131.453,13	R$ 142.667,06
1.3	Receita de vendas a prazo	R$ 22.238,57	R$ 34.370,47	R$ 38.250,30	R$ 47.546,87	R$ 54.082,94
2	**TOTAL SAÍDAS**	-R$ 633.440,34	-R$ 129.011,39	-R$ 132.187,79	-R$ 135.158,55	-R$ 137.015,99
2.1	**DESPESAS DE PRODUÇÃO**	**-R$ 30.160,00**	**-R$ 30.430,00**	**-R$ 30.780,00**	**-R$ 31.190,00**	**-R$ 31.370,00**
2.1.1	Itens de decoração	-R$ 9.600,00	-R$ 9.600,00	-R$ 9.600,00	-R$ 9.600,00	-R$ 9.600,00
2.1.2	Balões	-R$ 15.000,00	-R$ 15.000,00	-R$ 15.000,00	-R$ 15.000,00	-R$ 15.000,00
2.1.3	Manutenção	-R$ 3.000,00	-R$ 3.000,00	-R$ 3.000,00	-R$ 3.000,00	-R$ 3.000,00
2.1.4	Materiais de limpeza	-R$ 2.560,00	-R$ 2.830,00	-R$ 3.180,00	-R$ 3.590,00	-R$ 3.770,00
2.2	**DESPESAS COM PESSOAL**	**-R$ 47.877,73**	**-R$ 54.840,75**	**-R$ 54.840,75**	**-R$ 54.840,75**	**-R$ 54.840,75**
2.2.1	Salários	-R$ 24.626,14	-R$ 26.864,88	-R$ 26.864,88	-R$ 26.864,88	-R$ 26.864,88
2.2.2	13º salário	-R$ 2.149,19	-R$ 2.149,19	-R$ 2.149,19	-R$ 2.149,19	-R$ 2.149,19
2.2.3	Férias	R$ -	-R$ 2.805,88	-R$ 2.805,88	-R$ 2.805,88	-R$ 2.805,88
2.2.4	Medicina da segurança e do trabalho	-R$ 381,70	-R$ 416,40	-R$ 416,40	-R$ 416,40	-R$ 416,40
2.2.5	Encargos sobre os funcionários	-R$ 2.570,70	-R$ 2.804,40	-R$ 2.804,40	-R$ 2.804,40	-R$ 2.804,40
2.2.6	Limpeza terceirizada	-R$ 8.800,00	-R$ 9.600,00	-R$ 9.600,00	-R$ 9.600,00	-R$ 9.600,00
2.2.7	Segurança terceirizada	-R$ 9.350,00	-R$ 10.200,00	-R$ 10.200,00	-R$ 10.200,00	-R$ 10.200,00
2.3	**DESPESAS ADMINISTRATIVAS**	**-R$ 33.728,64**	**-R$ 35.958,64**	**-R$ 37.228,64**	**-R$ 38.388,64**	**-R$ 38.608,64**
2.3.1	Reserva para o gerenciamento de marketing	-R$ 2.400,00	-R$ 2.400,00	-R$ 2.400,00	-R$ 2.400,00	-R$ 2.400,00
2.3.2	Materiais de escritório	-R$ 1.800,00	-R$ 1.800,00	-R$ 1.800,00	-R$ 1.800,00	-R$ 1.800,00
2.3.3	Contabilidade	-R$ 6.000,00	-R$ 6.000,00	-R$ 6.000,00	-R$ 6.000,00	-R$ 6.000,00
2.3.4	Internet	-R$ 1.200,00	-R$ 1.200,00	-R$ 1.200,00	-R$ 1.200,00	-R$ 1.200,00
2.3.5	Pro-labore	-R$ 10.658,64	-R$ 10.658,64	-R$ 10.658,64	-R$ 10.658,64	-R$ 10.658,64
2.3.6	Telefone Móvel	-R$ 2.400,00	-R$ 2.400,00	-R$ 2.400,00	-R$ 2.400,00	-R$ 2.400,00
2.3.7	Aluguel máquina de cartão	-R$ 960,00	-R$ 960,00	-R$ 960,00	-R$ 960,00	-R$ 960,00
2.3.8	Monitoramento de alarme	-R$ 1.320,00	-R$ 1.320,00	-R$ 1.320,00	-R$ 1.320,00	-R$ 1.320,00
2.3.9	Água	-R$ 2.440,00	-R$ 2.710,00	-R$ 3.390,00	-R$ 3.900,00	-R$ 4.200,00
2.3.10	Energia elétrica	-R$ 3.050,00	-R$ 3.310,00	-R$ 3.900,00	-R$ 4.250,00	-R$ 4.470,00
2.3.11	Sistema de Notas Fiscais Eletrônicas	R$ -	-R$ 1.700,00	-R$ 1.700,00	-R$ 1.700,00	-R$ 1.700,00
2.3.12	Certificado Digital	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 300,00	R$ -
2.3.13	Reserva para taxas de funcionamento da empresa	-R$ 1.500,00	-R$ 1.500,00	-R$ 1.500,00	-R$ 1.500,00	-R$ 1.500,00
2.4	**DESPESAS TRIBUTÁRIAS**	**-R$ 6.255,00**	**-R$ 7.782,00**	**-R$ 9.338,40**	**-R$ 10.739,16**	**-R$ 12.196,60**
2.4.1	Simples Nacional	-R$ 6.255,00	-R$ 7.782,00	-R$ 9.338,40	-R$ 10.739,16	-R$ 12.196,60
2.5	**INVESTIMENTO**	**-R$ 516.298,97**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**
2.5.1	Área de Marketing	-R$ 3.081,60	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.2	Infraestrutura	-R$ 440.000,00	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.3	Materiais para o salão	-R$ 22.422,40	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.4	Materiais para a área infantil	-R$ 5.429,00	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.5	Materiais para os banheiros	-R$ 681,16	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.6	Materiais para a sala de reuniões	-R$ 5.143,39	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.7	Materiais para a cozinha e lavanderia	-R$ 11.481,60	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.8	Materiais para o depósito	-R$ 3.843,00	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.9	Materiais para a decoração	-R$ 7.441,50	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.10	Materiais de pelúcia	-R$ 6.511,00	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.11	Painéis de tecido	-R$ 3.695,50	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.12	Materiais de escritório	-R$ 385,71	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.13	Materiais de limpeza	-R$ 294,31	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.14	Balões	-R$ 622,80	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.15	Terceirizados	-R$ 2.516,00	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.16	Manutenção	-R$ 250,00	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.17	Despesas administrativas	-R$ 2.500,00	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
	SALDO INICIAL	R$ 30.000,00	R$ 10.495,91	R$ 9.651,45	R$ 40.529,45	R$ 84.370,90
	TOTAL DE ENTRADAS	R$ 98.517,28	R$ 128.166,93	R$ 163.065,79	R$ 179.000,00	R$ 196.750,00
	TOTAL DE SAÍDAS	-R$ 118.021,37	-R$ 129.011,39	-R$ 132.187,79	-R$ 135.158,55	-R$ 137.015,99
	GERAÇÃO DE CAIXA (MÊS)	-R$ 19.504,09	-R$ 844,46	R$ 30.878,00	R$ 43.841,45	R$ 59.734,01
	SALDO CAIXA ACUMULADO	**R$ 10.495,91**	**R$ 9.651,45**	**R$ 40.529,45**	**R$ 84.370,90**	**R$ 144.104,91**

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Diante disso nota-se que a empresa em destaque no trabalho, manteve um fluxo de caixa acumulado positivo durante os cinco anos de atividades, passando de R$ 11.375,91 no primeiro ano para R$ 144.984,91 para o quinto ano.

7.8 DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO

De acordo com Assaf Neto e Lima (2017, p. 95):

> A DRE tem como finalidade exclusiva apurar o lucro ou prejuízo de exercício, ou seja, quanto a empresa ganhou ou perdeu com seus negócios. O demonstrativo engloba as receitas, as despesas, os ganhos e as perdas do exercício, apurados por Regime de Competência independentemente, portanto, de seus pagamentos e recebimentos.

Corroborando Gitman e Zutter (2017, p. 60) afirma que:

> A demonstração de resultados fornece um resumo financeiro dos resultados operacionais da empresa durante um determinado período [...] as mais comuns são relativas ao período de um ano, encerradas em uma data específica, normalmente em 31 de dezembro do ano civil.

Para o primeiro ano de empresa, a autora projetou a DRE de acordo com o desenvolvimento de fluxo de caixa apresentado no Capítulo 7.7 deste trabalho, conforme apresentado na Figura 30.

Figura 30 – Demonstração de resultados do ano 1

DRE ANO 1													
	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	TOTAL
(=)RECEITA BRUTA	**R$ 2.550,00**	**R$ 3.470,00**	**R$ 5.863,22**	**R$ 7.006,52**	**R$ 8.678,15**	**R$ 6.832,91**	**R$ 5.950,99**	**R$ 8.080,85**	**R$ 8.539,31**	**R$ 11.393,25**	**R$ 13.699,59**	**R$ 16.452,49**	**R$ 98.517,28**
(-)DEDUÇÕES													
(-) Impostos	-R$ 204,00	-R$ 261,00	-R$ 402,00	-R$ 471,00	-R$ 501,00	-R$ 393,00	-R$ 327,00	-R$ 537,00	-R$ 567,00	-R$ 717,00	-R$ 891,00	-R$ 984,00	-R$ 6.255,00
(=)RECEITA LÍQUIDA	**R$ 2.346,00**	**R$ 3.209,00**	**R$ 5.461,22**	**R$ 6.535,52**	**R$ 8.177,15**	**R$ 6.439,91**	**R$ 5.623,99**	**R$ 7.543,85**	**R$ 7.972,31**	**R$ 10.676,25**	**R$ 12.808,59**	**R$ 15.468,49**	**R$ 92.262,28**
(-) Custos de Produção	-R$ 2.460,00	-R$ 2.470,00	-R$ 2.490,00	-R$ 2.500,00	-R$ 2.510,00	-R$ 2.490,00	-R$ 2.480,00	-R$ 2.510,00	-R$ 2.520,00	-R$ 2.550,00	-R$ 2.580,00	-R$ 2.600,00	-R$ 30.160,00
(=)LUCRO BRUTO	**-R$ 114,00**	**R$ 739,00**	**R$ 2.971,22**	**R$ 4.035,52**	**R$ 5.667,15**	**R$ 3.949,91**	**R$ 3.143,99**	**R$ 5.033,85**	**R$ 5.452,31**	**R$ 8.126,25**	**R$ 10.228,59**	**R$ 12.868,49**	**R$ 62.102,28**
(-) Despesas com Pessoal	R$ -	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 5.276,51	-R$ 5.186,96	-R$ 47.877,73
(-) Despesas Administrativas	-R$ 4.078,22	-R$ 2.598,22	-R$ 2.638,22	-R$ 2.658,22	-R$ 2.678,22	-R$ 2.638,22	-R$ 2.618,22	-R$ 2.678,22	-R$ 2.698,22	-R$ 2.758,22	-R$ 2.818,22	-R$ 2.868,22	-R$ 33.728,64
(=)RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO	**-R$ 4.192,22**	**-R$ 6.016,36**	**-R$ 3.824,14**	**-R$ 2.779,84**	**-R$ 1.168,21**	**-R$ 2.845,45**	**-R$ 3.631,37**	**-R$ 1.801,51**	**-R$ 1.403,05**	**R$ 1.210,89**	**R$ 2.133,86**	**R$ 4.813,31**	**-R$ 19.504,09**
(=) LUCRO LÍQUIDO	**-R$ 4.192,22**	**-R$ 6.016,36**	**-R$ 3.824,14**	**-R$ 2.779,84**	**-R$ 1.168,21**	**-R$ 2.845,45**	**-R$ 3.631,37**	**-R$ 1.801,51**	**-R$ 1.403,05**	**R$ 1.210,89**	**R$ 2.133,86**	**R$ 4.813,31**	**-R$ 19.504,09**

Fonte: elaborado pela autora (2019).

No primeiro ano a empresa teve um prejuízo acumulado de R$ 19.504,09 considerando todos os custos e despesas enumerados pela sócia no fluxo de caixa.

Para o segundo ano a empresa ainda obteve um acumulado negativo de R$ 844,46 conforme apontado na Figura 31.

Figura 31 – Demonstração de resultados do ano 2

DRE ANO 2													
	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	TOTAL
(=)RECEITA BRUTA	R$ 7.864,07	R$ 8.042,32	R$ 8.292,83	R$ 9.373,78	R$ 10.062,00	R$ 7.898,86	R$ 7.189,49	R$ 9.913,49	R$ 10.598,72	R$ 13.779,98	R$ 16.447,32	R$ 18.704,07	R$ 128.166,93
(-)DEDUÇÕES													
(-) Impostos	-R$ 369,00	-R$ 447,00	-R$ 501,00	-R$ 564,00	-R$ 600,00	-R$ 447,00	-R$ 447,00	-R$ 645,00	-R$ 675,00	-R$ 891,00	-R$ 1.074,00	-R$ 1.122,00	-R$ 7.782,00
(=)RECEITA LÍQUIDA	R$ 7.495,07	R$ 7.595,32	R$ 7.791,83	R$ 8.809,78	R$ 9.462,00	R$ 7.451,86	R$ 6.742,49	R$ 9.268,49	R$ 9.923,72	R$ 12.888,98	R$ 15.373,32	R$ 17.582,07	R$ 120.384,93
(-) Custos de Produção	-R$ 2.490,00	-R$ 2.500,00	-R$ 2.510,00	-R$ 2.520,00	-R$ 2.530,00	-R$ 2.500,00	-R$ 2.500,00	-R$ 2.530,00	-R$ 2.540,00	-R$ 2.580,00	-R$ 2.610,00	-R$ 2.620,00	-R$ 30.430,00
(=)LUCRO BRUTO	R$ 5.005,07	R$ 5.095,32	R$ 5.281,83	R$ 6.289,78	R$ 6.932,00	R$ 4.951,86	R$ 4.242,49	R$ 6.738,49	R$ 7.383,72	R$ 10.308,98	R$ 12.763,32	R$ 14.962,07	R$ 89.954,93
(-) Despesas com Pessoal	-R$ 6.963,02	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 5.276,51	-R$ 5.186,96	-R$ 54.840,75
(-) Despesas Administrativas	-R$ 5.838,22	-R$ 2.658,22	-R$ 2.678,22	-R$ 2.698,22	-R$ 2.718,22	-R$ 2.658,22	-R$ 2.658,22	-R$ 2.718,22	-R$ 2.738,22	-R$ 2.818,22	-R$ 2.878,22	-R$ 2.898,22	-R$ 35.958,64
(=)RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO	-R$ 7.796,17	-R$ 1.720,04	-R$ 1.553,53	-R$ 565,58	R$ 56,64	-R$ 1.863,50	-R$ 2.572,87	-R$ 136,87	R$ 488,36	R$ 3.333,62	R$ 4.608,59	R$ 6.876,89	-R$ 844,46
(=) LUCRO LÍQUIDO	-R$ 7.796,17	-R$ 1.720,04	-R$ 1.553,53	-R$ 565,58	R$ 56,64	-R$ 1.863,50	-R$ 2.572,87	-R$ 136,87	R$ 488,36	R$ 3.333,62	R$ 4.608,59	R$ 6.876,89	-R$ 844,46

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Já a Figura 32 apresenta a projeção de DRE para os cinco anos de atividade da empresa.

Figura 32 – Demonstração de resultados do ano 1 ao ano 5

DRE ANOS 1,2.3,4 e 5					
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
(=)RECEITA BRUTA	R$ 98.517,28	R$ 128.166,93	R$ 163.065,79	R$ 179.000,00	R$ 196.750,00
(-)DEDUÇÕES					
(-) Impostos	-R$ 6.255,00	-R$ 7.782,00	-R$ 9.338,40	-R$ 10.739,16	-R$ 12.196,60
(=)RECEITA LÍQUIDA	R$ 92.262,28	R$ 120.384,93	R$ 153.727,39	R$ 168.260,84	R$ 184.553,40
(-) Custos de Produção	-R$ 30.160,00	-R$ 30.430,00	-R$ 30.780,00	-R$ 31.190,00	-R$ 31.370,00
(=)LUCRO BRUTO	R$ 62.102,28	R$ 89.954,93	R$ 122.947,39	R$ 137.070,84	R$ 153.183,40
(-) Despesas com Pessoal	-R$ 47.877,73	-R$ 54.840,75	-R$ 54.840,75	-R$ 54.840,75	-R$ 54.840,75
(-) Despesas Administrativas	-R$ 33.728,64	-R$ 35.958,64	-R$ 37.228,64	-R$ 38.388,64	-R$ 38.608,64
(=)RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO	-R$ 19.504,09	-R$ 844,46	R$ 30.878,00	R$ 43.841,45	R$ 59.734,01
(=) LUCRO LÍQUIDO	-R$ 19.504,09	-R$ 844,46	R$ 30.878,00	R$ 43.841,45	R$ 59.734,01

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Através da análise da DRE dos primeiros cinco anos da Lolli Festas e Eventos, nota-se que a partir do terceiro ano a empresa passa a ter rendimentos positivos, terminando o quinto ano com R$ 59.734,01 de lucro líquido.

7.9 ÍNDICES ECONÔMICOS

Os índices econômicos são percentuais e números resultantes de uma série de comparações entre os elementos presentes nas demonstrações financeiras. O Objetivo é assessorar na análise econômico-financeira da empresa, através de indicadores que meçam o desempenho. São eles os principais: *Payback* (período de retorno do investimento); Retorno sobre as vendas (RSV); Retorno sobre o investimento (ROI); Valor presente líquido (VPL); Taxa interna de retorno (TIR) e o ponto de equilíbrio. (MARION, 2002).

Complementando Silva (2017, p. 209) afirma que:

> Os índices financeiros são relações entre contas ou grupos de contas das demonstrações contábeis, que têm por objetivo fornecer-nos informações que não são fáceis de serem visualizadas de forma direta nas demonstrações contábeis.

Diante disso a autora calculou separadamente todos os índices citados pelo autor Marion (2002) inicialmente em um cenário realista, trazendo todas as informações da empresa levantadas até o presente capítulo.

7.9.1 *Payback*

Segundo Weston e Brigham (2000, p. 531) o "Período de *payback* é o período de tempo necessário para que as receitas líquidas de um investimento recuperem o custo do investimento."

Complementando Ching, Marques e Prado (2003) afirmam que o cálculo do *payback* pode ser feito de duas formas, utilizando o *payback* simples e o *payback* descontado.

Para Ching, Marques e Prado (2003, p. 243) "[...] o *payback* simples é encontrado deduzindo-se dos valores dos fluxos de caixas negativos os valores dos fluxos de caixas positivos, até o momento em que essa soma resulta em zero."

Já sobre o *payback* descontado, Ching, Marques e Prado (2003, p. 244) se "[...] calcula o tempo de recuperação do capital investido ajustando os fluxos de caixa por uma taxa de desconto."

Para este trabalho foi utilizada a fórmula do *payback* descontado apresentada na Figura 33 conforme Ching, Marques e Prado (2003).

Figura 33 – Fórmula do *Payback*

PAYBACK = (PAYBACK ANTERIOR + TMA) - VALOR ESTIMADO NO CAIXA

Fonte: Ching, Marques e Prado (2003).

Com isso a autora projetou o *payback* descontado conforme Figura 34 utilizando a taxa de atratividade mínima de 13% conforme apresentada no Capítulo 7.2 deste trabalho.

Figura 34 – *Payback* no cenário realista

PAYBACK DESCONTADO					
	Saldo do Investimento	TMA	Total	Saldo anual do caixa	Total
ANO 1	R$ 546.298,97	13%	R$ 617.317,84	-R$ 18.624,09	R$ 598.693,75
ANO 2	R$ 598.693,75	13%	R$ 676.523,93	-R$ 844,46	R$ 675.679,47
ANO 3	R$ 675.679,47	13%	R$ 763.517,80	R$ 30.878,00	R$ 732.639,80
ANO 4	R$ 732.639,80	13%	R$ 827.882,97	R$ 43.841,45	R$ 784.041,52
ANO 5	R$ 784.041,52	13%	R$ 885.966,92	R$ 59.734,01	R$ 826.232,91

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Diante dos resultados obtidos no *payback*, conforme Figura 34, a autora pode observar que o negócio não terá retorno e nem baixa de investimento até o quinto ano de empresa, necessitando investir mais dinheiro do que o inicial para poder cobrir todas os custos e despesas que não serão pagos com o saldo anual de caixa, pois a empresa não obteve os resultados esperados no decorrer dos cinco anos de atividades.

7.9.2 Retorno sobre as vendas (RSV)

Segunda Silva (2017, p. 223) o índice de retorno sobre as vendas "[...] compara o lucro líquido em relação às vendas líquidas do período, fornecendo o percentual de lucro que a empresa está obtendo em relação ao seu faturamento."

Para isso utiliza-se a fórmula apresentada na Figura 35, segundo Silva (2017).

Figura 35 – Fórmula RSV

$$RSV = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Vendas líquidas}} \times 100$$

Fonte: Silva (2017).

Os cálculos de retorno sobre as vendas da empresa do ano 1 ao 5 é apresentado no Quadro 39.

Quadro 39 – Retorno sobre as vendas do ano 1 ao ano 5

RETORNO SOBRE AS VENDAS				
Anos	**Lucro Líquido**	**Venda Líquida**	**RSV**	**RSV (%)**
1	-R$ 18.624,09	R$ 92.262,28	-0,20186	-20,19%
2	-R$ 844,46	R$ 120.384,93	-0,007015	-0,70%
3	R$ 30.878,00	R$ 153.727,39	0,2008621	20,09%
4	R$ 43.841,45	R$ 168.260,84	0,2605565	26,06%
5	R$ 59.734,01	R$ 184.553,40	0,3236679	32,37%

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Observa-se no Quadro 39 que no primeiro ano o retorno sobre as vendas da empresa mostrou-se negativo, um percentual de -20,19%. No segundo ano a empresa ainda obteve um percentual de retorno sobre as vendas negativo, passando a retornar positivamente somente a partir do terceiro ano, e encerrando o quinto ano de atividade da empresa com 32,37% de RSV.

7.9.3 Retorno sobre o investimento (ROI)

Segundo Ching, Marques e Prado (2003, p. 127), "O retorno sobre o investimento (*return on investment* – ROI) estabelece a eficiência dada pela administração ao ativo operacional utilizado nas operações da empresa."

Complementando Hoji (2017) destaca que o retorno sobre o investimento é considerado para muitos analistas, a melhor medida de eficiência operacional e é utilizada para complementar a análise do retorno sobre o capital investido.

A fórmula utilizada para calcular o ROI segundo Hoji (2017) é exposta na Figura 36.

Figura 36 – Fórmula ROI

$$ROI = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Ativo total}} \times 100$$

Fonte: Hoji (2017).

O Quadro 40 apresenta o lucro líquido dos primeiros cinco anos de atividade da empresa e o valor de investimento inicial. A partir destes dados é definida a taxa de retorno sobre o investimento do novo negócio.

Quadro 40 – Retorno sobre o investimento do ano 1 ao ano 5

Fórmula: ROI= lucro líquido/ativo total x 100				
	Lucro Líquido	Investimento	ROI	ROI (%)
ANO 1	-R$ 18.624,09	R$ 546.298,97	-0,03409	-3,41%
ANO 2	-R$ 844,46	R$ 546.298,97	-0,00155	-0,15%
ANO 3	R$ 30.878,00	R$ 546.298,97	0,056522	5,65%
ANO 4	R$ 43.841,45	R$ 546.298,97	0,080252	8,03%
ANO 5	R$ 59.734,01	R$ 546.298,97	0,109343	10,93%

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Com base nos dados apresentados no Quadro 40 é possível afirmar que no primeiro e no segundo ano a empresa não obtém retorno sobre o investimento realizado. Contudo, a par-

tir do terceiro ano acompanhando o aumento de vendas, a taxa de retorno já é positiva, 5,65%. No quarto ano a empresa teve um pequeno aumento na taxa, passando a 8,03%, e no quinto ano a empresa obteve 10,93% de retorno do investimento.

7.9.4 Valor presente líquido (VPL)

De acordo com Gitman e Zutter (2017), o valor presente líquido é uma técnica avançada de orçamento de capital que considera o valor do dinheiro no tempo. O valor obtido deste cálculo é o mínimo que a empresa deve gerar como resultado a fim de manter o valor da empresa no mercado.

Complementando Ching, Marques e Prado (2003, p. 246) "[...] o VPL é o resultado da diferença entre o valor dos fluxos de caixa líquidos trazidos ao período inicial e o valor do investimento."

A fórmula apresentada na Figura 37, segundo Ching, Marques e Prado (2003) mostra o cálculo do valor presente líquido.

Figura 37 – Fórmula VPL

$$VPL = \frac{FCL(1)}{(1+i)} + \frac{FCL(2)}{(1+i)2} + \frac{FCL(3)}{(1+i)3} + \cdots \frac{FCL(n)}{(1+i)n} \cdots - Io$$

Fonte: Ching, Marques e Prado (2003).

A partir da fórmula apresentada na Figura 37 e considerando a TMA definida para o novo negócio, foi calculado o valor presente líquido da empresa conforme Figura 38.

Figura 38 – Cálculo do VPL

$$VPL = \frac{[(-19.504,09)}{(1+0,13)^1} + \frac{(-844,46)}{(1+0,13)^2} + \frac{30.878,00}{(1+0,13)^3} + \frac{43.841,45}{(1+0,13)^4} + \frac{59.734,01]}{(1+0,13)^5} \; -546.298,97$$

$$VPL = \frac{[(-19.504,09)}{1,13} + \frac{(-844,46)}{1,2769} + \frac{30.878,00}{1,4429} + \frac{43.841,45}{1,6305} + \frac{59.734,01]}{1,8424} \; -546.298,97$$

$$VPL = [(-17.260,26) + (-661,34) + 21.399,96 + 26.888.35 + 32.421,85] \; -546.298,97$$

$$VPL = 62.788,56 - 546.298,97$$

$$VPL = -483.510,41$$

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Através da análise do VPL da empresa apresentado na Figura 43, observa-se que o projeto do novo negócio não é viável visto que o resultado do cálculo do VPL apresentou um valor negativo sendo este de R$ 483.510,41, ou seja, o valor presente líquido do fluxo de caixa dos primeiros cincos anos de atividade da empresa é inferior ao valor investido no negócio, o que o tornaria inviável dentro do cenário realista.

7.9.5 Taxa interna de retorno (TIR)

De acordo com Hoji (2017, p. 78):

> A taxa interna de retorno (TIR) é uma taxa de juros implícita num fluxo de caixa, que, aplicada sobre os pagamentos (saídas de caixa) e recebimentos (entradas de caixa), faz com que o valor presente líquido seja zero, isto é, a soma dos pagamentos e a soma dos recebimentos tornam-se iguais em valor presente. Ao aplicar a TIR sobre cada valor nominal do fluxo de caixa, a soma dos pagamentos fica igual à soma dos recebimentos, anulando-se, em qualquer data focal.

Corroborando Ching, Marques e Prado (2003, p. 243) afirmam que “A TIR representa a taxa de desconto que iguala, em um único momento, os fluxos de entrada com os de saída de caixa. Em outras palavras, é a taxa que produz um VPL igual a zero.”

De acordo com Gitman (2004) a fórmula utilizada para se calcular a TIR é apresentada na Figura 39.

Figura 39 – Fórmula TIR

$$\sum_{t=1}^{n} \frac{FC_t}{(1+TIR)^t} = FC_0$$

Fonte: Gitman (2004).

A TIR pode ser obtida também através de uma equação matemática realizada na calculadora HP12C conforme é demonstrado no Quadro 41, em que a TIR do novo negócio é calculada.

Quadro 41 – Cálculo da TIR na HP12C no cenário realista

TIR		
Investimento Inicial/DREs	Valores	Teclas HP12C
Investimento Inicial	546.298,97	CHS g Cfo
Fluxo de caixa Ano 1	-18.624,09	CHS g CFj
Fluxo de caixa Ano 2	-844,46	g CFj
Fluxo de caixa Ano 3	30.878,00	g CFj
Fluxo de caixa Ano 4	43.841,45	g CFj
Fluxo de caixa Ano 5	59.734,01	g CFj
		f IRR
TIR= -28,47		

Fonte: elaborado pela autora (2019).

De acordo com o cálculo realizado através da calculado HP12C apresentado na Figura 45 é possível observar que a taxa interna de retorno é inferior a taxa mínima de atratividade de 13% estabelecida pela autora para o novo negócio, o que classifica que o negócio não é viável no cenário realista.

7.9.6 Ponto de equilíbrio

No ponto de equilíbrio segundo Hoji (2017, p. 357) "[...] a empresa está produzindo (e vendendo) a quantidade de produtos suficiente para cobrir, além dos CDVs, os CDFs, ou seja, os Custos e Despesas Totais (CDTs)".

Corroborando Ching, Marques e Prado (2003, p. 173) definem o "[...] ponto de equilíbrio como o nível de vendas em que o lucro da empresa é zero, ou seja, em que os custos igualam as receitas."

A fórmula possível para encontrar o ponto de equilibro em valores é apresentada na Figura 40 de acordo com Hoji (2017).

Figura 40 – Fórmula PE

$$PE_s = \frac{CDF}{\%MC}$$

Fonte: Hoji (2017).

Onde:

CDF = Custos e despesas fixas

MC = Margem de contribuição

Ainda segundo Hoji (2017) a margem de contribuição por ser definida como sendo o resultado das vendas, já descontadas os impostos, e abatidos os valores referentes aos custos e despesas variáveis. Desta forma a margem de contribuição da Lolli Festas e Eventos é apresentada no Quadro 42.

Quadro 42 – Margem de contribuição

Fórmula: MC = Receita Total - Custos e despesas variáveis				
	Total de receitas	Custos e despesas variáveis	MC em R$	MC em %
ANO 1	R$ 92.262,28	R$ 14.305,00	R$ 77.957,28	84,50
ANO 2	R$ 120.384,93	R$ 16.632,00	R$ 103.752,93	86,18
ANO 3	R$ 153.727,39	R$ 19.808,40	R$ 133.918,99	87,11
ANO 4	R$ 168.260,84	R$ 22.479,16	R$ 145.781,68	86,64
ANO 5	R$ 184.553,40	R$ 24.636,60	R$ 159.916,80	86,65

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Conhecidas as margens de contribuição em cada um dos cinco anos analisados no cenário realista, torna-se possível calcular o ponto de equilíbrio para a empresa em análise no trabalho. Seguem apresentados os valores do ponto de equilíbrio para os cinco anos da empresa no Quadro 43.

Quadro 43 – Ponto de equilíbrio

Fórmula: PE = Custos e despesas fixas/%MC			
	Custos e despesas fixas	%MC sob a receita total	PE
ANO 1	R$ 103.716,37	84,50	R$ 122.741,27
ANO 2	R$ 112.379,39	86,18	R$ 130.400,78
ANO 3	R$ 112.379,39	87,11	R$ 129.008,60
ANO 4	R$ 112.679,39	86,64	R$ 130.054,70
ANO 5	R$ 112.379,39	86,65	R$ 129.693,47

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Desta forma, a Lolli Festas e Eventos no cenário realista, considerando todos os custos e despesas fixas precisaria no primeiro ano de atividades já faturar R$ 122.741,27 para atingir seu ponto de equilíbrio, no segundo ano R$ 130.400,78, no terceiro R$ 129.008,60, no quarto R$ 130.054,70 e no quinto ano R$ 129.693,47.

7.10 CENÁRIO OTIMISTA

Em função dos resultados obtidos no cenário realista desenvolvido pela autora neste trabalho, demonstrarem segundo alguns indicados que não será viável, a autora não irá fazer projeções em cenário conservador, somente no cenário otimista.

Para isso a sócia projetou uma porcentagem de 20% de aumento somente nas previsões de vendas já realizadas no Capítulo 7.4 deste trabalho, sem fazer alterações nos preços, custos ou despesas, obtendo para o primeiro ano as quantidades apresentadas na Figura 41.

Figura 41 – Previsão de vendas para o ano 1 em quantidades no cenário otimista

ANO 1													
ALUGUEL	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Pacote 1	3	4	3	3	4	3	3	3	4	6	8	9	53
Pacote 2	3	2	4	4	5	4	4	4	5	6	8	9	58
Pacote 3	1	2	3	4	3	3	2	5	4	4	5	5	41
Subtotal	7	8	10	11	12	10	9	12	13	16	21	23	152
DECORAÇÃO	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Simples	3	3	4	4	5	5	4	5	6	7	9	12	67
Médio	2	3	3	4	4	3	3	4	4	5	6	5	46
Alto	2	2	3	3	3	2	2	3	3	4	6	6	39
Subtotal	7	8	10	11	12	10	9	12	13	16	21	23	152

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Observa-se que no cenário realista projetando um aumento de 20% em cada pacote de serviço mensal, a empresa obteve um aumento de 35,71% no total de serviços oferecidos no ano, passando de 112 pacotes vendidos a 152.

Já para o ano 2, seguindo o mesmo padrão e realizando o mesmo aumento de 20% mensalmente em todos os pacotes da Lolli, a sócia obteve as quantidades projetadas na Figura 42.

Figura 42 – Previsão de vendas para o ano 2 em quantidades no cenário otimista

ANO 2													
ALUGUEL	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Pacote 1	4	4	4	5	5	3	4	4	5	8	9	10	65
Pacote 2	4	4	5	4	6	5	4	5	6	8	9	9	69
Pacote 3	2	3	3	4	3	3	3	5	4	5	7	6	48
Subtotal	10	11	12	13	14	11	11	14	15	21	25	25	182
DECORAÇÃO	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Simples	5	4	5	5	6	6	4	5	6	9	9	10	74
Médio	3	4	4	4	5	3	4	5	5	6	8	6	57
Alto	2	3	3	4	3	2	3	4	4	6	8	9	51
Subtotal	10	11	12	13	14	11	11	14	15	21	25	25	182

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Já para o ano 2 a empresa projetando os 20% de aumento nas vendas mensais de cada pacote atingiu um aumento de 30,94% nas vendas totais, passando de 139 a 182 pacotes vendidos.

Com isso a autora realizou a previsão de vendas dos próximos 3 anos considerando o mesmo aumento de 20% conforme Quadro 44.

Quadro 44 – Previsão de vendas do ano 1 ao ano 5 em quantidades no cenário otimista

ALUGUEL	**ANO 1**	**ANO 2**	**ANO 3**	**ANO 4**	**ANO 5**
Pacote 1	53	65	78	94	113
Pacote 2	58	69	83	100	120
Pacote 3	41	48	58	70	85
TOTAL	**152**	**182**	**219**	**264**	**318**
DECORAÇÃO	**ANO 1**	**ANO 2**	**ANO 3**	**ANO 4**	**ANO 5**
Simples	67	74	89	107	129
Médio	46	57	69	83	100
Alto	39	51	61	74	89
TOTAL	**152**	**182**	**219**	**264**	**318**

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Através da previsão de vendas realizadas no cenário otimista, a sócia também delineou as projeções de faturamento dos anos 3, 4 e 5 de forma geral.

Os preços dos serviços oferecidos pela Lolli Festas e Eventos foram mantidos, e com isso a autora fez a projeção de faturamento do ano um conforme Figura 43 de acordo com as novas previsões de vendas apresentadas.

Figura 43 – Previsão de faturamento do ano 1 no cenário otimista

ANO 1													
ALUGUEL	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Pacote 1	R$ 1.500,00	R$ 2.000,00	R$ 1.500,00	R$ 1.500,00	R$ 2.000,00	R$ 1.500,00	R$ 1.500,00	R$ 1.500,00	R$ 2.000,00	R$ 3.000,00	R$ 4.000,00	R$ 4.500,00	R$ 26.500,00
Pacote 2	R$ 2.100,00	R$ 1.400,00	R$ 2.800,00	R$ 2.800,00	R$ 3.500,00	R$ 2.800,00	R$ 2.800,00	R$ 2.800,00	R$ 3.500,00	R$ 4.200,00	R$ 5.600,00	R$ 6.300,00	R$ 40.600,00
Pacote 3	R$ 900,00	R$ 1.800,00	R$ 2.700,00	R$ 3.600,00	R$ 2.700,00	R$ 2.700,00	R$ 1.800,00	R$ 4.500,00	R$ 3.600,00	R$ 3.600,00	R$ 4.500,00	R$ 4.500,00	R$ 36.900,00
Subtotal	R$ 4.500,00	R$ 5.200,00	R$ 7.000,00	R$ 7.900,00	R$ 8.200,00	R$ 7.000,00	R$ 6.100,00	R$ 8.800,00	R$ 9.100,00	R$ 10.800,00	R$ 14.100,00	R$ 15.300,00	R$ 104.000,00
DECORAÇÃO	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Simples	R$ 600,00	R$ 600,00	R$ 800,00	R$ 800,00	R$ 1.000,00	R$ 1.000,00	R$ 800,00	R$ 1.000,00	R$ 1.200,00	R$ 1.400,00	R$ 1.800,00	R$ 2.400,00	R$ 13.400,00
Médio	R$ 500,00	R$ 750,00	R$ 750,00	R$ 1.000,00	R$ 1.000,00	R$ 750,00	R$ 750,00	R$ 1.000,00	R$ 1.000,00	R$ 1.250,00	R$ 1.500,00	R$ 1.250,00	R$ 11.500,00
Alto	R$ 700,00	R$ 700,00	R$ 1.050,00	R$ 1.050,00	R$ 1.050,00	R$ 700,00	R$ 700,00	R$ 1.050,00	R$ 1.050,00	R$ 1.400,00	R$ 2.100,00	R$ 2.100,00	R$ 13.650,00
Subtotal	R$ 1.800,00	R$ 2.050,00	R$ 2.600,00	R$ 2.850,00	R$ 3.050,00	R$ 2.450,00	R$ 2.250,00	R$ 3.050,00	R$ 3.250,00	R$ 4.050,00	R$ 5.400,00	R$ 5.750,00	R$ 38.550,00
Total	R$ 6.300,00	R$ 7.250,00	R$ 9.600,00	R$ 10.750,00	R$ 11.250,00	R$ 9.450,00	R$ 8.350,00	R$ 11.850,00	R$ 12.350,00	R$ 14.850,00	R$ 19.500,00	R$ 21.050,00	R$ 142.550,00

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Para o primeiro ano a empresa obteve no cenário otimista um faturamento de R$ 142.550,00, considerando a soma de todos os pacotes de serviços oferecidos pela empresa, uma diferença de R$ 38.300,00 do primeiro ano do cenário realista.

Já para o ano 2, considerando o aumento de vendas, a autora atingiu os faturamentos apresentados na Figura 44.

Figura 44 – Previsão de faturamento do ano 2 no cenário otimista

ANO 2													
ALUGUEL	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Pacote 1	R$ 2.000,00	R$ 2.000,00	R$ 2.000,00	R$ 2.500,00	R$ 2.500,00	R$ 1.500,00	R$ 2.000,00	R$ 2.000,00	R$ 2.500,00	R$ 4.000,00	R$ 4.500,00	R$ 5.000,00	R$ 32.500,00
Pacote 2	R$ 2.800,00	R$ 2.800,00	R$ 3.500,00	R$ 2.800,00	R$ 4.200,00	R$ 3.500,00	R$ 2.800,00	R$ 3.500,00	R$ 4.200,00	R$ 5.600,00	R$ 6.300,00	R$ 6.300,00	R$ 48.300,00
Pacote 3	R$ 1.800,00	R$ 2.700,00	R$ 2.700,00	R$ 3.600,00	R$ 2.700,00	R$ 2.700,00	R$ 2.700,00	R$ 4.500,00	R$ 3.600,00	R$ 4.500,00	R$ 6.300,00	R$ 5.400,00	R$ 43.200,00
Subtotal	R$ 6.600,00	R$ 7.500,00	R$ 8.200,00	R$ 8.900,00	R$ 9.400,00	R$ 7.700,00	R$ 7.500,00	R$ 10.000,00	R$ 10.300,00	R$ 14.100,00	R$ 17.100,00	R$ 16.700,00	R$ 124.000,00
DECORAÇÃO	JAN	FEV	MAR	ABRIL	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Simples	R$ 1.000,00	R$ 800,00	R$ 1.000,00	R$ 1.000,00	R$ 1.200,00	R$ 1.200,00	R$ 800,00	R$ 1.000,00	R$ 1.200,00	R$ 1.800,00	R$ 1.800,00	R$ 2.000,00	R$ 14.800,00
Médio	R$ 750,00	R$ 1.000,00	R$ 1.000,00	R$ 1.000,00	R$ 1.250,00	R$ 750,00	R$ 1.000,00	R$ 1.250,00	R$ 1.250,00	R$ 1.500,00	R$ 2.000,00	R$ 1.500,00	R$ 14.250,00
Alto	R$ 700,00	R$ 1.050,00	R$ 1.050,00	R$ 1.400,00	R$ 1.050,00	R$ 700,00	R$ 1.050,00	R$ 1.400,00	R$ 1.400,00	R$ 2.100,00	R$ 2.800,00	R$ 3.150,00	R$ 17.850,00
Subtotal	R$ 2.450,00	R$ 2.850,00	R$ 3.050,00	R$ 3.400,00	R$ 3.500,00	R$ 2.650,00	R$ 2.850,00	R$ 3.650,00	R$ 3.850,00	R$ 5.400,00	R$ 6.600,00	R$ 6.650,00	R$ 46.900,00
Total	R$ 9.050,00	R$ 10.350,00	R$ 11.250,00	R$ 12.300,00	R$ 12.900,00	R$ 10.350,00	R$ 10.350,00	R$ 13.650,00	R$ 14.150,00	R$ 19.500,00	R$ 23.700,00	R$ 23.350,00	R$ 170.900,00

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Com o alinhamento das vendas do ano um para o ano dois a autora observou um aumento no faturamento de R$ 28.350,00, uma diferença a mais de R$ 41.200,00 do faturamento do ano 2 apresentado no cenário realista.

Para os próximos anos a autora também considerando o aumento de 20% efetivado nas previsões de vendas do cenário otimista, projetou o faturamento proporcional conforme Figura 45.

Figura 45 – Previsão de faturamento do ano 1 ao ano 5 no cenário otimista

ALUGUEL	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Pacote 1	R$ 26.500,00	R$ 32.500,00	R$ 39.000,00	R$ 47.000,00	R$ 56.500,00
Pacote 2	R$ 40.600,00	R$ 48.300,00	R$ 58.100,00	R$ 70.000,00	R$ 84.000,00
Pacote 3	R$ 36.900,00	R$ 43.200,00	R$ 52.200,00	R$ 63.000,00	R$ 76.500,00
Subtotal	R$ 104.000,00	R$ 124.000,00	R$ 149.300,00	R$ 180.000,00	R$ 217.000,00
DECORAÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Simples	R$ 13.400,00	R$ 14.800,00	R$ 17.800,00	R$ 21.400,00	R$ 25.800,00
Médio	R$ 11.500,00	R$ 14.250,00	R$ 17.250,00	R$ 20.750,00	R$ 25.000,00
Alto	R$ 13.650,00	R$ 17.850,00	R$ 21.350,00	R$ 25.900,00	R$ 31.150,00
Subtotal	R$ 38.550,00	R$ 46.900,00	R$ 56.400,00	R$ 68.050,00	R$ 81.950,00
Total	R$ 142.550,00	R$ 170.900,00	R$ 205.700,00	R$ 248.050,00	R$ 298.950,00

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Observa-se que da projeção de faturamento do cenário realista apresentada na Figura 22 no Capítulo 7.4 deste trabalho, a empresa encerrou o quinto ano com uma diferença de R$ 102.200,00 a mais, um total de 51,94% a mais de retorno financeiro das previsões de vendas realizadas no cenário otimista.

7.10.1 Fluxo de caixa no cenário otimista

Para a realização dos fluxos de caixa no cenário otimista, a autora manteve os mesmos valores para custos e despesas fixas, alterando somente os custos e despesas variáveis e as novas receitas de vendas a vista e a prazo conforme já elaborado no primeiro fluxo de caixa do cenário realista apresentado no Capítulo 7.7 deste trabalho.

Conforme Quadro 45, a sócia refez a tabela de custos fixos e variáveis da empresa gerados no cenário realista considerando somente a oscilação nos materiais de limpeza que acompanharam os aumentos de vendas do cenário otimista.

Quadro 45 – Custos da empresa ano 1 no cenário otimista

CUSTOS FIXOS	VALOR MENSAL	VALOR ANUAL
Balões	R$ 1.250,00	R$ 15.000,00
Manutenção	R$ 250,00	R$ 3.000,00
Salário Funcionário	R$ 1.119,37	R$ 13.432,44
Salário Funcionário	R$ 1.119,37	R$ 13.432,44
13º salário	R$ -	R$ 1.074,60
13º salário	R$ -	R$ 1.074,60
Férias	R$ -	R$ 1.402,94
Férias	R$ -	R$ 1.402,94
Encargos sobre os funcionários	R$ 233,70	R$ 2.804,40
Itens de decoração	R$ 800,00	R$ 9.600,00
Limpeza terceirizada	R$ 800,00	R$ 9.600,00
Segurança terceirizada	R$ 850,00	R$ 10.200,00
Total	R$ 6.422,44	R$ 82.024,36
CUSTO VARIÁVEIS	**VALOR MENSAL**	**VALOR ANUAL**
Materiais de limpeza	R$ -	R$ 2.960,00
Total	R$ -	R$ 2.960,00

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Seguindo, para poder calcular os fluxos de caixas no cenário otimista, a autora também refez os cálculos de Simples Nacional e de despesas fixas e variáveis da empresa no ano 1 apresentados nas Figura 24 e 25 do Capítulo 7.5 deste trabalho.

Conforme Figura 46, segue novos valores de Simples Nacional a serem pagos pela empresa nos cinco anos de atividade dentro do cenário otimista.

Figura 46 – Projeções do Simples Nacional do ano 1 ao ano 5 no cenário otimista

SIMPLES NACIONAL						
MESES	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	Total
Janeiro	R$ 378,00	R$ 543,00	R$ 654,70	R$ 877,46	R$ 1.206,74	R$ 3.659,90
Fevereiro	R$ 435,00	R$ 621,00	R$ 748,30	R$ 1.009,48	R$ 1.381,03	R$ 4.194,81
Março	R$ 576,00	R$ 675,00	R$ 813,10	R$ 1.106,48	R$ 1.507,23	R$ 4.677,81
Abril	R$ 645,00	R$ 738,00	R$ 888,70	R$ 1.217,28	R$ 1.654,60	R$ 5.143,58
Maio	R$ 675,00	R$ 774,00	R$ 931,90	R$ 1.289,23	R$ 1.746,82	R$ 5.416,95
Junho	R$ 567,00	R$ 621,00	R$ 757,03	R$ 1.045,64	R$ 1.421,70	R$ 4.412,37
Julho	R$ 501,00	R$ 621,00	R$ 764,52	R$ 1.053,17	R$ 1.429,10	R$ 4.368,79
Agosto	R$ 711,00	R$ 819,00	R$ 1.015,48	R$ 1.395,25	R$ 1.879,57	R$ 5.820,30
Setembro	R$ 741,00	R$ 849,00	R$ 1.066,18	R$ 1.458,26	R$ 1.961,74	R$ 6.076,18
Outubro	R$ 891,00	R$ 1.170,00	R$ 1.484,49	R$ 2.022,19	R$ 2.707,75	R$ 8.275,43
Novembro	R$ 1.170,00	R$ 1.422,00	R$ 1.832,01	R$ 2.482,66	R$ 3.017,54	R$ 9.924,21
Dezembro	R$ 1.263,00	R$ 1.401,00	R$ 1.835,89	R$ 2.479,95	R$ 3.272,04	R$ 10.251,88
Subtotal	R$ 8.553,00	R$ 10.254,00	R$ 12.792,30	R$ 17.437,05	R$ 23.185,86	R$ 72.222,21

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Na sequencia conforme Quadro 46 foram refeitos os valores das despesas fixas e variáveis da empresa no ano 1 dentro do cenário otimista, já considerando os valores projetados para pagamento do Simples Nacional.

Quadro 46 – Despesas fixas e variáveis ano 1 no cenário otimista

DESPESAS FIXAS	**VALOR MENSAL**	**VALOR ANUAL**
Reserva para o gerenciamento de marketing	R$ 200,00	R$ 2.400,00
Materiais de escritório	R$ 150,00	R$ 1.800,00
Contabilidade	R$ 500,00	R$ 6.000,00
Monitoramento de alarme	R$ 110,00	R$ 1.320,00
Internet	R$ 100,00	R$ 1.200,00
Medicina da Segurança e do trabalho	R$ 34,70	R$ 416,40
Telefone Móvel	R$ 200,00	R$ 2.400,00
Pró-labore	R$ 888,22	R$ 10.658,64
Aluguel máquina de cartão	R$ 80,00	R$ 960,00
Reserva para taxas de funcionamento da empresa	R$ -	R$ 1.500,00
Sistema de Notas Fiscais Eletrônicas	R$ -	R$ -
Certificado Digital	R$ -	R$ -
Total	R$ 2.262,92	R$ 27.155,04
DESPESAS VARIÁVEIS	**VALOR MENSAL**	**VALOR ANUAL**
Simples Nacional	R$ -	R$ 6.255,00
Água	R$ -	R$ 2.440,00
Energia Elétrica	R$ -	R$ 3.050,00
Total	R$ -	R$ 11.315,00

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Através destas informações a autora projetou os fluxos de caixa da empresa dentro do cenário otimista. Primeiramente conforme Figura 47, a sócia enumerou todas as entradas e saídas da empresa detalhadas mensalmente, considerando todas as variações de caixa decorrentes do aumento de vendas previsto.

Figura 47 – Fluxo de caixa ano 1 no cenário otimista

ANO 1															
		até 31/12	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	TOTAL
1	**TOTAL DE ENTRADAS**	**R$ 546.298,97**	**R$ 4.500,00**	**R$ 5.884,38**	**R$ 8.752,81**	**R$ 10.390,99**	**R$ 11.812,16**	**R$ 9.252,78**	**R$ 9.083,83**	**R$ 10.739,03**	**R$ 11.680,89**	**R$ 14.064,07**	**R$ 18.143,64**	**R$ 21.115,77**	**R$ 681.719,32**
1.1	Capital Próprio Investido na empresa	R$ 546.298,97	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ 546.298,97
1.2	Receita de vendas a vista	R$ -	R$ 4.500,00	R$ 4.984,38	R$ 6.720,00	R$ 7.818,18	R$ 8.906,25	R$ 6.615,00	R$ 6.494,45	R$ 8.393,75	R$ 9.025,00	R$ 10.673,44	R$ 14.392,86	R$ 16.473,92	R$ 104.997,23
1.3	Receita de vendas a prazo	R$ -	R$ -	R$ 900,00	R$ 2.032,81	R$ 2.572,81	R$ 2.905,91	R$ 2.637,78	R$ 2.589,38	R$ 2.345,28	R$ 2.655,89	R$ 3.390,63	R$ 3.750,78	R$ 4.641,85	R$ 30.423,12
2	**TOTAL SAÍDAS**	**-R$ 516.298,97**	**-R$ 7.006,22**	**-R$ 9.750,36**	**-R$ 9.951,36**	**-R$ 10.050,36**	**-R$ 10.110,36**	**-R$ 9.942,36**	**-R$ 9.846,36**	**-R$ 10.146,36**	**-R$ 10.206,36**	**-R$ 10.446,36**	**-R$ 11.994,73**	**-R$ 12.058,18**	**-R$ 637.808,34**
2.1	**DESPESAS DE PRODUÇÃO**	**R$ -**	**-R$ 2.490,00**	**-R$ 2.500,00**	**-R$ 2.520,00**	**-R$ 2.530,00**	**-R$ 2.540,00**	**-R$ 2.520,00**	**-R$ 2.510,00**	**-R$ 2.540,00**	**-R$ 2.550,00**	**-R$ 2.580,00**	**-R$ 2.630,00**	**-R$ 2.650,00**	**-R$ 30.560,00**
2.1.1	Itens de decoração	R$ -	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 9.600,00
2.1.2	Balões	R$ -	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 15.000,00
2.1.3	Manutenção	R$ -	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 3.000,00
2.1.4	Materiais de limpeza	R$ -	-R$ 190,00	-R$ 200,00	-R$ 220,00	-R$ 230,00	-R$ 240,00	-R$ 220,00	-R$ 210,00	-R$ 240,00	-R$ 250,00	-R$ 280,00	-R$ 330,00	-R$ 350,00	-R$ 2.960,00
2.2	**DESPESAS COM PESSOAL**	**R$ -**	**R$ -**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 5.276,51**	**-R$ 5.186,96**	**-R$ 47.877,73**
2.2.1	Salários	R$ -	R$ -	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 24.626,14
2.2.2	13º salário	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 1.119,37	-R$ 1.029,82	-R$ 2.149,19
2.2.3	Férias	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.2.4	Medicina da segurança e do trabalho	R$ -	R$ -	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 381,70
2.2.5	Encargos sobre os funcionários	R$ -	R$ -	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 2.570,70
2.2.6	Limpeza terceirizada	R$ -	R$ -	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 8.800,00
2.2.7	Segurança terceirizada	R$ -	R$ -	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 9.350,00
2.3	**DESPESAS ADMINISTRATIVAS**	**R$ -**	**-R$ 4.138,22**	**-R$ 2.658,22**	**-R$ 2.698,22**	**-R$ 2.718,22**	**-R$ 2.738,22**	**-R$ 2.698,22**	**-R$ 2.678,22**	**-R$ 2.738,22**	**-R$ 2.758,22**	**-R$ 2.818,22**	**-R$ 2.918,22**	**-R$ 2.958,22**	**-R$ 34.518,64**
2.3.1	Reserva para o gerenciamento de marketing	R$ -	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 2.400,00
2.3.2	Materiais de escritório	R$ -	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 1.800,00
2.3.3	Contabilidade	R$ -	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 6.000,00
2.3.4	Internet	R$ -	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 1.200,00
2.3.5	Pro-labore	R$ -	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 10.658,64
2.3.6	Telefone Móvel	R$ -	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 2.400,00
2.3.7	Aluguel máquina de cartão	R$ -	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 960,00
2.3.8	Monitoramento de alarme	R$ -	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 1.320,00
2.3.9	Água	R$ -	-R$ 180,00	-R$ 190,00	-R$ 210,00	-R$ 220,00	-R$ 230,00	-R$ 210,00	-R$ 200,00	-R$ 230,00	-R$ 240,00	-R$ 270,00	-R$ 320,00	-R$ 340,00	-R$ 2.840,00
2.3.10	Energia elétrica	R$ -	-R$ 230,00	-R$ 240,00	-R$ 260,00	-R$ 270,00	-R$ 280,00	-R$ 260,00	-R$ 250,00	-R$ 280,00	-R$ 290,00	-R$ 320,00	-R$ 370,00	-R$ 390,00	-R$ 3.440,00
2.3.11	Sistema de Notas Fiscais Eletrônicas	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.3.12	Certificado Digital	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.3.13	Reserva para taxas de funcionamento da empresa	R$ -	-R$ 1.500,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 1.500,00
2.4	**DESPESAS TRIBUTÁRIAS**	**R$ -**	**-R$ 378,00**	**-R$ 435,00**	**-R$ 576,00**	**-R$ 645,00**	**-R$ 675,00**	**-R$ 567,00**	**-R$ 501,00**	**-R$ 711,00**	**-R$ 741,00**	**-R$ 891,00**	**-R$ 1.170,00**	**-R$ 1.263,00**	**-R$ 8.553,00**
2.4.1	Simples Nacional	R$ -	-R$ 378,00	-R$ 435,00	-R$ 576,00	-R$ 645,00	-R$ 675,00	-R$ 567,00	-R$ 501,00	-R$ 711,00	-R$ 741,00	-R$ 891,00	-R$ 1.170,00	-R$ 1.263,00	-R$ 8.553,00
2.5	**INVESTIMENTO**	**-R$ 516.298,97**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**-R$ 516.298,97**
2.5.1	Área de Marketing	-R$ 3.081,60	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 3.081,60
2.5.2	Infraestrutura	-R$ 440.000,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 440.000,00
2.5.3	Materiais para o salão	-R$ 22.422,40	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 22.422,40
2.5.4	Materiais para a área infantil	-R$ 5.429,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 5.429,00
2.5.5	Materiais para os banheiros	-R$ 681,16	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 681,16
2.5.6	Materiais para a sala de reuniões	-R$ 5.143,39	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 5.143,39
2.5.7	Materiais para a cozinha e lavanderia	-R$ 11.481,60	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 11.481,60
2.5.8	Materiais para o depósito	-R$ 3.843,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 3.843,00
2.5.9	Materiais para a decoração	-R$ 7.441,50	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 7.441,50
2.5.10	Materiais de pelúcia	-R$ 6.511,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 6.511,00
2.5.11	Painéis de tecido	-R$ 3.695,50	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 3.695,50
2.5.12	Materiais de escritório	-R$ 385,71	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 385,71
2.5.13	Materiais de limpeza	-R$ 294,31	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 294,31
2.5.14	Balões	-R$ 622,80	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 622,80
2.5.15	Terceirizados	-R$ 2.516,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 2.516,00
2.5.16	Manutenção	-R$ 250,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 250,00
2.5.17	Despesas administrativas	-R$ 2.500,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 2.500,00
	SALDO INICIAL	R$ -	R$ 30.000,00	R$ 27.493,78	R$ 23.627,80	R$ 22.429,25	R$ 22.769,88	R$ 24.471,68	R$ 23.782,10	R$ 23.019,57	R$ 23.612,24	R$ 25.086,77	R$ 28.704,48	R$ 34.853,39	R$ 43.910,98
	TOTAL DE ENTRADAS	R$ 546.298,97	R$ 4.500,00	R$ 5.884,38	R$ 8.752,81	R$ 10.390,99	R$ 11.812,16	R$ 9.252,78	R$ 9.083,83	R$ 10.739,03	R$ 11.680,89	R$ 14.064,07	R$ 18.143,64	R$ 21.115,77	R$ 135.420,35
	TOTAL DE SAÍDAS	-R$ 516.298,97	-R$ 7.006,22	-R$ 9.750,36	-R$ 9.951,36	-R$ 10.050,36	-R$ 10.110,36	-R$ 9.942,36	-R$ 9.846,36	-R$ 10.146,36	-R$ 10.206,36	-R$ 10.446,36	-R$ 11.994,73	-R$ 12.058,18	-R$ 121.509,37
	GERAÇÃO DE CAIXA (MÊS)	R$ 30.000,00	-R$ 2.506,22	-R$ 3.865,98	-R$ 1.198,55	R$ 340,63	R$ 1.701,80	-R$ 689,58	-R$ 762,53	R$ 592,67	R$ 1.474,53	R$ 3.617,71	R$ 6.148,91	R$ 9.057,59	R$ 13.910,98
	SALDO CAIXA ACUMULADO	**R$ 30.000,00**	**R$ 27.493,78**	**R$ 23.627,80**	**R$ 22.429,25**	**R$ 22.769,88**	**R$ 24.471,68**	**R$ 23.782,10**	**R$ 23.019,57**	**R$ 23.612,24**	**R$ 25.086,77**	**R$ 28.704,48**	**R$ 34.853,39**	**R$ 43.910,98**	**R$ 43.910,98**

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Para o ano 1 dentro do cenário otimista, a autora obteve retorno além do seu saldo inicial de capital de giro de R$ 30.000,00, encerrando o ano com R$ 43.910,48 em caixa.

Já para o ano 2 considerando as novas projeções de vendas, custos e despesas variáveis a autora obteve os seguintes valores presentes na Figura 48.

Figura 48 – Fluxo de caixa ano 2 no cenário otimista

ANO 2															
		até 31/12	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	TOTAL
1	**TOTAL DE ENTRADAS**	**R$ -**	**R$ 11.176,61**	**R$ 11.172,82**	**R$ 10.737,61**	**R$ 12.513,53**	**R$ 13.195,57**	**R$ 10.799,10**	**R$ 10.085,56**	**R$ 12.824,99**	**R$ 13.494,28**	**R$ 17.985,78**	**R$ 21.978,23**	**R$ 23.380,57**	**R$ 169.344,65**
1.1	Capital Próprio Investido na empresa	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
1.2	Receita de vendas a vista	R$ -	R$ 6.335,00	R$ 7.527,28	R$ 7.968,75	R$ 9.461,54	R$ 10.135,72	R$ 7.997,73	R$ 7.527,28	R$ 10.237,50	R$ 10.376,67	R$ 14.392,86	R$ 17.538,00	R$ 17.746,00	R$ 127.244,33
1.3	Receita de vendas a prazo	R$ -	R$ 4.841,61	R$ 3.645,54	R$ 2.768,86	R$ 3.051,99	R$ 3.059,85	R$ 2.801,37	R$ 2.558,28	R$ 2.587,49	R$ 3.117,61	R$ 3.592,92	R$ 4.440,23	R$ 5.634,57	R$ 42.100,32
2	**TOTAL SAÍDAS**	**R$ -**	**-R$ 15.924,24**	**-R$ 10.026,36**	**-R$ 10.110,36**	**-R$ 10.203,36**	**-R$ 10.269,36**	**-R$ 10.026,36**	**-R$ 10.026,36**	**-R$ 10.314,36**	**-R$ 10.374,36**	**-R$ 10.875,36**	**-R$ 12.366,73**	**-R$ 12.256,18**	**-R$ 132.773,39**
2.1	**DESPESAS DE PRODUÇÃO**	**R$ -**	**-R$ 2.520,00**	**-R$ 2.530,00**	**-R$ 2.540,00**	**-R$ 2.550,00**	**-R$ 2.560,00**	**-R$ 2.530,00**	**-R$ 2.530,00**	**-R$ 2.560,00**	**-R$ 2.570,00**	**-R$ 2.630,00**	**-R$ 2.670,00**	**-R$ 2.670,00**	**-R$ 30.860,00**
2.1.1	Itens de decoração	R$ -	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 9.600,00
2.1.2	Balões	R$ -	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 1.250,00	-R$ 15.000,00
2.1.3	Manutenção	R$ -	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 250,00	-R$ 3.000,00
2.1.4	Materiais de limpeza	R$ -	-R$ 220,00	-R$ 230,00	-R$ 240,00	-R$ 250,00	-R$ 260,00	-R$ 230,00	-R$ 230,00	-R$ 260,00	-R$ 270,00	-R$ 330,00	-R$ 370,00	-R$ 370,00	-R$ 3.260,00
2.2	**DESPESAS COM PESSOAL**	**R$ -**	**-R$ 6.963,02**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 4.157,14**	**-R$ 5.276,51**	**-R$ 5.186,96**	**-R$ 54.840,75**
2.2.1	Salários	R$ -	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 2.238,74	-R$ 26.864,88
2.2.2	13º salário	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 1.119,37	-R$ 1.029,82	-R$ 2.149,19
2.2.3	Férias	R$ -	-R$ 2.805,88	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 2.805,88
2.2.4	Medicina da segurança e do trabalho	R$ -	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 34,70	-R$ 416,40
2.2.5	Encargos sobre os funcionários	R$ -	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 233,70	-R$ 2.804,40
2.2.6	Limpeza terceirizada	R$ -	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 800,00	-R$ 9.600,00
2.2.7	Segurança terceirizada	R$ -	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 850,00	-R$ 10.200,00
2.3	**DESPESAS ADMINISTRATIVAS**	**R$ -**	**-R$ 5.898,22**	**-R$ 2.718,22**	**-R$ 2.738,22**	**-R$ 2.758,22**	**-R$ 2.778,22**	**-R$ 2.718,22**	**-R$ 2.718,22**	**-R$ 2.778,22**	**-R$ 2.798,22**	**-R$ 2.918,22**	**-R$ 2.998,22**	**-R$ 2.998,22**	**-R$ 36.818,64**
2.3.1	Reserva para o gerenciamento de marketing	R$ -	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 2.400,00
2.3.2	Materiais de escritório	R$ -	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 150,00	-R$ 1.800,00
2.3.3	Contabilidade	R$ -	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 500,00	-R$ 6.000,00
2.3.4	Internet	R$ -	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 100,00	-R$ 1.200,00
2.3.5	Pro-labore	R$ -	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 888,22	-R$ 10.658,64
2.3.6	Telefone Móvel	R$ -	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 200,00	-R$ 2.400,00
2.3.7	Aluguel máquina de cartão	R$ -	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 80,00	-R$ 960,00
2.3.8	Monitoramento de alarme	R$ -	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 110,00	-R$ 1.320,00
2.3.9	Água	R$ -	-R$ 210,00	-R$ 220,00	-R$ 230,00	-R$ 240,00	-R$ 250,00	-R$ 220,00	-R$ 220,00	-R$ 250,00	-R$ 260,00	-R$ 320,00	-R$ 360,00	-R$ 360,00	-R$ 3.140,00
2.3.10	Energia elétrica	R$ -	-R$ 260,00	-R$ 270,00	-R$ 280,00	-R$ 290,00	-R$ 300,00	-R$ 270,00	-R$ 270,00	-R$ 300,00	-R$ 310,00	-R$ 370,00	-R$ 410,00	-R$ 410,00	-R$ 3.740,00
2.3.11	Sistema de Notas Fiscais Eletrônicas	R$ -	-R$ 1.700,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 1.700,00
2.3.12	Certificado Digital	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.3.13	Reserva para taxas de funcionamento da empresa	R$ -	-R$ 1.500,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 1.500,00
2.4	**DESPESAS TRIBUTÁRIAS**	**R$ -**	**-R$ 543,00**	**-R$ 621,00**	**-R$ 675,00**	**-R$ 738,00**	**-R$ 774,00**	**-R$ 621,00**	**-R$ 621,00**	**-R$ 819,00**	**-R$ 849,00**	**-R$ 1.170,00**	**-R$ 1.422,00**	**-R$ 1.401,00**	**-R$ 10.254,00**
2.4.1	Simples Nacional	R$ -	-R$ 543,00	-R$ 621,00	-R$ 675,00	-R$ 738,00	-R$ 774,00	-R$ 621,00	-R$ 621,00	-R$ 819,00	-R$ 849,00	-R$ 1.170,00	-R$ 1.422,00	-R$ 1.401,00	-R$ 10.254,00
2.5	**INVESTIMENTO**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**
2.5.1	Área de Marketing	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.2	Infraestrutura	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.3	Materiais para o salão	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.4	Materiais para a área infantil	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.5	Materiais para os banheiros	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.6	Materiais para a sala de reuniões	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.7	Materiais para a cozinha e lavanderia	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.8	Materiais para o depósito	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.9	Materiais para a decoração	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.10	Materiais de pelúcia	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.11	Painéis de tecido	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.12	Materiais de escritório	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.13	Materiais de limpeza	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.14	Balões	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.15	Terceirizados	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.16	Manutenção	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.17	Despesas administrativas	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
															R$ -
	SALDO INICIAL	R$ 43.910,98	R$ 43.910,98	R$ 39.163,35	R$ 40.309,81	R$ 40.937,06	R$ 43.247,23	R$ 46.173,44	R$ 46.946,18	R$ 47.005,38	R$ 49.516,01	R$ 52.635,93	R$ 59.746,35	R$ 69.357,85	R$ 80.482,24
	TOTAL DE ENTRADAS	R$ -	R$ 11.176,61	R$ 11.172,82	R$ 10.737,61	R$ 12.513,53	R$ 13.195,57	R$ 10.799,10	R$ 10.085,56	R$ 12.824,99	R$ 13.494,28	R$ 17.985,78	R$ 21.978,23	R$ 23.380,57	R$ 169.344,65
	TOTAL DE SAÍDAS	R$ -	-R$ 15.924,24	-R$ 10.026,36	-R$ 10.110,36	-R$ 10.203,36	-R$ 10.269,36	-R$ 10.026,36	-R$ 10.026,36	-R$ 10.314,36	-R$ 10.374,36	-R$ 10.875,36	-R$ 12.366,73	-R$ 12.256,18	-R$ 132.773,39
	GERAÇÃO DE CAIXA (MÊS)	R$ -	-R$ 4.747,63	R$ 1.146,46	R$ 627,25	R$ 2.310,17	R$ 2.926,21	R$ 772,74	R$ 59,20	R$ 2.510,63	R$ 3.119,92	R$ 7.110,42	R$ 9.611,50	R$ 11.124,39	R$ 36.571,26
	SALDO CAIXA ACUMULADO	**R$ 43.910,98**	**R$ 39.163,35**	**R$ 40.309,81**	**R$ 40.937,06**	**R$ 43.247,23**	**R$ 46.173,44**	**R$ 46.946,18**	**R$ 47.005,38**	**R$ 49.516,01**	**R$ 52.635,93**	**R$ 59.746,35**	**R$ 69.357,85**	**R$ 80.482,24**	**R$ 80.482,24**

Fonte: elaborado pela autora (2019).

No segundo ano a empresa manteve o saldo de caixa acumulado anual positivo, aumentando de R$ 43.910,48 para R$ 80.482,24.

Através destes resultados a sócia desenvolveu o fluxo de caixa até o quinto ano de empresa e obteve os saldos conforme Figura 49.

Figura 49 – Fluxo de caixa dos 5 anos da empresa no cenário otimista

		ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
1	**TOTAL DE ENTRADAS**	**R$ 681.719,32**	**R$ 169.344,65**	**R$ 214.385,00**	**R$ 248.050,00**	**R$ 298.950,00**
1.1	Capital Próprio Investido na empresa	R$ 546.298,97	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
1.2	Receita de vendas a vista	R$ 104.997,23	R$ 127.244,33	R$ 152.161,65	R$ 182.748,96	R$ 221.392,22
1.3	Receita de vendas a prazo	R$ 30.423,12	R$ 42.100,32	R$ 62.223,35	R$ 65.301,04	R$ 77.557,78
2	**TOTAL SAÍDAS**	-R$ 637.808,34	-R$ 132.773,39	-R$ 136.051,69	-R$ 142.216,44	-R$ 148.585,25
2.1	**DESPESAS DE PRODUÇÃO**	**-R$ 30.560,00**	**-R$ 30.860,00**	**-R$ 31.190,00**	**-R$ 31.550,00**	**-R$ 31.950,00**
2.1.1	Itens de decoração	-R$ 9.600,00	-R$ 9.600,00	-R$ 9.600,00	-R$ 9.600,00	-R$ 9.600,00
2.1.2	Balões	-R$ 15.000,00	-R$ 15.000,00	-R$ 15.000,00	-R$ 15.000,00	-R$ 15.000,00
2.1.3	Manutenção	-R$ 3.000,00	-R$ 3.000,00	-R$ 3.000,00	-R$ 3.000,00	-R$ 3.000,00
2.1.4	Materiais de limpeza	-R$ 2.960,00	-R$ 3.260,00	-R$ 3.590,00	-R$ 3.950,00	-R$ 4.350,00
2.2	**DESPESAS COM PESSOAL**	**-R$ 47.877,73**	**-R$ 54.840,75**	**-R$ 54.840,75**	**-R$ 54.840,75**	**-R$ 54.840,75**
2.2.1	Salários	-R$ 24.626,14	-R$ 26.864,88	-R$ 26.864,88	-R$ 26.864,88	-R$ 26.864,88
2.2.2	13º salário	-R$ 2.149,19	-R$ 2.149,19	-R$ 2.149,19	-R$ 2.149,19	-R$ 2.149,19
2.2.3	Férias	R$ -	-R$ 2.805,88	-R$ 2.805,88	-R$ 2.805,88	-R$ 2.805,88
2.2.4	Medicina da segurança e do trabalho	-R$ 381,70	-R$ 416,40	-R$ 416,40	-R$ 416,40	-R$ 416,40
2.2.5	Encargos sobre os funcionários	-R$ 2.570,70	-R$ 2.804,40	-R$ 2.804,40	-R$ 2.804,40	-R$ 2.804,40
2.2.6	Limpeza terceirizada	-R$ 8.800,00	-R$ 9.600,00	-R$ 9.600,00	-R$ 9.600,00	-R$ 9.600,00
2.2.7	Segurança terceirizada	-R$ 9.350,00	-R$ 10.200,00	-R$ 10.200,00	-R$ 10.200,00	-R$ 10.200,00
2.3	**DESPESAS ADMINISTRATIVAS**	**-R$ 34.518,64**	**-R$ 36.818,64**	**-R$ 37.228,64**	**-R$ 38.388,64**	**-R$ 38.608,64**
2.3.1	Reserva para o gerenciamento de marketing	-R$ 2.400,00	-R$ 2.400,00	-R$ 2.400,00	-R$ 2.400,00	-R$ 2.400,00
2.3.2	Materiais de escritório	-R$ 1.800,00	-R$ 1.800,00	-R$ 1.800,00	-R$ 1.800,00	-R$ 1.800,00
2.3.3	Contabilidade	-R$ 6.000,00	-R$ 6.000,00	-R$ 6.000,00	-R$ 6.000,00	-R$ 6.000,00
2.3.4	Internet	-R$ 1.200,00	-R$ 1.200,00	-R$ 1.200,00	-R$ 1.200,00	-R$ 1.200,00
2.3.5	Pro-labore	-R$ 10.658,64	-R$ 10.658,64	-R$ 10.658,64	-R$ 10.658,64	-R$ 10.658,64
2.3.6	Telefone Móvel	-R$ 2.400,00	-R$ 2.400,00	-R$ 2.400,00	-R$ 2.400,00	-R$ 2.400,00
2.3.7	Aluguel máquina de cartão	-R$ 960,00	-R$ 960,00	-R$ 960,00	-R$ 960,00	-R$ 960,00
2.3.8	Monitoramento de alarme	-R$ 1.320,00	-R$ 1.320,00	-R$ 1.320,00	-R$ 1.320,00	-R$ 1.320,00
2.3.9	Água	-R$ 2.840,00	-R$ 3.140,00	-R$ 3.390,00	-R$ 3.900,00	-R$ 4.200,00
2.3.10	Energia elétrica	-R$ 3.440,00	-R$ 3.740,00	-R$ 3.900,00	-R$ 4.250,00	-R$ 4.470,00
2.3.11	Sistema de Notas Fiscais Eletrônicas	R$ -	-R$ 1.700,00	-R$ 1.700,00	-R$ 1.700,00	-R$ 1.700,00
2.3.12	Certificado Digital	R$ -	R$ -	R$ -	-R$ 300,00	R$ -
2.3.13	Reserva para taxas de funcionamento da empresa	-R$ 1.500,00	-R$ 1.500,00	-R$ 1.500,00	-R$ 1.500,00	-R$ 1.500,00
2.4	**DESPESAS TRIBUTÁRIAS**	**-R$ 8.553,00**	**-R$ 10.254,00**	**-R$ 12.792,30**	**-R$ 17.437,05**	**-R$ 23.185,86**
2.4.1	Simples Nacional	-R$ 8.553,00	-R$ 10.254,00	-R$ 12.792,30	-R$ 17.437,05	-R$ 23.185,86
2.5	**INVESTIMENTO**	**-R$ 516.298,97**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**
2.5.1	Área de Marketing	-R$ 3.081,60	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.2	Infraestrutura	-R$ 440.000,00	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.3	Materiais para o salão	-R$ 22.422,40	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.4	Materiais para a área infantil	-R$ 5.429,00	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.5	Materiais para os banheiros	-R$ 681,16	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.6	Materiais para a sala de reuniões	-R$ 5.143,39	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.7	Materiais para a cozinha e lavanderia	-R$ 11.481,60	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.8	Materiais para o depósito	-R$ 3.843,00	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.9	Materiais para a decoração	-R$ 7.441,50	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.10	Materiais de pelúcia	-R$ 6.511,00	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.11	Painéis de tecido	-R$ 3.695,50	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.12	Materiais de escritório	-R$ 385,71	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.13	Materiais de limpeza	-R$ 294,31	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.14	Balões	-R$ 622,80	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.15	Terceirizados	-R$ 2.516,00	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.16	Manutenção	-R$ 250,00	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
2.5.17	Despesas administrativas	-R$ 2.500,00	**R$ -**	R$ -	R$ -	R$ -
	SALDO INICIAL	R$ 30.000,00	R$ 43.910,98	R$ 80.482,24	R$ 158.815,55	R$ 264.649,11
	TOTAL DE ENTRADAS	R$ 135.420,35	R$ 169.344,65	R$ 214.385,00	R$ 248.050,00	R$ 298.950,00
	TOTAL DE SAÍDAS	-R$ 121.509,37	-R$ 132.773,39	-R$ 136.051,69	-R$ 142.216,44	-R$ 148.585,25
	GERAÇÃO DE CAIXA (MÊS)	R$ 13.910,98	R$ 36.571,26	R$ 78.333,31	R$ 105.833,56	R$ 150.364,75
	SALDO CAIXA ACUMULADO	**R$ 43.910,98**	**R$ 80.482,24**	**R$ 158.815,55**	**R$ 264.649,11**	**R$ 415.013,86**

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Em comparativo com os valores encontrados nos fluxos dos cinco anos de atividades da empresa no cenário realista, observa-se que os saldos no cenário otimista são bem mais expressivos. No quinto ano do cenário realista a Lolli Festas e Eventos encerrou o ano com um acumulado de R$ 144.984,91, já no quinto ano do cenário otimista, a empresa alcançou um saldo positivo de R$ 415.013,86, quase três vezes a mais que no cenário realista.

7.10.2 Demonstração de resultado do exercício no cenário otimista

Para o primeiro ano de empresa no cenário otimista a sócia projetou a DRE conforme Figura 50, de acordo com o desenvolvimento dos fluxos desenvolvidos.

Figura 50 – Demonstração de resultado do ano 1 no cenário otimista

DRE ANO 1													
	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	TOTAL
(=)RECEITA BRUTA	**R$ 4.500,00**	**R$ 5.884,38**	**R$ 8.752,81**	**R$ 10.390,99**	**R$ 11.812,16**	**R$ 9.252,78**	**R$ 9.083,83**	**R$ 10.739,03**	**R$ 11.680,89**	**R$ 14.064,07**	**R$ 18.143,64**	**R$ 21.115,77**	**R$ 135.420,35**
(-)DEDUÇÕES													
(-) Impostos	-R$ 378,00	-R$ 435,00	-R$ 576,00	-R$ 645,00	-R$ 675,00	-R$ 567,00	-R$ 501,00	-R$ 711,00	-R$ 741,00	-R$ 891,00	-R$ 1.170,00	-R$ 1.263,00	-R$ 8.553,00
(=)RECEITA LÍQUIDA	**R$ 4.122,00**	**R$ 5.449,38**	**R$ 8.176,81**	**R$ 9.745,99**	**R$ 11.137,16**	**R$ 8.685,78**	**R$ 8.582,83**	**R$ 10.028,03**	**R$ 10.939,89**	**R$ 13.173,07**	**R$ 16.973,64**	**R$ 19.852,77**	**R$ 126.867,35**
(-) Custos de Produção	-R$ 2.490,00	-R$ 2.500,00	-R$ 2.520,00	-R$ 2.530,00	-R$ 2.540,00	-R$ 2.520,00	-R$ 2.510,00	-R$ 2.540,00	-R$ 2.550,00	-R$ 2.580,00	-R$ 2.630,00	-R$ 2.650,00	-R$ 30.560,00
(=)LUCRO BRUTO	**R$ 1.632,00**	**R$ 2.949,38**	**R$ 5.656,81**	**R$ 7.215,99**	**R$ 8.597,16**	**R$ 6.165,78**	**R$ 6.072,83**	**R$ 7.488,03**	**R$ 8.389,89**	**R$ 10.593,07**	**R$ 14.343,64**	**R$ 17.202,77**	**R$ 96.307,35**
(-) Despesas com Pessoal	R$ -	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 5.276,51	-R$ 5.186,96	-R$ 47.877,73
(-) Despesas Administrativas	-R$ 4.138,22	-R$ 2.658,22	-R$ 2.698,22	-R$ 2.718,22	-R$ 2.738,22	-R$ 2.698,22	-R$ 2.678,22	-R$ 2.738,22	-R$ 2.758,22	-R$ 2.818,22	-R$ 2.918,22	-R$ 2.958,22	-R$ 34.518,64
(=)RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO	**-R$ 2.506,22**	**-R$ 3.865,98**	**-R$ 1.198,55**	**R$ 340,63**	**R$ 1.701,80**	**-R$ 689,58**	**-R$ 762,53**	**R$ 592,67**	**R$ 1.474,53**	**R$ 3.617,71**	**R$ 6.148,91**	**R$ 9.057,59**	**R$ 13.910,98**
(=) LUCRO LÍQUIDO	**-R$ 2.506,22**	**-R$ 3.865,98**	**-R$ 1.198,55**	**R$ 340,63**	**R$ 1.701,80**	**-R$ 689,58**	**-R$ 762,53**	**R$ 592,67**	**R$ 1.474,53**	**R$ 3.617,71**	**R$ 6.148,91**	**R$ 9.057,59**	**R$ 13.910,98**

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Conforme se pode observar na Figura 50, a empresa no primeiro ano do cenário otimista obteve um lucro de R$ 13.910,98, sendo que no ano um do cenário realista a empresa obteve um prejuízo de R$ 19.504,09.

No segundo ano a empresa também obteve um resultado positivo, conforme apresentado na Figura 51.

Figura 51 – Demonstração de resultado do ano 2 no cenário otimista

DRE ANO 2													
	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	TOTAL
(=)RECEITA BRUTA	**R$ 11.176,61**	**R$ 11.172,82**	**R$ 10.737,61**	**R$ 12.513,53**	**R$ 13.195,57**	**R$ 10.799,10**	**R$ 10.085,56**	**R$ 12.824,99**	**R$ 13.494,28**	**R$ 17.985,78**	**R$ 21.978,23**	**R$ 23.380,57**	**R$ 169.344,65**
(-)DEDUÇÕES													
(-) Impostos	-R$ 543,00	-R$ 621,00	-R$ 675,00	-R$ 738,00	-R$ 774,00	-R$ 621,00	-R$ 621,00	-R$ 819,00	-R$ 849,00	-R$ 1.170,00	-R$ 1.422,00	-R$ 1.401,00	-R$ 10.254,00
(=)RECEITA LÍQUIDA	**R$ 10.633,61**	**R$ 10.551,82**	**R$ 10.062,61**	**R$ 11.775,53**	**R$ 12.421,57**	**R$ 10.178,10**	**R$ 9.464,56**	**R$ 12.005,99**	**R$ 12.645,28**	**R$ 16.815,78**	**R$ 20.556,23**	**R$ 21.979,57**	**R$ 159.090,65**
(-) Custos de Produção	-R$ 2.520,00	-R$ 2.530,00	-R$ 2.540,00	-R$ 2.550,00	-R$ 2.560,00	-R$ 2.530,00	-R$ 2.530,00	-R$ 2.560,00	-R$ 2.570,00	-R$ 2.630,00	-R$ 2.670,00	-R$ 2.670,00	-R$ 30.860,00
(=)LUCRO BRUTO	**R$ 8.113,61**	**R$ 8.021,82**	**R$ 7.522,61**	**R$ 9.225,53**	**R$ 9.861,57**	**R$ 7.648,10**	**R$ 6.934,56**	**R$ 9.445,99**	**R$ 10.075,28**	**R$ 14.185,78**	**R$ 17.886,23**	**R$ 19.309,57**	**R$ 128.230,65**
(-) Despesas com Pessoal	-R$ 6.963,02	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 4.157,14	-R$ 5.276,51	-R$ 5.186,96	-R$ 54.840,75
(-) Despesas Administrativas	-R$ 5.898,22	-R$ 2.718,22	-R$ 2.738,22	-R$ 2.758,22	-R$ 2.778,22	-R$ 2.718,22	-R$ 2.718,22	-R$ 2.778,22	-R$ 2.798,22	-R$ 2.918,22	-R$ 2.998,22	-R$ 2.998,22	-R$ 36.818,64
(=)RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO	**-R$ 4.747,63**	**R$ 1.146,46**	**R$ 627,25**	**R$ 2.310,17**	**R$ 2.926,21**	**R$ 772,74**	**R$ 59,20**	**R$ 2.510,63**	**R$ 3.119,92**	**R$ 7.110,42**	**R$ 9.611,50**	**R$ 11.124,39**	**R$ 36.571,26**
(=) LUCRO LÍQUIDO	**-R$ 4.747,63**	**R$ 1.146,46**	**R$ 627,25**	**R$ 2.310,17**	**R$ 2.926,21**	**R$ 772,74**	**R$ 59,20**	**R$ 2.510,63**	**R$ 3.119,92**	**R$ 7.110,42**	**R$ 9.611,50**	**R$ 11.124,39**	**R$ 36.571,26**

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Já a Figura 52 apresenta a projeção de DRE para os cinco anos de atividades da empresa no cenário otimista.

Figura 52 – Demonstração de resultado ao ano 1 ao ano 5 no cenário otimista

DRE ANOS 1,2.3,4 e 5					
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
(=)RECEITA BRUTA	**R$ 135.420,35**	**R$ 169.344,65**	**R$ 214.385,00**	**R$ 248.050,00**	**R$ 298.950,00**
(-)DEDUÇÕES					
(-) Impostos	-R$ 8.553,00	-R$ 10.254,00	-R$ 12.792,30	-R$ 17.437,05	-R$ 23.185,86
(=)RECEITA LÍQUIDA	**R$ 126.867,35**	**R$ 159.090,65**	**R$ 201.592,70**	**R$ 230.612,95**	**R$ 275.764,14**
(-) Custos de Produção	-R$ 30.560,00	-R$ 30.860,00	-R$ 31.190,00	-R$ 31.550,00	-R$ 31.950,00
(=)LUCRO BRUTO	**R$ 96.307,35**	**R$ 128.230,65**	**R$ 170.402,70**	**R$ 199.062,95**	**R$ 243.814,14**
(-) Despesas com Pessoal	-R$ 47.877,73	-R$ 54.840,75	-R$ 54.840,75	-R$ 54.840,75	-R$ 54.840,75
(-) Despesas Administrativas	-R$ 34.518,64	-R$ 36.818,64	-R$ 37.228,64	-R$ 38.388,64	-R$ 38.608,64
(=)RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO	**R$ 13.910,98**	**R$ 36.571,26**	**R$ 78.333,31**	**R$ 105.833,56**	**R$ 150.364,75**
(=) LUCRO LÍQUIDO	**R$ 13.910,98**	**R$ 36.571,26**	**R$ 78.333,31**	**R$ 105.833,56**	**R$ 150.364,75**

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Através da análise da DRE dos cinco anos de atividade da empresa no cenário otimista, nota-se que em todos os anos a Lolli obtém rendimentos positivos, terminando o quinto ano com R$ 150.364,75.

7.10.3 Taxa interna de retorno (TIR)

A TIR dos cinco anos de atividade da empresa no cenário otimista foi obtida através da equação matemática realizada na calculadora HP12C conforme apresentado no Quadro 47.

Quadro 47 – Cálculo da TIR na HP12C no cenário otimista

TIR		
Investimento Inicial/DREs	Valores	Teclas HP12C
Investimento Inicial	546.298,97	CHS g Cfo
Fluxo de caixa Ano 1	43.910,98	CHS g CFj
Fluxo de caixa Ano 2	36.571,26	g CFj
Fluxo de caixa Ano 3	78.333,31	g CFj
Fluxo de caixa Ano 4	105.833,56	g CFj
Fluxo de caixa Ano 5	150.364,75	g CFj
		f IRR
TIR= -11,01		

Fonte: elaborado pela autora (2019).

De acordo com o cálculo realizado na calculadora HP12C apresentado no Quadro 47 é possível observar que mesmo no cenário otimista a autora não consegue obter retorno, a mesma continua negativa e inferior a taxa mínima de atratividade definida pela autora de 13%, o que classifica que o negócio não é viável.

7.10.4 *Payback*

Para a projeção do *payback* da empresa no cenário otimista, a sócia utilizou a fórmula do *payback* descontado, considerando a TMA definida de 13% conforme Figura 53.

Figura 53 – *Payback* descontado da empresa no cenário otimista

***PAYBACK* DESCONTADO**					
	Saldo do Investimento	TMA	Total	Saldo anual do caixa	Total
ANO 1	R$ 546.298,97	13%	R$ 617.317,84	R$ 43.910,98	R$ 573.406,86
ANO 2	R$ 573.406,86	13%	R$ 647.949,75	R$ 36.571,26	R$ 611.378,49
ANO 3	R$ 611.378,49	13%	R$ 690.857,69	R$ 78.333,31	R$ 612.524,38
ANO 4	R$ 612.524,38	13%	R$ 692.152,55	R$ 105.833,56	R$ 586.318,99
ANO 5	R$ 586.318,99	13%	R$ 662.540,46	R$ 150.364,75	R$ 512.175,71

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Diante dos resultados obtidos no cálculo do *payback* conforme Figura 53, a sócia pode observar que o negócio no cenário otimista até o terceiro ano irá necessitar de mais investimentos do que os já realizado, passando a diminuir somente a partir do quarto ano de atividade da empresa, ainda assim sem projeção de quantos anos serão necessários para recuperar o investimento realizado.

7.10.5 Valor presente líquido (VPL)

A partir da fórmula já apresentada na Figura 37 no Capítulo 7.9.4 deste trabalho, a autora considerando a TMA definida de 13% realizou o cálculo do valor presente líquido da empresa nos cinco anos no cenário otimista conforme Figura 54.

Figura 54 – Cálculo do VPL no cenário otimista

$$VPL = \frac{43.910,98}{(1+0,13)^1} + \frac{36.571,26}{(1+0,13)^2} + \frac{78.333,31}{(1+0,13)^3} + \frac{105.833,56}{(1+0,13)^4} + \frac{150.364,75}{(1+0,13)^5} - 546.298,97$$

$$VPL = \frac{43.910,98}{1,13} + \frac{36.571,26}{1,2769} + \frac{78.333,31}{1,4429} + \frac{105.833,56}{1,6305} + \frac{150.364,75}{1,8424} - 546.298,97$$

$$VPL = 38.859,27 + 28.640,66 + 54.288,80 + 64.908,65 + 81.613,52 - 546.298,97$$

$$VPL = 268.310,90 - 546.298,97$$

$$VPL = -277.988,07$$

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Através da análise do VPL da empresa apresentado na Figura 54, observa-se que mesmo no cenário otimista o projeto do novo negócio não é viável visto que o resultado do cálculo apresentou um valor negativo sendo este de R$ 277.988,07, ou seja, os fluxos de caixa dos primeiros cinco anos de atividade da empresa no cenário otimista continuam sendo inferiores ao valor investido no negócio, o que tornaria inviável dentro do cenário otimista neste prazo de tempo.

8 PLANOS DE CONTINGÊNCIAS E ANÁLISE DE RISCOS

Conforme Assaf Neto (2014, p. 13) em finanças:

> [...] o risco pode ser entendido como uma medida de incerteza associada aos retornos esperados de uma decisão de investimento. Dois importantes fatores determinam influências sobre o grau de risco de um ativo: volatilidade dos retornos e maturidade.

Ainda segundo Assaf Neto (2014, p. 13) "A volatilidade exprime a freqüência de flutuações verificadas em um fluxo de retornos e resultados futuros." Em outras palavras a volatilidade é a variação de perdas ou ganhos em um investimento. Já em relação a maturidade Assaf Neto (2014) explica que a mesma representa o prazo de vencimento deste investimento. Ambos são proporcionais ao risco, quanto maior o prazo de vencimento do investimento ou quanto maior a volatilidade, maior será o risco proporcionado por ele.

Complementando Hoji (2017) destaca que a análise dos riscos tem como objetivo a tomada de ações para reduzir a probabilidade de conseqüências negativas inesperadas associadas a um investimento.

Sobre plano de contingência Marinho (2016) afirma que são os processos alternativos que a empresa utiliza para continuar atuando durante os eventos que afetam as atividades necessárias para o funcionamento da empresa, ou seja, o plano de contingência é um plano para as possíveis emergências enfrentadas pela empresa, tendo como principal objetivo minimizar os prejuízos em situações negativas a fim de evitar medidas desesperadas por parte dos empreendedores.

Com isso o que fica evidente ao longo do plano de negócios é que a empresa Lolli Festas e Eventos não possui viabilidade econômica no cenário realista, dependendo de um volume maior que o previsto nas previsões de vendas para atingir seus objetivos financeiros.

Por isso cabe a empresa encontrar maneiras de viabilizar o faturamento esperado, seja focando em alguns pacotes de serviços específicos da empresa agregando outros atrativos que permitam que o os preços sejam reajustados.

Conforme Quadro 48, na possibilidade de a empresa alcançar um resultado próximo do esperado, a mesma enumerou as principais contingências em que ela está exposta buscando a solução anterior aos acontecimentos, sendo elas a diminuição nas vendas dos serviços de festas e eventos; falta de conhecimento dos clientes sobre a empresa e retração no mercado econômico.

Quadro 48 – Contingências x Ações

Contingências	**Ações**
Diminuição nas vendas dos serviços de festas e eventos	Realizar pesquisas com os clientes que já realizaram festas ou eventos no salão e buscar se informar sobre a opinião dos mesmos, a necessidade de mudanças, alterações ou acréscimos nos serviços; e buscar ações de fidelização dos clientes.
Falta de conhecimento dos clientes sobre a empresa	Investir em marketing e divulgação da empresa, contratando pessoas especializadas nesta área para disseminar o negócio no mercado atuante.
Retração no mercado econômico	Procurar se informar sobre a atual situação econômica do país e das cidades alvo do negócio, e se adaptar a possíveis mudanças ou corte de gastos desnecessários da empresa.

Fonte: elaborado pela autora (2019).

A empresa Lolli Festas e Eventos tentará se prevenir dos possíveis riscos enumerados, e caso ocorra algo buscará da forma mais rápida possível tomar as devidas providencias necessárias para dar continuidade no negócio e ter os menores prejuízos possíveis.

9 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

O presente trabalho buscou aprofundar, ao máximo, o estudo de um novo negócio de serviços de aluguel e decoração de festas e eventos em geral. Entretanto algumas modificações decorrentes do desenvolvimento de Trabalho de Conclusão de Curso 1 e outros dados específicos sobre o ramo de atuação limitaram as projeções realizadas pela autora.

No início do desenvolvimento deste trabalho a autora percebeu a necessidade de ampliar a ideia de negócio definida no TCC I, o que prejudicou a interpretação de alguns dados considerando que o questionário realizado e aplicado foi direcionado a um público específico de pais de crianças de um a oito anos de idade, e o público do novo negócio abrangeu outros públicos e outras possibilidades de serviços que eram restritos em um primeiro momento.

A falta de algumas perguntas e questionamentos limitou a autora sobre o entendimento das necessidades e expectativas dos atuais possíveis clientes do negócio da Lolli Festas e Eventos, fazendo então com que a autora projetasse com base em poucas informações as previsões de vendas e as novas opções de serviços oferecidos.

E por fim a última limitação enfrentada pela autora foi a falta de diálogo com outros empresários da região que atuam neste setor. A sócia interpretou que se tivesse procurado se informar com outros empreendedores quais as necessidades deste segmento, poderia ter esclarecido muitas dúvidas encontradas ao longo da produção do plano de negócio desenvolvido.

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A tomada de decisão é um processo, aonde em um primeiro momento é desenvolvida uma questão, depois são avaliadas as possibilidades de solução desta questão e, por fim, é tomada a melhor decisão.

Em um plano de negócios a principal questão a ser respondida é a viabilidade do projeto, saber se o investimento inicial aplicado do negócio obterá retornos superiores a taxa mínima de atratividade determinado pelo investidor.

O plano de negócio possibilita ao empreendedor uma visão sistêmica do negócio, considerando a análise mais aprofundada de cada parte que constitui a empresa.

Neste trabalho foi desenvolvida pela autora uma pesquisa de mercado em uma primeira análise, que demonstrou ter espaço no mercado atual para um novo negócio no segmento de festas e eventos. Entretanto ao longo do estudo de todos os custos, despesas e o investimento necessário para efetivar o projeto, a sócia percebeu a inviabilidade da proposta inicial desenvolvida pela mesma.

A sócia no início deste trabalho percebeu a necessidade de abranger outras possibilidades de serviços considerando o alto investimento necessário na infraestrutura do negócio. Por conta disso muitas das perguntas realizadas na pesquisa foram direcionadas ao público de festas infantis, ideia inicial da autora, prejudicando assim a interpretação real do projeto.

Porém, mesmo buscando novas informações sobre o segmento, o projeto que resultou no plano de negócios da empresa Lolli Festas e Eventos demonstrou que mesmo no cenário otimista, para que a empresa possua viabilidade econômica, deverá diminuir o investimento inicial, projetar um período de retorno mais longo ou investir em novos atrativos que possam agregar os serviços e possibilitar a sócia a cobrar valores mais altos.

No entendimento da autora, um salão de festas e eventos mesmo possuindo concorrência no mercado, apresenta possibilidades de retorno, pois observa-se uma dificuldade na locação de espaços na cidade que comportem um número menor de pessoas, o que conseqüentemente com a demanda geraria receitas positivas.

Porém para colocar em prática o negócio a sócia teria de investir uma quantia considerável de dinheiro e com a ideia de negócio o retorno seria lento. A mesma pode observar que caso conseguisse encontrar um espaço de aluguel para implantar a empresa, certamente obteria valores positivos de retorno e poderia investir em outros atrativos nos pacotes de serviços que gerariam um valor maior nas receitas obtidas.

Com isso, a acadêmica através deste trabalho pode demonstrar todo o aprendizado adquirido durante todo o curso de Administração, explorando todas as áreas positivas e negativas que compõem um novo empreendimento buscando estrutura nas bases estudadas ao longo do curso e através dos autores específicos de cada área.

Desta forma fica evidente que sem a realização de um plano de negócios a acadêmica teria cometido o erro de muitos empreendedores que investem em um negócio sem a totalidade de informações sobre o mercado consumidor, os custos e despesas, o valor necessário para investimento e margem de lucro, e assim provavelmente teria de encerrar suas atividades nos primeiros anos de atividades, ou remodelar a empresa perdendo tempo, dinheiro e esforço.

Por fim a autora irá continuar a análise do investimento posterior a este trabalho, considerando a vontade de colocar em prática a Lolli Festas e Eventos e o prazer que este projeto proporcionaria a acadêmica, entretanto para isso a mesma irá repensar os valores investidos e a possibilidade de refazer a ideia de negócio desenvolvido de outra forma para então buscar o retorno financeiro e a realização pessoal de poder ser empreendedora.

REFERÊNCIAS

ALVES, Elizeu Barroso. **Sistemas de informações em marketing**: uma visão 360º graus das informações mercadológicas. Curitiba: Intersaberes, 2018.

ART-LATEX. **Homepage**. c2015. Disponível em: <https://www.artlatex.com.br/>. Acesso em: 12 mar. 2019.

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças corporativas e valor**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

ASSAF NETO, Alexandre; LIMA, Fabiano Guasti. **Fundamentos de administração financeira**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

BALLONTECH. **Homepage**. c2019. Disponível em: <http://balloontech.com.br/>. Acesso em: 12 mar. 2019.

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BOHLANDER, George; SNELL, Scott. **Administração de recursos humanos**. 14. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

BORGES, João. **Brasil, novamente, à beira da recessão**. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/blog/joao-borges/post/2019/05/14/brasil-novamente-a-beira-da-recessao.ghtml>. Acesso em: 15 maio 2019.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **CBO:** classificação brasileira de ocupações. 2007-2017. Disponível em: <http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/home.jsf>. Acesso em: 22 abr. 2019.

BRETZKE, Miriam. Comportamento do cliente. *In:* DIAS, Sergio Roberto (Coord.). **Gestão de marketing**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2011. Capítulo 3, p. 37-98.

CASTRO, Luciano Thomé e; NEVES, Marcos Fava; CÔNSOLI, Matheus. **Administração de vendas**: planejamento, estratégia e gestão. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

CHING, Hong Yuh; MARQUES, Fernando; PRADO, Lucilene. **Contabilidade e finanças**: para não especialistas. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

CHOPRA, Sunil; MEINDL, Peter. **Gestão da cadeia de suprimentos**: estratégia, planejamento e operações. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

CHURCHILL JUNIOR, Gilbert A.; PETER, J. Paul. **Marketing**: criando valor para os clientes. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

CORRÊA, Henrique L.; CORRÊA, Carlos A. **Administração de produção e operações**: manufatura e serviços: uma abordagem estratégica. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

DAFT, Richard L. **Administração**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de materiais**: princípios, conceitos e gestão. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

DIAS, Sergio Roberto. Análise de mercado. *In:* DIAS, Sergio Roberto (Coord.). **Gestão de marketing**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2011a. Capítulo 2, p. 17-36.

DIAS, Sergio Roberto. Estratégia de distribuição. *In:* DIAS, Sergio Roberto (Coord.). **Gestão de marketing**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2011b. Capítulo 5, p. 127-144.

DIVULGADOR DE NOTÍCIAS – DINO. **Fatores indicam crescimento no setor de festas infantis**. 2018. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/dino/fatores-indicam-crescimento-no-setor-de-festas-infantis,667c7c5b3fd5a2ab6dd0ccd07f25737eh8xwripz.html>. Acesso em: 28 ago. 2018.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

EMPLOYER RH. **A contratação de terceirizados de acordo com a nova legislação trabalhista**. 2018. Disponível em: <https://www.employer.com.br/blog/a-contratacao-de-terceirizados-de-acordo-com-a-nova-legislacao-trabalhista/>. Acesso em: 03 maio 2019.

ETZEL, Michael J,; WALKER, Bruce J.; STANTON, William J. **Marketing**. São Paulo: Makron Books, 2001.

FALCINI, Primo. **Avaliação econômica de empresas**: técnica e prática. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

FERNANDES, Bruno Henrique Rocha; BERTON, Luiz Hamilton. **Administração estratégica**. São Paulo: Saraiva, 2007.

FERRARI, Hamilton. **Guerra comercial entre EUA e China afeta economia do Brasil**. 2019. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2019/05/14/internas_economia,1053577/guerra-comercial-entre-eua-e-china-afeta-economia-do-brasil.shtml>. Acesso em: 17 maio 2019.

FILION, Louis Jacques; DOLABELA, Fernando. **Boa Idéia! E Agora?:** Plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa. São Paulo: Cultura, 2000.

FRZ ARTESANATO EM MDF. **Homepage**. c2019. Disponível em: <http://www.frzmdf.com.br/>. Acesso em: 10 abr. 2019.

FUTRELL, Charles M. **Vendas**: fundamentos e novas práticas de gestão. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Gestão de pessoas**: enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Gestão de pessoas**: enfoque nos papéis estratégicos. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 10. ed. São Paulo: Addison Wesley, 2004.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

GITMAN, Lawrence J.; JOEHNK, Michael D. **Princípios de investimento**. 8 ed. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2005.

GITMAN, Lawrence J.; ZUTTER, Chad J. **Princípios de administração financeira**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2017.

GONÇALVES, Werik. **Psicologia das cores**: descubra o significado de cada cor e como usá-las para aumentar sua taxa de conversão! 2015. Disponível em: <https://marketingdeconteudo.com/psicologia-das-cores/>. Acesso em: 03 set. 2018.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira e orçamentária**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira na prática**: guia para educação financeira corporativa e gestão financeira pessoal. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍTICA – IBGE. **Economia**. 2015. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/canela/panorama>. Acesso em: 05 set. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍTICA – IBGE. **População**: Canela. 2018a. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/canela/panorama>. Acesso em: 10 abr. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍTICA – IBGE. **População**: Gramado. 2018b. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/gramado/panorama>. Acesso em: 10 abr. 2019.

IVANCEVICH, John M. **Gestão de recursos humanos**. 10. ed. São Paulo: Mcgraw Hill, 2008.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 9. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KRAJEWSKI, Lee; RITZMAN, Larry; MALHOTRA, Manoj. **Administração de produção e operações**. 8. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de marketing**: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2013.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de serviços**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing**: conceitos, exercícios, casos. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LIMEIRA, Tania Maria Vidigal. Administração de produtos. *In:* DIAS, Sergio Roberto (Coord.). **Gestão de marketing**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2011. Capítulo 4, p. 99-127.

MAGAZINE 25. **Homepage**. c2018. Disponível em: <https://www.magazine25.com.br/>. Acesso em: 12 mar. 2019.

MARINHO, Fernando. **Plano de contingência, continuidade ou recuperação de desastres? o que é mesmo que você precisa?** 2016. Disponível em: <https://blogsucessoempresarial.com/lano-de-contingencia-continuidade-ou-recuperacao-de-desastres-o-que-e-mesmo-que-eu-preciso/>. Acesso em: 28 maio 2019.

MARION, José Carlos. **Análise das demonstrações contábeis**: contabilidade empresarial. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos**: do operacional ao estratégico. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

MARTELLO, Alexandro. **Na 13ª queda seguida, mercado reduz previsão de alta do PIB para 1,23% em 2019**. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/05/27/na-13a-queda-seguida-mercado-reduz-previsao-de-alta-do-pib-para-123percent-em-2019.ghtml>. Acesso em: 27 maio 2019.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos.** 11. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

MARTINS, Petrônio G.; LAUGENI, Fernando P. **Administração da produção**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

MIGUEL, Nicolau André de. A venda pessoal. *In:* DIAS, Sergio Roberto (Coord.). **Gestão de marketing**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2011. Capítulo 12, p. 311-346.

MILKOVICH, George T.; BOUDREAU, John W. **Administração de recursos humanos**. São Paulo: Atlas, 2000.

MÜLLER, Carla Lidiane. **Simples Nacional 2018**: vamos aprender a calcular? 2018. Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/noticias/37822/simples-nacional-2018-vamos-aprender-a-calcular/>. Acesso em: 20 maio 2019.

NOGUEIRA, Cleber Suckow. **Planejamento estratégico**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia e práticas. 13. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

PSILLAKIS, Homero Miguel. Estratégias Mercadológicas. *In:* DIAS, Sergio Roberto (Coord.). **Gestão de marketing**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2011. Capítulo 16, p. 443-476.

REDAÇÃO E-COMMERCE NEWS. **Mercado de festas e eventos cresce 14% ao ano e tem boas projeções para 2019**. 2019. Disponível em: <https://ecommercenews.com.br/noticias/balancos/mercado-de-festas-e-eventos-cresce-14-ao-ano-e-tem-boas-projecoes-para-2019/>. Acesso em: 17 maio 2019.

REZENDE, Denis Alcides; ABREU, Aline França de. **Tecnologia da informação**: aplicada a sistemas de informação empresariais. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2013.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Casa de festas infantis**: exigências legais e específicas. [entre 2000 e 2018]. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-casa-de-festas-infantis,2a397a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 05 set. 2018.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Lei geral das micro e pequenas empresas**: confira as diferenças entre micro empresa, pequena empresa e MEI. 2019a. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 18 mar. 2019.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO RIO GRANDE DO SUL – SEBRAE/RS. **Perfil das cidades gaúchas**: Canela. 2019b. Disponível em: <http://datasebrae.com.br/municipios/rs/Perfil_Cidades_Gauchas-Canela.pdf>. Acesso em: 04 set. 2018.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO RIO GRANDE DO SUL – SEBRAE/RS. **Perfil das cidades gaúchas:** Gramado. 2019c. Disponível em: <http://datasebrae.com.br/municipios/rs/Perfil_Cidades_Gauchas-Gramado.pdf>. Acesso em: 04 set. 2018.

SILVA, José Pereira da. **Análise financeira das empresas**. 13. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2017.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SLACK, Nigel; JONES, Alistair Brandon; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

SOARES, Maria Thereza Rubim Camargo (Org.). **Liderança e desenvolvimento de equipes**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

TAVARES, Mauro Calixta. **Gestão estratégica**. São Paulo: Atlas, 2000.

WESTON, J. Fred; BRIGHAM, Eugene F. **Fundamentos da administração financeira**. 10. ed. São Paulo: Pearson Makron Books, 2000.

WRIGHT, Peter; KROLL, Mark J.; PARNELL, John. **Administração estratégica**: conceitos. São Paulo: Atlas, 2000.

ZDANOWICZ, Jose Eduardo. **Fluxo de caixa**: uma decisão de planejamento e controle financeiros. 6. ed. Porto Alegre: Sagra Dc Luzzatto, 1995.