



DANIELLA DA COSTA CASTRO

PLANO DE NEGÓCIO

ÓTICA UNIÃO

**FORTALEZA
2013**

DANIELLA DA COSTA CASTRO

PLANO DE NEGÓCIO

ÓTICA UNIÃO

Plano de Negócio apresentado ao curso de Administração da Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza – FAMETRO, como requisito parcial para a obtenção de grau de Bacharel.

Sob a orientação do Prof. M.e Felipe Emerson Teixeira Neri.

**FORTALEZA
2013**

DANIELLA DA COSTA CASTRO

PLANO DE NEGÓCIO

ÓTICA UNIÃO

Este estudo monográfico foi apresentado como requisito parcial para obtenção da titulação de Bacharel Administração da Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza – FAMETRO – tendo sido aprovado pela banca examinadora composta pelos professores.

Aprovado dia ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. M.e Felipe Emerson Teixeira Neri

Prof. M.e Andson de Freitas Viana

Profa. M.a Rafaella Alves Medeiros Alvarenga

SUMÁRIO

1SUMÁRIO EXECUTIVO	09
1.1 Produtos e Serviços	09
1.2 Localização	09
1.2.1 Proximidade de Clientes e Parceiros	10
1.2.2 Disponibilidade de Utilidade de Meios e Acessos	11
1.3 Estado das Instalações	11
1.4 Expansão	12
1.5 Equipe Dirigente	12
1.6 Descrição Legal	13
2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	14
2.1 Missão e Visão	14
2.2 Análise Econômica	14
2.3 Análise SWOT	14
3 PLANO DE MARKETING	15
3.1 Produtos	15
3.2 Fornecedores	15
3.3 Distribuição	16
3.4 Promoção	16
3.5 Clientes	17
4 PESQUISA DE MERCADO	18
5 PLANO DE OPERAÇÕES	19
6 PLANO FINANCEIRO	20
CONSIDERAÇÕES FINAIS – TESTE DE VIABILIDADE	21
ANEXO	22
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	23

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

Em 2005 um empresário do ramo alimentício do bairro Bom Jardim identificou a oportunidade de expandir os seus negócios no ramo óptico, ramo este que demonstrava bastante crescimento de mercado nesse período. Conversando com alguns familiares que já trabalhavam nesse ramo resolveu arriscar e ingressou com um parente em sociedade até implantar sua primeira loja em 2006 no bairro Bom Jardim.

Hoje a empresa possui sete lojas fixas e uma loja móvel que faz o serviço de porta a porta. Em Fortaleza são três lojas, duas localizadas no bairro do Bom Jardim e uma no bairro da Parangaba, três lojas localizadas na região de Maracanaú e outra na cidade de Maranguape.

Este plano de negócio tem como objetivo fazer um estudo para reestruturação de uma filial da empresa ÓTICA UNIÃO, a última loja aberta localizada no Bairro Bom Jardim atuando na venda de óculos de grau, óculos solares, lentes de contato, relógios e joias.

1.1 Produtos e Serviços

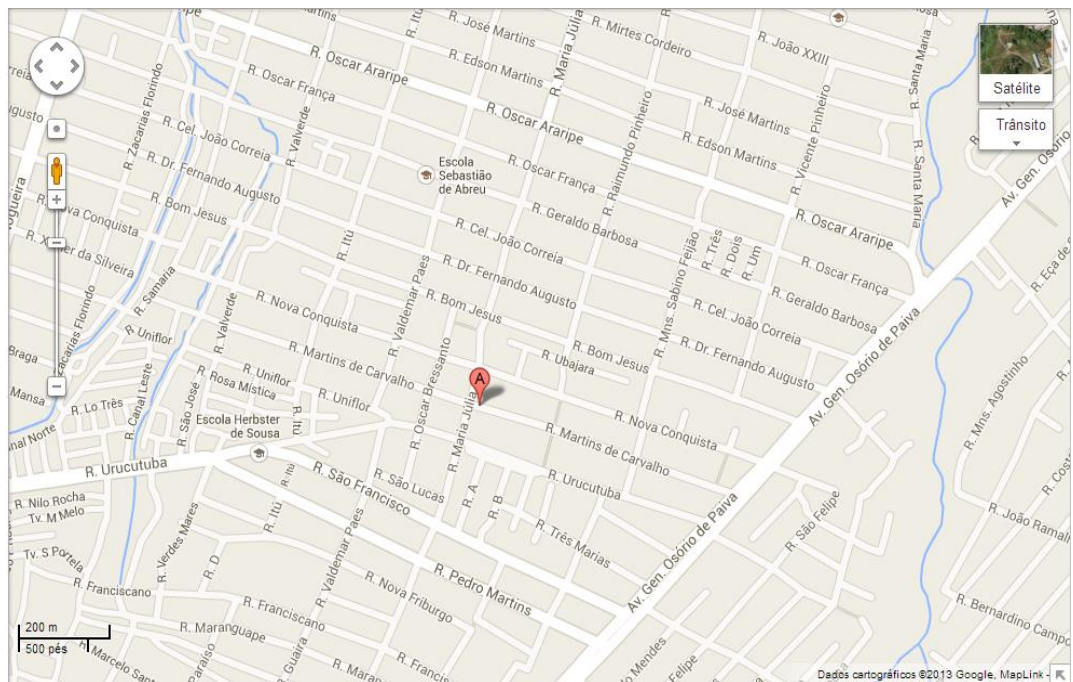
Ótica União tem como principal objetivo a venda de produtos ópticos em lentes, armações, óculos solares, relógios, joias e a prestação de serviços em manutenção de óculos, aviamentos de consultas e transporte para o cliente.

1.2 Localização

O empreendimento está situado na Rua Martins Carvalho, 862– Bom Jardim, CEP 60.540-170 – Fortaleza – Ce.

Segue o mapa de localização apresentado na figura 1.

Figura 1 – Localização



Fonte: Google Maps (2013).

1.2.1 Proximidade de Clientes e Parceiros

A região é composta por vários tipos de segmentos, nas imediações da empresa estão localizada entre dois grandes supermercados o São Francisco e o Ana Risolange da rede Parceria. Há também lojas de confecções e miudezas em geral, duas escolas públicas, uma escola particular e casas residenciais.

1.2.2 Disponibilidade de Utilidades e Meios de Acessos

A Ótica União encontra-se em um local estratégico, de fácil acesso para carros com estacionamento na loja e nas proximidades, possui ponto de ônibus próximo com acesso ao terminal do Siqueira e com linha urbana diretamente ao centro. A estrutura da loja consta com pontos de água, luz, telefone, internet pronta e em funcionamento, nas ruas de acesso já possuem saneamento básico e asfalto.

1.3 Estado das Instalações e Necessidade de Reformas

Foi realizada uma reforma no prédio para melhor aproveitamento do espaço e adaptação conforme prevê a legislação e normas dos órgãos responsáveis.

Foi elaborado um *layout* com orçamento anexo 01, visando uma melhor distribuição dos móveis e adaptações, buscando valorização do espaço e melhor exposição dos produtos. Foi investido aproximadamente um valor de R\$ 50.000,00.

Mudanças aplicadas à loja:

- Divisão da loja (loja, banheiro e consultório);
- Placa para fachada da loja;
- Pinturas (mudanças de cores em toda estrutura);
- Substituição de tomadas, interruptores e luminárias;
- Instalação de ar condicionado e Bebedouro;
- Pontos de energia bem distribuídos;
- Bancadas individuais de atendimento;
- Balcão de atendimento;
- Vitrines de vidro e expositores de acrílico para produtos;
- Portas e divisórias de vidro com película como medida de segurança;
- Mesa e cadeira para consultório;
- Pia adequada para adaptação de lente de contato;

1.4 Expansão

A Ótica União pretende no período de cinco anos solidificar e fortificar sua marca abrindo mais cinco filiais na região metropolitana de Fortaleza.

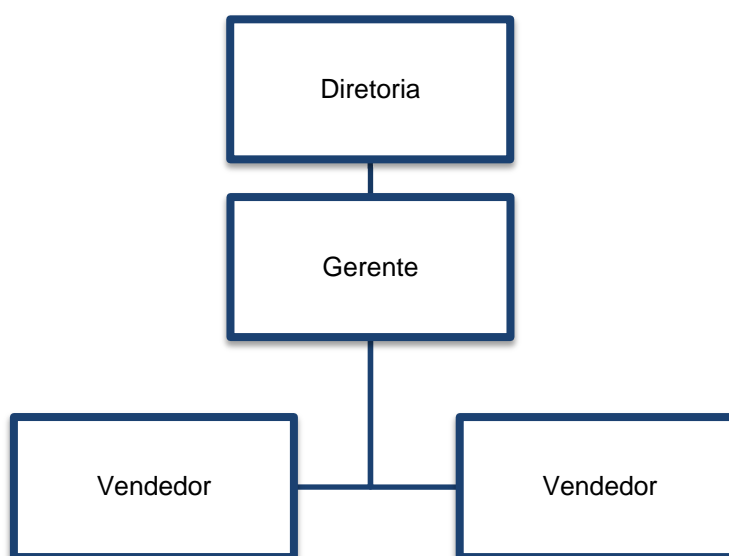
1.5 Equipe Dirigente

A empresa é dirigida por um diretor geral, tem uma assistente administrativa graduanda em Administração de Empresas pela FAMETRO exercendo as funções de assistência à diretoria e suporte as lojas. A empresa consta com os serviços terceirizados de um contador e laboratório óptico, todos qualificados e com experiência, sendo acionados sempre que necessário.

A filial apresentada é constituída por Francisca Mayara Bezerra Ribeiro, sócia-proprietária, brasileira, solteira, registrado sob RG 246XXXXXX¹Órgão Exp. e com CPF 123.XXX.XXX.-XX², residente e domiciliado no município de Fortaleza e estado do Ceará, no endereço residencial, R.Mirtes Cordeiro, 1551, Bairro Bom Jardim, CEP 60.543-466 – Brasil. Graduanda em Optometria pela Faculdade Ratio, possui curso técnico de optometria, tem experiência na área de vendas e atendimento ao cliente

A loja tem um gerente e dois vendedores. Conforme Organograma – Figura 3.

Figura 2 - Organograma



Fonte: Criação própria.

1.6 Descrição Legal

A Ótica União é uma empresa que exerce a atividade econômica conforme a CNAE de comércio varejista em artigos de ópticas é optante do Simples Nacional que permite uma maior agilidade nos negócios. Conforme Lei Complementar Federal 123/2006 e Resolução do Comitê Gestor do Simples Nacional (CGSN) 95/2011 que regulamentam o enquadramento de empresas de pequeno porte e optando do simples nacional. A empresa prevê receita bruta anual de até R\$ 420.000,00 (quatrocentos e vinte mil reais).

¹ Numeração suprimida por razões de sigilo aos dados, não existir um termo de confidencialidade.

² Numeração suprimida por razões de sigilo aos dados, não existir um termo de confidencialidade.

2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Segundo Rebouças (2012, p.04) “Planejamento Estratégico pressupõe a necessidade de um processo que ocorrerá antes, durante e depois de sua elaboração e implementação”.

Itens essenciais: Missão, Visão, Análise de Mercado (Econômica) e Análise *SWOT*.

Itens complementares: Matrizes crescimento e participação do mercado, atratividade e posição.

2.1 Missão e Visão

Segundo Chiavenato (2010, p. 63) “A missão funciona como o propósito orientador para as atividades da organização e para aglutinar os esforços dos seus membros, serve para classificar e comunicar os objetivos da organização, seus valores básicos e a estratégia organizacional”.

A missão da Ótica União é: “Promover constantemente a qualidade em tecnologia customizada e atender com agilidade toda a demanda do mercado consumidor em óculos de grau, solares, relógios e jóias”.

Outro norteador da empresa é a sua visão, que Chiavenato (2010, p, 68) define como o que “estabelece uma identidade comum quanto aos propósitos da organização para o futuro, a fim de orientar o comportamento dos seus membros quanto ao destino que a organização deseja construir e realizar”.

A visão da Ótica união é: “Tornar-se a maior referência em óptica, jóias e relógios nos bairros periféricos da capital e região metropolitana de Fortaleza até 2016”.

2.2 Análise Econômica

De acordo com a pesquisa desenvolvida pela Associação Brasileira da Indústria Óptica (Abióptica). O mercado óptico cresceu 23% em 2012 faturando 19,5 bilhões. O nordeste aponta seu poder ocupando a terceira posição com 16% no ranking de consumo logo atrás do sudeste com 58% e o sul com 16%.

Este crescimento se dá devido ao alto índice de incidência solar e o aumento do poder de compra da classe B e C totalizando 87% do mercado. Os produtos mais consumidos no mercado são armações de óculos e óculos solares totalizando uma movimentação de 13 bilhões no consumo nacional.

Essa pesquisa sugere a viabilidade de abertura de novas unidades, pois sugere uma tendência de crescimento no setor. Aliada ao fato da experiência da empresa que já atua no setor, decidiu-se então pela abertura de nova unidade, semelhante a uma unidade existente, que será a fonte de pesquisa desse plano de negócios.

Baseada na abertura de outras filiais, a previsão para o primeiro ano, é de que as vendas na nova filial sejam 20% menor do que a da filial que serviu como parâmetro.

2.3 Análise SWOT

Segundo Martins (2006, p.36) “A análise SWOT é uma das práticas mais comuns em todas as empresas voltadas para o pensamento estratégico e o Marketing. Sua sigla significa (*strengths, weaknesses, opportunities e threats*). Podem ser traduzidos em pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças”.

Pontos Fortes:

Empresa Jovem;

Produtos com valores agregados que atendem a demanda da classe C sendo correspondida com a questão de fidelidade.

A empresa realiza atendimento externo (porta a porta), atendendo o consumidor na sua própria residência.

A empresa está investindo em consultoria na área de gestão de pessoas.

Pontos Fracos:

Existe falta de comunicação entre alguns setores e a direção da empresa;

A direção da empresa é muito centralizada;

Padronização das campanhas publicitárias;

Falta de planejamento estratégico;

Profissionais da área de vendas do ramo;

Oportunidades:

Mercado óptico em crescimento;
De tornar-se referência em óptica da periferia;
Melhoria e poder de aquisição da classe consumidora;
Ameaças:
Concorrência;
Inadimplência;
Pirataria;

3 PLANO DE MARKETING

Pride e Ferrell (2001, p. 03). Definem marketing “como o processo de criar, distribuir, promover e apreçar bens, serviços e ideias para facilitar relações de troca satisfatórias com clientes em um ambiente dinâmico”.

Objetivos

Focar a população da baixa renda com produtos de qualidade e valores acessíveis;
Desenvolver o Marketing de relacionamento;
Divulgar a empresa na região de atuação;
Criar o setor cooperativo;

Estratégias

Informar clientes sobre promoções;
Lançamentos de produtos com marca própria;
Cartão fidelidade do cliente e cooperativo;
Fidelizar clientes atuais e atrair novos;

Propaganda

Panfletos; Outdoor; Telemarketing;
Divulgação boca a boca; Carro de som;
Internet (redes sociais)
Veículos envelopados (transporte do cliente e propaganda);
Brindes Personalizados.

3.1 Produtos

Armação receituário;

Óculos solar;

Lentes de grau;

Lentes de Contato;

Acessórios;

3.2 Fornecedores

Nossos fornecedores são empresas que prezam pela qualidade de seus produtos garantindo a competitividade no mercado.

Com a variedade de fornecedores a empresa trabalha com aqueles que oferecem maiores benefícios, como: Variedade do produto, preço baixo e condições de pagamento em até oito prestações.

Abaixo segue os principais fornecedores da Ótica união:

- G.O –Kenerson Indústria e comércio de Produtos Ópticos LTDA.
912 Sul Alameda 07 S/N, nº 13 – Lote 13 Eco Industrial – Palmas – TO Cep: 77.023-482 (63) 3217-7977
- Wilvale de Rigo S/A
Av. General Charles de Gaulle, 311 – Parque São Domingos – São Paulo – SP Cep: 05.124-000 (11) 93839-1900
- Smart – Júlio Cesar da Silva EPP
R. Dr Flávio Belegard Nunes, 605 – Jardim Paulista – Taubaté – SP Cep: 12.091-590 (12) 93633-5952
- Feroce – Diniz Ruf Comércio Ltda
Av. Praia de Itapuan Empresarial Stilio 21, Villa do Atlântico – Lauro de Freitas – BA – Cep: 42.700-000 (71) 8204-8065
- Alphaline Brasil Ltda.
R. Nicolau Cacciatore, 372 – Jardim dos Pioneiros – Presidente Prudente – SP Cep: 19.050-340 (18) 2101-4200
- Perego Indústria e Comércio de Lentes LTDA
R 23 de Março, 421 Santana – Aracatuba – SP Cep: 16.050-510 (18) 2102-5388
- DSM –Laboratório Aliance e Distribuidor de Lentes Essilor
R. Br. do Rio Branco, 2040 José Bonifácio – Fortaleza – CeCep: 06.183-596 (85) 3252-6244
- Optopharma Comércio de Produtos Ópticos Ltda
R. Pereira Filgueiras, 2020 SI 803 – Aldeota – Fortaleza-CeCep: 60.160-150 (85) 3521-2400
- Orient Relógios da Amazônia

Av. Solimões, 1430 Distrito Industrial – Manaus – AM – Cep: 69.075-200 (92)
2121-5621

- Thecnos da Amazônia Indústria e Comércio S/A
R. Mogno, 600 Distrito Industrial – Manaus – AM – Cep: 69.075-170 (92)
2126-2900

3.3 Distribuição

O atendimento ao cliente e a distribuição dos produtos é realizada de duas maneiras, a tradicional, onde o cliente se desloca até a loja para adquirir o produto/serviço ou, o cliente tem a opção de entrar em contato com a loja e solicitar o serviço de transporte para pega-lo em sua residência e levá-lo até a loja mais próxima ou de sua preferência.

No atendimento externo a empresa dispõe de um carro para deslocamento da equipe para realização da divulgação e preparação de um local para atendimento antecipadamente. Para em seguida realizar o atendimento com os clientes agendados.

3.4 Promoção

A promoção dos produtos/serviços é realizada através de propaganda, em divulgação de panfletagem e carro de som em pontos estratégicos, nos lugares de maior concentração de pessoas, em supermercados, praças da região e porta a porta.

Fidelização dos clientes com a renovação óculos anualmente ou de acordo com a necessidade do cliente. Entrega de brindes personalizados a cada compra realizada e por indicação de novos clientes.

A logomarca foi criada por uma empresa de design com as sugestões e idéias do proprietário da empresa. O nome ÓTICA UNIÃO sugere passar a idéia de que há união entre o cliente e a organização, cuidando da saúde ocular do cliente.

Este nome surgiu devido à junção de ideias e ajuda entre as famílias Ribeiro e Bezerra no começo do empreendimento.

Figura 3 - Logomarca



Fonte: Nobel Gráfica

3.5 Clientes

O público-alvo na prestação de serviço e venda de produtos são as pessoas que constituem a classe C e D que possuem a necessidade de óculos de grau ou óculos solar para correção e cuidado da sua visão. Clientes que buscam o prazer de ter produtos de qualidade como relógios e jóias com crédito acessível e facilitado.

4 PESQUISA DE MERCADO

Segundo pesquisa realizada por GS&MD Gouvêia de Souza, feita por encomenda da Associação Brasileira de Indústria Óptica (Abióptica), onde analisa o cenário econômico brasileiro, esta pesquisa prevê um crescimento no mercado óptico de até 100%.

De acordo com a reportagem apresentada pela REVISTA VIEW: Os números da óptica no Brasil, em todo o país há cerca de 40 mil lojas em atendimento óptico, faturando uma média de R\$ 19,5 bilhões, parte desse faturamento corresponde à venda de armações receituários e óculos solares, fator esse que representa 0,46% do produto interno bruto (PIB) de 2012. Outro dado importante é o apontamento do nordeste em segundo lugar com 24,8% na ocupação desse mercado estando em primeiro o sudeste com 47,7% e em terceiro o sul com 15,7%.

Para elaboração o desse plano de negócios foi realizado um *benchmarking* de outra unidade situada no mesmo bairro da loja que está em fase de implantação.

5 PLANO DE OPERAÇÕES

A loja funciona de segunda-feira á sábado das oito às dezoito horas com intervalo de duas horas para almoço, os vendedores revezam nas rotinas de funcionamento mantendo a loja limpa e organizada.

Para realização do processo de vendas é feita uma divulgação com carro de som e panfletos em pontos estratégicos as terças-feiras e sextas-feiras especificamente para o atendimento personalizado que acontece na loja com o profissional em optometria nas quartas-feiras e sábados. Durante os demais dias é realizado um televendas com oferecimento de promoções e agendamento de pré-consulta, caso o cliente não possua uma receita com a descrição de sua dioptria. Após o cliente passar pelo profissional é lhe apresentado às lentes de grau juntamente com as armações receituários, para finalizar a venda é retirada as medidas para confecção dos óculos e negociada a forma de pagamento.

No processo de reposição de produtos da loja é feito um levantamento com o gerente dos produtos mais vendidos e procurados pelos clientes, essa relação é enviada ao escritório geral do grupo para análise da diretoria e realização de compras para as demais lojas, juntamente com os representantes é negociado o prazo de entrega, negociação de preço e prazo do pedido.

Para finalizar o ciclo das vendas quando o óculo do cliente fica pronto é comunicado ao mesmo, que decide como quer receber, se em sua residência ou na loja onde adquiriu, é feita uma adaptação do óculo no rosto do cliente verificando se ele está ajustável ao seu rosto. O cliente recebe um brinde personalizado da empresa e a garantia de manutenção de ajuste e limpeza gratuita durante um ano.

Devido esta loja fazer parte da rede de óticas é disponibilizado um veículo com identificação visual e som para ser usado nas propagandas e busca do cliente sempre que necessário. A rede também disponibiliza um entregador com moto, para entrega dos produtos domiciliar e cobranças de clientes que aderem ao plano de pagamento via crediário próprio.

Quando houver a necessidade do gerente tirar férias é colocado um gerente de outra loja ou um vendedor líder para substituí-lo neste período da mesma forma para o vendedor.

Tabela de preços:

Armações receituário = de 19,90 a 500,00

Óculos solar = 50,00 a 499,00

Lentes Visão simples = 164,00 a 3.256,00

Lentes Progressivas = 282,00 a 3.500,00

Lentes Bifocais = 231,00 a 2.529,00

Tratamentos de Anti-Reflexo = 165,00 a 769,00

Lentes de contato = 60,00 a 800,00

Solução óptica = 15,00 a 79,00

Relógios = 80,00 a 1.200,00

Alianças = 134,90 a 5.000,00

6 PLANO FINANCEIRO

O investimento total necessário para abertura dessa filial foi no valor de R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais). Neste valor estão inclusos os equipamentos, o estoque inicial, as instalações, móveis e utensílios.

Os dados apresentados numericamente neste plano de negócio foram coletados da primeira loja do grupo Ótica União que funciona no mesmo bairro da nova filial. Esses dados são referente ao ano de 2012, no quadro 01 é possível ver a linha de produtos que a empresa comercializa juntamente com o faturamento do ano base pesquisado.

Á Ótica União utilizou os dados coletados como base para projeção de faturamento da nova loja estimando-se um faturamento de -20% do que foi faturado na loja pesquisada, devido à estrutura da mesma ser metade da primeira loja. Conforme o quadro 02 a Ótica União precisará atingir um faturamento mensal de R\$ 53.030,00.

O quadro 03 apresenta a projeção dos recebimentos, a partir dessa projeção pode se observar que devido a Ótica União trabalha baseada com o público classe C e D, a forma de pagamento a prazo no cartão de crédito é facilitada sendo feita em até 360 dias. Fator esse observado com cuidado pela Ótica União, para que ocorra uma boa análise de crédito evitando o risco da inadimplência, quando as vendas são realizadas no crediário próprio.

A projeção de compras é de R\$ 21.918,00 mensais, que pode ser observado no quadro 04 às compras são realizadas conforme a demanda de vendas, sendo negociadas as armações e lentes de grau para compras a prazo, as compras a vista de lentes de contato são devido o produto ter um baixo giro de vendas e por ser um produto que necessita de especificações e prazos curtos a serem mantidos em estoque.

O fluxo de caixa consolidado do orçamento projetado mostra no quadro 05, que em Janeiro mesmo com o alto de investimento apresentou um saldo positivo, havendo um resultado negativo entre os meses abril a setembro do primeiro ano de faturamento e mostrando que no final do ano o lucro poderá ser de R\$ 116.369,00.

CONSIDERAÇÕES FINAIS – TESTE DE VIABILIDADE

A elaboração de um Plano de Negócio é de suma importância para que empreendedores sistematizem suas ideias e as planeje de maneira mais eficiente, verificando a viabilidade e analisando as vantagens e desvantagens do negócio.

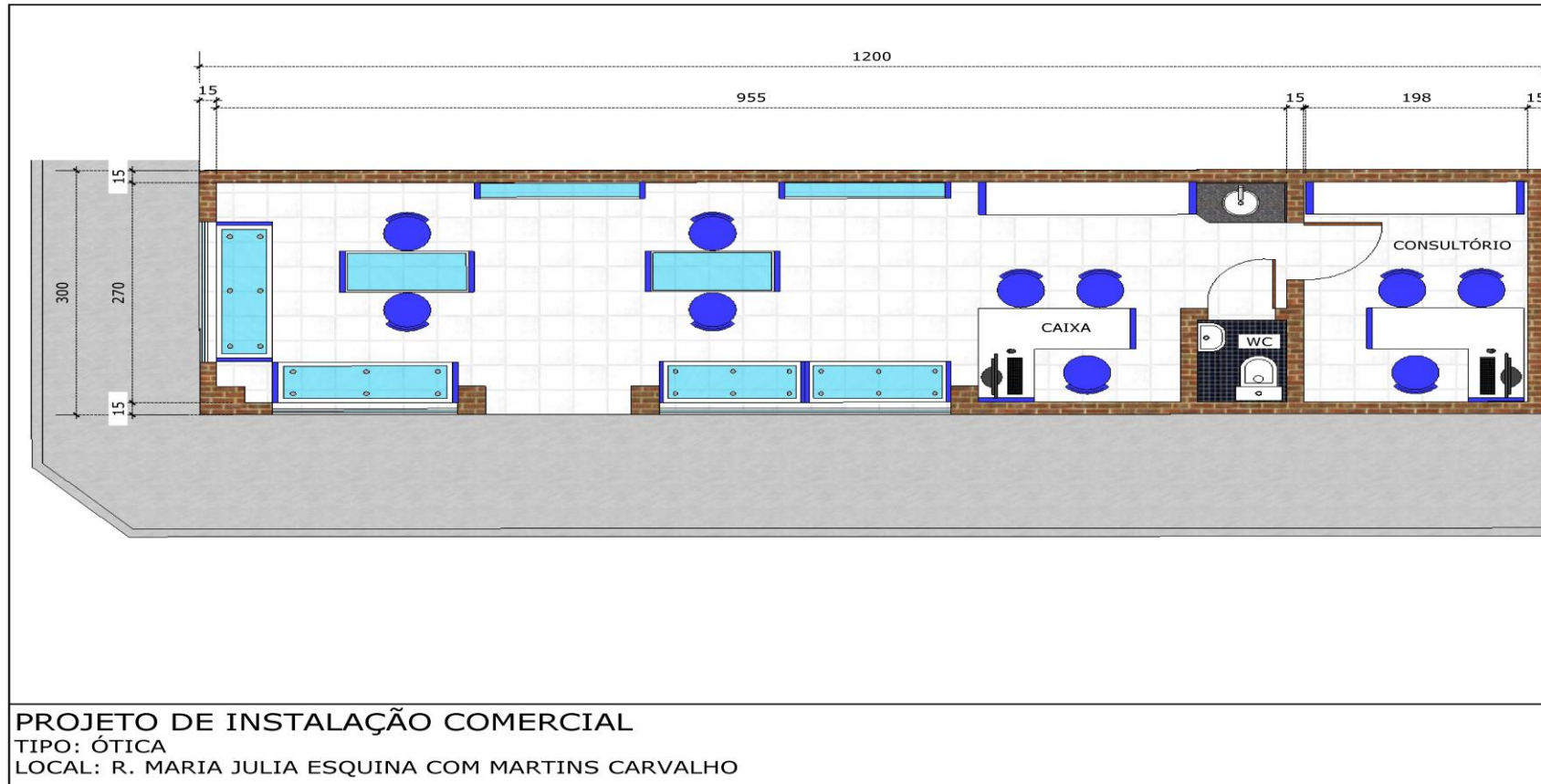
A projeção realizada aponta para resultados negativos no primeiro ano de operação, entretanto baseando-se pela experiência e operação das outras unidades do mesmo grupo econômico, esses resultados deverão ser revertidos já no segundo ano de operação.

O grupo atualmente dispõe do capital necessário para realizar o investimento na nova unidade e a abertura de mais uma loja, facilitará o relacionamento com fornecedores, pois irá incrementando em escala as compras que gerarão maiores benefícios para a operação conjunta das lojas.

Dessa forma, a elaboração desse plano de negócios, demonstra que a operação da nova unidade pode ser viabilizada dentro da rede e que a mesma poderá tornar-se independente a partir do segundo ano de operações.

ANEXO

Anexo1–Layout



PROJETO DE INSTALAÇÃO COMERCIAL
TIPO: ÓTICA
LOCAL: R. MARIA JULIA ESQUINA COM MARTINS CARVALHO

Quadro 01 – Faturamento Histórico

LINHA	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
ARMAÇÕES RECEITUÁRIO	R\$ 30.249	R\$ 17.271	R\$ 24.329	R\$ 23.806	R\$ 22.218	R\$ 22.160	R\$ 35.957	R\$ 33.723	R\$ 40.940	R\$ 23.902	R\$ 28.937	R\$ 20.475	R\$ 323.967
LENTE DE GRAU	R\$ 47.297	R\$ 27.108	R\$ 37.262	R\$ 33.797	R\$ 37.261	R\$ 35.378	R\$ 55.057	R\$ 37.547	R\$ 41.028	R\$ 30.096	R\$ 41.928	R\$ 35.882	R\$ 459.641
OCULOS SOLAR	R\$ 258	R\$ 839	R\$ 99	R\$ 729	R\$ 249	R\$ 170	R\$ 279	R\$ 477	R\$ 637	R\$ 200	R\$ 188	R\$ 100	R\$ 4.225
LENTE DE CONTATO	R\$ 0	R\$ 839	R\$ 319	R\$ 540	R\$ 534	R\$ 0	R\$ 249	R\$ 70	R\$ 130	R\$ 70	R\$ 130	R\$ 0	R\$ 2.882
ACESSÓRIOS	R\$ 550	R\$ 440	R\$ 279	R\$ 670	R\$ 129	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 944	R\$ 517	R\$ 139	R\$ 1.071	R\$ 0	R\$ 4.738
Total	R\$ 78.354	R\$ 46.497	R\$ 62.288	R\$ 59.542	R\$ 60.392	R\$ 57.708	R\$ 91.542	R\$ 72.761	R\$ 83.252	R\$ 54.407	R\$ 72.254	R\$ 56.457	R\$ 795.452

Fonte: Dados da Empresa. Ano 2012.

Quadro 02 – Faturamento projetado

Meta de Faturamento

Linha	Média histórica	Incremento	Meta Mensal
ARMAÇÕES RECEITUÁRIO	R\$ 26.997	-20,00%	R\$ 21.598
LENTE DE GRAU	R\$ 38.303	-20,00%	R\$ 30.643
OCÚLOS SOLAR	R\$ 352	-20,00%	R\$ 282
LENTE DE CONTATO	R\$ 240	-20,00%	R\$ 192
ACESSÓRIOS	R\$ 395	-20,00%	R\$ 316
Total	R\$ 66.288		R\$ 53.030

Incremento médio esperado	-20,00%
---------------------------	---------

Projeção de Faturamento

LINHA	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL	MÉDIA
ARMAÇÕES RECEITUÁRIO	R\$ 24.199	R\$ 13.817	R\$ 19.463	R\$ 19.045	R\$ 17.775	R\$ 17.728	R\$ 28.766	R\$ 26.978	R\$ 32.752	R\$ 19.122	R\$ 23.149	R\$ 16.380	R\$ 259.173	R\$ 21.598
LENTE DE GRAU	R\$ 37.838	R\$ 21.686	R\$ 29.809	R\$ 27.038	R\$ 29.809	R\$ 28.302	R\$ 44.046	R\$ 30.038	R\$ 32.822	R\$ 24.077	R\$ 33.543	R\$ 28.706	R\$ 367.713	R\$ 30.643
OCÚLOS SOLAR	R\$ 206	R\$ 671	R\$ 79	R\$ 583	R\$ 199	R\$ 136	R\$ 223	R\$ 382	R\$ 510	R\$ 160	R\$ 150	R\$ 80	R\$ 3.380	R\$ 282
LENTE DE CONTATO	R\$ 0	R\$ 671	R\$ 255	R\$ 432	R\$ 427	R\$ 0	R\$ 199	R\$ 56	R\$ 104	R\$ 56	R\$ 104	R\$ 0	R\$ 2.305	R\$ 192
ACESSÓRIOS	R\$ 440	R\$ 352	R\$ 223	R\$ 536	R\$ 103	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 755	R\$ 414	R\$ 111	R\$ 856	R\$ 0	R\$ 3.791	R\$ 316
Total	R\$ 62.683	R\$ 37.198	R\$ 49.830	R\$ 47.634	R\$ 48.313	R\$ 46.166	R\$ 73.234	R\$ 58.209	R\$ 66.601	R\$ 43.526	R\$ 57.803	R\$ 45.166	R\$ 636.362	R\$ 53.030

Fonte: Dados da Empresa.

QUADRO 3 – Projeção de Recebimento

Linhas	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
ARMAÇÕES RECEITUÁRIO	R\$ 0	R\$ 2.016	R\$ 3.167	R\$ 4.788	R\$ 6.374	R\$ 7.855	R\$ 9.332	R\$ 11.728	R\$ 13.975	R\$ 16.706	R\$ 18.300	R\$ 20.230	R\$ 21.597	R\$ 19.580	R\$ 18.430	R\$ 16.809	R\$ 15.224	R\$ 13.745	R\$ 12.268	R\$ 9.871	R\$ 7.623	R\$ 4.891	R\$ 3.297	R\$ 1.366	R\$ 174.078
LENTE DE GRAU	R\$ 0	R\$ 3.152	R\$ 4.958	R\$ 7.441	R\$ 9.694	R\$ 12.177	R\$ 14.534	R\$ 18.203	R\$ 20.705	R\$ 23.443	R\$ 25.451	R\$ 28.248	R\$ 30.642	R\$ 27.489	R\$ 25.684	R\$ 23.202	R\$ 20.950	R\$ 18.467	R\$ 16.109	R\$ 12.439	R\$ 9.937	R\$ 7.200	R\$ 5.192	R\$ 2.394	R\$ 251.823
OCULOS SOLAR	R\$ 0	R\$ 17	R\$ 73	R\$ 80	R\$ 128	R\$ 145	R\$ 156	R\$ 175	R\$ 207	R\$ 249	R\$ 262	R\$ 275	R\$ 282	R\$ 265	R\$ 209	R\$ 202	R\$ 153	R\$ 137	R\$ 125	R\$ 107	R\$ 75	R\$ 33	R\$ 19	R\$ 7	R\$ 2.522
LENTE DE CONTATO	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 112	R\$ 154	R\$ 226	R\$ 298	R\$ 298	R\$ 331	R\$ 228	R\$ 203	R\$ 140	R\$ 87	R\$ 87	R\$ 53	R\$ 44	R\$ 27	R\$ 17	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 2.261
ACESSÓRIOS	R\$ 0	R\$ 73	R\$ 132	R\$ 169	R\$ 259	R\$ 276	R\$ 276	R\$ 202	R\$ 270	R\$ 301	R\$ 230	R\$ 356	R\$ 356	R\$ 356	R\$ 230	R\$ 161	R\$ 143	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 3.487
Total	R\$ 0	R\$ 5.258	R\$ 8.442	R\$ 12.633	R\$ 16.681	R\$ 20.750	R\$ 24.596	R\$ 30.639	R\$ 35.385	R\$ 40.903	R\$ 44.385	R\$ 49.196	R\$ 52.963	R\$ 47.744	R\$ 44.596	R\$ 40.401	R\$ 36.487	R\$ 32.349	R\$ 28.503	R\$ 22.417	R\$ 17.635	R\$ 12.124	R\$ 8.507	R\$ 3.767	R\$ 434.172

Fonte: Dados da Empresa.

QUADRO 04 – Projeção de Compras

Linha	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL	MÉDIA
ARMAÇÕES RECEITUÁRIO	R\$ 7.260	R\$ 4.145	R\$ 5.839	R\$ 5.713	R\$ 5.332	R\$ 5.318	R\$ 8.630	R\$ 8.094	R\$ 9.826	R\$ 5.736	R\$ 6.945	R\$ 4.914	R\$ 77.752	R\$ 6.479
LENTE DE GRAU	R\$ 18.919	R\$ 10.843	R\$ 14.905	R\$ 13.519	R\$ 14.904	R\$ 14.151	R\$ 22.023	R\$ 15.019	R\$ 16.411	R\$ 12.038	R\$ 16.771	R\$ 14.353	R\$ 183.856	R\$ 15.321
OCÚLOS SOLAR	R\$ 21	R\$ 67	R\$ 8	R\$ 58	R\$ 20	R\$ 14	R\$ 22	R\$ 38	R\$ 51	R\$ 16	R\$ 15	R\$ 8	R\$ 338	R\$ 28
LENTE DE CONTATO	R\$ 0	R\$ 201	R\$ 77	R\$ 130	R\$ 128	R\$ 0	R\$ 60	R\$ 17	R\$ 31	R\$ 17	R\$ 31	R\$ 0	R\$ 692	R\$ 58
ACESSÓRIOS	R\$ 44	R\$ 35	R\$ 22	R\$ 54	R\$ 10	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 76	R\$ 41	R\$ 11	R\$ 86	R\$ 0	R\$ 379	R\$ 32
Total	R\$ 26.243	R\$ 15.292	R\$ 20.850	R\$ 19.474	R\$ 20.395	R\$ 19.483	R\$ 30.735	R\$ 23.243	R\$ 26.360	R\$ 17.819	R\$ 23.848	R\$ 19.275	R\$ 263.017	R\$ 21.918

Fonte: Dados da Empresa.

QUADRO 05 - Fluxo de Caixa Consolidado

FLUXO OPERACIONAL	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
RECEITAS OPERACIONAIS	R\$ 0	R\$ 5.258	R\$ 8.442	R\$ 12.633	R\$ 16.681	R\$ 20.750	R\$ 24.596	R\$ 30.639	R\$ 35.385	R\$ 40.903	R\$ 44.385	R\$ 49.196	R\$ 288.868
ARMAÇÕES RECEITUÁRIO	R\$ 0	R\$ 2.016	R\$ 3.167	R\$ 4.788	R\$ 6.374	R\$ 7.855	R\$ 9.332	R\$ 11.728	R\$ 13.975	R\$ 16.706	R\$ 18.300	R\$ 20.230	R\$ 114.471
LENTE DE GRAU	R\$ 0	R\$ 3.152	R\$ 4.958	R\$ 7.441	R\$ 9.694	R\$ 12.177	R\$ 14.534	R\$ 18.203	R\$ 20.705	R\$ 23.443	R\$ 25.451	R\$ 28.248	R\$ 168.008
OCULOS SOLAR	R\$ 0	R\$ 17	R\$ 73	R\$ 80	R\$ 128	R\$ 145	R\$ 156	R\$ 175	R\$ 207	R\$ 249	R\$ 262	R\$ 275	R\$ 1.767
LENTE DE CONTATO	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 112	R\$ 154	R\$ 226	R\$ 298	R\$ 298	R\$ 331	R\$ 228	R\$ 203	R\$ 140	R\$ 87	R\$ 2.077
ACESSÓRIOS	R\$ 0	R\$ 73	R\$ 132	R\$ 169	R\$ 259	R\$ 276	R\$ 276	R\$ 202	R\$ 270	R\$ 301	R\$ 230	R\$ 356	R\$ 2.544
DESPESAS DE PESSOAL	R\$ 3.273	R\$ 3.210	R\$ 3.294	R\$ 3.273	R\$ 3.273	R\$ 3.273	R\$ 4.315	R\$ 3.566	R\$ 3.566	R\$ 4.587	R\$ 4.700	R\$ 4.658	R\$ 44.988
SALÁRIOS	R\$ 2.229	R\$ 2.229	R\$ 2.229	R\$ 2.229	R\$ 2.229	R\$ 2.229	R\$ 2.229	R\$ 2.229	R\$ 2.229	R\$ 2.229	R\$ 2.229	R\$ 2.229	R\$ 26.748
FÉRIAS	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 245	R\$ 245	R\$ 245	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 736
13 SALÁRIO	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 1.115	R\$ 1.115	R\$ 2.229
FGTS	R\$ 178	R\$ 178	R\$ 178	R\$ 178	R\$ 178	R\$ 178	R\$ 178	R\$ 198	R\$ 198	R\$ 198	R\$ 267	R\$ 267	R\$ 2.377
INSS	R\$ 446	R\$ 446	R\$ 446	R\$ 446	R\$ 446	R\$ 446	R\$ 446	R\$ 495	R\$ 495	R\$ 495	R\$ 669	R\$ 669	R\$ 5.943
VALE REFEIÇÃO	R\$ 420	R\$ 357	R\$ 441	R\$ 420	R\$ 420	R\$ 420	R\$ 462	R\$ 399	R\$ 399	R\$ 420	R\$ 420	R\$ 378	R\$ 4.956
TREINAMENTO	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 1.000	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 1.000	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 2.000
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	R\$ 2.535	R\$ 2.535	R\$ 2.535	R\$ 2.559	R\$ 2.559	R\$ 2.559	R\$ 2.559	R\$ 2.559	R\$ 2.559	R\$ 2.559	R\$ 2.559	R\$ 2.559	R\$ 30.640
ALUGUEL	R\$ 500	R\$ 500	R\$ 500	R\$ 524	R\$ 524	R\$ 524	R\$ 524	R\$ 524	R\$ 524	R\$ 524	R\$ 524	R\$ 524	R\$ 6.214
ÁGUA/ESGOTO	R\$ 30	R\$ 30	R\$ 30	R\$ 30	R\$ 30	R\$ 30	R\$ 30	R\$ 30	R\$ 30	R\$ 30	R\$ 30	R\$ 30	R\$ 358
ENERGIA ELÉTRICA	R\$ 347	R\$ 347	R\$ 347	R\$ 347	R\$ 347	R\$ 347	R\$ 347	R\$ 347	R\$ 347	R\$ 347	R\$ 347	R\$ 347	R\$ 4.158
TELEFONIA FIXA/MOVEL	R\$ 126	R\$ 126	R\$ 126	R\$ 126	R\$ 126	R\$ 126	R\$ 126	R\$ 126	R\$ 126	R\$ 126	R\$ 126	R\$ 126	R\$ 1.513
MANUTENÇÕES EQUIP. / VEÍCULOS	R\$ 211	R\$ 211	R\$ 211	R\$ 211	R\$ 211	R\$ 211	R\$ 211	R\$ 211	R\$ 211	R\$ 211	R\$ 211	R\$ 211	R\$ 2.526
INTERNET	R\$ 70	R\$ 70	R\$ 70	R\$ 70	R\$ 70	R\$ 70	R\$ 70	R\$ 70	R\$ 70	R\$ 70	R\$ 70	R\$ 70	R\$ 840
SERVIÇOS CONTÁBEIS	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 2.400
MATERIAL DE EXPEDIENTE	R\$ 421	R\$ 421	R\$ 421	R\$ 421	R\$ 421	R\$ 421	R\$ 421	R\$ 421	R\$ 421	R\$ 421	R\$ 421	R\$ 421	R\$ 5.052
OUTRAS DESPESAS	R\$ 632	R\$ 632	R\$ 632	R\$ 632	R\$ 632	R\$ 632	R\$ 632	R\$ 632	R\$ 632	R\$ 632	R\$ 632	R\$ 632	R\$ 7.578
TAXAS/IMPOSTOS	R\$ 0	R\$ 162	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 162
IPTU	R\$ 0	R\$ 162	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 162
IPVA	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
DESPESAS / CUSTOS COMERCIAIS	R\$ 10	R\$ 7.388	R\$ 11.628	R\$ 17.436	R\$ 15.568	R\$ 17.126	R\$ 16.885	R\$ 20.218	R\$ 20.719	R\$ 22.166	R\$ 18.535	R\$ 19.089	R\$ 186.769
COMISSÕES	R\$ 0	R\$ 123	R\$ 198	R\$ 296	R\$ 391	R\$ 487	R\$ 577	R\$ 719	R\$ 830	R\$ 960	R\$ 1.042	R\$ 1.154	R\$ 6.779
FORNECEDORES	R\$ 10	R\$ 7.265	R\$ 11.430	R\$ 17.140	R\$ 15.176	R\$ 16.640	R\$ 16.308	R\$ 19.499	R\$ 19.889	R\$ 21.206	R\$ 17.493	R\$ 17.934	R\$ 179.991
FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL	-R\$ 5.819	-R\$ 8.038	-R\$ 9.016	-R\$ 10.636	-R\$ 4.719	-R\$ 2.209	R\$ 836	R\$ 4.296	R\$ 8.541	R\$ 11.590	R\$ 18.591	R\$ 22.891	R\$ 26.309
FLUXO DE INVESTIMENTOS	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
INVESTIMENTOS	R\$ 28.500	R\$ 1.800	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 30.300
VENDAS DE ATIVOS	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
IRPJ / CSLL	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
DEPRECIACÃO	R\$ 500	R\$ 495	R\$ 485	R\$ 478	R\$ 468	R\$ 458	R\$ 448	R\$ 500	R\$ 490	R\$ 480	R\$ 470	R\$ 460	R\$ 5.732
FLUXO DE FINANCIAMENTO	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
DIVIDENDOS			R\$ 0			R\$ 0			#REF!			#REF!	#REF!
FLUXOS	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
SALDO INICIAL	R\$ 60.000	R\$ 25.681	R\$ 15.844	R\$ 6.827	-R\$ 3.809	-R\$ 8.527	-R\$ 10.736	-R\$ 9.900	-R\$ 5.604	R\$ 2.937	R\$ 14.528	R\$ 33.118	R\$ 120.360
OPERACIONAL	-R\$ 5.819	-R\$ 8.038	-R\$ 9.016	-R\$ 10.636	-R\$ 4.719	-R\$ 2.209	R\$ 836	R\$ 4.296	R\$ 8.541	R\$ 11.590	R\$ 18.591	R\$ 22.891	R\$ 26.309
INVESTIMENTOS	-R\$ 28.500	-R\$ 1.800	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	-R\$ 30.300
SALDO FINAL	R\$ 25.681	R\$ 15.844	R\$ 6.827	-R\$ 3.809	-R\$ 8.527	-R\$ 10.736	-R\$ 9.900	-R\$ 5.604	R\$ 2.937	R\$ 14.528	R\$ 33.118	R\$ 56.009	R\$ 116.369

Fonte: Dados da Empresa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIOPTICA. Associação Brasileira da Indústria Óptica.

Disponível

em: http://www.abioptica.com.br/ws2011/webapps/imagefile/arquivos/datapular_2013_divulg.pdf. Acesso em 10 de outubro de 2013.

CHIAVENATO, I. **Administração nos novos tempos**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

FAMETRO. **Manual de normas para a elaboração de trabalhos acadêmicos** / Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza, Biblioteca Fametro. – Fortaleza, 2011.

OILVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Planejamento estratégico**. 30 Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

VIEW MAGAZINE. Revista da óptica.

Disponível em: <http://www.viewmagazine.com.br/planeta-oculos/especial/os-numeros-da-optica-no-brasil?edition=128>. Acesso em 10 de outubro de 2013.

MARTINS, Petrônio G. **Administração de materiais e recursos patrimoniais** – 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

PRIDE, William, FERREL, O. C. **Marketing** – Conceitos e Estratégias. Rio de Janeiro: Ed. LTC, 2001.