

**FACULDADES SÃO JOSÉ
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBÉIS**

DANIELE CASTRO LOMBA

**PLANO DE NEGÓCIO
FLORESCER DECORAÇÕES**

Rio de Janeiro
2018

DANIELE CASTRO LOMBA

**PLANO DE NEGÓCIO
FLORESCER DECORAÇÕES**

Projeto de pesquisa apresentado para a
Disciplina de TCC II, Plano de Negócio
sob a orientação do Prof.º Enilton Pereira
de Menezes.

Rio de Janeiro

2018

SUMÁRIO

	Página
1.INTRODUÇÃO.....	5
1.1 Objetivo Geral.....	7
1.2 Objetivo Específico.....	7
2.SUMÁRIO EXECUTIVO.....	8
2.1 Definição do negócio ou resumo dos principais pontos do plano de negócio.....	8
2.2 Logomarca.....	8
2.3 Dados dos empreendedores.....	8
2.4 Dados do empreendimento.....	9
2.5 Missão, visão e valores da empresa.....	9
2.6 Setor de atividade.....	10
2.8 Forma jurídica.....	10
2.8 Enquadramento tributário.....	10
2.9 Capital social.....	12
2.10 Fonte de recursos.....	12
2.11 Exigências legais.....	12
3.ANÁLISE DE MERCADO.....	12
3.1 Estudo dos clientes	13
3.2 Estudo dos concorrentes.....	13
3.3 Estudo dos fornecedores.....	14
4.PLANO DE MARKETING.....	16
4.1 Descrição dos produtos e serviços.....	17
4.2 Preço.....	25
4.3 Estratégias promocionais.....	25
4.4 Estrutura de comercialização	26
4.5 Localização do negócio.....	26

5. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	27
5.1 Análise SWOT ou matriz FOFA.....	27
6. PLANO OPERACIONAL.....	27
6.1 Arranjo Físico ou Layout.....	27
6.2 Capacidade Produtiva, Comercial e de Prestação de Serviço.....	28
6.3 Processo Operacionais	28
6.4 Necessidade de Pessoal.....	28
7. PLANO FINANCEIRO	29
7.1 Estimativa dos Investimentos Fixos.....	30
7.1 Estimativa dos Investimentos Fixos.....	31
7.2 Capital de Giro.....	31
7.2 Capital de Giro.....	32
7.3 Investimento Pré – Operacionais.....	33
7.4 Investimentos Totais.....	33
7.5 Faturamento Mensal.....	33
7.6 Estimativa de Mão de Obra.....	34
7.7 Estimativa com Custo de Comercialização.....	34
7.8 Depreciação.....	35
7.9 Custo Fixo.....	35
8.0 DRE.....	36
8.1 Indicativos de Viabilidade.....	36
9.0 Construção do Cenário.....	37
10. Considerações Parciais.....	37
11. Referências Bibliográficas.....	38

1.INTRODUÇÃO

O estudo tem como objetivo realizar um Plano de Negócios para a instalação de uma empresa de Decoração de Festa, no bairro de Realengo, na cidade do Rio de Janeiro, tendo em vista a importância do planejamento para a tomada de decisão de investir em uma atividade comercial e de serviço. O objetivo deste trabalho constitui em analisar aspectos determinantes para a implementação de uma empresa de decoração de festa em geral. Com tal propósito foi definido o investimento inicial, produtos, clientes, fornecedores, calculando os preços de aluguel e serviços, os custos, despesas e receita.

A empresa intitulada Florescer Decorações irá oferecer mesas provençais, painel em pallet, em tecidos, flores artificiais e naturais, objetos decorativos como vasos em vidros, cerâmica, quadros em mdf, bandejas de louças, mdf, entre outros, para o público de alguns bairros, da Zona Oeste do Rio de Janeiro, como Bangu, Campo Grande, Campo dos Afonsos, Jardim Sualacap, Magalhães Bastos, Padre Miguel, Realengo, Vila Valqueire.

Em uma década, os bairros da zona oeste do Rio de Janeiro cresceram até 150% e áreas da zona sul da capital perderam moradores, revelam dados do Censo 2010 divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Os bairros de Camorim, Vargem Pequena e Recreio dos Bandeirantes mais que dobraram a população neste período, com aumentos de 150%, 136% e 118%, respectivamente. A taxa de crescimento da cidade foi de 7,9% na década. A população do Rio é de 6,4 milhões de habitantes.

Dados fornecidos pela Associação de Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário (Ademi) mostram que 68,5% de todas as unidades habitacionais lançadas na cidade entre 2005 e 2010 estavam concentradas em quatro bairros da zona oeste: Barra da Tijuca, Jacarepaguá, Recreio e Campo Grande.

A ideia de empreender originou-se da necessidade da população local pelos serviços e produtos oferecidos para festas. Fazer festas é um hábito comum para o público alvo, em época de alta tecnologia, as pessoas têm como costume postar fotos em redes sócias demonstrando assim suas conquistas, lazeres e estado de espírito, gerando um comportamento de consumo criado pelas mídias sociais.

Conforme artigo escrito por Andressa Neves, em 20 de junho de 2016: “Com a crescente popularização das redes sociais, diversos estudos sobre o impacto da conectividade no comportamento de indivíduos e de grupos têm surgido. Novos hábitos, preferências e formas de relacionamento surgem a cada dia, principalmente a partir do *boom* no uso dos smartphones.

Para entender a influência no comportamento de compra e consumo diante das mudanças proporcionadas pelo uso das redes sociais, a Professora Sandra Salgado*, que atualmente cursa seu Doutorado em Gestão de Informação no IMS – Information Management School, diz que: "Os novos consumidores surfaram a onda da inovação digital, adotaram a conectividade, mergulharam na mobilidade, ganharam vozes diversas nas redes sociais e pediram uma nova forma de se relacionar com marcas, empresas, instituições”.

De acordo com Salgado, "nesse contexto, as interações e soluções em 'real time' são cada vez mais exigidas das empresas, assim estas têm a chance, como nunca antes tiveram, de ouvir e participar das conversações com este novo consumidor. Há uma profusão de possibilidades e de informações que nunca foram tão acessíveis aos usuários e uma multiplicidade de canais de interação com os clientes tão numerosos quanto baratos. Essa é uma vantagem que precisa ser aproveitada para a construção de algo que faça sentido para a vida das pessoas e que mantenha, portanto, a solidez e a sustentação dos negócios ao longo do tempo".

Segundo a pesquisa 'Hábitos e comportamento dos usuários de redes sociais no Brasil', da empresa de análise e interação da mídia gerada pelo consumidor E.life, as redes sociais foram o quarto canal mais utilizado pelos usuários para se comunicarem com as empresas: deles, 66,9% acompanham as páginas e perfis de empresas, produtos e serviços em redes sociais para terem atendimento on-line em caso de necessidade; 93,3% curtem páginas de empresas, produtos ou serviços no Facebook; 48,5% passaram a admirar mais as marcas depois de curtir-las no Facebook", revela a entrevistada.

O ramo de festas em geral vem crescendo devido a necessidade de comemorar as datas festivas e postar em rede sociais como forma de status e/ou conquista financeira.

O negócio demanda um investimento baixo e não ter a necessidade de grande experiência na área para executar o serviço, elaborar um Plano de Negócio é fundamental na tomada de decisão para investir. Assim sendo, o presente projeto irá construir um plano de negócios de uma empresa de festa (decoração).

1.1 OBJETIVO GERAL

Avaliar a viabilidade econômica e financeira de abertura de uma empresa de festa (decoração) no bairro de Realengo.

1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Elaborar um plano de negócios conforme realidade econômica de Realengo;
- Disponibilizar para futuros empreendedores um plano de negócios de uma empresa de festa (decoração) localizada no bairro de Realengo;
- Identificar os principais fraquezas e pontos fortes no comércio de festa (decoração);
- Estipular produtos e serviços ideais para o público alvo escolhido para a Florescer Decorações;
- Fazer o planejamento estratégico das atividades comerciais da Florescer Decorações.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 Definição do negócio ou resumo dos principais pontos do plano de negócio

Será implantada uma empresa de festas (decoreação) localizada no bairro de Realengo, na cidade do Rio de Janeiro – RJ, que venderá vários tipos de decorações de festas, com a finalidade de atender os clientes do bairro de classe B e C, na faixa etária de 20 a 60 anos. Tendo o seu investimento inicial de R\$ 50.000, verificando a viabilidade do negócio, visando lucrar 100% com retorno de 5 anos.

2.2 Logomarca



2.3 Dados dos empreendedores

Sócio

Nome Daniele Castro Lomba
Endereço Rua Carlos Hermite nº 86
Cidade Rio de Janeiro Estado Rio de Janeiro
Telefone 1- 21- 4122-088 Telefone 2 – 21- 96453-8845

Perfil

Atribuições do sócio
Empresária Individual tem por função o gerenciamento completo da empresa.

2.4 Dados do empreendimento

Nome da Empresa: Florescer Decorações
CNPJ/CPF 30.696.863/0001-06

2.5 Missão, visão e valores da empresa

Missão

Prestar um serviço de qualidade as pessoas que precisam de decoração festas ou eventos empresariais, com decorações provençais, rústicas e exclusivas, confecções de festas personalizadas tornando assim um evento único, com um custo acessível para o cliente, sendo reconhecida como a melhor opção pelas qualidades e preços adequados aos serviços.

Visão

Ser uma empresa de festa de referência, na região de Realengo, por prestar serviços e/ou comercializar produtos de qualidade, no ramo de decoração e ter o relações comerciais de sucesso e parcerias com os clientes.

Valores

1. Proporcionar felicidade aos clientes com a decoração da festa.
2. Ser pontual na arrumação da decoração.
3. Praticar preço justo nos serviços prestados.
4. Inovação como estratégia do negócio.
5. Diversificação e exclusividades de serviços.

2.6 Setor de atividade

Prestação de Serviços.

Empresa de Festa (decoração) para o público da classe B e C.

2.7 Forma jurídica

A empresa em questão se classifica como empresário individual (EIRELI) enquadrada no simples nacional, implementada no bairro de Realengo em sede própria.

Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI: empresa constituída por uma única pessoa, titular da totalidade do capital social. A empresa responde por dívidas apenas com seu patrimônio, e não com os bens pessoais do titular. Fonte Sebrae – como elaborar um plano de negócio.

2.8 Enquadramento tributário

A empresa optou pelo Simples Nacional como regime tributário.

O Simples Nacional é um regime compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

Abrange a participação de todos os entes federados (União, Estados, Distrito Federal e Municípios).

É administrado por um Comitê Gestor composto por oito integrantes: quatro da Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB), dois dos Estados e do Distrito Federal e dois dos Municípios.

Para o ingresso no Simples Nacional é necessário o cumprimento das seguintes condições:

- enquadrar-se na definição de microempresa ou de empresa de pequeno porte;
- cumprir os requisitos previstos na legislação; e
- formalizar a opção pelo Simples Nacional.

Características principais do Regime do Simples Nacional:

- ser facultativo;
- ser irrevogável para todo o ano-calendário;
- abrange os seguintes tributos: IRPJ, CSLL, PIS/Pasep, Cofins, IPI, ICMS, ISS e a Contribuição para a Seguridade Social destinada à Previdência Social a cargo da pessoa jurídica (CPP);
- recolhimento dos tributos abrangidos mediante documento único de arrecadação - DAS;
- disponibilização às ME/EPP de sistema eletrônico para a realização do cálculo do valor mensal devido, geração do DAS e, a partir de janeiro de 2012, para constituição do crédito tributário;
- apresentação de declaração única e simplificada de informações socioeconômicas e fiscais;
- prazo para recolhimento do DAS até o dia 20 do mês subsequente àquele em que houver sido auferida a receita bruta;
- possibilidade de os Estados adotarem sublimites para EPP em função da respectiva participação no PIB. Os estabelecimentos localizados nesses Estados cuja receita bruta total extrapolar o respectivo sublimite deverão recolher o ICMS e o ISS diretamente ao Estado ou ao Município.

2.9 Capital social

A sócia Daniele Castro Lomba terá a cota de 100% de participação com valor de R\$ 50.000,00.

2.10 Fonte de recursos

Será adotada de início a aplicação de todo o capital investido dos sócios, para a abertura da empresa de festa decoração. Após cinco anos de empresa para expansão do negócio, será utilizado recursos de terceiros como opção de financiamento junto a instituições financeiras.

3 ANÁLISE DE MERCADO

As principais mudanças que estão transformando a economia mundial são: a globalização, as revoluções tecnológicas, especialmente nas áreas de computação, telecomunicações e informação; crescimento de alguns setores de trabalho e declínio de outros; diversidade cultural; mudanças nas expectativas da sociedade; aumento do espírito empreendedor e clientes mais inconstantes e exigentes. Festejar e/ou comemorar tem sido um fator comum no dia a dia das pessoas e dos profissionais logo o setor de festa (decoração) é muito promissor.

3.1 Clientes

Nossos clientes serão as pessoas que precisam comemorar em casa, ou em espaços que não oferecem decorações e que não tem tempo para preparar os produtos para suas festas de aniversários e comemorações, que precisam de um material específico para realização destas festas, apreciam uma boa decoração, o cliente espera ser recebido sempre com cortesia, simpatia, informações precisas e importantes para a sua compra, sugestões de acordo com o que está procurando, e, sobretudo, um atendimento personalizado. A personalização no atendimento é uma ação admirada pelo cliente, significa que ele é reconhecido como cliente e valorizado enquanto consumidor.

“Toda empresa deve estar atenta e monitorar diariamente as necessidades e expectativas dos clientes. Só assim é possível montar estratégias e satisfazer as necessidades dos clientes, e com isso se manter no mercado. Dornelas (2008, p. 135).”

3.2 Estudos dos concorrentes

Nossos principais concorrentes são empresas ou equiparadas que fornecem os itens de decoração provençais dentro do mesmo bairro.

	Qualidade	Preço	Condições de pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos Clientes	Garantias Oferecidas
Florescer Decorações			parcelado	Realengo	Mídias sócias	Exclusivo	Serviços personalizados/ entrega e retirada dos produtos
Magia dos Provençais			à vista	Realengo	Mídias sócias		serviços de festas
Conclusões	Empresas com o mesmo público alvo, Empresa Florescer Decorações visa fazer decorações exclusivas para seus clientes.						

3.3 Estudo dos fornecedores

Os fornecedores serão preferencialmente do próprio município para que o atendimento seja rápido e também com o menor custo com o transporte na hora da compra, mas sempre levando em consideração a qualidade dos mesmos que serão utilizados na compra das peças.

Ordem	Descrição dos Itens a Serem adquiridos (Matérias-primas, insumos, mercadoria de serviços)	Nome Fornecedor	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de entrega	Localizaçã
1	Flores artificias hortênsias	Flor Zho	2,50 um	parcelado	imediato	bangu
2	Flores artificias Rosas	Flor Zho	18,00 buque	parcelado	imediato	bangu
3	Flores Artificiais arranjo	Flor Zho	35	parcelado	imediato	bangu
4	Flores Artificiais arranjo	Flor Zho	24	parcelado	imediato	bangu
5	Flores Artificiais arranjo	Caçula	10	a vista	imediato	Centro
6	Flores Artificiais arranjo	Caçula	10	a vista	imediato	Centro
7	Flores Artificiais arranjo	Caçula	19,9	a vista	imediato	Centro
8	Flores Artificiais arranjo		19,9	a vista	imediato	Centro
9	Palavra Felicidade	Pra Festa	15,9	parcelado	imediato	Vigario geral
10	Plavra Jesus	Pra Festa	7,5	parcelado	imediato	Vigario geral
11	Palavra Amor	Pra Festa	7,5	parcelado	imediato	Vigario geral
12	Trio Bandeja	Pra Festa	14,99	parcelado	imediato	Vigario geral
13	Aparador Rustico Branco	Mileak comercio	99,9	parcelado	imediato	Vigario geral
14	Bombe	Mileak comercio	39,9	parcelado	imediato	Vigario geral
15	Bombe	Mileak comercio	39,9	parcelado	imediato	Vigario geral
16	Puxador de flor	Mileak comercio	5	parcelado	imediato	Vigario geral
17	Puxador de flor	Mileak comercio	5	parcelado	imediato	Vigario geral
18	colorgin decor preto	quebra galho	14,9	a vista	imediato	Realengo
19	Kit mesa Provençal		184	parcelado	imediato	bangu
20	Mesa Provençal		80	a vista	imediato	bangu
21	Mesa Provençal		50	a vista	imediato	bangu
22	Mesa Provençal	Mileak comercio	100	a vista	imediato	Vigario geral
23	Mesa Provençal	Mileak comercio	50	a vista	imediato	Vigario geral
24	Painel Pallet	lojão 1266	259,8	parcelado	imediato	Vigario

						geral
25	Kit cenário Luluzinha	mae e flha	95	a vista	imediato	Taquaral
26	Kit Cenário Maquiagem	mae e flha	20	a vista	imediato	Taquaral
27	kit cenário coruja	mae e flha	30			Taquaral
28	kit cenário Magali	mae e flha	95	a vista	imediato	Taquaral
29	Elipse unicórnio		80	a vista	imediato	Taquaral
30	Bandejas de louças					Vigario geral
31	Bandejas de louças					
32	Bandejas de louças					
33	Bandejas de louças					
34	Bandejas de louças					
35	Bandejas de louças					
36	bandejas de pedra					Vigario geral
37	Bandejas espelhadas		15	a vista	imediato	Vigario geral
38	Bandejas espelhadas		15	a vista	imediato	Vigario geral
39	Botas de louças					Vigario geral
40	Vasos grandes transparentes	Amigão	10	a vista	imediato	Sulacap
41	Vasos grandes transparentes	Amigão	10	a vista	imediato	Sulacap
42	Vasos brancos	Amigão	20	a vista	imediato	Sulacap
43	Vasos brancos		20	a vista	imediato	Sulacap
44	Vasos pretos	Amigão	20	a vista	imediato	Sulacap
45	Vasos pretos	Amigão	20	a vista	imediato	Sulacap
46	Vasos de louças amarelos				imediato	Vigario geral
47	Vasos de louças amarelos					Vigario geral
48	Vaso de louça vermelho					Vigario geral
49	Vaso de louça vermelho					Vigario geral
50	Balde preto		5	a vista	imediato	madureira
51	Balde preto		5	a vista	imediato	madureira
52	Luminária pelicano		15	parcelado	imediato	bangu
53	Luminária caquito		15	parcelado	imediato	bangu
54	Luminária unicórnio		20	parcelado	imediato	bangu
55	Luminária nuvem		20	parcelado	imediato	bangu
56	Luminária led estrela		20	parcelado	imediato	bangu
57	Luminária led estrela		20	parcelado	imediato	bangu
58	Luminária led nuvem		20	parcelado	imediato	bangu
59	Tapete feltro azul	Caçula	40	parcelado	imediato	bangu
60	Tapete feltro amarelo	Caçula	50	parcelado	imediato	bangu

61	Tapete feltro preto	Caçula	35,7	parcelado	imediato	bangu
62	Tapete feltro branco	Caçula	35,7	parcelado	imediato	bangu
63	Tapete feltro roxo	Caçula	35,7	parcelado	imediato	bangu
64	Painel tecido Rosa claro	Caçula	63	parcelado	imediato	bangu
65	Painel tecido Rosa escuro	Caçula	45	parcelado	imediato	bangu
66	painel tecido azul claro	Caçula	84	parcelado	imediato	bangu
67	painel tecido azul escuro	Caçula	45	parcelado	imediato	bangu
68	painel tecido amarelo	Caçula	45	parcelado	imediato	bangu
69	painel tecido vermelho	Caçula	45	parcelado	imediato	bangu
70	painel tecido branco	Caçula	45	parcelado	imediato	bangu
71	painel tecido listrado	Caçula	70	parcelado	imediato	bangu
72	suporte de ferro	vivi suportes	180	a vista	imediato	bangu

4 PLANO DE MARKETING

O marketing tem por objetivo, divulgar um negócio ou empresa para que todos potenciais clientes conheçam e possam solicitar serviços. Pode-se considerar que essa é uma das partes mais importantes quando se almeja abrir um grande ou pequeno negócio. É o que pode facilitar o conhecimento do mercado sobre a existência de uma nova empresa ou novo serviço, principalmente diante de concorrentes. Pode não parecer, mas só o fato de divulgar e gerar comentários entre potenciais compradores pela internet, em redes sociais ou pessoalmente, já é uma forma de fazer marketing.

Assim, a pessoa que ouviu de outro sobre um negócio pode ter a curiosidade sobre determinado produto ou serviço no momento em que pensar em adquirir. Ou seja, marketing boca a boca será uma das opções de divulgação da Florescer Decorações Provençais. Entende-se que o marketing serve para fazer com que a empresa seja conhecida, pode promover as vendas e o lucro desde que efetivamente os clientes sejam atendidos com competência e tenham satisfação.

O marketing também pode ser entendido como processo social voltado para satisfazer as necessidades e os desejos de pessoas e organizações, por meio da criação da troca livre e competitiva de produtos e serviços que geram valor para as partes envolvidas no processo. Outra definição de marketing bastante utilizada, na qual estão incluídas as atividades do composto de marketing, é a da American marketing association (AMA) (www.ama.org/), que considera o marketing como processo de planejar e executar a concepção, precificação, promoção e distribuição de ideias, produtos e serviços. (LIMEIRA ,2010, p.2)

Os estudos realizados mostraram que existe uma série de estratégias para se fazer marketing, técnicas e práticas que tem por objetivo agregar determinado valor a marcas, produtos e serviços oferecidos para um determinado público alvo, consumidores. Acredita-se que o marketing não tem apenas como objetivo vender algo. O conceito se aprofunda em tudo que envolve o processo de compra e venda, bem como reflete no sucesso da produção, logística e demais áreas de um negócio. Ressalta-se que uma das formas de construir um relacionamento promissor com o mercado pode-se instituir o serviço pós-venda do produto ou serviço tal como pretende-se implementar na Florescer Decorações Provençais.

4.1- Descrições dos principais produtos e serviços

Somos uma empresa de locação de peças para festas e eventos, nossos principais produtos são as mesas rústicas e provençais, assim como os painéis em tecido e em pallet, as louças e flores compõe a decoração, atendemos a domicilio ou no espaço disponibilizado pelo cliente, oferecendo nossos serviços de montagem das peças alugadas.



Aniversário



Casamento



Festa Princess



Peça Decorativa



Peça Decorativa



Festa Infantil Luluzinha



Festa Infantil Magali



Florescer decorações



Peça Decorativa



Recepção

4.2 Preço

Estima-se que o número de ganho da Florescer Decorações não tenha uma exatidão, isto porque no plano de negócios trabalha-se com perspectivas, com cálculos aproximados. Nesse sentido, entende-se que o dinheiro que entrar em um determinado mês, poderá não ser entrada de mesmo valor no próximo mês.

Na Florescer Decorações haverá três tipos de pacotes de decoração que poderão ser contratados.

Os pacotes poderão ser:

Exemplo nº 1: Pegue e Monte R\$ 100,00 a 600,00.

Exemplo nº 2: Festas Infantis R\$ 200,00 a 500,00.

Exemplo nº 3: Festas de Debutantes R\$ 350,00 a 600,00.

Exemplo nº3: Festas de Casamentos R\$ 450,00 a 700,00.

4.3 Estratégias promocionais

A ideia é que a empresa seja divulgada nas redes sociais como: Facebook, Instagram, Snapchat, Sites, E-mail. Na atualidade esses são os meios mais utilizados para divulgar novos projetos e é uma forma de divulgação viável, onde não se tem muitos gastos e todos podem ter facilidade ao acesso de maneira rápida e precisa ao cliente.

4.4 Estrutura de comercialização

Plano de Divulgação		
Canal	Função	Estratégia
Facebook	Criar relacionamento com o cliente, tirar dúvidas.	2 posts diários
Instagram	Criar relacionamento com o cliente, Postar fotos de temas, votação de temas, sugestões de temas e decorações	Alimentar a página diariamente, postando o antes e o depois, já que a ferramenta disponibiliza de até 3 min por videos
Snapchat	Criar afinidade e aproximação com o cliente já que os vídeos são ao vivo. Então com a autorização do cliente postamos os vídeos com a sua reação quando vê a decoração pronta	Dois vídeos serão gravados para que os clientes vejam a magia da decoração
Site	Vamos ter um site para nossa empresa porque assim facilita a busca na internet, tanto procurando por “nome” ou só	A página será sempre atualizada, trazendo as novas tendencias de festas, fotos de festas e etc.
E-mail	Isso será usado para clientes que queiram fazer orçamentos ou fechar pacotes conosco.	Estaremos online de segunda a sábado das 08h00min às 17h30min

4.5 Localização do negócio

A empresa terá sua sede na Rua Carlos Hermite, nº 86, em Realengo, na Cidade do Rio de Janeiro, Estado do Rio de Janeiro, possuindo dois telefones para contato, um fixo no nº 4122-0808 e outro móvel linha nº 21- 96453-8845, a escolha por este endereço se fez pela facilidade de guarda das peças, proteção e segurança, sendo um imóvel próprio não trazendo custos com o aluguel que barateia muito o custo das locações.

5 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

5.1 Análise SWOT ou matriz FOFA

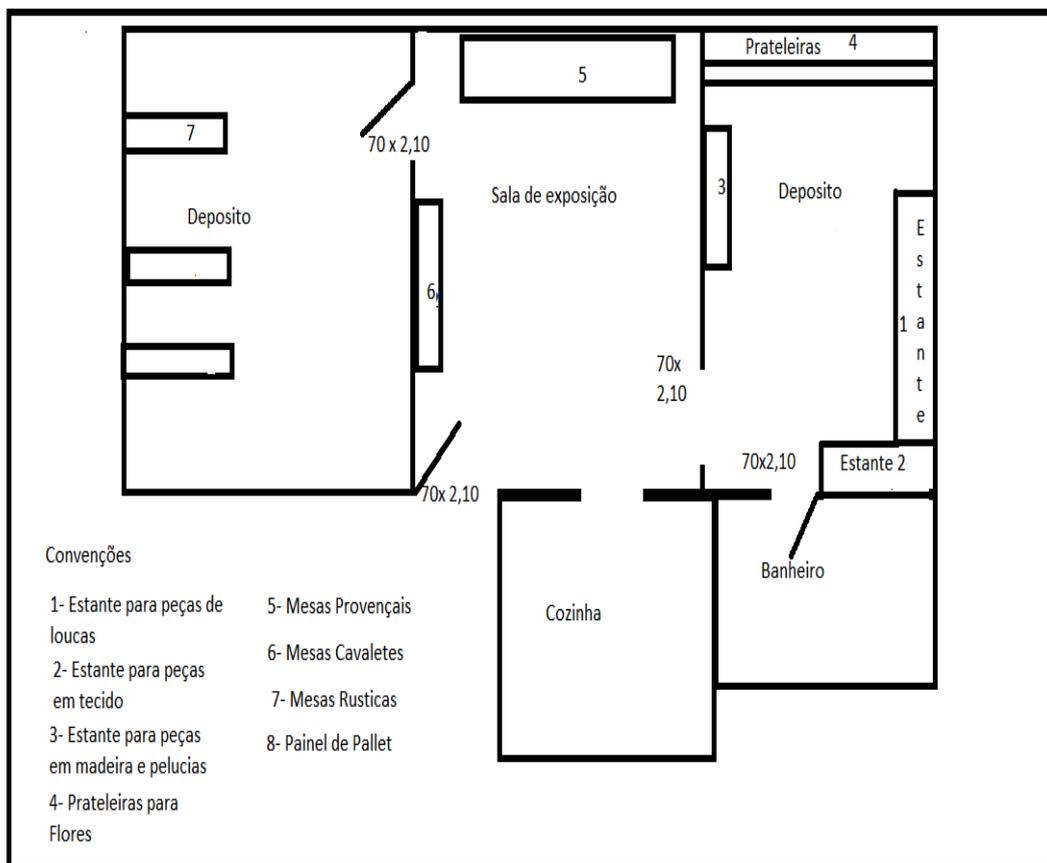
FORÇAS (S) <ul style="list-style-type: none">- Tendência brasileira de tudo se comemorar com festas.- Artigos de decoração de excelente procedência e qualidade.- Exclusividades de peças de decoração.	FRAQUEZAS (W) <ul style="list-style-type: none">- Festa é um evento único e sazonal.- Falta de mão de obra qualificada.- Reposição dos produtos exclusivos.
OPORTUNIDADES (O) <ul style="list-style-type: none">- Festa não sai de moda.- Parcerias com sites de compra coletiva.- Participação em eventos culturais e ou corporativos.	AMEAÇAS (T) <ul style="list-style-type: none">- Crise econômica.- Concorrência desleal.- Instabilidade nos preços dos artigos de decoração.

6- PLANO OPERACIONAL

O plano operacional é responsável pelo planejamento dos processos das atividades realizadas dentro de uma organização mensurando previamente cada etapa a ser cumprida no processo de produção de um produto ou serviço, levando em consideração o espaço físico do ambiente interno, a quantidade a ser produzida, a capacidade máxima de clientes/atendimentos, e a quantidade de pessoas necessárias

6.1 – Layout ou arranjo físico

A empresa com sede própria e infraestrutura básica é composta no seu espaço físico de dois depósitos, uma sala de exposição e atendimento, uma cozinha e um banheiro.



6.2- CAPACIDADE PRODUTIVA, COMERCIAL E DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

A empresa Florescer Decorações terá a capacidade de atender todos os dias, com horário marcado, em uma sala expositiva/ escritório, onde a decoração é exposta para servir como exemplo e sugestão ao cliente, nesta sala terá toda a decoração com mesa, louças, itens decorativos e etc..., temos dois funcionários, um para atendimento ao público e outro para criação de temática.

6.3- PROCESSOS OPERACIONAL

O primeiro contato é realizado pelas páginas eletrônicas da empresa, onde o cliente solicita o orçamento e a disponibilidade de vaga, o agendamento é realizado e recebemos o cliente na sede da empresa, formalizamos a locação dos serviços com a assinatura do contrato e pagamento da locação de peças e serviços, é realizada a embalagem do material escolhido pelo cliente em plástico bolha e colocado em caixas box personalizadas para entrega do material ou montagem da festa no dia contratado.

6.4- NECESSIDADE DE PESSOAL

A empresa hoje conta com uma colaboradora que auxilia na elaboração dos temas, fabricação de itens decorativos.

CARGO /FUNÇÃO	QUALIFICAÇÕES NECESSÁRIAS
Sócio	Administração da Empresa
Sócio	Área Financeira
Sócio /Atendimento virtual	simpático, cordial e educado
Sócio/Vendedor	Técnicas de vendas
Criação de arte	Ter Experiências nas técnicas de Decoração de Festa

7- PLANO FINANCEIRO

Para manter as finanças a sócia emitira relatórios financeiros dos sistemas bancário e fará acompanhamento dos valores das contas a pagar e receber.

Segundo Norton (1996, p.439):
Sistema de informação é o conjunto de regras e procedimentos para o funcionamento de informações precisas e oportunas às pessoas de uma organização, particularmente os gerentes. Estes sistemas de informações gerenciais formalizam o processo de capturar, classificar, resumir e relatar informações. (NORTON 1996 p. 439).

7.1- ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO FIXOS

A) Maquinas e Equipamentos

	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
1	MESA PROVENÇAL RENDA	2	120	240,00
2	KIT MESA 4 PÇ XV RUSTICO	2	209	418,00
3	KIT MESA 4 BRANCO	1	184	184,00
4	MESA CAVALETE	1	120	120,00
5	MESA PROVENÇAL RETA	2	120	240,00
6	MESAS PROVENÇAL 2/4	2	100	200,00
7	CUBO	1	69,9	69,90
8	TRIO DE MESA REDONDA	1	163,10	163,10
9	MESA REDONDA M	1	69,9	69,90
10	MESA REDONDA G	1	79,9	79,90
11	PÉS	4	12,8	51,20
12	APARADOR	1	99,9	99,90
13	BANDEJA RUSTICA	3	28,33	84,47
14	PAINEL DE PALLET	1	259	259,00
15	PAINEL EM TECIDO	73	25	1.840,00
16	PAINEL CERCADO	1	99,9	99,90
17	PAINEL SUBLIMINADO	5	79,2	396,00
18	SUPORTE DE PAINEL	2	150	300,00
19	MATERIAL DE DECORAÇÃO	100	80	3.000,00
20	FLORES	100	25	2.500,00
21	BALÕES	150	0,49	73,74
22	BALÕES METALIZADOS	10	2,5	25,00
23	GAIOLAS	1	42,04	84,08
24	PELUCIAS	7	34,13	238,91
25	VASOS	22	17,41	383,12
26	PLASTICO BOLHA 100M	1	89,9	89,90
27	TAPETE PELUCIA	2	99,9	199,99
28	NOTEBOOK	1	1.690,00	1.690,00
29	IMPRESSORA	2	400	800,00
SUB TOTAL				R\$14.000,01

B) Móveis e Utensílios

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
Mesa de escritório	1	250,00	250,00
Cadeira	1	100,00	100,00
cadeiras	2	50,00	100,00
Cafeteira	1	69,90	69,90
Sub total			R\$519,90

Total Investimento	subtotal (A+B)	R\$14.518,19
---------------------------	-----------------------	---------------------

7.2 CAPITAL DE GIRO

A) Estimativa de Estoque

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
MESAS	1	100,00	100,00
VASOS DE LOUÇAS	5	20,00	100,00
ITENS DECORATIVOS	10	10,00	100,00
PAINEIS SUBLIMINADOS	2	75,00	150,00
FLORES	5	10,00	50,00
SUB TOTAL			R\$ 500,00

B) Caixa Mínimo

Contas a Receber

PRAZO MÉDIO DE VENDAS	(%)	NÚMEROS DE DIAS	MÉDIA PONDERA EM DIAS
A VISTA	50%	0	0
A PRAZO (1)	25%	30	7,5
A PRAZO (2)	20%	60	12
A PRAZO (3)	5%	90	4,5
PRAZO MÉDIO TOTAL			24

Fornecedores

PRAZO MÉDIO DE COMPRAS	(%)	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA PONDERADA EM DIAS
A VISTA	50%	0	0
A PRAZO (1)	50%	30	15
PRAZO MÉDIO TOTAL			15

Cálculo de necessidade média de estoque

	NÚMERO DE DIAS
NECESSIDADE MÉDIA DE ESTOQUE	30

Necessidade líquida do capital de giro em dias

RECURSOS DA EMPRESA FORA DO SEU CAIXA	
1) Contas Receber - Prazo médio de vendas	24 DIAS
2) Estoque - Necessidade Média de estoque	30DIAS
Subtotal 1(ITEM 1+2)	54 DIAS
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3) Fornecedores - Prazo médio de compras	15 DIAS
Subtotal 2	15 DIAS
Necessidade líquida de capital de giro em dias (Subtotal 1+ Subtotal 2)	69 DIAS

Caixa Mínimo

1) Custo Fixo Mensal	14.518,19
2) Custo Variável Mensal	500,00
3) Custo Total da Empresa	15.018,19
4) Custo Total Diário	500,6063
5) Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	69
6) Total do Caixa Mínimo	R\$34.541,83

Capital de Giro (Resumo)

Investimento Financeiro	R\$
A) Estoque Inicial	500,00
B) Caixa Mínimo	34.541,83
Total do Capital de Giro (A+B)	35.041,83

7.3 INVESTIMENTOS PRÉ – OPERACIONAIS

Investimentos Pré - Operacionais	
Despesas com legalização	400,00
Obras civis/reformas	-
Divulgação	41
Cursos/treinos	500
Outras Depesas	-
Total	941,00

7.4 INVESTIMENTOS TOTAIS

DESCRIÇÃO DO INVESTIMENTO	VALOR	(%)
1) Investimento Fixos	14.518,19	29%
2) Capital de Giro	34.848,50	69%
3) Investimentos Pré -Operacionais	500,00	1%
Total	50.000,40	100%

FONTES DE RECURSOS	VALOR	(%)
1) Recursos Próprios	50.000,00	100
Total	50.000,00	100

7.5- FATURAMENTO MENSAL

PRODUTOS/SERVIÇOS	QUANTIDADE E ESTIMADA DE VENDA	PREÇO DE VENDA (UNITARIA)	FATURAMENTO MENSAL	FATURAMENTO ANUAL
1) DECORAÇÃO POCKET	4	R\$150,00	R\$600,00	R\$7.200,00
2) DECORAÇÃO MINE TABLE	4	R\$200,00	R\$800,00	R\$9.600,00
3) DECORAÇÃO TEMATICA	5	R\$350,00	R\$1.750,00	R\$21.000,00
4) DECORAÇÃO PERSONALIZADA	4	R\$500,00	R\$2.000,00	R\$24.000,00
5) DECORAÇÃO DE 15 ANOS	1	R\$700,00	R\$700,00	R\$8.400,00
6) DECORAÇÃO DE CASAMENTO	1	R\$800,00	R\$800,00	R\$9.600,00
		TOTAL	R\$6.650,00	R\$79.800,00

7.6- ESTIMATIVA COM CUSTO DE MÃO DE OBRA

FUNÇÃO	Nº DE FUNCIONÁRIOS	SALÁRIO MENSAL	% ENCARGO	ENGARGOS SOCIAS	TOTAL
CRIADOR DE ARTE	1	980	30%	294	1274
TOTAL	1	980		294	1.274,00

7.7 ESTIMATIVAS COM CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÕES

DESCRIÇÃO	%	FATURAMENTO ESTIMADO	CUSTO TOTAL
1) IMPOSTO			
SIMPLES - MEI	6%	79.800,00	4.788,00
IRPJ			
PIS			
COFINS			
CSLL			
IMPOSTO MUNICIPAL			
ISS		79.800,00	
	SUB-TOTAL		4.788,00
GASTO 2 COM VENDAS			
PROPAGANDA	3	79.800,00	R\$2.394,00
TAXA DE ADM /CARTÃO CRÉDITO E DÉBITO	2,9		2.314,20
	SUB-TOTAL		R\$4.708,20
TOTAL (1+2)			R\$9.496,20

7.8- DEPRECIÇÃO

ATIVOS FIXOS	VALOR DO BEM	VIDA UTIL	DEPRECIÇÃO ANUAL	DEPRECIÇÃO MENSAL
REFORMAS	15.000,00	20 ANOS	62,50	5,21
MÁQUINAS E EQUIP.	14.000,00	5 ANOS	233,33	19,44
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	519,9	10 ANOS	4,33	0,36
TOTAL	29.519,90	35 ANOS	300,17	25,01

7.9- CUSTO FIXO

DESCRIÇÃO	CUSTO TOTAL MENSAL
IPTU	635,00
ÁGUA	55,00
ENERGIA ELETRICA	200,00
PRÓ-LABORE	2000,00
MANUTENÇÃO	100,00
SALÁRIOS + ENGARGOS	1.274,00
MATERIAL DE LIMPEZA	50,00
MATERIAL ESCRITORIO	60,00
DEPRECIÇÃO	25,01
TELEFONE	69,90
INTERNET	45,00
TOTAL	4.513,91

8.0-DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

DESCRIÇÃO	R\$	%
1) RECEITA	79.800,00	100
2) CUSTO VARIÁVEL TOTAL	6.000,00	
(-) CUSTO COM MATERIAL	14.518,19	18%
(-) IMPOSTO	4.860,00	6%
(-) GASTOS	9.496,20	7%
SUB-TOTAL	56.997,61	82%
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	73.800,00	92%
CUSTO FIXO	4.513,91	6%
LUCRO/PREJUÍZI	69.286,09	

8.1- INDICADORES DE VIABILIDADE

8.1.1 PONTO DE EQUILIBRIO

PONTO DE EQUILIBRIO	
CUSTO FIXO	4.513,91
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	92%
TOTAL	4.906,42

8.1.2- LUCRATIVIDADE

LUCRATIVIDADE	
LUCRO LIQUIDO	69.286,09
RECEITA TOTAL	79.800,00
TOTAL	86%

8.1.3 – RENTABILIDADE

RENTABILIDADE	
LUCRO LIQUIDO	69.286,09
INVESTIMENTO TOTAL	50.000,00
TOTAL	138%

8.1.4- PRAZO DE RETORNO

PRAZO DE RETORNO	
TOTAL DE INVESTIMENTO	50.000,00
LUCRO LIQUIDO	69.286,09
TOTAL	72 MESES

9.0- CONSTRUÇÕES DOS CENÁRIOS

DESCRIÇÃO	CENÁRIO PROVÁVEL		CENÁRIO PESIMISTA		CENÁRIO OTIMISTA	
	VALOR	(%)	VALOR	(%)	VALOR	(%)
1- RECEITA	79.800,00	100%	51.000,00	100%	200.000,00	100%
2- CUSTOS VARIÁVEIS	6.000,00		2.400		12.000,00	
(-) CUSTOS	14.518,19	29%	14.790,00	29%	58.000,00	29%
(-) IMPOSTOS S/ VENDA	644,4	1%	510	1,00%	2.000,00	1,00%
(-) GASTO C/ VENDA	5.424,60	7%	3.570,00	7%	14.000,00	7%
SUB-TOTAL	65.212,81	82%	41.820	82%	138.000,00	82%
3- MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	73.800,00	92%	46.920,00	92%	188.000,00	92%
4-CUSTO FIXO TOTAL	4.513,91	6%	4.513,91	6%	12.000	6%
LUCRO/PREJUIZO	69.286,09		42.406,09		176.000,00	

10- CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

O plano de negócios da empresa FLORESCER DECORAÇÕES será um excelente instrumento na tomada de decisão de investir.

Na elaboração da pesquisa, na disciplina TCC II, será possível dar um parecer técnico fidedigno.

Pode se afirmar que a ideia do negócio proposto na disciplina TCC I é possível de transformação em negócio.

11- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary . **Princípios de Marketing** - 12ª Edição. Prentice Hall Brasil, 2008.

LIMEIRA, **Gestão de Marketing**. Rio de Janeiro: Saraiva, 2010.

MARCONDES, Luciana Passos; CAVALCANTI, Marly; FARAH, Osvaldo Elias. **Empreendedorismo: Estratégia de sobrevivência para pequenas empresas**. 10.Ed. Saraiva2012.

OLIVEIRA, Jayr Figueiredo; PRADO, Jonas; SILVA, Edison Aurélio da. **Gestão de Negócios**. 10. Ed. Saraiva 2010.

Receita federal do Brasil, **Lei complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006**. Disponível em <
<http://www8.receita.fazenda.gov.br/simplesnacional/documentos/pagina.aspx?id=3>>
acesso em junho 2018

SALIM, Cesar Simoes et al. **Construindo Planos de Negócios: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso**. Rio de Janeiro: [s.n.], 2005.

SEBRAE, Disponível em
<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Anexos/Sebrae_INFR EG_2014_CapitalRJ.pdf>, **Painel Regional Rio de Janeiro e Bairros**, Observatório Sebrae/RJ 2015, Acesso em 20 de maio de 2018.

