



KATIA RIBEIRO TELES RODRIGUES

PLANO DE NEGÓCIO
EMPRESA DRINK BALLAD

FORTALEZA
2014

KATIA RIBEIRO TELES RODRIGUES

PLANO DE NEGÓCIO
EMPRESA DRINK BALLAD

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 Rodrigo Stefe.

FORTALEZA
2014

KATIA RIBEIRO TELES RODRIGUES

PLANO DE NEGÓCIO
EMPRESA DRINK BALLAD

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 Rodrigo Stefe.

Prof M.e Felipe Emerson Teixeira Neri.

Prof M.e Andson de Freitas Viana.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, por ser essencial em minha vida, autor do meu destino, meu guia, socorro presente na hora da angústia, ao meu pai Pedro, minha mãe Fátima e a minha querida irmã Katiana, pessoas que Deus escolheu para serem meu alicerce, meus companheiros, minha amada família.

Ao meu amado esposo Otoniel, pessoa a quem escolhi para ser meu eterno companheiro e amo partilhar a vida, com você tenho me sentido mais viva de verdade, obrigado pelo carinho, compreensão, paciência e por sua capacidade de me trazer paz na correria de cada semestre. Em especial dedico este trabalho ao meu grande amor, meu primogênito João Othon, através dele, minhas forças são renovadas a cada manhã.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus que permitiu que tudo isso acontecesse, ao longo de minha vida, e não somente nestes anos como universitária, mas que em todos os momentos é o maior mestre que alguém pode conhecer.

Agradeço a todos os professores por me proporcionar o conhecimento não apenas racional, mas a manifestação do caráter e afetividade da educação no processo de formação profissional, não somente por terem me ensinado, mas por terem me feito aprender, ao professor Rodrigo Stefe, pela orientação, apoio, confiança e empenho dedicado à elaboração deste trabalho.

Agradeço ao meu grande amigo Luis Claudio que com muita paciência e atenção, dedicou seu valioso tempo para me ajudar na concretização deste trabalho.

Não posso deixar de agradecer aos meus familiares e irmãos em Cristo Elenir, Antonio, Lia, Aline, Helio, João Arthur e Pedro ícaro que nos momentos de minha ausência dedicados ao estudo superior, sempre fizeram entender que o futuro é feito a partir da constante dedicação no presente, e que sempre pediam ao nosso criador em oração, para que eu jamais desistisse dos meus sonhos e que os meus também fossem os sonhos de Deus para a minha vida.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

SUMÁRIO

1 SUMÁRIO EXECUTIVO.....	08
1.1 Produtos e Serviços	08
1.2 Localização	08
1.2.1 Proximidade de Clientes e Parceiros	09
1.2.2 Disponibilidade de Utilidade de Meios e Acessos	10
1.3 Estado das Instalações	10
1.4 Expansão	11
1.5 Equipe Dirigente	11
1.6 Descrição Legal	12
2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	12
2.1 Missão e Visão.....	13
2.2 Análise Econômica	14
2.3 Análise SWOT	14
3 PLANO DE MARKETING	15
3.1 Produtos	16
3.2 Fornecedores	17
3.3 Distribuição	17
3.4 Promoção	18
3.5 Clientes	19
4 PESQUISA DE MERCADO	20
5 PLANO DE OPERAÇÕES	21
6 PLANO FINANCEIRO	21
CONSIDERAÇÕES FINAIS – TESTE DE VIABILIDADE	22
ANEXO	24
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	38

“O Senhor é a minha força e o meu escudo;
nele o meu coração confia, e dele recebo
ajuda. Meu coração exulta de alegria,
e com o meu cântico lhe darei graças”

(Salmos 28:7 – Bíblia Sagrada)

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

A Drink Ballad é uma empresa que oferece serviços de coquetelaria, e entretenimento de bar, fundada no ano de 2010 sem possuir instalações físicas e agora, através deste plano de negócios, tem como objetivo a instalação de seu escritório central para fechamento de contratos e atendimento a clientes.

Surgiu da parceria de dois profissionais da área de vendas e de eventos corporativos, que perceberam através de suas experiências no ramo de eventos que a prestação desse tipo de serviço poderia ser lucrativa, rentável e de baixo custo.

Este plano de negócios foi elaborado visando a expansão da empresa com criação de escritório de negócios para fechamento de contratos e atendimento a clientes.

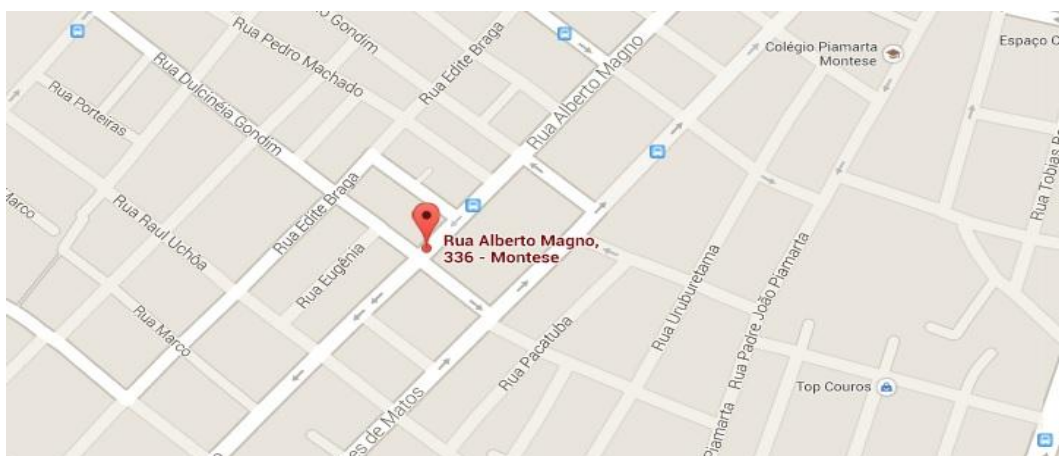
1.1. Produtos e Serviços

A empresa Drink Ballad oferecerá a seus clientes os serviços de coquetéis, e entretenimento de bar, elaborados no momento do evento.

1.2. Localização

O empreendimento estará situado na Rua Alberto Magno, nº 336 – Montese. CEP 60.410-225 – Fortaleza – CE, como mostra a figura 1.

Figura 1. localização



Fonte: Google mapas (2014)

1.2.1 Proximidade de Clientes e Parceiros

O empreendimento estará localizado na Avenida Alberto Magno nº 336, Montese, sendo rodeada densamente por residências e um centro comercial formado por várias lojas na Rua Gomes de Matos, além de um grande número de lojas parceiras especializadas em eventos festivos e com vias de fácil acesso.

Os fornecedores são supermercados próximos ao local de instalação da empresa os quais fornecem os insumos básicos e materiais diretos necessários para o funcionamento do negócio.

1.2.2 Disponibilidade de Utilidades e Meios de Acessos

O local onde a empresa será instalada disponibilizará dos recursos de infraestrutura necessários para a apresentação de seus produtos e serviços aos seus clientes como água e esgoto (CAGECE), energia elétrica (COELCE), telefonia fixa e internet banda larga com WI-FI (OI), TV a cabo (SKY), vias de acesso pavimentado e transporte público bem ofertado com paradas seletivas próximas ao local da empresa, facilitando a locomoção de clientes e funcionários.

1.3 Estado das Instalações e Necessidade de Reformas

As instalações estão prontas com paredes pintadas e decoradas com papel parede, a logomarca da empresa na fachada, banheiro em perfeitas condições de uso, quatro cômodos distintos, todos com ar-condicionado e portas de acesso exclusivo para os cômodos.

Divididas da seguinte forma: um cômodo para espera no atendimento com recepcionista, notebook, sofá, geláguia e TV, outro para apresentação e degustação dos produtos com barman, tequileiro, materiais, utensílios necessários para apresentação e degustação dos produtos e outro para os sócios, não havendo necessidade de reformas ou ampliações.

Para as instalações o custo total foi de R\$ 44.000,00 reais que serão apresentados no quadro 7 (anexo), deste plano de negócio.

1.4 Expansão

Não há precisão de expansão da empresa nos próximos de cinco anos, período este que será usado para estabelecimento da empresa no mercado, fortalecimento e solidificação da marca.

1.5 Equipe Dirigente

A empresa tem como gestor Francisco Wilker Pereira Coelho, sócio-proprietário, brasileiro, casado, registrado sob RG 246XXXXXX¹ Órgão Exp. e com CPF 123. XXX. XXX.-XX², residente e domiciliado no município de Fortaleza e estado do Ceará, no endereço residencial, Rua 618 nº 50, bairro Conjunto Ceará, CEP 60.000-000 – Brasil. Graduando em Música pela Universidade Estadual do Ceará - UECE, possui experiência em músico instrumentista, professor de instrumentos musicais. Focado no seu desenvolvimento profissional realizou diversos cursos voltado à área administrativa e gerencial, buscando aprimorar seus conhecimentos para melhor gerenciar a empresa.

Do outro lado por Aryanne Nunes Coelho, sócia-proprietária, brasileira, casada, registrado sob RG 246XXXXXX³ Órgão Exp. e com CPF 123. XXX. XXX.-XX⁴, residente e domiciliado no município de Fortaleza e estado do Ceará, no endereço residencial, Rua 618 nº 50, bairro Conjunto Ceará, CEP 60.000-000 – Brasil. Graduando em administração de empresas pela Universidade Estadual do Ceará - UECE, possui experiência em na área de vendas e prospecção de clientes. Atuou no mercado de roupas e acessórios como gerente de loja.

A sócia proprietária Aryanne Nunes Coelho será responsável pela gerência administrativa e financeira, bem como agendamentos de eventos e reuniões com clientes, compras de produtos.

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.

³ Numeração suprimida por razões de sigilo aos dados, não existir um termo de confidencialidade.

⁴ Numeração suprimida por razões de sigilo aos dados, não existir um termo de confidencialidade.

O sócio proprietário Francisco Wilker Pereira Coelho será responsável pela organização dos eventos, contratos de profissionais (barman`s, tequileiro e etc).

A implantação do Plano de Negócio será feita pela consultora de negócios e graduanda em administração de empresas Kátia Ribeiro Teles Rodrigues.

1.6 Descrição Legal

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 prever receita bruta anual de até R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais).

Estes dados deverão ser confirmados no planejamento financeiro. Devendo este ser feito semestralmente.

2. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Segundo OLIVEIRA (2012), planejamento estratégico é o processo administrativo que proporciona a sustentação metodológica para, se estabelecer a melhor direção e ser seguida pela empresa, visando grau de interação com os fatores externos – não controláveis – e atuando de forma inovadora e diferenciada.

O processo do planejamento é a ferramenta para administrar as relações com o futuro. É uma aplicação específica do processo decisório. As decisões que procuram de alguma forma, influenciar no futuro, ou que serão colocadas em prática no futuro, são decisões de planejamento. (MAXIMIANO, 2008 p. 79)

O planejamento estratégico será desenvolvido para servir de ferramenta preventiva perante os riscos que o mercado oferta. Utilizando-se de métodos e técnicas que fornecerão através de seus indicadores as reais possibilidades das oportunidades e ameaças existentes.

A empresa Drink Ballad pretende alcançar um bom posicionamento no mercado através de estratégias implantadas de acordo com as necessidades e a comodidade para seus clientes.

A empresa irá trabalhar com um *site*, que possibilitará aos clientes conhecerem os produtos e serviços ofertados, tendo um atendimento *online* exclusivo, permitindo que os clientes fiquem cada vez mais próximos da empresa, respondendo assim ao desejo e a necessidade que cada um.

2.1 Missão e Visão

A empresa Drink Ballad tem a missão de “oferecer a seus clientes excelência nos produtos e serviços, trabalhando com profissionais capacitados e material de qualidade”.

Segundo Chiavenato (2003), é fundamental que todos na organização conheçam a missão e os principais objetivos institucionais, pois se as pessoas que fazem parte da empresa não sabem o motivo de sua existência e os rumos que pretende adotar, dificilmente elas saberão o melhor caminho a ser seguido.

A missão está ligada diretamente aos objetivos institucionais e aos motivos pelos quais a empresa foi criada. A missão funciona como orientador para as atividades da organização. Ela tem por finalidade clarificar e comunicar os objetivos, os valores e a estratégia adotada pela organização. (CHIAVENATO, 2003 p. 49).

Segundo Rodrigues *et al* (2009), a visão da empresa é a explicação do que ela tem por objetivo de posicionamento para o seu futuro. Sendo ainda a tradução da maneira pela qual ela deseja ser vista, bem como algo que seja motivador e tangível e possível de ser alcançado.

Chiavenato (2003), a define como a imagem que a organização tem de si e do seu futuro. É estabelecida sobre os fins da instituição e corresponde à direção suprema que a organização busca alcançar.

A visão da empresa Drink Ballad é “ser reconhecida entre as grandes empresas de drinks e coquetéis no mercado de entretenimento do Ceará até 2016”.

2.2 Análise Econômica

Segundo pesquisa realizada pelo SEBRAE-CE (2014), o mercado de organização de eventos no Brasil está em ascensão, já que cada vez mais é reconhecida a importância da realização de eventos para divulgar ou fixar uma marca, estreitar relacionamento com clientes e entretenimento. Nesse ramo de negócio, o mercado se mostra bastante estável e é aquecido na medida em que o empreendedor diversifica os serviços.

Tendo a vista a necessidade de melhoria contínua a empresa Drink Ballad busca estar sempre em constantes mudanças, aprimorando seus produtos e serviços. Os sócios buscam sempre se manter atualizados sobre o os novos produtos e serviços que são lançados no mercado, para oferecer sempre aos seus clientes novidades e bom atendimento.

Ainda segundo a pesquisa do SEBRAE-CE (2014), a maioria das empresas bem sucedidas está constantemente em mudanças, atentas as oportunidades e ameaças que o mercado oferece. Para isto a empresa está sempre conhecendo e analisando os consumidores, concorrentes, fornecedores, e o ambiente macroeconômico, é muito importante para revisar e se adaptar aos novos desafios e oportunidades do mercado.

2.3 Análise SWOT

Para que uma empresa consiga estipular e atingir suas metas de crescimento, produção e aumento de lucros, é necessário analisar diversas variáveis que, de modo direto ou indireto, estão ligadas entre si a fim de contribuir para a evolução e o desempenho de um negócio.

É essencial a utilização da análise em um plano de negócios para alinhar objetivos e metas para assim gerar valor para a empresa

Primeiro, ela busca identificar os fatores mais significativos, tanto internos, como externo, que afetam a organização e afetam seu mercado. Ela proporciona um breve resumo executivo das Questões-chave. Em segundo lugar, no entanto, ao examinar onde as forças e fraquezas se cruzam com as oportunidades e ameaças, ela pode ajudar na formulação da estratégia. (Hooley, Piercy e Nicouland ,2011.p.31).

Segundo Chiavenato (2003), a análise de *SWOT* Dos termos em inglês: strengths (forças), weaknesses (fraquezas), opportunities (oportunidades) e threats (ameaças).

Através desde conceito, a empresa Drink Ballad conseguiu identificar suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, como mostra no quadro 1.

Quadro1. Matriz *SWOT*

ANÁLISE SWOT	Pontos fortes	Pontos fracos
Ambiente interno	<p><i>Forças</i></p> <p>Preço competitivo. Produtos e serviços de qualidade.</p>	<p><i>Fraquezas</i></p> <p>Falta de experiência no mercado. Não possui estacionamento para clientes.</p>
Ambiente externo	<p><i>Oportunidades</i></p> <p>Mercado de eventos está em crescimento. Disponibilidade de atendimento integral em domicilio, e fora do horário comercial.</p>	<p><i>Ameaças</i></p> <p>Novos concorrentes, com preços menores e grandes promoções. Concorrentes sólidos no mercado.</p>

Fonte: Elaborada pelo autor

Forças: a empresa tem foco nas suas atividades principais, utilizando produtos de qualidade com preço acessível e formas de pagamentos flexíveis.

Fraquezas: a falta de um estacionamento rotativo para os clientes e o início da empresa no mercado, torna os concorrentes mais competitivos e atraentes.

Oportunidades: através do grande crescimento do mercado de eventos a empresa terá a oportunidade de fazer crescer suas vantagens competitivas, mostrando aos clientes um serviço diferenciado. Disponibilizando um atendimento em domicílio e fora do horário comercial.

Ameaças: os novos concorrentes podem por em risco a vantagem competitiva da empresa, por estarem buscando também, destaque no mercado de eventos.

3 PLANO DE MARKETING

O plano de marketing da empresa Drink Ballad será focado na divulgação dos produtos e serviços, através de convites para a inauguração do escritório, panfletos que serão distribuídos em *Buffet*, lojas de aluguel de trajes para noivos e debutantes, empresas e faculdades, veiculação em outdoor, jornal e redes sociais.

A empresa irá lançar a política de fidelização, onde os clientes que contratarem os serviços e produtos para 3 eventos durante o ano, receberá um cartão fidelidade e poderá, através dele, receber descontos exclusivos. A empresa conta também com o Marketing cooperado fazendo parcerias com a loja de artigos festivos, *buffet*, lojas de aluguel de trajes para noivos e debutantes, empresas de eventos cerimoniais.

3.1 Produtos

Os produtos são ofertados em três tipos de pacotes, que são eles: pacote bronze, onde serão servidos coquetéis e *drinks* por um período de duas horas, o pacote prata onde é servido coquetéis e *drinks* por um período de três horas e o pacote ouro, onde é o serviço de coquetéis e *drinks* é livre, ou seja, enquanto durar o evento.

Dentre os coquetéis oferecidos pela empresa se destacam: Caipirosca (vodca, gelo, açúcar e abacaxi, kiwi, morango e tangerina), *Sex On The Beach* (vodca, licor de pêssigo, suco de laranja, xarope de groselha e gelo), Pina Colada (rum nacional, leite de coco e suco de abacaxi), Coquetéis de Frutas

(suco de abacaxi, laranja, maracujá, uva, creme de leite e leite condensado), Delícia Brasileira (vinho tinto, leite de coco e leite condensado), *Drink Orange* (suco de laranja, suco de abacaxi e refrigerante kuait), Coco Molhado (cachaça água de coco, leite de coco e leite condensado), Branca de Neve (suco de maçã e soda), Laranguate (Suco de laranja, leite condensado e kuait), *Drink dos Deuses* (cachaça, suco de maracujá, leite de coco e groselha), Lagoa Azul (*vodca*, coração *blue*, soda e açúcar), Abridor de Perna (*vodca*, suco de tangerina e leite condensado), *Joy Joy* (*vodca*, suco de morango, suco de abacaxi e leite condensado) e Fruit (cachaça, suco de laranja, groselha), com ou sem álcool.

Por manusearem produtos alimentícios como frutas e doces, a empresa seguirá as normas de qualidade previstas pela ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária, principalmente pela resolução RDC nº 216 de 15 de Setembro de 2004, que trata de regras específicas para empresas que produzem e/ou manipulam alimentos.

3.2 Fornecedores

- Freitas Varejo – Avenida Bezerra de Menezes, 2661, Parquelândia.
(85) 3422-3184.
- Solmar - Rua Vital Brasil, 2740, Granja Portugal, (85) 3131.1717
- Mercado São Sebastião - Fortaleza, CE. (85) 3468-1600
- Assai Atacadista – AV. Bezerra de Menezes, 171, Farias Brito,
(85)3533.4499
- Marbel (Cachaçaria e adegas) – Rua Meton de Alencar, 1649, Otávio Bonfim,
(85) 8862.2771

3.3 Distribuição

A distribuição dos produtos/serviços da empresa será realizada de acordo com endereço contratado para o evento, ou seja, de forma itinerante, sendo transportados no dia do evento através de dois veículos para a locomoção dos seus produtos e materiais necessários para a prestação do serviço. A rota é feita de acordo com o local onde será realizado o evento.

O serviço é realizado através de uma equipe especializada alocada conforme o tipo de evento e quantidades de produtos contratados, composta por seis barman's e três tequileiros.

3.4 Promoção

A empresa Drink Ballad está investindo em sua promoção de produtos e serviços, através das redes sociais, onde todos possuem acesso e publicação em uma revista elaborada por uma empresa de entretenimento e eventos localizada no estado do Ceará, para a divulgação de sua marca. Incentivando desta forma o aumento de suas vendas e a captação de novos clientes.

A logomarca da empresa traz o nome Drink Ballad escrito dentro de uma tablatura/pauta (Conjunto de cinco linhas usadas para escrever as notas musicais, as iniciais D (drink) e B (Ballad) representa uma nomenclatura usada em partituras musicais).

A escolha do tema foi pensando em lembrar o ambiente de trabalho da empresa, que é festa por isso foi feita com sinais de escrita musical. Figura 3 segue logomarca utilizada pela empresa.

Figura 3 – Logomarca



FONTE: Elaborada pelo autor

3.5 Clientes

Os clientes podem ser tanto pessoa física e/ou jurídica. Os clientes são noivos que estão organizando seu casamento, comissões de formatura de faculdade, festas infantis, debutantes, empresas prestadoras de serviços para eventos, lojas de roupa que contratam *drinks* e coquetéis para lançamento de coleção. Os clientes pessoa física são de classe média, ambos os sexos, entre vinte e sessenta anos de idade, com estilos de vidas variados.

Os clientes pessoa jurídicas são empresários individuais, micro e pequenas empresas, empresas limitadas e sociedades anônimas.

4 PESQUISA DE MERCADO

A pesquisa foi realizada através de visitas presenciais com a colaboração dos sócios proprietários da empresa onde foram feitas entrevistas sobre a criação do empreendimento, o público alvo, a lucratividade esperada e através desses dados foi analisado de que forma a empresa será inserida no mercado e como a empresa poderá crescer e atingir seus objetivos.

Dessa forma foi escolhida a modalidade de *benchmarking*, onde foram realizadas visitas à empresa Coktelitas localizada na Rua Osvaldo Cruz, 2330 Dionísio Torres CEP 60.125-151 – Fortaleza, para analisar como a empresa

conseguiu se solidificar, alcançar seus objetivos e se tornar uma referência na prestação de serviços de coquetéis e *show bar* em diversos tipos de eventos.

A pesquisa de mercado foi elaborada através de questionário com perguntas direcionadas ao público-alvo da empresa, os quais são noivos, formandos, debutantes e empresas que realizam eventos corporativos.

O local a serem realizadas a pesquisa foi no centro de convenções do Ceará, no qual aconteceu a 3ª exposição de produtos e serviços para casamentos do Ceará, onde a empresa Drink Ballad, foi fazer demonstração e degustação de seus produtos e serviços, na perspectiva de atrair novos clientes.

O questionário encontra-se no anexo deste plano de negócios. Foram entrevistados 40 pessoas sendo 25 do sexo feminino e 15 do sexo masculino, tendo em vista que as mulheres são as mais interessadas em contratar este tipo de serviço e produto, conforme mostra o gráfico 1.

Gráfico 1.



Fonte: Resultado da pesquisa realizada para avaliar o sexo predominante na contratação dos produtos e serviços da empresa Drink Ballad.

A pesquisa revela o grau de satisfação dos clientes que degustaram os produtos e participaram da apresentação dos serviços mostrados no evento, o gráfico 2, mostra o nível de satisfação dos clientes. Apenas 4 dos entrevistados

consideraram insatisfeitos com os produtos e serviços, 8 pouco satisfeitos, 10 satisfeitos, 15 muito satisfeitos e somente 3 pessoa preferiu não optar pelas alternativas.

Gráfico 2.



Fonte: Resultado da pesquisa realizada para avaliar o nível de satisfação dos produtos e serviços da empresa Drink Ballard.

O gráfico 3 mostra o nível de contratação os produtos e serviços ofertados pela empresa Drink Ballard.

Gráfico 3.



Fonte: Resultado da pesquisa realizada para avaliar o nível de contratação da empresa.

5 PLANO DE OPERAÇÕES

A empresa irá funcionar de segunda a sexta-feira das 08:00h às 17:00h, com intervalo de uma hora para refeição, e aos sábados das 8:00h às 15:00h, exceto domingos e feriados. Os funcionários que ficarem alocados na empresa, serão regidos de acordo com as regras da CLT - Consolidação das Leis trabalhistas. Os demais funcionários serão remunerados por evento realizado, de acordo com o contrato realizado com a empresa.

Terá em seu quadro funcional: uma recepcionista, que irá trabalhar em horário integral das 08:00h às 17:00h com intervalo de uma hora para o almoço.

Um barman e um tequileiro ficarão na empresa de segunda a sexta-feira no horário de 08:00h às 17:00h com intervalo de uma hora para o almoço e aos sábados das 08:00 às 15:00h.

Seis barman's e três tequileiros ficarão disponíveis para os eventos de acordo com o horário disponibilizado no contrato.

O escritório estará dividido em quatro cômodos distintos, a primeira sala destina-se ao atendimento inicial com recepcionista, onde serão coletados os dados dos clientes, nome completo, data, horário do evento e tipo do evento, em seguida o cliente é encaminhado à sala onde ele terá a oportunidade de assistir a uma apresentação de *show bar*, serviços de barman e degustar os produtos.

Após a apresentação dos serviços e produtos os clientes serão recebidos na sala dos sócios onde poderão negociar valores, quantidades de produtos vendidos, e duração dos serviços. Não haverá atendimento com hora marcada. A limpeza e higienização do local e materiais utilizados será tarefa comum dos funcionários.

Os sócios se alternarão nos horários para que possam realizar outras atividades para a empresa, gozar férias e finais de semana.

6 PLANO FINANCEIRO

Serão apresentados nessa parte do plano de negócios os dados projetados a partir das análises realizadas na empresa Drink Ballard, referentes a 2015, que tem por objetivo, confirmar através de números a viabilidade financeira do negócio

Conforme quadro 1 (anexo), percebe-se a composição das receitas estimadas. E na figura 1, o gráfico mostra a sazonalidade do negócio, onde se tem um significativo aumento nas receitas, predominantemente no segundo semestre, pois neste período ocorre um grande numero de eventos, por ocasião do mês de Maio por ser considerado o mês das noivas, e por está bem próximo do final de ano, onde acontecem muitas comemorações e confraternizações empresariais.

No quadro 2 (anexo), projeta as receitas mensais estimadas por cada pacote de serviço ofertado.

A projeção dos custos de matéria prima utilizada nos pacotes de serviços é da ordem de R\$ 6.108,00(seis mil cento e oito reais) em média é verificado nos quadros 3 e 4 (anexo).

No quadro 5 (anexo), observa-se a remuneração salarial de mão de obra direta por serviço e o orçamento de mão de obra.

O quadro 6 (anexo), projeta o orçamento das despesas operacionais no valor mensal de R\$ 10.267,00 (dez mil duzentos e sessenta e sete reais) em média.

Os investimentos necessários para a implantação são visualizados no quadro 7 (anexo), que serão pagos à vista e em até 4x.

O quadro 8 (anexo), mostra o fluxo de caixa consolidado, onde também poderão ser feitas as projeções dos resultados e estimar o *payback*. Considerando-se um investimento inicial de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), onde o primeiro sócio José Wilker entrará com um investimento de R\$ 44.000,00 (quarenta e quatro mil reais), que será alocado para as reformas e instalações e a segunda sócia proprietária Aryanne Coelho entrará com um investimento de R\$ 56.000,00 (cinquenta e seis mil reais), que será o capital de giro contido no saldo inicial do fluxo de caixa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS – TESTE DE VIABILIDADE

A elaboração de um plano de negocio é de extrema importância para a organização, podendo ser realizado para inúmeros fins, como abertura de uma empresa, reestruturação ou mesmo para a entrada de novos produtos e serviços.

Este plano refere-se a uma empresa já existente, e foi elaborado a fim de testar a viabilidade e solidificação da empresa Drink Ballad no mercado. Analisando os resultados obtidos com a projeção dos investimentos, custos, despesas e vendas dos produtos e serviços pode-se verificar a viabilidade do negócio e a projeção de *payback* em até 9 meses.

Questionário

Sou Kátia Ribeiro Teles Rodrigues, graduando em Administração pela FAMETRO – Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza. Esta pesquisa aborda “aceitação e a viabilidade da implantação da empresa Drink Ballad no mercado de eventos”. Assim, agradeço antecipadamente a sua colaboração e solicito sua cooperação no sentido de responder as questões deste questionário, para que seja possível tal análise. Trata-se de uma pesquisa com caráter exclusivamente acadêmico. Você não deverá se identificar.

1. Classificação do entrevistado

Idade () 18 a 25 anos () 26 a 35 anos () 36 a 45 anos () acima de 45 anos

Sexo () Feminino () Masculino

2. Você contrataria este serviço e adquiriria este produto no seu evento?

() contrataria () não contrataria

3. Avalie os itens contidos nos quadros que seguem e assinale X para a sua opinião sobre as afirmações abaixo.

Indique o grau de concordância com as afirmações utilizadas para avaliar a viabilidade da implantação da empresa no mercado de eventos.

	Muito satisfeito (1)	Pouco satisfeito (2)	Satisfeito (3)	Insatisfeito (4)	Nenhuma das alternativas
1. Está satisfeita com a variedade de coquetéis oferecidos pela empresa.					
2. Está satisfeito com o preço cobrado pelos produtos e serviços oferecidos.					
3. Está satisfeito com as promoções realizadas pela empresa.					
4. O horário de atendimento satisfaz suas necessidades.					

5. Na escolha dos produtos e serviços, é satisfatório o nível do atendimento.					
6. Simpatia e cortesia no atendimento					
7. Facilidade de contato					
8. Conhecimento em relação aos produtos					
9. Qualidade dos produtos					
10. Prazo de pagamento					
11. Credibilidade					
12. Localização da empresa					

Premissas de Receitas

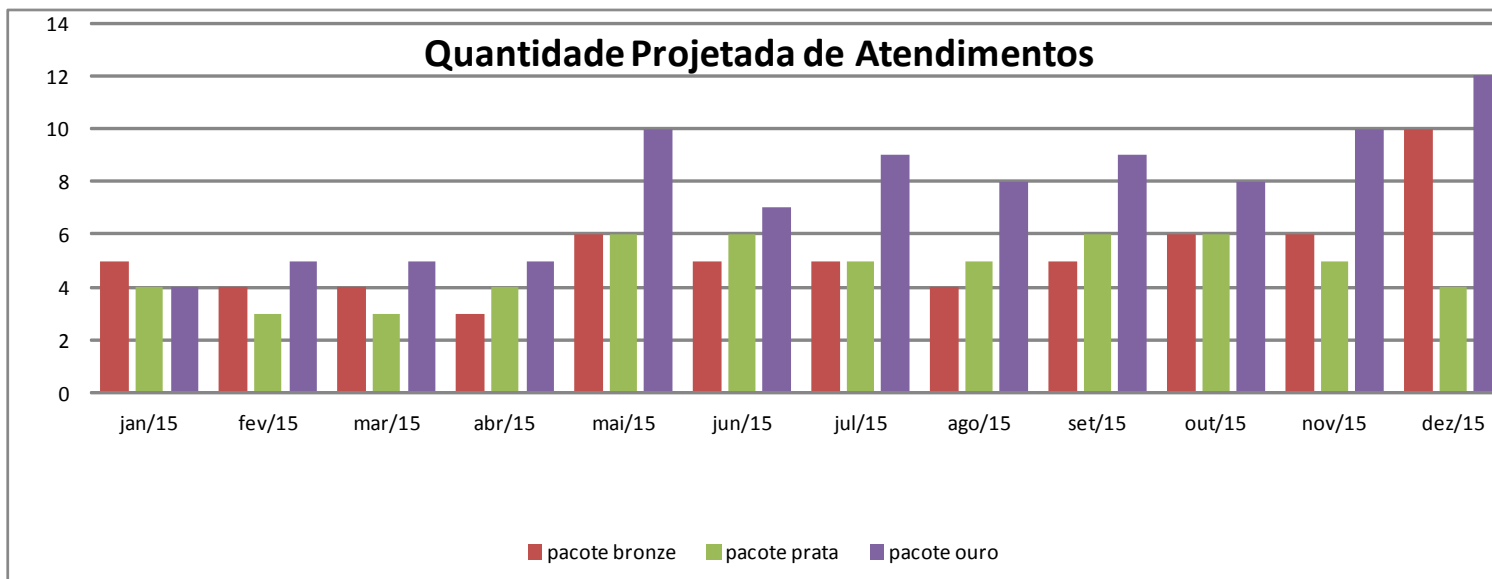
Serviços	Preço
pacote bronze	R\$ 1.000,00
pacote prata	R\$ 1.500,00
pacote ouro	R\$ 2.500,00

Quadro 1

Quantidades Mensais Estimadas

Serviços	jan/15	fev/15	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15	ago/15	set/15	out/15	nov/15	dez/15	TOTAL	MÉDIA
pacote bronze	5	4	4	3	6	5	5	4	5	6	6	10	63	5
pacote prata	4	3	3	4	6	6	5	5	6	6	5	4	57	5
pacote ouro	4	5	5	5	10	7	9	8	9	8	10	12	92	8

Serviços	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
pacote bronze	1,00	0,60	0,60	0,80	1,60	1,00	0,50	0,60	1,40	1,00	1,20	2,00
pacote prata	1,00	0,80	0,60	1,00	1,40	1,00	0,50	0,80	0,40	1,00	1,00	0,50
pacote ouro	1,00	0,60	0,80	0,80	1,00	1,00	0,50	0,80	0,80	0,80	1,00	0,50

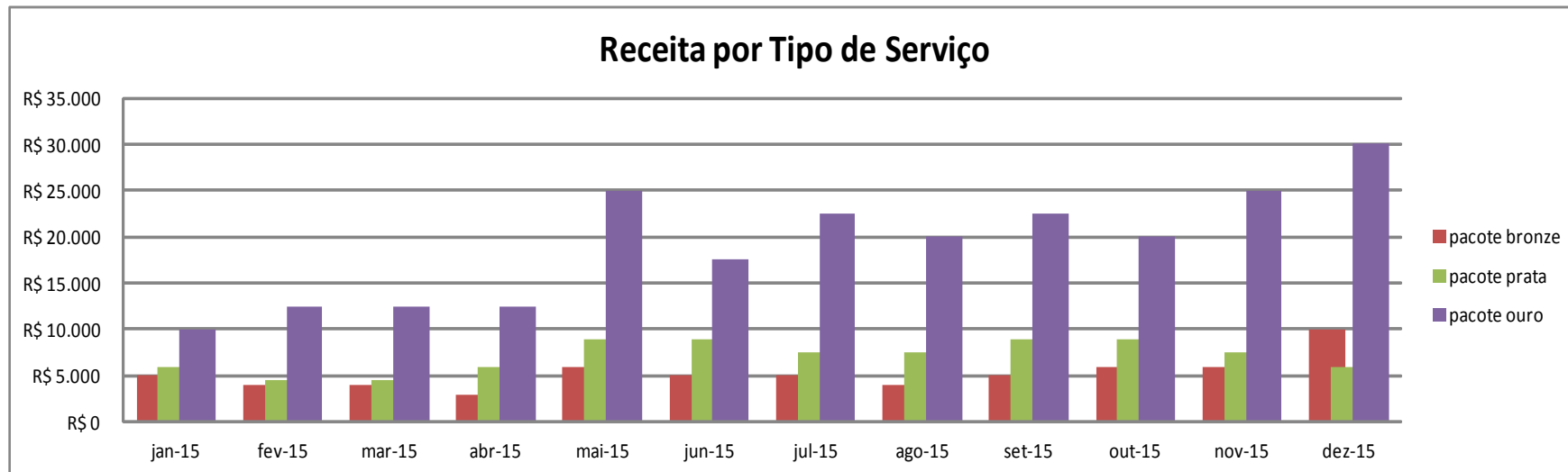


Quadro 2

Orçamento de Receitas

Receitas Mensais Estimadas

Serviços	jan-15	fev-15	mar-15	abr-15	mai-15	jun-15	jul-15	ago-15	set-15	out-15	nov-15	dez-15	TOTAL	MÉDIA	AV%
pacote bronze	R\$ 5.000	R\$ 4.000	R\$ 4.000	R\$ 3.000	R\$ 6.000	R\$ 5.000	R\$ 5.000	R\$ 4.000	R\$ 5.000	R\$ 6.000	R\$ 6.000	R\$ 10.000	R\$ 63.000	R\$ 5.250	16,64%
pacote prata	R\$ 6.000	R\$ 4.500	R\$ 4.500	R\$ 6.000	R\$ 9.000	R\$ 9.000	R\$ 7.500	R\$ 7.500	R\$ 9.000	R\$ 9.000	R\$ 7.500	R\$ 6.000	R\$ 85.500	R\$ 7.125	22,59%
pacote ouro	R\$ 10.000	R\$ 12.500	R\$ 12.500	R\$ 12.500	R\$ 25.000	R\$ 17.500	R\$ 22.500	R\$ 20.000	R\$ 22.500	R\$ 20.000	R\$ 25.000	R\$ 30.000	R\$ 230.000	R\$ 19.167	60,77%
Total	R\$ 21.000	R\$ 21.000	R\$ 21.000	R\$ 21.500	R\$ 40.000	R\$ 31.500	R\$ 35.000	R\$ 31.500	R\$ 36.500	R\$ 35.000	R\$ 38.500	R\$ 46.000	R\$ 378.500	R\$ 31.542	100,00%
AH%		0,00%	0,00%	2,38%	86,05%	-21,25%	11,11%	-10,00%	15,87%	-4,11%	10,00%	19,48%			



Quadro 3

componentes dos pacotes de coqueteis

pacote bronze

Item	Quantidade	Unidade	Preço de Custo	Preço Total
vodca	2	LT	R\$ 23,00	R\$ 46,00
licor	1	LT	R\$ 19,00	R\$ 19,00
xarope de groselha	1	LT	R\$ 6,00	R\$ 6,00
cachaça	2	LT	R\$ 5,50	R\$ 11,00
vinho	2	LT	R\$ 8,00	R\$ 16,00
refrigerante	4	LT	R\$ 3,50	R\$ 14,00
rum	1	LT	R\$ 12,00	R\$ 12,00
agua de coco	6	UND	R\$ 1,50	R\$ 9,00
abacaxi	2	UND	R\$ 1,50	R\$ 3,00
morango	4	CX	R\$ 2,50	R\$ 10,00
kiwi	1	KG	R\$ 9,90	R\$ 9,90
tangerina	1	KG	R\$ 1,50	R\$ 1,50
laranja	1	KG	R\$ 2,49	R\$ 2,49
limao	1	KG	R\$ 1,20	R\$ 1,20
maça	1	KG	R\$ 3,00	R\$ 3,00
creme de leite	6	CX	R\$ 2,50	R\$ 15,00
leite condensado	6	CX	R\$ 2,50	R\$ 15,00
leite de coco	1	LT	R\$ 5,00	R\$ 5,00
açúcar	5	KG	R\$ 1,79	R\$ 8,95
gelo	4	PC	R\$ 2,00	R\$ 8,00
Total				R\$ 216,04

pacote prata

Item	Quantidade	Unidade	Preço de Custo	Preço Total
vodca	3	LT	R\$ 23,00	R\$ 69,00
licor	1	LT	R\$ 19,00	R\$ 19,00
xarope de groselha	1	LT	R\$ 6,00	R\$ 6,00
cachaça	3	LT	R\$ 5,50	R\$ 16,50
vinho	3	LT	R\$ 8,00	R\$ 24,00
refrigerante	6	LT	R\$ 3,50	R\$ 21,00
rum	2	LT	R\$ 12,00	R\$ 24,00
agua de coco	8	UND	R\$ 1,50	R\$ 12,00
abacaxi	3	UND	R\$ 1,50	R\$ 4,50
morango	5	CX	R\$ 2,50	R\$ 12,50
kiw i	1	KG	R\$ 9,90	R\$ 9,90
tangerina	1	KG	R\$ 1,50	R\$ 1,50
laranja	2	KG	R\$ 2,49	R\$ 4,98
limao	1	KG	R\$ 1,20	R\$ 1,20
maça	1	KG	R\$ 3,00	R\$ 3,00
creme de leite	8	CX	R\$ 2,50	R\$ 20,00
leite condensado	8	CX	R\$ 2,50	R\$ 20,00
leite de coco	2	LT	R\$ 5,00	R\$ 10,00
acuçar	6	KG	R\$ 1,79	R\$ 10,74
gelo	6	PC	R\$ 2,00	R\$ 12,00
Total				R\$ 301,82

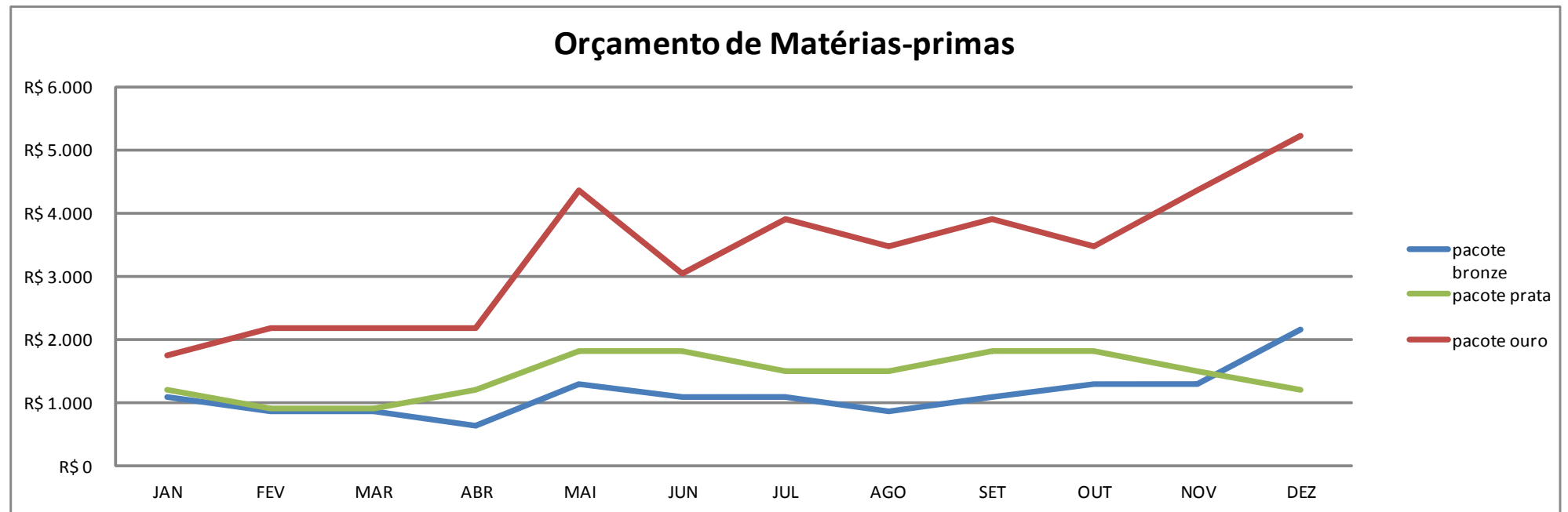
pacote ouro

Item	Quantidade	Unidade	Preço de Custo	Preço Total
vodca	5	LT	R\$ 23,00	R\$ 115,00
licor	2	LT	R\$ 19,00	R\$ 38,00
xarope de groselha	2	LT	R\$ 6,00	R\$ 12,00
cachaça	6	LT	R\$ 5,50	R\$ 33,00
vinho	3	LT	R\$ 8,00	R\$ 24,00
refrigerante	8	LT	R\$ 3,50	R\$ 28,00
rum	3	LT	R\$ 12,00	R\$ 36,00
agua de coco	8	UND	R\$ 1,50	R\$ 12,00
abacaxi	4	UND	R\$ 1,50	R\$ 6,00
morango	6	CX	R\$ 2,50	R\$ 15,00
kiw i	1	KG	R\$ 9,90	R\$ 9,90
tangerina	1	KG	R\$ 1,50	R\$ 1,50
laranja	2	KG	R\$ 2,49	R\$ 4,98
limao	1	KG	R\$ 1,20	R\$ 1,20
maça	1	KG	R\$ 3,00	R\$ 3,00
creme de leite	10	CX	R\$ 2,50	R\$ 25,00
leite condensado	10	CX	R\$ 2,50	R\$ 25,00
leite de coco	3	LT	R\$ 5,00	R\$ 15,00
acuçar	8	KG	R\$ 1,79	R\$ 14,32
gelo	8	PC	R\$ 2,00	R\$ 16,00
Total				R\$ 434,90

Quadro 4

Orçamento de Matérias-primas

Serviços	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL	MÉDIA	AV%
pacote bronze	R\$ 1.080	R\$ 864	R\$ 864	R\$ 648	R\$ 1.296	R\$ 1.080	R\$ 1.080	R\$ 864	R\$ 1.080	R\$ 1.296	R\$ 1.296	R\$ 2.160	R\$ 13.611	R\$ 1.134	19,22%
pacote prata	R\$ 1.207	R\$ 905	R\$ 905	R\$ 1.207	R\$ 1.811	R\$ 1.811	R\$ 1.509	R\$ 1.509	R\$ 1.811	R\$ 1.811	R\$ 1.509	R\$ 1.207	R\$ 17.204	R\$ 1.434	24,29%
pacote ouro	R\$ 1.740	R\$ 2.175	R\$ 2.175	R\$ 2.175	R\$ 4.349	R\$ 3.044	R\$ 3.914	R\$ 3.479	R\$ 3.914	R\$ 3.479	R\$ 4.349	R\$ 5.219	R\$ 40.011	R\$ 3.334	56,49%
Total	R\$ 4.027	R\$ 3.944	R\$ 3.944	R\$ 4.030	R\$ 7.456	R\$ 5.935	R\$ 6.503	R\$ 5.852	R\$ 6.805	R\$ 6.586	R\$ 7.154	R\$ 8.586	R\$ 70.825	R\$ 5.902	100,00%



Quadro 5

Orçamento de Mão-de-obra Direta dos Procedimentos

Parâmetros

Horas/mês	220
Encargos sociais	40%

Salários

Pessoal	Salário mensal	Encargos Sociais	Remuneração Total	Remuneração /hora
Recepcionista	R\$ 1.000,00	R\$ 400,00	R\$ 1.400,00	R\$ 6,36
tequileiro	R\$ 1.200,00	R\$ 480,00	R\$ 1.680,00	R\$ 7,64
barman	R\$ 1.200,00	R\$ 480,00	R\$ 1.680,00	R\$ 7,64

Mão-de-obra Direta por Serviço (hora)

Serviços	Recepcionista	tequileiro	barman	MOD Total
pacote bronze	23,00	8,00	8,00	R\$ 268,55
pacote prata	14,00	8,00	8,00	R\$ 211,27
pacote ouro	9,00	8,00	8,00	R\$ 179,45

Orçamento de MOD

Serviços	jan-15	fev-15	mar-15	abr-15	mai-15	jun-15	jul-15	ago-15	set-15	out-15	nov-15	dez-15	TOTAL	MÉDIA	AV%
pacote bronze	R\$ 1.343	R\$ 1.074	R\$ 1.074	R\$ 806	R\$ 1.611	R\$ 1.343	R\$ 1.343	R\$ 1.074	R\$ 1.343	R\$ 1.611	R\$ 1.611	R\$ 2.685	R\$ 16.918	R\$ 1.410	37,21%
pacote prata	R\$ 845	R\$ 634	R\$ 634	R\$ 845	R\$ 1.268	R\$ 1.268	R\$ 1.056	R\$ 1.056	R\$ 1.268	R\$ 1.268	R\$ 1.056	R\$ 845	R\$ 12.043	R\$ 1.004	26,48%
pacote ouro	R\$ 718	R\$ 897	R\$ 897	R\$ 897	R\$ 1.795	R\$ 1.256	R\$ 1.615	R\$ 1.436	R\$ 1.615	R\$ 1.436	R\$ 1.795	R\$ 2.153	R\$ 16.510	R\$ 1.376	36,31%
Total	R\$ 2.906	R\$ 2.605	R\$ 2.605	R\$ 2.548	R\$ 4.673	R\$ 3.867	R\$ 4.014	R\$ 3.566	R\$ 4.225	R\$ 4.315	R\$ 4.462	R\$ 5.684	R\$ 45.471	R\$ 3.789	100,00%
AHP%		-10,34%	0,00%	-2,20%	83,42%	-17,27%	3,82%	-11,16%	18,49%	2,11%	3,42%	27,38%			

Quadro 6

Orçamento de Despesas Operacionais

Despesas Operacionais de Natureza Fixa

Contas	Valores mensais estimados
Água	R\$ 75,00
Aluguel	R\$ 1.000,00
Contabilidade - terceirizada	R\$ 362,00
Encargos sociais	R\$ 1.515,69
Energia elétrica	R\$ 200,00
Folha de pagamento	R\$ 3.789,23
Tv por assinatura	R\$ 120,00
Internet	R\$ 150,00
mão de obra terceirizada	R\$ 720,00
Manutenções diversas	R\$ 100,00
Telefonia	R\$ 100,00
Total	R\$ 8.131,92

Despesas Operacionais de Natureza Variável

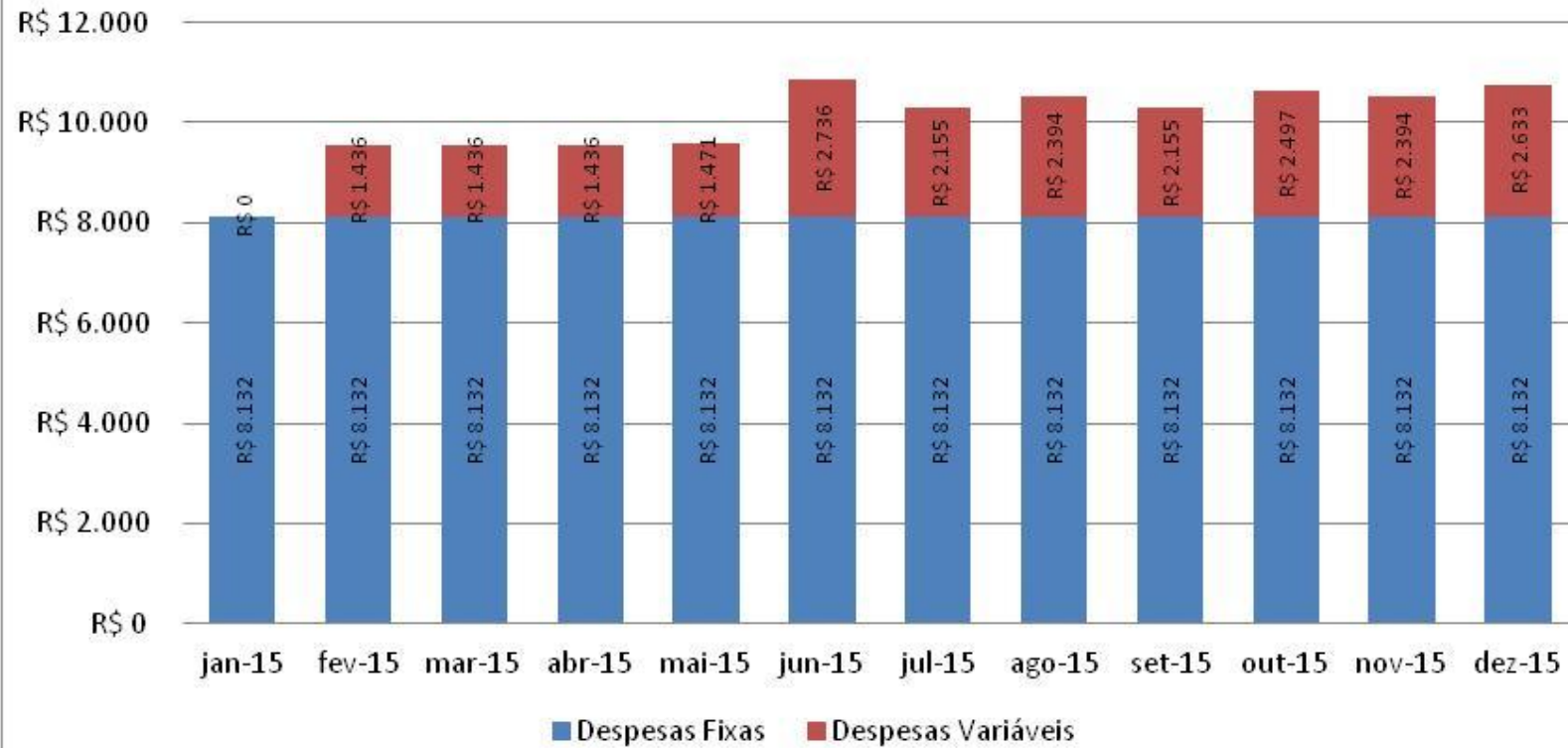
Itens	Percentuais	Base de Cálculo	Ocorrência
Simples	6,84%	RB	M+1

Orçamento de Despesas Operacionais

Meses	jan-15	fev-15	mar-15	abr-15	mai-15	jun-15	jul-15	ago-15	set-15	out-15	nov-15	dez-15	TOTAL	MÉDIA
Despesas Fixas	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 97.583	R\$ 8.132
Aluguel	R\$ 1.000	R\$ 1.000	R\$ 1.000	R\$ 1.000	R\$ 1.000	R\$ 1.000	R\$ 1.000	R\$ 1.000	R\$ 1.000	R\$ 1.000	R\$ 1.000	R\$ 1.000	R\$ 12.000	R\$ 1.000
Água	R\$ 75	R\$ 75	R\$ 75	R\$ 75	R\$ 75	R\$ 75	R\$ 75	R\$ 75	R\$ 75	R\$ 75	R\$ 75	R\$ 75	R\$ 900	R\$ 75
Contabilidade - terceirizada	R\$ 362	R\$ 362	R\$ 362	R\$ 362	R\$ 362	R\$ 362	R\$ 362	R\$ 362	R\$ 362	R\$ 362	R\$ 362	R\$ 362	R\$ 4.344	R\$ 362
Encargos sociais	R\$ 1.516	R\$ 1.516	R\$ 1.516	R\$ 1.516	R\$ 1.516	R\$ 1.516	R\$ 1.516	R\$ 1.516	R\$ 1.516	R\$ 1.516	R\$ 1.516	R\$ 1.516	R\$ 18.188	R\$ 1.516
Energia elétrica	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	R\$ 200
Folha de pagamento	R\$ 3.789	R\$ 3.789	R\$ 3.789	R\$ 3.789	R\$ 3.789	R\$ 3.789	R\$ 3.789	R\$ 3.789	R\$ 3.789	R\$ 3.789	R\$ 3.789	R\$ 3.789	R\$ 45.471	R\$ 3.789
Tv por assinatura	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 120	R\$ 1.440	R\$ 120
mão de obra terceirizada	R\$ 720	R\$ 720	R\$ 720	R\$ 720	R\$ 720	R\$ 720	R\$ 720	R\$ 720	R\$ 720	R\$ 720	R\$ 720	R\$ 720	R\$ 8.640	R\$ 720
Internet	R\$ 150	R\$ 150	R\$ 150	R\$ 150	R\$ 150	R\$ 150	R\$ 150	R\$ 150	R\$ 150	R\$ 150	R\$ 150	R\$ 150	R\$ 1.800	R\$ 150
Manutenções diversas	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 1.200	R\$ 100
Telefonia	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 100	R\$ 1.200	R\$ 100
Despesas Variáveis	R\$ 0	R\$ 1.436	R\$ 1.436	R\$ 1.436	R\$ 1.471	R\$ 2.736	R\$ 2.155	R\$ 2.394	R\$ 2.155	R\$ 2.497	R\$ 2.394	R\$ 2.633	R\$ 22.743	R\$ 1.895
Simples		R\$ 1.436	R\$ 1.436	R\$ 1.436	R\$ 1.471	R\$ 2.736	R\$ 2.155	R\$ 2.394	R\$ 2.155	R\$ 2.497	R\$ 2.394	R\$ 2.633	R\$ 22.743	R\$ 2.068
Total	R\$ 8.132	R\$ 9.568	R\$ 9.568	R\$ 9.568	R\$ 9.603	R\$ 10.868	R\$ 10.287	R\$ 10.526	R\$ 10.287	R\$ 10.629	R\$ 10.526	R\$ 10.765	R\$ 120.326	R\$ 10.027

* Os impostos (despesas variáveis) terão saldos a serem recolhidos no exercício orçamentário posterior

Despesas Totais

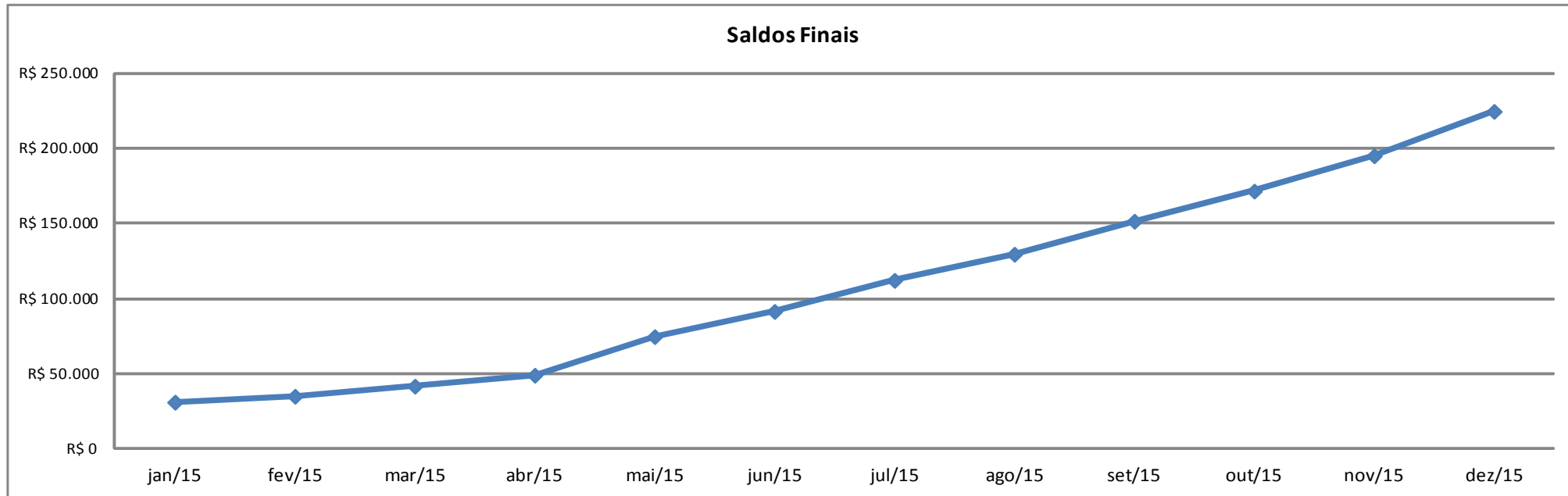


Quadro 8

Orçamento Consolidado

Saldo inicial	R\$ 56.000
----------------------	------------

Contas	jan/15	fev/15	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15	ago/15	set/15	out/15	nov/15	dez/15	TOTAL	MÉDIA
Saldo inicial	R\$ 56.000	R\$ 31.087	R\$ 35.039	R\$ 41.740	R\$ 48.999	R\$ 74.723	R\$ 91.489	R\$ 112.188	R\$ 129.596	R\$ 151.584	R\$ 171.641	R\$ 195.153		
Receitas operacionais	R\$ 21.000	R\$ 21.000	R\$ 21.000	R\$ 21.500	R\$ 40.000	R\$ 31.500	R\$ 35.000	R\$ 31.500	R\$ 36.500	R\$ 35.000	R\$ 38.500	R\$ 46.000	R\$ 378.500	R\$ 31.542
pacote bronze	R\$ 5.000	R\$ 4.000	R\$ 4.000	R\$ 3.000	R\$ 6.000	R\$ 5.000	R\$ 5.000	R\$ 4.000	R\$ 5.000	R\$ 6.000	R\$ 6.000	R\$ 10.000	R\$ 63.000	R\$ 5.250
pacote prata	R\$ 6.000	R\$ 4.500	R\$ 4.500	R\$ 6.000	R\$ 9.000	R\$ 9.000	R\$ 7.500	R\$ 7.500	R\$ 9.000	R\$ 9.000	R\$ 7.500	R\$ 6.000	R\$ 85.500	R\$ 7.125
pacote ouro	R\$ 10.000	R\$ 12.500	R\$ 12.500	R\$ 12.500	R\$ 25.000	R\$ 17.500	R\$ 22.500	R\$ 20.000	R\$ 22.500	R\$ 20.000	R\$ 25.000	R\$ 30.000	R\$ 230.000	R\$ 19.167
Custos produtivos	R\$ 2.906	R\$ 2.605	R\$ 2.605	R\$ 2.548	R\$ 4.673	R\$ 3.867	R\$ 4.014	R\$ 3.566	R\$ 4.225	R\$ 4.315	R\$ 4.462	R\$ 5.684	R\$ 45.471	R\$ 3.789
MOD	R\$ 2.906	R\$ 2.605	R\$ 2.605	R\$ 2.548	R\$ 4.673	R\$ 3.867	R\$ 4.014	R\$ 3.566	R\$ 4.225	R\$ 4.315	R\$ 4.462	R\$ 5.684	R\$ 45.471	R\$ 3.789
matéria prima	R\$ 4.027	R\$ 3.944	R\$ 3.944	R\$ 4.030	R\$ 7.456	R\$ 5.935	R\$ 6.503	R\$ 5.852	R\$ 6.805	R\$ 6.586	R\$ 7.154	R\$ 8.586	R\$ 70.825	R\$ 5.902
Despesas operacionais	R\$ 8.132	R\$ 9.568	R\$ 9.568	R\$ 9.568	R\$ 9.603	R\$ 10.868	R\$ 10.287	R\$ 10.526	R\$ 10.287	R\$ 10.629	R\$ 10.526	R\$ 10.765	R\$ 120.326	R\$ 10.027
Despesas fixas	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 8.132	R\$ 97.583	R\$ 8.132
Despesas variáveis	R\$ 0	R\$ 1.436	R\$ 1.436	R\$ 1.436	R\$ 1.471	R\$ 2.736	R\$ 2.155	R\$ 2.394	R\$ 2.155	R\$ 2.497	R\$ 2.394	R\$ 2.633	R\$ 22.743	R\$ 1.895
Investimentos	R\$ 34.875	R\$ 4.875	R\$ 2.125	R\$ 2.125	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 44.000	R\$ 3.667
Saldo final	R\$ 31.087	R\$ 35.039	R\$ 41.740	R\$ 48.999	R\$ 74.723	R\$ 91.489	R\$ 112.188	R\$ 129.596	R\$ 151.584	R\$ 171.641	R\$ 195.153	R\$ 224.703		
Resultado operacional	R\$ 9.962	R\$ 8.826	R\$ 8.826	R\$ 9.384	R\$ 25.724	R\$ 16.766	R\$ 20.699	R\$ 17.408	R\$ 21.988	R\$ 20.057	R\$ 23.512	R\$ 29.551	R\$ 212.703	
Resultado total	(R\$ 24.913)	R\$ 3.951	R\$ 6.701	R\$ 7.259	R\$ 25.724	R\$ 16.766	R\$ 20.699	R\$ 17.408	R\$ 21.988	R\$ 20.057	R\$ 23.512	R\$ 29.551	R\$ 168.703	



Quadro 9

Payback	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro
	-R\$ 100.000,00	-R\$ 124.913,00	-R\$ 122.600,00	-R\$ 114.945,00	-R\$ 102.091,00	-R\$ 75.417,00	-R\$ 58.959,00	-R\$ 38.431,00	-R\$ 21.194,00
	-R\$ 24.913,00	R\$ 2.313,00	R\$ 7.655,00	R\$ 12.854,00	R\$ 26.674,00	R\$ 16.458,00	R\$ 20.528,00	R\$ 17.237,00	R\$ 21.817,00
	-R\$ 124.913,00	-R\$ 122.600,00	-R\$ 114.945,00	-R\$ 102.091,00	-R\$ 75.417,00	-R\$ 58.959,00	-R\$ 38.431,00	-R\$ 21.194,00	R\$ 623,00

REFÊRENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Planejamento Estratégico: Conceitos, Metodologia, Práticas. 17 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Teoria Geral da Administração: da revolução urbana à revolução digital. 6 ed. São Paulo: atlas, 2007.

RODRIGUES, M. R. A., TORRES M. C. S., FILHO J. M., LOBATO. D. M, Estratégia de empresas. 9. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2009

HOOLEY, G.; PIERCY, N.; NICOULAND; B. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. 4. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2011.

SEBRAE 2005 – Ficha técnica organização e promoção de eventos. Disponível em:

< <http://www2.ms.sebrae.com.br/uploads/UAI/fichastecnicas/eventos.pdf> >
Acesso em 24 de maio de 2104.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. Planejamento Estratégico: Fundamentos e Aplicações. 8 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

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

SEBRAE – Ficha técnica organização e promoção de eventos. Disponível em:

< <http://www2.ms.sebrae.com.br/uploads/UAI/fichastecnicas/eventos.pdf> >
Acesso em 24 de maio de 2104

