

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAIBA/UFPB

Centro de Ciências Sociais Aplicadas / CCSA

Departamento de Administração / DA

**PLANO DE NEGÓCIO PARA A EXPANSÃO DA  
EMPRESA –VINTTAGE CASA DE EVENTOS**

JULIANE VIRGINIA DIAS NUNES

João Pessoa  
Setembro 2017

JULIANE VIRGINIA DIAS NUNES

**PLANO DE NEGÓCIO PARA A EXPANSÃO DA EMPRESA –  
VINTTAGE CASA DE EVENTOS**

Trabalho de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção de título de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Bispo

João Pessoa  
Setembro 2017

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

D541p Dias, Juliane Virginia .

Plano de negocio para a expansão da empresa - Vinttage Casa de Eventos / Juliane Virginia Dias. – João Pessoa, 2017.  
55f.: il.

Orientador(a): Profº Dr. Marcelo de Souza Bispo.

Trabalho de Conclusão de Curso (Administração) – UFPB/CCSA.

1. Administração. 2. Plano de negocio. 3. Vinttage Casa de Eventos. I.  
Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:658(043.2)

## **Folha de aprovação**

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração

**Aluno:** Juliane Virginia Dias Nunes

**Trabalho:** Plano de negócio para a expansão da empresa Vinttage casa de eventos

**Área da pesquisa:** Empreendedorismo

**Data de aprovação:**

### **Banca examinadora**

---

Orientador

---

Membro 1

---

Membro 2

## **DEDICATÓRIA**

Dedico esse trabalho em primeiro lugar ao Senhor Jesus, a ele toda glória e louvor e adoração. Ele foi o responsável por meu ingresso na Universidade, pela minha capacitação e conclusão de curso. A minha filha Sarah Dias por ser minha fortaleza e inspiração de vida.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus por todos os bens que tem me concedido, pela sua grandeza, amor e misericórdia para com a minha vida ; aos meus pais Claudia Virginia e Reginaldo Dias por terem se esforçado para dar-me uma boa qualidade de vida, a fim de que eu pudesse estudar em boas escolas; ao meu esposo Douglas Nunes por toda dedicação para comigo, por todo cuidado e compreensão; à minha filha por ser meu porto seguro, meu maior presente e minha fonte de inspiração; aos meus pastores Veronildo Barbosa e Cilene Alves, por todo o ensinamento da palavra de Deus; aos meus amigos e companheiros mais chegados que fazem a minha vida mais divertida e feliz (Não irei citar nomes porque são muitos); aos amigos que construí na Universidade ajudaram-me direta ou indiretamente para a conclusão do curso, auxiliando-me nos trabalhos; à minha amiga Joanne que ajudou-me tanto quando me encontrava de licença maternidade e em todo o período do curso. E por fim, ao meu professor orientador Marcelo Bispo que aceitou ser meu orientador e me ajudou na conclusão deste trabalho.

***EPÍGRAFE***

*A tua palavra é lâmpada para os meus pés e  
luz para o meu caminho. Salmos 119;105*

## LISTAS DE TABELAS

Tabela 1-Indicadores .....	15
Tabela 2- Capital Social .....	15
Tabela 3- Máquinas e equipamentos .....	24
Tabela 4- Móveis e Utensílios .....	24
Tabela 5- Computadores.....	24
Tabela 6- Total dos investimentos fixos.....	25
Tabela 7- Estoque inicial .....	25
Tabela 8- Capital de giro .....	26
Tabela 9- Investimentos pré-operacionais .....	26
Tabela 10- Investimento total .....	26
Tabela 11- Fonte de recursos.....	27
Tabela 12-Faturamento mensal .....	27
Tabela 13- Projeção das Receitas .....	28
Tabela 14- Aniversario adulto .....	29
Tabela 15- Aniversario Infantil .....	29
Tabela 16- Aula da saude.....	29
Tabela 17- 15 Anos .....	29
Tabela 18- Casamento .....	30
Tabela 19- Formatura .....	30
Tabela 20- Custos de comercialização .....	30
Tabela 21- Custos de comercialização total .....	31
Tabela 22- Custos de comercialização por período.....	31
Tabela 23- Apuração do custo de md e/ou mv .....	31
Tabela 24- Apuração do custo de md e/ou mv por periodo.....	32
Tabela 25- Custos de mão-de-obra.....	33
Tabela 26- Custos com depreciação .....	34
Tabela 27- Custos fixos operacionais mensais .....	34
Tabela 28- Projeção dos Custos.....	35
Tabela 29- Demonstrativo de resultados .....	36
Tabela 30- Demonstrativo de resultados por período.....	36
Tabela 31- Indicadores de viabilidade.....	37
Tabela 32- Ações preventivas e corretivas .....	38
Tabela 33- Cenário pessimista e otimista.....	38

## LISTA DE QUADRO

Quadro 1- Dados do empreendedor 1 .....	14
Quadro 2- Dados do empreendedor 2.....	14
Quadro 3- - Dados do empreendedor 3 .....	14
Quadro 4- - Dados do empreendedor 4 .....	14
Quadro 5- Fornecedores .....	18
Quadro 6- Produtos/Serviços.....	20
Quadro 7- Localização do negocio .....	21
Quadro 8- Necessidade de pessoal .....	23
Quadro 9- Contas a receber .....	25
Quadro 10- Fornecedores .....	25
Quadro 11- : Estoque.....	25
Quadro 12- Necessidade líquida de capital de giro em dias.....	26
Quadro 13- Análise Swot (nota da empresa).....	39
Quadro 14- Análise Swot ( Cruzamento do peso).....	40
Quadro 15- Rivalidade entre concorrentes .....	41
Quadro 16- Plano de ação com base na meta 1 .....	44
Quadro 17- Plano de ação com base na meta 1.1 .....	44
Quadro 18- Plano de ação com base na meta 2 .....	44
Quadro 19- Plano de ação com base na meta 2.1 .....	45
Quadro 20- Plano de ação com base na meta 3 .....	45
Quadro 21- Plano de ação com base na meta 3.1 .....	45





## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1- Analise Swot.....	40
-----------------------------	----

## RESUMO

Vintage Casa de Eventos é uma empresa de produção de eventos que possui como principal objetivo e percepção estratégica concretizar sonhos e fornecer emoções. A empresa atua no ramo de serviços, oferecendo desde o espaço físico até todos os serviços associados e assessoramento, como: buffet, decoração, cerimonial, boate, brinquedos entre outros. O foco principal da empresa são festas completas, entre elas, aniversários, casamentos e formaturas, direcionando o mercado para potenciais clientes que estão localizados na grande João Pessoa. O espaço físico para a realização dos eventos possui capacidade máxima para duzentos e cinquenta pessoas e está localizado no bairro do Cristo Redentor, rua Napoleão Duré, 111, próximo ao Estádio Almeidão com acesso facilitado pelo viaduto Eduardo Campos. A empresa visa alcançar um faturamento mensal médio de Quarenta mil reais com uma obtenção de lucratividade de 38% até o fim de 2017, já em 2018 a empresa busca dobrar seu faturamento mensal. Foram investidos para o início da abertura da empresa um capital de Trinta e oito mil reais, logo após foram investidos mais trinta e cinco mil reais para a primeira reforma. Para a nova expansão do espaço pretende-se investir mais Sessenta mil reais. O prazo para o retorno do capital será de 1 ano e 1 meses.

**Palavras-Chave:** Vintage Casa de Eventos, Plano de Negócio, Administração, Empreendedorismo.

## SUMÁRIO EXECUTIVO

1 DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....	14
1.1 Dados dos Empreendedores.....	14
1.2 Missão da Empresa.....	15
1.3 Setores de Atividade.....	15
1.4 Forma Jurídica.....	15
1.5 Enquadramento Tributário Âmbito Federal.....	15
1.6 Capital Social.....	15
1.7 Fonte de Recursos.....	15
2 ANÁLISE DE MERCADO.....	16
2.1 Estudos dos Clientes.....	16
2.2.1 Público-alvo.....	16
2.2.1 Comportamentos dos clientes.....	16
2.2.1 Áreas de abrangência.....	16
2.2 Estudos dos Concorrentes.....	16
2.2.1 Buffet doce mel.....	16
2.2.2 Faça festa.....	17
2.2.3 Fascynios recepções.....	17
2.2.4 Requite recepções.....	18
2.3 Conclusões.....	18
2.4 Estudos dos fornecedores.....	18
3 PLANO DE MARKETING.....	20
3.1 Produtos e Serviços.....	20
3.2 Preço.....	20
3.3 Estratégias Promocionais.....	20
3.4 Estrutura de Comercialização.....	21
3.5 Localização do Negócio.....	20
3.6 Considerações sobre o Ponto (Localização).....	21
4 PLANO OPERACIONAL.....	22
4.1 Capacidade instalada.....	22
4.2 Processos operacionais.....	22
4.3 Necessidade de pessoal.....	23
5 PLANO FINANCEIRO.....	24
5.1 Investimentos Fixos.....	24
5.1.1 Máquinas e equipamentos.....	24
5.1.2 Móveis e utensílios.....	24
5.1.3 Computadores.....	24
5.2 Estoque Inicial.....	25
5.3 Caixa Mínimo.....	25
5.4 Caixa Mínimo (Resumo).....	26
5.5 Investimentos Pré-Operacionais.....	26
5.6 Faturamento Mensal.....	27
Projeção das Receitas.....	27
(x) Entradas diferenciadas por período.....	27
5.7 Custo Unitário.....	29
5.8 Custos de Comercialização.....	30
5.9 Apuração do Custo de Md e/ou Mv.....	31
5.10 Custos de Mão-de-Obra.....	33
5.11 Custos com Depreciação.....	34

5.12 Custos Fixos Operacionais Mensais .....	34
5.13 Demonstrativo de Resultados .....	36
5.14 Indicadores de Viabilidade .....	37
6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO .....	38
6.1 Ações Preventivas e Corretivas na Tabela .....	38
6.1.1 Ações Corretivas e Preventivas .....	38
7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA .....	39
7.1 Definição do Negócio .....	39
7.1.1 Definição míope .....	39
7.1.2 Definição estratégica .....	39
7.1.3 Missão.....	39
7.1.4 Visão.....	39
7.1.5 Valores.....	39
7.2 Análise Swot.....	39
Com base no cruzamento do peso do fator com a nota da empresa .....	40
Elaborado pela autora .....	41
7.3 Rivalidade entre concorrentes .....	41
7.4 Poder de Negociação dos Clientes .....	41
7.5 Poder de Negociação dos Fornecedores .....	41
7.6 Ameaças de Ingresso de Novos Competidores .....	41
7.6.1 Ameaça de produtos substitutos .....	42
7.7 Ambiente Geral.....	42
7.7.1 Variáveis econômicas .....	42
7.7.2 Variáveis políticas .....	42
7.7.3 Variáveis legais.....	42
7.7.4 Variáveis culturais .....	42
7.7.5 Variáveis sociais .....	43
7.7.6 Variáveis tecnológicas .....	43
7.7.7 Variáveis demográficas .....	43
7.7.8 Variáveis ecológicas .....	43
7.8 Posicionamento Estratégico.....	43
Objetivos e metas estratégicas .....	43
7.9 Planos de Ação .....	44
Plano de ação com base na meta 1. ....	44
Plano de ação com base na meta 2. ....	44
Meta 2: Estabelecer uma Filial em João Pessoa até 2020: .....	44
Plano de ação com base na meta 3. ....	45
8 AVALIAÇÃO DO PLANO .....	47
8.1 Análise do Plano .....	47
APENDICES 1 .....	47
APENDICES 2.....	50

# 1 DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

## 1.1 Dados dos Empreendedores

Quadro 1- Dados do empreendedor 1

<b>Nome:</b>	Keven Johnson Dias da Silva
<b>Endereço:</b>	Napoleão Duré, 123
<b>Cidade:</b>	João Pessoa
<b>Estado:</b>	Paraíba
<b>Perfil:</b>	Graduando em Marketing, possui experiência na produção de eventos, realizando desde a montagem de estrutura e equipamentos eletrônicos até a ornamentações e decorações.
<b>Atribuições:</b>	Decorador, produtor, coordenador e atendente externo

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 2- Dados do empreendedor 2

<b>Nome:</b>	Claudia Virginia Dias da Silva
<b>Endereço:</b>	Napoleão Duré, 123
<b>Cidade:</b>	João Pessoa
<b>Estado:</b>	Paraíba
<b>Perfil:</b>	Trabalhou mais de 3 anos na área de restaurantes e buffet de salão de festa de João Pessoa. Possui experiências na área de ornamentação com criação de arranjos.
<b>Atribuições:</b>	Setor financeiro e ornamentações

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 3- Dados do empreendedor 3

<b>Nome:</b>	Reginaldo Dias da Silva
<b>Endereço:</b>	Napoleão Duré, 123
<b>Cidade:</b>	João Pessoa
<b>Estado:</b>	Paraíba
<b>Perfil:</b>	Possui experiência com fornecedores do setor de alimentos e na área de segurança
<b>Atribuições:</b>	Setor de compras e setor de segurança

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 4- Dados do empreendedor 4

<b>Nome:</b>	Juliane Virginia Dias da Silva
<b>Endereço:</b>	Rua Industrial Danilo da Penha Paiva, 546
<b>Cidade:</b>	João Pessoa
<b>Estado:</b>	Paraíba
<b>Perfil:</b>	Graduando em administração, experiência de 2 anos em administração de empresas
<b>Atribuições:</b>	Administração geral, cerimonial e atendimento

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 1-Indicadores

<b>Indicadores</b>	<b>Ano 1</b>
Ponto de Equilíbrio	R\$ 99.980,79
Lucratividade	38,55 %
Rentabilidade	93,54 %
Prazo de retorno do investimento	1 ano e 1 mês

Fonte: Elaborado pela autora

## 1.2 Missão da Empresa

Transformar os eventos dos sonhos em realidade, com dedicação total, satisfazendo as necessidades dos clientes, agregando valor ao serviço com excelência.

## 1.3 Setores de Atividade

Serviços

## 1.4 Forma Jurídica

Sociedade Limitada

## 1.5 Enquadramento Tributário Âmbito Federal

Regime Simples

## 1.6 Capital Social

Tabela 2- Capital Social

<b>Nº</b>	<b>Sócio</b>	<b>Valor</b>	<b>Participação (%)</b>
1	Keven Jonhson Dias da Silva	R\$ 9, 500.00	25,00
2	Claudia Virginia Dias da Silva	R\$ 9, 500.00	25,00
3	Reginaldo Dias da Silva	R\$ 9, 500.00	25,00
4	Juliane Virginia Dias Nunes	R\$ 9, 500.00	25,00
<b>Total</b>		<b>R\$38, 000.00</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora

## 1.7 Fonte de Recursos

Para abrir a empresa foram necessários um investimento de capital próprio dos quatro sócios, cada um com um valor inicial de 9, 5000.00 reais e um empréstimo de 35, 000.00 reais que se encontra quitado. Para a expansão da empresa, será necessário um investimento de Sessenta mil reais que será captado através de empréstimos.

## **2 ANALISE DE MERCADO**

### **2.1 Estudos dos Clientes**

#### **2.2.1 Público-alvo**

Segundo uma pesquisa realizada em outubro de 2016, pode-se observar que a faixa etária dos consumidores do Vinttage Casa de Eventos está entre as idades de 21 a 40 anos o que totalizou 83,5% dos pesquisados. Com a maioria absoluta de 87,8% do sexo feminino e casados, com média de 1 a 2 filhos. A renda familiar pode ser classificada entre as classes C e D, ou seja, classe média.

Em relação a localização 27% de seus clientes estão localizados no mesmo bairro da Casa de Eventos, ou seja, Cristo Redentor, 15% no bairro vizinho Rangel, 15% nos Bancários e o restante em bairros diversos da grande João Pessoa.

#### **2.2.1 Comportamentos dos clientes**

Os consumidores que desejam contratar um serviço de realização de uma festa, estão à procura da realização de um sonho. Seja pela festa de 1 ano de seus filhos, 15 anos de sua filha, a realização de um lindo casamento, uma festa em comemoração do seu aniversário ou aniversário de seus pais, entre outros, o objetivo é o mesmo: a satisfação da realização de um sonho.

O preço que o consumidor estará disposto a pagar é influenciado diretamente pela classe social que a empresa está buscando atingir e dependerá também de alguns fatores definidos pelo tipo de busca do público para com a empresa. Portanto, o valor agregado estará diretamente ligado ao tipo de evento, a quantidade de pessoas e a quantidade de serviços associados a estes. Tomando como base um evento para 100 pessoas para uma festa infantil, por exemplo, o cliente está disposto a pagar uma média R\$ 5.000,00 reais pelos serviços oferecidos no Vinttage Casa de Eventos, enquanto que por um casamento, 15 anos e festa de adulto o cliente está disposto a pagar uma média de R\$ 12.000,00.

#### **2.2.1 Áreas de abrangência**

A Vinttage Casa de Eventos atua em toda João Pessoa. No entanto, pode-se observar que a localização física (área de festas e eventos) não atua como um fator determinante em relação à escolha da empresa pelo cliente, uma vez que é possível mensurar que a empresa possui clientes espalhados em todos os bairros de João Pessoa, municípios vizinhos e também em cidades vizinhas, pois empresa já realizou festas de moradores de Recife e outras cidades.

### **2.2 Estudos dos Concorrentes**

#### **2.2.1 Buffet doce mel**

O salão de festa Doce Mel está localizado no bairro dos Bancários próximo à Universidade Federal da Paraíba, na rua Antônio Miguel Duarte, 54. João Pessoa - PB, 58051-122. O Doce Mel oferece os mesmos serviços que o Vinttage Casa de Eventos, possui uma estrutura física significativamente parecida, com espaço climatizado, galeria, escada e cadeiras de ferro, assim como no Vinttage Casa de Eventos. Porém não possui uma área kids para os eventos

infantis, o que já dificulta a realização dos mesmos, fazendo com que, assim, o Vinttage ganhe essa parte do mercado. O concorrente também não investe em reformas de sua estrutura física e nem em reparos do ambiente, conforme observa-se que os banheiros são antigos, isentos de uma boa estrutura.

Nas decorações o concorrente não investe em inovação, o cardápio não é saboroso, porém possui o preço inferior ao mercado concorrente o que faz com que os consumidores que visam como o objetivo principal o baixo preço, procurem seus serviços. O atendimento ao cliente não satisfaz totalmente por não possuir um orçamento padronizado, o que faz com que o preço seja parcial e diferenciado dependendo do consumidor. Não existe organização pré-festa com cronogramas e lista de acontecimentos. Os funcionários que trabalham nos eventos não possuem treinamento técnico (atendimento ao público e modo de servir).

A condição de pagamento equivale a do Vinttage Casa de Eventos, pois todos do segmento do ramo trabalham da mesma forma, ou seja, o evento é parcelado até próximo a data de sua realização. A empresa não investe em nenhum tipo de marketing e não possui site.

### **2.2.2 Faça festa**

A casa de recepção Faça Festa está localizada no bairro do Cuia, na rua Adalgisa Carneiro Cavalcante, 30. João Pessoa - PB, 58075-679. O Faça Festa oferece os mesmos serviços que o Vinttage Casa de Eventos, possui boa estrutura física, com espaço climatizado, cadeiras de ferro e escada, assim como o Vinttage, possui também uma área kids para os eventos infantis. As decorações são de qualidade, o preço é compatível com o mercado.

No atendimento ao cliente, não disponibilizam orçamentos pelas redes sociais, Whatsapp ou e-mail, o que dificulta a comunicação com o cliente. Oferece atendimento apenas presencialmente e de acordo com a disponibilidade dos donos.

O horário é um fator limitante, onde as festas não podem acontecer de madrugada, o que ocasiona grande dificuldade na realização de eventos de grande porte, como casamentos, 15 anos, formaturas, entre outros. A condição de pagamento é igual a do Vinttage. A empresa não investe em marketing e não possui site.

### **2.2.3 Fascynios recepções**

O Fascynios recepções está localizado no bairro do Geisel na Rua Pastor Misael Jácome Cavalcante, 814 - Lot. Ideal, João Pessoa - PB, 58075-010. O Fascynios oferece os mesmos serviços que o Vinttage Casa de Eventos, possui uma estrutura de qualidade, com espaço climatizado, galeria, escada e cadeiras de ferro, como o Vinttage. Similar ao Doce Mel, não possui área kids para os eventos infantis, o que também dificulta a realização do mesmo. As decorações são de qualidade, com inovações e modernidade, o preço cobrado é acima do cobrado no Vinttage e os serviços e qualidades são os mesmos.

No atendimento ao cliente, não disponibilizam orçamentos pelas redes sociais, WhatsApp ou e-mail, assim como no Faça Festa, o que dificulta a comunicação com o cliente. Possui atendimento apenas presencialmente e com hora marcada. Possui um bom atendimento, porém os orçamentos são feitos a mão e não possui padronização. A condição de pagamento é igual a do Vinttage e a empresa não investe em marketing, não é muito conhecida na cidade, não possui fácil acesso e não possui site.

### 2.2.4 Requite recepções

O Requite recepção está localizado no Bairro da torre na rua Av. Juarez Távora, 348 - Torre, João Pessoa - PB, 58040-020. O Requite oferece os mesmos serviços que o Vinttage Casa de Eventos, possui uma estrutura boa, com espaço climatizado, cadeiras de ferro, etc. Possui um espaço mais amplo que o Vinttage, com capacidades para mais convidados, porém um fator negativo em relação à estrutura física é a escada, porque a deste local tem tamanho muito reduzido, o que leva o público a classificá-la como uma “falsa escada”. Não possui área Kids, pois não investe em festas infantis.

As decorações são qualificadas, o preço é superior ao do Vinttage, uma vez que suas concorrências diretas são empresas de eventos com localizações mais próximas. No atendimento ao cliente, possui um escritório estruturado, vários atendentes com ótimo atendimento, padronizado e com degustação. Disponibilizam orçamentos pelas redes sociais, WhatsApp e e-mail, o que facilita a comunicação com o cliente. A empresa tem tradição no mercado de festas de João Pessoa, porém não investe em novo marketing e não possui site. A condição de pagamento é igual a do Vinttage.

### 2.3 Conclusões

No mercado de realização de Eventos existe um grande espaço para novas empresas, porque só é possível realizar um evento por dia. O mercado consumidor sente a necessidade de uma empresa que possua compromisso em atender o desejo dos clientes e realizar – ló com excelência por um preço compatível com sua classe social.

No Bairro onde o Vinttage Casa de Eventos está instalado não possui nenhum concorrente, apenas nos bairros vizinhos, o que facilita as respostas de sucesso da empresa em busca de clientes. A empresa está no mesmo nível que alguns de seus concorrentes e acima de alguns outros. Além disso, possui uma visão de associação de serviços, o que leva o consumidor a buscar e encontrar tudo o que procura em um só lugar. Isso traz comodidade e tranquilidade para o público, o que se torna o fator chave para a empresa.

### 2.4 Estudos dos fornecedores

Os fornecedores são essenciais para o desenvolvimento e crescimento da empresa, pois somados ao time da empresa, são os idealizadores do evento e responsáveis pelo comprometimento de sucesso da empresa para com os seus clientes. Por isso, é de fundamental importância que exista uma confiança entre ambas as partes. Sem os fornecedores certos a empresa pode se prejudicar e deixar de oferecer qualidade e excelência total para seus consumidores.

Este são os principais fornecedores que atendem a empresa Vinttage Casa de Eventos:

Quadro 5- Fornecedores

Fornecedores	Descrições dos itens
Energisa	Energia Elétrica
Cagepa	Água Potável
Atacadão	Alimentos e bebidas em geral
Imagine Filmes e Fotografias	Fotos e Filmagens
Lê Ateliê	Convites personalizados
Karla Ateliê	Bolos Tradicionais e doces finos
Letras Luminosas	Letras iluminadas
Baruel Digital	Impressões de banners e adesivos

Giv Online	Panfletos, cartões de visitas e pastas
Gilson Floricultura	Flores e artigos de floriculturas
Start Iluminação	Piso de vidro e iluminações
Estudio C	Dia de Beleza
Alexandre Salgados	Salgados

Fonte: Elaborado pela autora

### 3 PLANO DE MARKETING

#### 3.1 Produtos e Serviços

A empresa Vinttage Casa de Eventos trabalha com uma proposta de abarcar tudo em um único lugar. Oferecendo para seus clientes uma série de serviços e produtos associados para que a realização do evento ocorra de maneira eficiente, aonde a empresa se responsabiliza por tudo, assim o cliente ficará sem preocupação, pois é realizado apenas um único contrato para todos os serviços.

Todos os produtos e serviços oferecidos pela empresa passam por um processo de controle de qualidade para que a eficiência e a excelência estejam em destaque em todos os processos e procedimentos, agregando assim um valor absoluto de confiabilidade e segurança.

Quadro 6- Produtos/Serviços

Nº	Produtos / Serviços
1	Buffet Completo (Salgados, doces, jantar, almoço, mesa de frios...)
2	Cerimonial
3	Aluguel de espaço para eventos
4	Aluguel de mesas e cadeiras
5	Decoração
6	Aluguel de som e iluminação
7	Mão de obra para realizar o evento (Segurança, coordenadores, garçons, apoios, cozinheiro(a))
8	Aluguel de boate
9	Chuva de prata
10	Aluguel de telão de projeção
11	Adesivo de chão
12	Torta
13	Piso de vidro

Fonte: Elaborado pela autora

#### 3.2 Preço

Os preços foram estabelecidos com base de cálculo de Mark-up, através de pesquisas de mercado analisando o mercado consumidor, o valor agregado do produto, custos fixos, variáveis e concorrências. Analisando o custo x benefícios dos serviços.

#### 3.3 Estratégias Promocionais

Para obter uma fatia do mercado de João Pessoa e se tornar conhecida bem como um referencial na área de eventos, adotaremos estratégias de marketing promocionais, a princípio, com baixos preços. Será criado um site de divulgação da empresa com a história da mesma, galeria de fotos e será possível solicitar orçamentos e terá um portal de relacionamento com o cliente (SAC). Na internet (Facebook), faremos publicações diariamente mostrando fotos e vídeos dos trabalhos realizados na casa de eventos, patrocinaremos semanalmente algumas dessas publicações para que estas possam atingir uma maior dimensão de público alvo.

No Instagram, faremos publicações diárias e sorteios com parceiros para aumentar a quantidade de seguidores e atrair clientes. Utilizaremos a estratégia de apresentação dos serviços, ofereceremos semanalmente degustações para adquirir novos clientes.

Durante o ano, ofereceremos pacotes promocionais diferenciados para os meses de baixa temporada de festa (fevereiro e agosto), ofereceremos uma política de incentivos com desconto por indicação, fazendo assim com que os clientes antigos, sintam-se entusiasmados a fazer

propaganda “boca- a- boca”.

Faremos uma média de quatro feiras anuais com temas como: aniversário Infantil, a Debutante, casamento dos sonhos e Vinttage Formaturas JP, especificando assim ao máximo o público que desejaremos atingir em determinadas épocas do ano. Nesses eventos contaremos com a participação de parceiros que agregaram seus serviços aos nossos, para trazer comodidade aos clientes.

### 3.4 Estrutura de Comercialização

Para a comercialização dos serviços do Vinttage Casa de Eventos contaremos com uma equipe de atendimento presencial que será realizado num escritório fixo, localizado no próprio prédio da casa de eventos, assim os clientes poderão fazer o orçamento e conhecer o local concomitantemente.

Contaremos com uma equipe de atendimento on-line que ficará responsável para responder os e-mails, WhatsApp e chats aos clientes, enviando fotos e orçamento, realizando a marcação do encontro presencial. Teremos apoio, também, dos representantes da empresa que visitarão escolas e universidades mostrando as propostas e pacotes oferecidos da empresa para a realização de formaturas.

### 3.5 Localização do Negócio

Quadro 7- Localização do negocio

Endereço:	Rua Desportista Napoleão Duré,111
Bairro:	Cristo
Cidade:	João Pessoa
Estado:	Paraíba
Fone 1:	(83) 3231-0554
Fone 1:	(83) 8737-1127

Fonte: Elaborado pela autora

### 3.6 Considerações sobre o Ponto (Localização)

A localização do Vinttage Casa de Eventos é na área nobre do Cristo, em umas das principais ruas do bairro. O prédio é próprio, o que facilitou a escolha da localização. No bairro não existe concorrentes, maximizando, assim, a fatia do mercado local.

## **4 PLANO OPERACIONAL**

### **4.1 Capacidade instalada**

#### **Qual a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?**

A empresa Vinttage Casa de Eventos tem capacidade para realizar 365 eventos por ano, o que corresponde a 1 evento por dia. Nestes eventos, teremos espaço físico com capacidade para aproximadamente 250 pessoas.

### **4.2 Processos operacionais**

#### Administração:

- Tomador de decisões;
- Solucionador de problemas;
- Responsável por todos os colaboradores;
- Elaborar pacotes de festas;
- Realizar pedidos junto aos fornecedores;

#### Marketing:

- Elaborar promoções;
- Divulgar a empresa;
- Atualizar o site e redes sociais;
- Fazer publicações patrocinadas nas redes sócias;

#### Recursos Humanos:

- Recrutamento, seleção, contratação e treinamento dos colaboradores;
- Atendimento ao cliente;

#### Controle Financeiro:

- Controle de contas a pagar e a receber;
- Cobrança aos clientes;
- Pagamentos de funcionários;
- Precificação dos pacotes;

#### Compras:

- Pesquisa nos mercados;
- Compras de alimentos semanais;
- Controle dos estoques;

#### Equipe de Cerimonial:

- Realização do cronograma da festa;
- Coordena o evento;
- Acomodação dos convidados;
- Recepcionar os convidados;
- Etiquetagem dos presentes;
- Entrega dos personalizados;
- Realização da cerimônia;
- Auxiliar os clientes;

Equipe dos garçons:

- Responsável por servir aos convidados;

Cozinha:

- Prepara o cardápio;
- Coordena os serviços de cozinha;
- Frita os salgados;
- Limpeza da cozinha;

Monitores

- Monitoramento das crianças nos brinquedos;
- Produção de algodão doce e pipoca;

Decorador:

- Check-list (detalhes da decoração) com o cliente;
- Execução da decoração no dia do evento;

Segurança:

- Segurança do local no dia do evento;

DJ:

- Responsável pela boate no dia do evento;

### 4.3 Necessidade de pessoal

Quadro 8- Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Garçom	Ter experiência, ter agilidade, boa comunicação e educação.
2	Cerimonial	Ter conhecimento na área, uma boa oratória, possuir capacidade de solucionar problemas com rapidez, ser organizado, ter responsabilidade, boa aparência
3	Financeiro	Ter conhecimento na área, habilidades com software e Excel. Ser responsável, centrado e líder.
4	Recursos Humanos	O profissional deverá ter conhecimento na área, ser comunicativo, ter espírito de equipe, capacidade de liderança.
5	Marketing	Ter conhecimentos na área de marketing, conhecimentos prévios em edição de vídeos e fotos. Ser criativo para realizar as publicidades e propagandas da empresa.
6	Administrador	É necessário ter conhecimentos na área de administração, ter bom relacionamento, comunicação, saber delegar tarefas, ser um líder. Ter um perfil de bom planejamento e organização.

Fonte: Elaborado pela autora

## 5 PLANO FINANCEIRO

### 5.1 Investimentos Fixos

#### 5.1.1 Máquinas e equipamentos

Tabela 3- Máquinas e equipamentos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Impressora Multifuncional		R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
2	Pila- Pila		R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
3	Brinquedo- Escorregador		R\$ 400,00	R\$ 400,00
4	Som e microfone		R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00
5	Iluminações		R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
6	Fogão		R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
7	Micro-ondas		R\$ 600,00	R\$ 600,00
8	Cadeiras de ferro	300	R\$ 55,00	R\$ 16.500,00
9	Estruturas de ards		R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
Sub- Total				R\$ 34.000,00

Fonte: Elaborado pela autora

#### 5.1.2 Móveis e utensílios

Tabela 4- Móveis e Utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Móveis para escritório		R\$ 1.700,00	R\$ 1.700,00
2	Cadeiras para escritório	3	R\$ 150,00	R\$ 450,00
3	Mesas Provencais	3	R\$ 1.500,00	R\$ 4.500,00
4	Cristaleiras	4	R\$ 400,00	R\$ 1.600,00
5	Vasos Grandes	8	R\$ 350,00	R\$ 2.800,00
6	Vasos pequenos	20	R\$ 70,00	R\$ 1.400,00
7	Bandejas	15	R\$ 35,00	R\$ 525,00
8	Painéis Temáticos	10	R\$ 400,00	R\$ 4.000,00
9	Lustre	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00
10	Tecidos decorativos (Cortinas, Loilhas, tapetes)		R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00
11	Espelhos decorativos	2	R\$ 750,00	R\$ 1.500,00
12	Mesas	40	R\$ 50,00	R\$ 2.000,00
13	Lampão redondo	40	R\$ 35,00	R\$ 1.400,00
14	Lampão quadrado	30	R\$ 70,00	R\$ 2.100,00
15	Louças (Pratos, talheres, copos)	300	R\$ 60,00	R\$ 18.000,00
16	Bandejas e utensílios de cozinha		R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
Sub- Total				R\$ 56.875,00

Fonte: Elaborado pela autora

#### 5.1.3 Computadores

Tabela 5- Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Notebook	2	R\$ 2.500,00	R\$ 5.000,00
Sub- total				R\$ 5.000,00

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 6- Total dos investimentos fixos

<b>TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F):</b>	<b>R\$ 95.875,00</b>
---	----------------------

Fonte: Elaborado pela autora

## 5.2 Estoque

Inicial

Tabela 7- Estoque inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Aniversário adulto		R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
2	Aniversário infantil		R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
3	Aula da Saudade		R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
4	15 anos		R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
5	Casamento		R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
6	Formatura		R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
<b>TOTAL (A)</b>				<b>R\$ 14.000,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora

## 5.3 Caixa Mínimo

1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Quadro 9- Contas a receber

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Aniversário adulto	10,00	0	0,00
Aniversário infantil	10,00	0	0,00
Aula da Saudade	15,00	0	0,00
15 Anos	25,00	0	0,00
Casamentos	25,00	0	0,00
Formaturas	15,00	0	0,00
<b>Prazo médio total</b>			<b>0</b>

Fonte: Elaborado pela autora

2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Quadro 10- Fornecedores

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Alexandre Salgado	30,00	0	0,00
Karla ateliê	30,00	0	0,00
Atacadão (Alimentos, bebidas e produtos de limpeza)	30,00	0	0,00
Gilson Floricultura	10,00	0	0,00
<b>Prazo médio total</b>			<b>0</b>

Fonte: Elaborado pela autora

3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

Quadro 11- Estoque

<b>Necessidade média de estoque</b>	
-------------------------------------	--

Número de dias	7
----------------	---

Elaborado pela autora

No setor de Eventos existe uma peculiaridade do ramo, pois tanto o recebimento junto aos clientes, quanto os pagamentos aos fornecedores são realizados a vista. O que faz com que o prazo médio de vendas e o de compra seja zero.

#### 4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Quadro 12- Necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	0
2. Estoques – necessidade média de estoques	7
Subtotal Recursos fora do caixa	7
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	0
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	0
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	7

Fonte: Elaborado pela autora

## 5.4 Caixa Mínimo (Resumo)

Capital de giro (Resumo)

Tabela 8- Capital de giro

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 14.000,00
B – Caixa Mínimo	R\$ 5.224,83
<b>TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)</b>	<b>R\$ 19.224,83</b>

Fonte: Elaborado pela autora

## 5.5 Investimentos Pré-Operacionais

Tabela 9- Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 1.000,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 60.000,00
Divulgação de Lançamento	R\$ 500,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 0,00
Outras despesas	R\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 61.500,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 10- Investimento total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos	R\$ 95.875,00	54,79
Capital de Giro	R\$ 19.224,83	10,89
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 61.500,00	34,82
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 176.599,83</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora

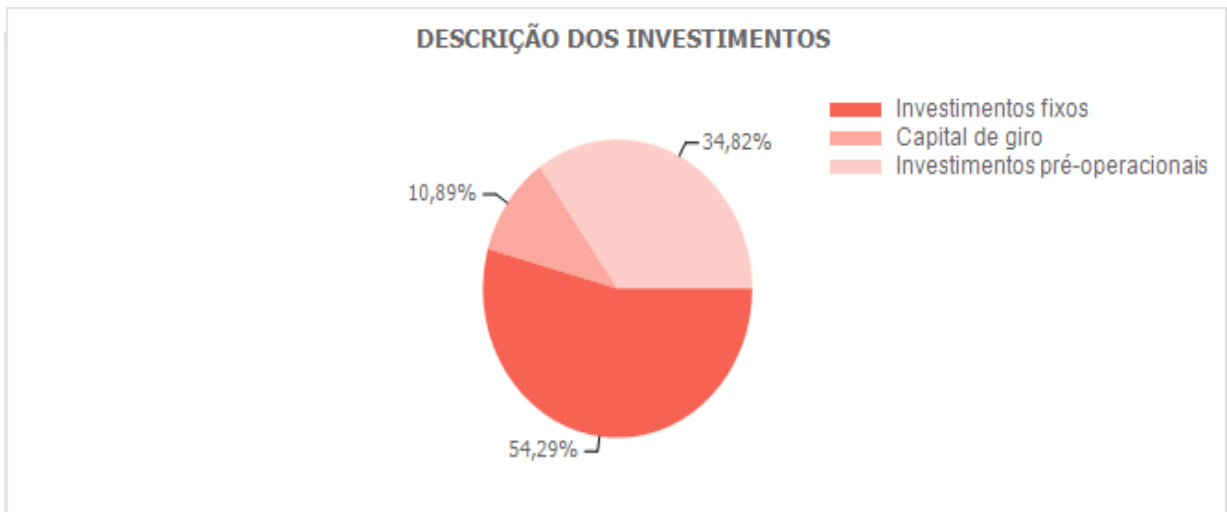


Gráfico 1- Investimentos

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 11- Fonte de recursos

Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 105.959,90	60,00
Recursos de terceiros	R\$ 0,00	0,00
Empréstimos	R\$ 70.369,93	40,00
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 176.599,83</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora

## 5.6 Faturamento Mensal

Tabela 12-Faturamento mensal

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Aniversario adulto	1	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
2	Aniversario infantil	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
3	Aula da Saudade	1	R\$ 5.500,00	R\$ 5.500,00
4	15 Anos	1	R\$ 11.000,00	R\$ 11.000,00
5	Casamento	1	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00
6	Formatura	0	R\$ 22.000,00	R\$ 0,00
<b>TOTAL:</b>				<b>R\$ 39.500,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora

### Projeção das Receitas

(x) Entradas diferenciadas por período

Tabela 13- Projeção das Receitas

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 39.500,00
Mês 2	R\$ 26.982,00
Mês 3	R\$ 25.939,00
Mês 4	R\$ 26.746,00
Mês 5	R\$ 35.213,00
Mês 6	R\$ 26.770,00
Mês 7	R\$ 26.918,00
Mês 8	R\$ 11.850,00
Mês 9	R\$ 48.700,00
Mês 10	R\$ 47.000,00
Mês 11	R\$ 39.530,00
Mês 12	R\$ 72.844,50
Ano 1	R\$ 427.992,50
Ano 2	R\$ 513.600,00
Ano 3	R\$ 590.640,00
Ano 4	R\$ 649.704,00

Fonte: Elaborado pela autora

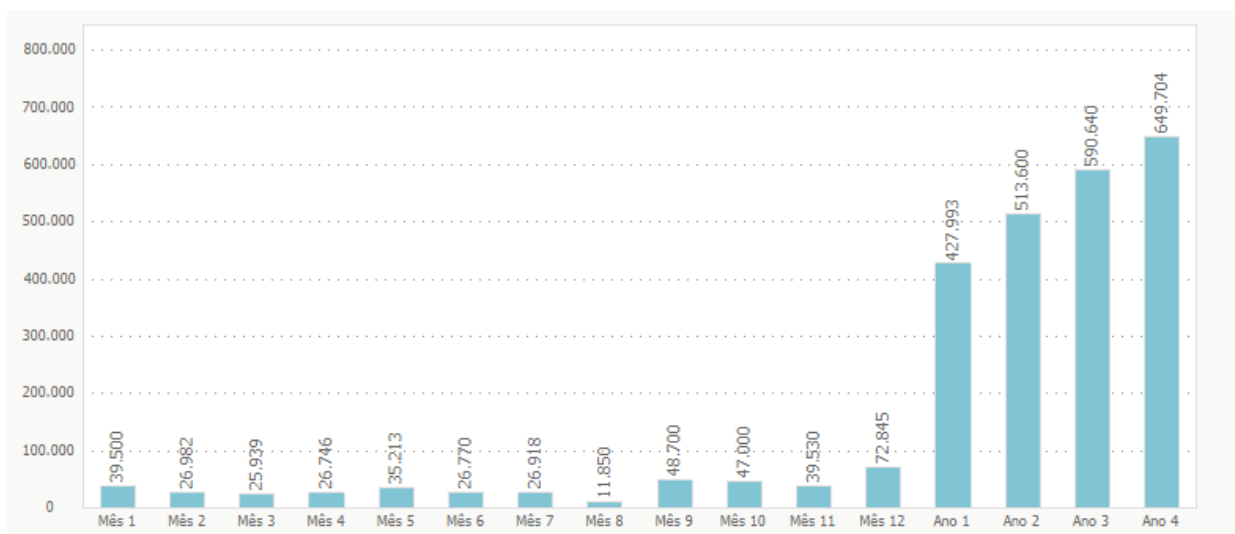


Gráfico 2- Projeção das Receitas

Fonte: Elaborado pela autora

## 5.7 Custo Unitário

Produto: Aniversario Adulto

Tabela 14- Aniversario adulto

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Salgados	10	R\$ 40,00	R\$ 400,00
Doces	4	R\$ 50,00	R\$ 200,00
Flores	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Colaboradores	10	R\$ 85,00	R\$ 850,00
Feira	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1.850,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Produto: Aniversario Infantil

Tabela 15- Aniversario Infantil

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Salgados	10	R\$ 40,00	R\$ 400,00
Doces	4	R\$ 50,00	R\$ 200,00
Flores	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
Colaboradores	10	R\$ 79,00	R\$ 790,00
Feira	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1.670,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Produto: Aula da Saudade

Tabela 16- Aula da saudade

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Salgados	5	R\$ 40,00	R\$ 200,00
Colaboradores	7	R\$ 70,00	R\$ 490,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 690,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Produto: 15 Anos

Tabela 17- 15 Anos

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
-----------------------------------	-------------	-----------------------	--------------

Salgados	10	R\$ 40,00	R\$ 400,00
Doces	4	R\$ 50,00	R\$ 200,00
Flores	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Colaboradores	10	R\$ 120,00	R\$ 1.200,00
Feira	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 3.000,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Produto: Casamento

Tabela 18- Casamento

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Salgados	10	R\$ 40,00	R\$ 400,00
Doces	4	R\$ 50,00	R\$ 200,00
Flores	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Colaboradores	10	R\$ 120,00	R\$ 1.200,00
Feira	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 3.000,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Produto: Formatura

Tabela 19- Formatura

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Salgados	15	R\$ 40,00	R\$ 600,00
Colaboradores	15	R\$ 150,00	R\$ 2.250,00
Flores	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 3.650,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora

## 5.8 Custos de Comercialização

Tabela 20- Custos de comercialização

Descrição	(%)	Faturamento Es- timado	Custo Total
SIMPLES (Imposto Federal)	7,70	R\$ 39.500,00	R\$ 3.041,50
Comissões (Gastos com Vendas)	10,00	R\$ 39.500,00	R\$ 3.950,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 39.500,00	R\$ 0,00

Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 39.500,00	R\$ 0,00
--------------------------------------	------	---------------	----------

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 21- Custos de comercialização total

<b>Total Impostos</b>	<b>R\$ 3.041,50</b>
<b>Total Gastos com Vendas</b>	<b>R\$ 3.050,00</b>
<b>Total Geral (Impostos + Gastos)</b>	<b>R\$ 6.991,50</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 22- Custos de comercialização por período

<b>Período</b>	<b>Faturamento Total</b>
Mês 1	R\$ 39.500,00
Mês 2	R\$ 26.982,00
Mês 3	R\$ 25.939,00
Mês 4	R\$ 26.746,00
Mês 5	R\$ 35.213,00
Mês 6	R\$ 26.770,00
Mês 7	R\$ 26.918,00
Mês 8	R\$ 11.850,00
Mês 9	R\$ 48.700,00
Mês 10	R\$ 47.000,00
Mês 11	R\$ 39.530,00
Mês 12	R\$ 72.844,50
Ano 1	R\$ 427.992,50
Ano 2	R\$ 513.600,00
Ano 3	R\$ 590.640,00
Ano 4	R\$ 649.704,00

Fonte: Elaborado pela autora

## 5.9 Apuração do Custo de Md e/ou Mv

Tabela 23- Apuração do custo de md e/ou mv

<b>Nº</b>	<b>Produto/Serviço</b>	<b>Estimativa de Vendas (em unidades)</b>	<b>Custo Unitário de Materiais /Aquisições</b>	<b>CMD / CMV</b>
-----------	------------------------	---	--	------------------

1	Aniversario adulto	1	R\$ 1.850,00	R\$ 1.850,00
2	Aniversario infantil	1	R\$ 1.670,00	R\$ 1.670,00
3	Aula da Saudade	1	R\$ 690,00	R\$ 690,00
4	15 Anos	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
5	Casamento	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
6	Formatura	0	R\$ 3.650,00	R\$ 0,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 10.210,00</b>	

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 24- Apuração do custo de md e/ou mv por periodo

<b>Período</b>	<b>CMD/CMV</b>
Mês 1	R\$ 0,00
Mês 2	R\$ 6.790,00
Mês 3	R\$ 14.190,00
Mês 4	R\$ 9.860,00
Mês 5	R\$ 16.870,00
Mês 6	R\$ 11.010,00
Mês 7	R\$ 5.700,00
Mês 8	R\$ 4.340,00
Mês 9	R\$ 19.010,00
Mês 10	R\$ 15.670,00
Mês 11	R\$ 10.670,00
Mês 12	R\$ 22.860,00
Ano 1	R\$ 136.970,00
Ano 2	R\$ 176.000,00
Ano 3	R\$ 202.000,00
Ano 4	R\$ 212.000,00

Fonte: Elaborado pela autora

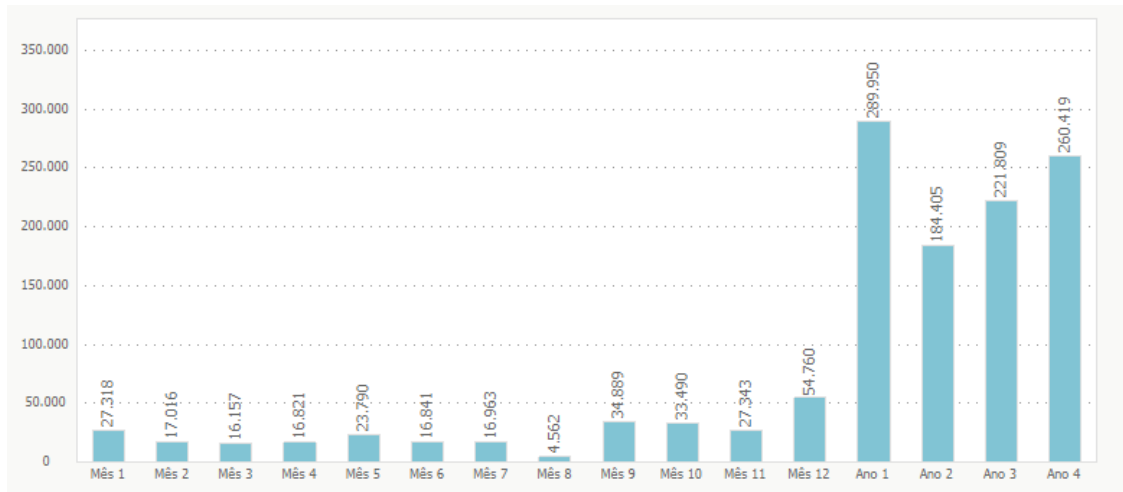


Gráfico 3- Apuração do custo de md e/ou mv por período  
Elaborado pela autora

## 5.10 Custos de Mão-de-Obra

Tabela 25- Custos de mão-de-obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
Administrador	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Marketing	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Recursos Humanos	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 500,00
Financeiro	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 500,00
Cerimonial	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Garçom	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Chefe de cozinha	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Segurança	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Decorador	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 500,00
Monitores	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Dj	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00

Compras	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Serviços Gerais	0	R\$ 0,00	R\$ 800,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 800,00
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>		<b>2.300,00</b>		<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 2.300,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Por ser uma empresa prestadora de serviços onde os colaboradores são contratados de acordo com a demanda, não existem salários fixos para as principais mãos de obra, pois os salários serão diretamente proporcionais de acordo com a quantidade de evento. Em relação aos cargos administrativos e de decoração, eles serão realizados pelos próprios sócios da empresa. Serão também contratados, por meio período, três estagiários com a remuneração de quinhentos reais para auxiliar os gestores da empresa, além disso será contratada, uma vez por semana, uma faxineira para a prestação de serviços gerais.

### 5.11 Custos com Depreciação

Tabela 26- Custos com depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 34.000,00	10	R\$ 3.400,00	R\$ 283,33
Móveis e Utensílios	R\$ 56.875,00	10	R\$ 5.687,50	R\$ 473,96
Computadores	R\$ 5.000,00	5	R\$ 1.000,00	R\$ 83,33
<b>Total</b>			<b>R\$ 10.087,50</b>	<b>R\$ 840,62</b>

Fonte: Elaborado pela autora

### 5.12 Custos Fixos Operacionais Mensais

Tabela 27- Custos fixos operacionais mensais

Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 0,00
Condomínio	R\$ 0,00
IPTU	R\$ 550,00
Energia elétrica	R\$ 600,00
Telefone + internet	R\$ 100,00
Honorários do contador	R\$ 600,00
Pró-labore	R\$ 0,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 100,00

Salários + encargos	R\$ 2.300,00
Material de limpeza	R\$ 200,00
Material de escritório	R\$ 0,00
Taxas diversas	R\$ 0,00
Serviços de terceiros	R\$ 500,00
Depreciação	R\$ 840,62
Contribuição do Microempreendedor Individual – MEI	R\$ 0,00
Outras taxas	R\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 5.790,62</b>

Elaborado pela autora

Projeção dos Custos:  
Sem expectativa de crescimento

Tabela 28- Projeção dos Custos

<b>Período</b>	<b>Custo Total</b>
Mês 1	R\$ 5.790,62
Mês 2	R\$ 5.790,62
Mês 3	R\$ 5.790,62
Mês 4	R\$ 5.790,62
Mês 5	R\$ 5.790,62
Mês 6	R\$ 5.790,62
Mês 7	R\$ 5.790,62
Mês 8	R\$ 5.790,62
Mês 9	R\$ 5.790,62
Mês 10	R\$ 5.790,62
Mês 11	R\$ 5.790,62
Mês 12	R\$ 5.790,62
Ano 1	R\$ 69.487,44
Ano 2	R\$ 69.487,44
Ano 3	R\$ 69.487,44
Ano 4	R\$ 69.487,44

Fonte: Elaborado pela autora

### 5.13 Demonstrativo de Resultados

Tabela 29- Demonstrativo de resultados

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 39.500,00	R\$ 427.992,50	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 10.210,00	R\$ 147.180,00	25,85
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 3.041,50	R\$ 32.955,42	7,70
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 3.950,00	R\$ 42.799,25	10,00
Total de custos Variáveis	R\$ 17.201,50	R\$ 222.934,67	43,55
3. Margem de Contribuição	R\$ 22.298,50	R\$ 205.057,83	56,45
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 5.790,62	R\$ 69.487,44	14,66
<b>5. Resultado Operacional: LUCRO</b>	<b>R\$ 18.107,88</b>	<b>R\$ 135.570,39</b>	<b>41,79</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 30- Demonstrativo de resultados por período

Período	Resultado
Mês 1	R\$ 18.107,88
Mês 2	R\$ 11.225,57
Mês 3	R\$ 2.967,18
Mês 4	R\$ 7.961,34
Mês 5	R\$ 7.919,68
Mês 6	R\$ 6.831,09
Mês 7	R\$ 12.262,89
Mês 8	R\$ 1.221,93
Mês 9	R\$ 16.879,48
Mês 10	R\$ 18.820,38
Mês 11	R\$ 17.672,57

Mês 12	R\$ 32.900,40
Ano 1	R\$ 154.770,39
Ano 2	R\$ 184.405,36
Ano 3	R\$ 221.809,28
Ano 4	R\$ 260.418,95

Fonte: Elaborado pela autora

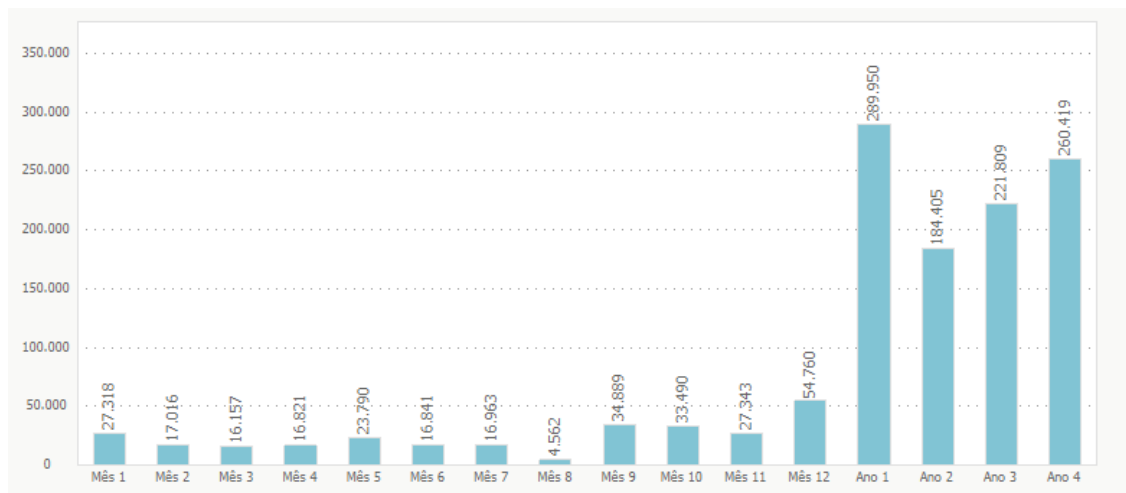


Gráfico 4- Demonstrativo de resultados

Fonte: Elaborado pela autora

## 5.14 Indicadores de Viabilidade

Tabela 31- Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 99.980,79
Lucratividade	38,55 %
Rentabilidade	93,54%
Prazo de retorno do investimento	1 ano e 1 mês

Fonte: Elaborado pela autora

## 6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO

### 6.1 Ações Preventivas e Corretivas na Tabela

Tabela 32- Ações preventivas e corretivas

Descrição	Cenário pro-vável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	R\$ 39.500,00	100,00	R\$ 35.550,00	100,00	R\$ 47.400,00	100,00
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 10.210,00	25,85	R\$ 9.189,00	25,85	R\$ 12.252,00	25,85
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 3.041,50	7,70	R\$ 2.737,35	7,70	R\$ 3.649,80	7,70
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 3.950,00	10,00	R\$ 3.555,00	10,00	R\$ 4.740,00	10,00
Total de Custos Variáveis	R\$ 17.201,50	43,55	R\$ 15.481,35	43,55	R\$ 20.641,80	43,55
3. Margem de contribuição	R\$ 22.298,50	56,45	R\$ 20.068,65	56,45	R\$ 26.758,20	56,45
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 5.790,62	14,66	R\$ 5.790,62	16,29	R\$ 5.790,62	12,22
<b>Resultado Operacional</b>	<b>R\$ 16.507,88</b>	<b>41,79</b>	<b>R\$ 14.278,03</b>	<b>40,16</b>	<b>R\$ 20.967,58</b>	<b>44,24</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Tabela 33- Cenário pessimista e otimista

<b>Receita (pessimista)</b>	10,00 %	<b>Receita (otimista)</b>	20,00 %
-----------------------------	---------	---------------------------	---------

Fonte: Elaborado pela autora

#### 6.1.1 Ações Corretivas e Preventivas

As ações corretivas em relação ao relacionamento com os clientes serão necessárias implantar no site da empresa um SAC, aonde os clientes poderão fazer reclamações e sugestões de melhorias. A equipe de Marketing ficará responsável por analisar as críticas de não conformidade e criar um procedimento para que este erro não ocorra novamente. Em relação aos meses com baixas demandas, quando percebido que as datas do mês estão ficando em aberto (sem nenhum contrato fechado) é necessário criar promoções relâmpagos

(fechamento de contrato em datas próximas) para que estas datas sejam rapidamente preenchidas para que não ocorra ociosidade.

As ações preventivas da empresa em relação aos fechamentos de contrato será a de fazer eventos de áreas específicas durante o ano para que as datas futuras sejam preenchidas com antecedência, garantido assim a previsão precisa dos meses seguintes. Realizar treinamentos periódicos com os funcionários para que estes estejam capacitados para que os clientes sejam melhor atendidos. Realizar pesquisas 360° para que possa analisar o clima organizacional da empresa e realizar o POP para que as tarefas sejam realizadas o mais correto possível.

## **7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA**

### **7.1 Definição do Negócio**

#### **7.1.1 Definição míope**

- Realizar Eventos

#### **7.1.2 Definição estratégica**

- Concretizar Sonhos
- Fornecer Emoções

#### **7.1.3 Missão**

Transformar os eventos dos sonhos em realidade, com dedicação total, satisfazendo as necessidades dos clientes, agregando valor ao serviço com excelência.

#### **7.1.4 Visão**

Ser uma das melhores e mais conhecidas casa de eventos de João Pessoa e ter uma agenda com média de 20 festas por mês até 2020.

#### **7.1.5 Valores**

- Integridade
- Confiabilidade
- Transparência
- Compromisso
- Responsabilidade

### **7.2 Análise Swot**

Destacamos os fatores externos e internos da Vinttage levando em consideração que a pontuação ponderada foi definida entre 1 a 5, determinamos assim que as forças e oportunidades estarão entre 2,6 e 5 e as fraquezas e ameaças estarão entre 1 e 2,5.

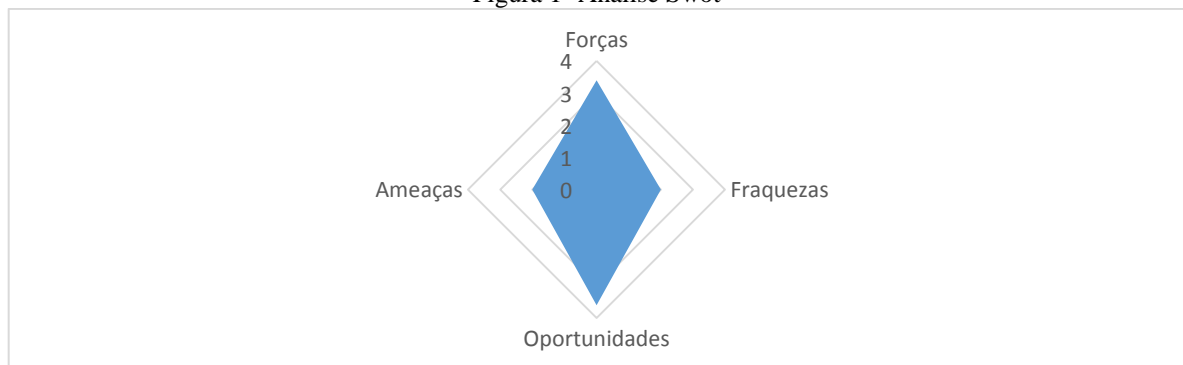
Com base na nota da empresa

Quadro 13- Análise Swot (nota da empresa)

	FATORES POSITIVOS	FATORES NEGATIVOS
AMBIENTE INTERNO	FORÇAS	FRAQUEZAS
	-Estratégia -Organização -Responsabilidades -Integração -Imagem -Comunicação -Motivação -Treinamento -Capacitação -Liderança -Administrativos e Apoio -Financeiros -Tecnologia -Orçamento -Receita	-Benefícios -Custo -Lucro
AMBIENTE EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
	-Fornecedores -Clientes -Substitutos -Concorrentes -Legal -Político	-Econômico -Geográfico

Fonte: Elaborado pela autora

Figura 1- Análise Swot



Fonte: Elaborado pela autora

Com base no cruzamento do peso do fator com a nota da empresa

Quadro 14- Análise Swot (Cruzamento do peso)

	FATORES POSITIVOS	FATORES NEGATIVOS
AMBIENTE INTERNO	FORÇAS	FRAQUEZAS
	-Estratégia -Organização -Responsabilidades -Imagem -Comunicação -Motivação -Liderança	-Integração -Treinamento -Capacitação -Benefícios -Tecnologia -Orçamento -Custo

	-Administrativos e Apoio -Financeiros -Receita	-Lucro
<b>AMBIENTE EXTERNO</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMEAÇAS</b>
	-Fornecedores -Clientes	-Substitutos -Concorrentes -Econômico -Legal -Político -Geográfico

Elaborado pela autora

### 7.3 Rivalidade entre concorrentes

As oportunidades e ameaças dos competidores atuais

Quadro 15- Rivalidade entre concorrentes

<b>Empresa Concorrente</b>	<b>Vantagens da Concorrência sobre a Vinttage</b>	<b>Vantagens da Vinttage sobre a Concorrência</b>
Doce Mel	- Maior tempo no mercado; - Preço mais acessível.	- Decorações inovadoras; - Atendimento ao cliente diferenciado; - Preços padronizados; - Organização bem estruturada; - Possui área Kids; - Pacotes com fornecedores inclusos
Faça Festa	-Maior tempo no mercado.	-Horário de término de festa de acordo com o cliente; -Orçamento pelas redes sociais; -Decorações próprias.
Fascynios	-Maior tempo no mercado.	-Preço mais acessível -Área Kids; -Fácil acesso; -Orçamento pelas redes sociais
Requinte	-Maior espaço físico; -Maior tempo no mercado; -Fidelidade dos clientes; -Conhecido pela marca.	-Escada ampla para decoração; -Preço mais acessível; -Área Kids.

Fonte: Elaborado pela autora

### 7.4 Poder de Negociação dos Clientes

Buscando a melhor forma de negociação com seus clientes, a Vinttage deve apresentar margens de desconto de acordo com seu orçamento e também estar preparada para ofertar serviços como cortesia ou brindes caso o cliente exija. Além dessas estratégias, é importante zelar pela qualidade dos serviços prestados, sempre pensando no melhor para o cliente.

### 7.5 Poder de Negociação dos Fornecedores

A empresa Vinttage visa a fidelização com os fornecedores, por isso possui poucos, criando um compromisso com a relação de troca, onde ambos ganham com o vínculo.

### 7.6 Ameaças de Ingresso de Novos Competidores

A organização projetou alguns enfoques nos planos futuros como busca por maior fidelização dos clientes, tratando-os sempre com excelência e transparência.

### **7.6.1 Ameaça de produtos substitutos**

Tendo em vista que produtos e/ou serviços da concorrência que não são similares ao da empresa em questão, mas que de alguma forma suprem as necessidades dos seus clientes são ameaças substitutas, identificamos que os serviços substitutos da Vinttage são restaurantes que disponibilizam ambientes para eventos; casas de show que também alugam todo o espaço da casa ou um espaço reservado (*lounge*) em um show; casas de praia, hotéis e pousadas que também dispõem de salões ou espaços para festas e eventos; empresas que oferecem o serviço de montar a festa na própria casa do cliente e agências de turismo, que fornecem pacotes como ir a Disney para celebrar os 15 anos de muitos adolescentes.

## **7.7 Ambiente Geral**

### **7.7.1 Variáveis econômicas**

No que se refere a Vinttage, nos termos econômicos onde algumas variáveis afetam o negócio, temos: a taxa de inflação, porque quando afeta a população existe uma tendência que as pessoas adiem comemorações ou até mesmo as façam de forma mais simples; a taxa de juros, assim como a da inflação faz com que as pessoas tardem um pouco os gastos dispensáveis, pois caso os juros estejam altos, ocorre uma probabilidade maior de o consumidor se distanciar de novas dívidas, consumindo menos.

### **7.7.2 Variáveis políticas**

No que tange as variáveis políticas, vemos que a Vinttage sofre pouca influência, sofre mais nesse aspecto com o Governo, que através de incentivos pode ajudar a empresa a se fortalecer e aumentar a qualificação.

### **7.7.3 Variáveis legais**

Toda organização é obrigada a conviver com uma série de influências que têm suas origens nas leis vigentes.

Muitas vezes as empresas são obrigadas a realizar mudanças importantes para adaptar-se ao novo contexto e evitar possíveis restrições, quando se aprova uma nova lei, ou quando a legislação vigente sofre modificações. Portanto, é importante uma análise constante da legislação trabalhista, tributária e comercial. Fazem parte das variáveis legais:

- Legislação tributária;
- Legislação trabalhista;
- Legislação comercial;

As mudanças que podem ser exigidas para a Vinttage influenciam toda a empresa, uma vez que dão um norte para a mesma referindo-se ao conjunto de normas que ela deve seguir. Como por exemplo, para as questões relacionadas às leis trabalhistas, tributárias e comercial.

### **7.7.4 Variáveis culturais**

As variáveis culturais influenciam bastante a organização, já que o público que procura a empresa compreende os seus valores e busca por um serviço realizado com excelência. A cultura da empresa é uma forma de mostrar ao público o que a empresa defende e acredita. Tal fator influencia aqueles que buscam empresas que fornecem um serviço parecido ao da Vinttage.

A questão do preço acaba influenciando de forma ampla, e a Vinttage compreende isso, procurando, então, realizar sonhos com um preço acessível para seus clientes, sem afetar negativamente na qualidade do serviço ofertado.

#### **7.7.5 Variáveis sociais**

Na questão social, cabe muito o que foi dito anteriormente no quesito variáveis culturais, no caso da Vinttage, é uma grande oportunidade, pois caracteriza-se por atender principalmente a parcela da população na classe média – classe média baixa e por oferecer um custo menor ao consumidor, tornando-se um bom diferencial. Portanto, a Vinttage é uma casa de eventos que preza pelo “bolso” do cidadão, oferecendo um preço honesto e um serviço de destaque.

#### **7.7.6 Variáveis tecnológicas**

A Vinttage acompanha os avanços da tecnologia e oferece equipamentos de boa qualidade na prestação dos seus serviços, por ser uma casa de eventos é importante que haja um bom instrumento de som, de iluminação e de comunicação. Por esta razão, vendo a variável de ritmo de mudanças tecnológicas como essencial, é necessário que a Vinttage mantenha-se bem informada acerca das tecnologias do mercado, para que seus instrumentos não fiquem obsoletos, até mesmo porque eles podem garantir um trabalho mais eficiente e mais procurado.

#### **7.7.7 Variáveis demográficas**

As variáveis demográficas são de suma importância para a Vinttage, por se tratar de uma casa de eventos, o público-alvo possui diferentes faixas etárias. Então, variáveis como densidade populacional, o índice de natalidade e a taxa de crescimento populacional, por exemplo, são capazes de nos apontar diversas oportunidades para a empresa, como: a realização de chás de bebês, chás de fraldas, festas de debutantes, casamentos, aniversários, aniversários de casamento entre outros. Muitas são as oportunidades de festas na Vinttage.

#### **7.7.8 Variáveis ecológicas**

A questão da responsabilidade com o meio ambiente é vivida também pela Vinttage. A sociedade busca cada dia mais esse cuidado, além de o Governo influenciar nessas questões, policiando os índices de poluição sonora, que seria a variável que mais se adequa ao nosso contexto.

A poluição sonora em ambientes próximos a Vinttage pode também interferir na empresa, no seu desempenho/ desenvolver dos eventos, então é algo que pode ser uma ameaça para a organização.

### **7.8 Posicionamento Estratégico**

Objetivos e metas estratégicas

- **Objetivos**

1. Ampliar a estrutura física do salão;
2. Estabelecer uma Filial em João Pessoa;
3. Aumentar a quantidade de eventos realizados por mês;

- **Metas**

1. Ampliar a estrutura física do salão em 20% até 2018;
2. Estabelecer uma Filial em João Pessoa até 2020;
3. Aumentar a quantidade de eventos realizados por mês em 60% até 2020;

## 7.9 Planos de Ação

Plano de ação com base na meta 1.

Meta 1: Ampliar a estrutura física do salão em 20% até 2018:

Quadro 16- Plano de ação com base na meta 1

Ação	Como	Responsável	Quando	
			Início	Fim
Arrecadar recursos	Pela obtenção de lucros adquiridos pela empresa mensalmente	Juliane e Douglas	15/05/2017	15/01/2018
Contratar uma equipe de mão de obra	Pela obtenção de lucros adquiridos pela empresa mensalmente	Reginaldo Dias	15/05/2017	15/01/2018
Comprar materiais de construção	Pela obtenção de lucros adquiridos pela empresa mensalmente	Reginaldo Dias	15/05/2017	15/01/2018

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 17- Plano de ação com base na meta 1.1

Onde	Porque	Custo	% Completo	Situação Atual
Vintage Casa de Eventos	Para que a reforma seja concluída		10%	Em andamento
Vintage Casa de Eventos	Para a realização da reforma.	R\$ 36, 000.00	30%	Contratado
Carajás, Depósito Duré	Para realizar a reforma.	R\$ 24, 000.00	30%	Em andamento

Fonte: Elaborado pela autora

Plano de ação com base na meta 2.

Meta 2: Estabelecer uma Filial em João Pessoa até 2020:

Quadro 18- Plano de ação com base na meta 2

Ação	Como	Responsável	Quando	
			Início	Fim
Plano de negócios	Realizar um plano de negócio para analisar a viabilidade uma filial da empresa e assim escolher a melhor localização.	Juliane Virginia	01/01/2019	01/06/2019
Arrecadação de fundos	Aplicando o capital próprio da empresa na poupança e obtenção de empréstimos caso	Claudia Virginia	01/01/2018	01/06/2020

	seja necessário.			
Contratação de funcionários	Através do setor de Recursos Humanos da empresa por meio de processos de recrutamento e seleção.	Juliane Virginia	15/01/2020	01/06/2020

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 19- Plano de ação com base na meta 2.1

Onde	Porque	Custo	% Completo	Situação Atual
João Pessoa	Para que a empresa escolha sua localização de maneira estratégica.	R\$1.000,00	0%	Pendente
Vintage Casa de Eventos	Para a compra de um terreno e construção da nova filial	R\$500.000,00	0%	Pendente
Vintage Casa de Eventos	Para que a empresa possua uma equipe de colaboradores qualificada.		0%	Pendente

Fonte: Elaborado pela autora

Plano de ação com base na meta 3.

Meta 3: Aumentar a quantidade de eventos realizados por mês em 60% até 2020:

Quadro 20- Plano de ação com base na meta 3

Ação	Como	Responsável	Quando	
			Início	Fim
Ofertar novos serviços	Inserindo novos portfólios de serviços para novos segmentos de mercado. (Terceira idade)	Keven Johnson	01/06/2017	01/06/2018
Investir em propagandas e publicidades	Fazendo propagandas e publicidades em outdoor, canais de televisão, redes sociais e panfletos.	Keven Johnson	01/06/2017	Mensalmente
Melhorar no atendimento (Capacitar os funcionários)	Realizando treinamento interno e cursos preparatórios.	Douglas Danielson	01/06/2017	Semestral
Criar um site	Criando um site que possua todas as informações da empresa e interatividade.	Douglas Danielson	01/05/2019	01/12/2017

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 21- Plano de ação com base na meta 3.1

Onde	Porque	Custo	% Completo	Situação Atual
Vintage Casa de Eventos	Considerando que este mercado de eventos para a terceira idade não é muito explorado na cidade de João Pessoa, temos então uma vantagem competitiva, pois a cada dia a população está vivendo mais.		10%	Em andamento
João Pessoa	Para que a empresa se posicione e se torne conhecida na cidade de João Pessoa, atraindo novos clientes.	R\$ 500,00 mensal	2%	Em andamento
Vintage Casa de Eventos	Para que possamos fidelizar os clientes e estes atraíam novos clientes.		20%	Em andamento
Douglas Danielson	Para que exista um diferencial competitivo, pois os concorrentes direto e a maioria das empresas desse segmento não		10%	Em andamento

possui site.			
--------------	--	--	--

Fonte: Elaborado pela autora

## **8 AVALIAÇÃO DO PLANO**

### **8.1 Análise do Plano**

A elaboração de um plano de negócios é um fator imprescindível para o sucesso de uma empresa, pois exige grande planejamento de todas as áreas da administração. Com o plano de negócio, o empreendedor consegue perceber com mais amplitude o mercado, analisando etapas importantes como: estratégias de mercado, plano de marketing, plano financeiro e posicionamento no mercado, podendo assim tomar melhores decisões com base em cada etapa. É também através do plano de negócio que o administrador pode perceber se é viável investir na abertura de uma determinada empresa, ou também fazer um diagnóstico da situação da empresa para assim agir de forma necessária para determinado cenário.

O Plano de negócio realizado para a empresa Vinttage Casa de Eventos foi de grande importância para se analisar a viabilidade econômico-financeira do negócio e para comprovar se estava no momento oportuno de investir na expansão da empresa para suprir a necessidade do mercado. Foi possível identificar que o referido plano de negócio é viável e que no mercado possui espaço para a empresa e que a empresa tem capacidade de expandir. Os empreendedores terão um retorno financeiro numa média de 1 ano e 1 mês. A empresa estudada demonstra um grande potencial de crescimento financeiro que aumentará a cada ano se a empresa conseguir se manter sempre inovando para crescer no mercado.

Recomendamos que sejam realizados novos estudos após a expansão da empresa como criação de um plano de carreira, diagnósticos organizacionais e gestão ambiental para que a empresa cresça a cada dia e não fique estagnada no mercado, pois, o mercado vive em constante mudança e as empresas precisam se adaptar para acompanhar essas mudanças, mas além do acompanhamento, criá-las com a inovação.

## APENDICES 1

Utilizamos um questionário para estudar e entender o comportamento dos clientes, assim como também a sua satisfação com os serviços oferecidos e segmentar o mercado. O questionário realizado possuía dezenove questões, Da questão 1 a 7 o entrevistado teria que escolher entre discordo totalmente e concordo totalmente, numa escala de 0 a 10. As outras questões eram de múltipla escolha.

Segue o modelo:

O questionário abaixo tem a finalidade de entender a sua opinião sobre os serviços oferecidos na Vinttage Casa de Eventos:

1. Estou satisfeito com os serviços oferecidos pela Vinttage. \*

CONCORDO TOTALMENTE

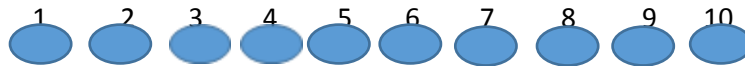
DISCORDO TOTALMENTE



2. Os preços cobrados pelo serviço oferecido são justos/razoáveis.

CONCORDO TOTALMENTE

DISCORDO TOTALMENTE



3. Os processos realizados pela Vinttage são organizados.

CONCORDO TOTALMENTE

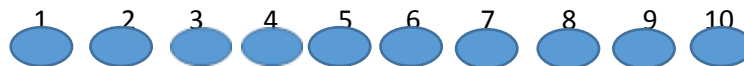
DISCORDO TOTALMENTE



4. A Vinttage apresenta um bom ambiente/estrutura para a realização de seus eventos

CONCORDO TOTALMENTE

DISCORDO TOTALMENTE



5. Estou satisfeito com o atendimento oferecido pela Vinttage.

CONCORDO TOTALMENTE

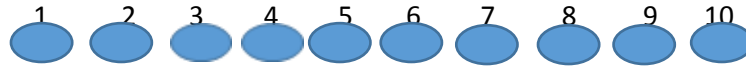
DISCORDO TOTALMENTE



6. A Vinttage cumpre os seus prazos de maneira efetiva.

CONCORDO TOTALMENTE

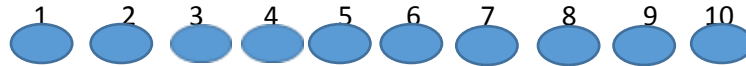
DISCORDO TOTALMENTE



7. A Vinttage sempre oferece prazos que atendem às minhas necessidades.

CONCORDO TOTALMENTE

DISCORDO TOTALMENTE



8. Qual o meio de comunicação que te levou a conhecer o salão de festa Vinttage?

- Indicações de amigos
- Propagandas em redes sócias
- Grupos de festas
- Localização ( Passou em frente)
- Participou de um evento anterior

9. Quais fatores principais que te levou a escolher o salão de festas Vinttage?

- Promoção
- Buffet
- Decoração
- Qualidade em todos os serviços
- Facilidade de ter todos os serviços associados
- Presteza no atendimento
- Degustação oferecida
- Facilidade de acesso
- Estrutura

10. Se a Vinttage não estivesse disponível, qual salão de festas você escolheria?

- Realize recepções
- Faça festa
- Fascynius
- Requite
- Gracejos

Outros: \_\_\_\_\_

11. Que tipo de evento você realizou na Vinttage?

- Festa Infantil
- Festa de 15 anos
- Casamento
- Aniversario
- Formatura
- Aula da saudade

Outros: \_\_\_\_\_

12. Você escolheria novamente os serviços da Vinttage?

- SIM
- NÃO

13. Você recomendaria a outras pessoas a Vinttage?

- SIM
- NÃO

14. Idade

- Menor ou igual a 20.
- 21-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- Menor ou igual a 61

15. Renda

- 880,00 - 1.800,00
- 1.801,00 – 2.800,00
- 2.801,00 – 3.800,00
- 3.801,00 – 4.800,00
- Maior que 4.800,00
- Não sabe ou não quer responder

16. Sexo

- Masculino
- Feminino

17. Estado civil

- Casado (a)
- Solteiro (a)
- Divorciado (a)
- Viuvo (a)

18. Em que bairro reside?

---

19. Quantos filhos possui

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5 ou mais

## APENDICES 2

O processo de amostragem se deu da seguinte forma; foram aplicados um total de 60 questionário com os clientes da empresa, o correspondente a 100% da população de clientes da empresa. Dos 60 questionários enviados foram respondido um total de 41 questionários, totalizando 68,33% dos clientes.

Segue os gráficos com os resultados obtidos através do questionário aplicado.



Gráfico 5- Satisfação com os serviços

Fonte: Elaborado pela autora

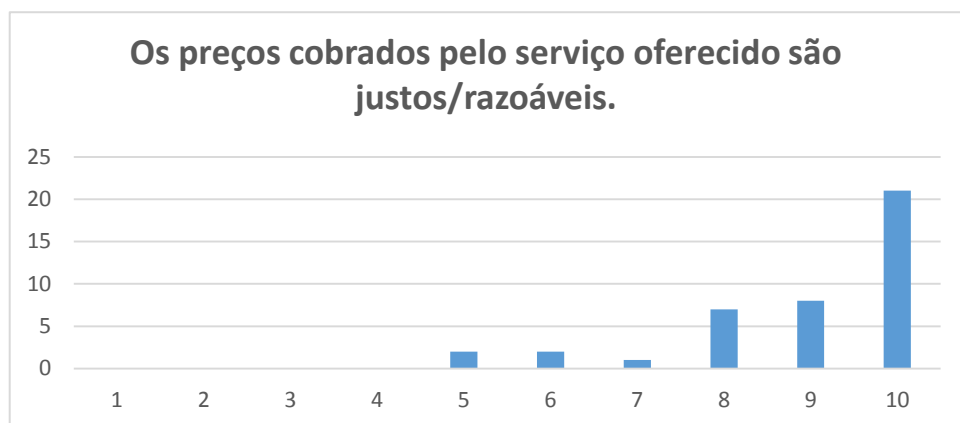


Gráfico 5- Preços cobrados

Fonte: Elaborado pela autora

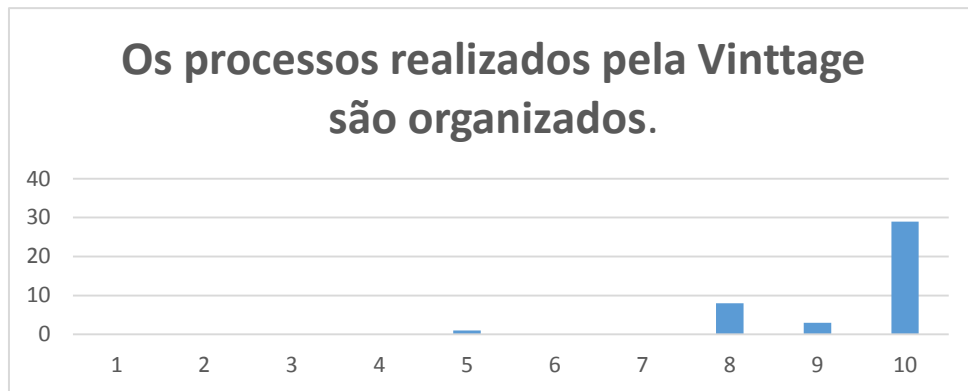


Gráfico 6- Processos realizados

Fonte: Elaborado pela autora

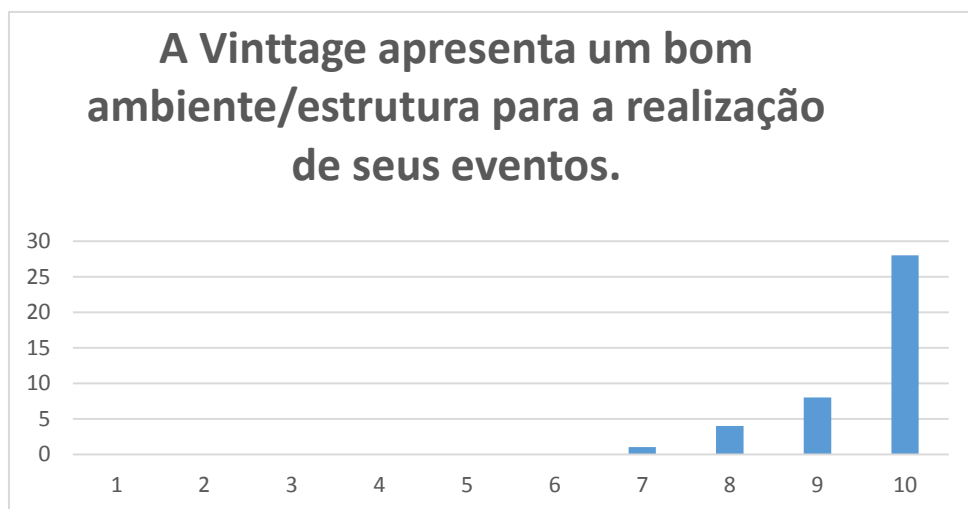


Gráfico 7- Bom ambiente

Fonte: Elaborado pela autora

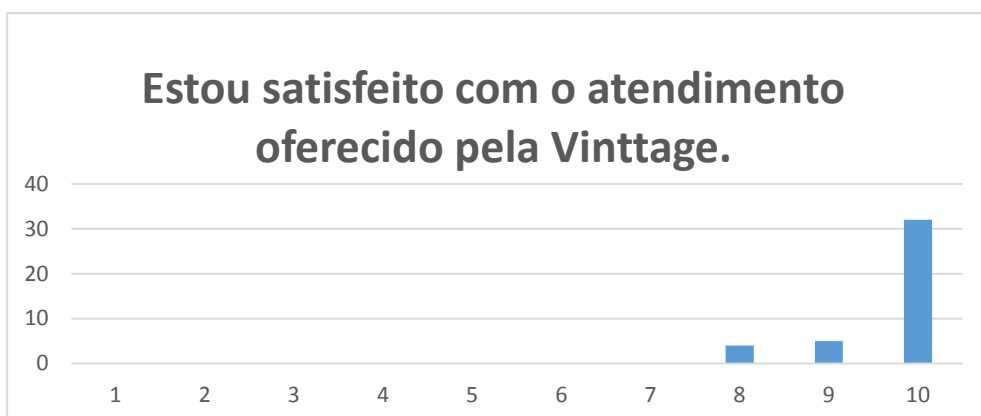


Gráfico 8- Satisfeito com o Vinttage

Fonte: Elaborado pela autora

## Quais fatores principais que te levou a escolher o salão de festas Vinttage?

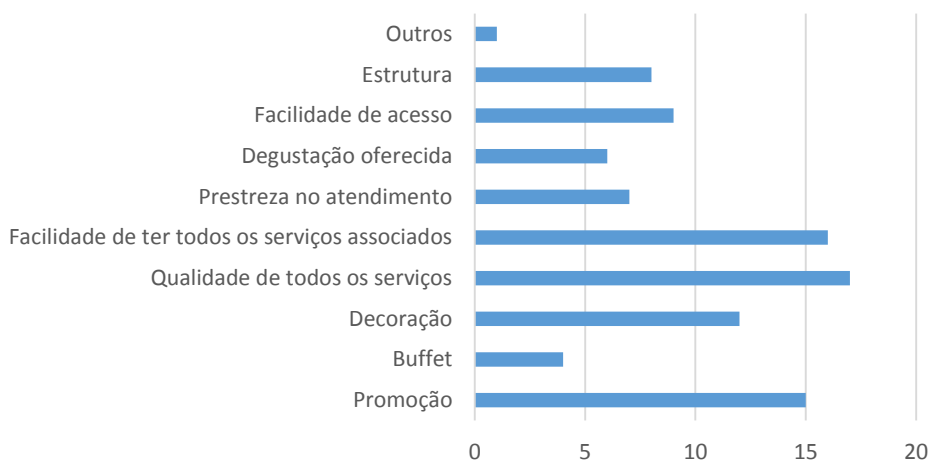


Gráfico 9- Cumprimento de prazos  
Fonte: Elaborado pela autora

## A Vinttage sempre oferece prazos que atendem às minhas necessidades.

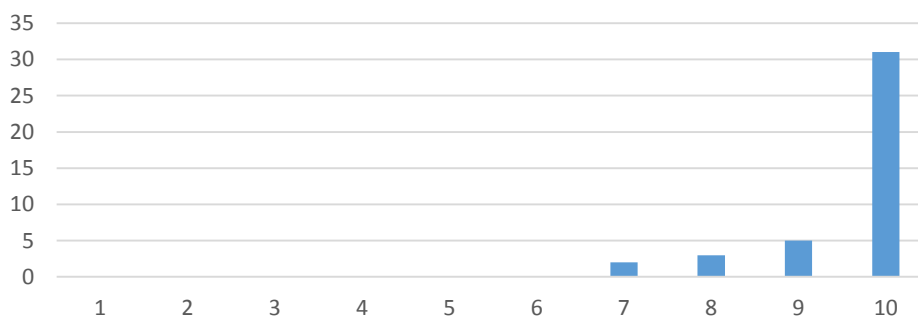


Gráfico 10- Bons prazos  
Fonte: Elaborado pela autora

## Qual o meio de comunicação que te levou a conhecer o salão de festa Vinttage?

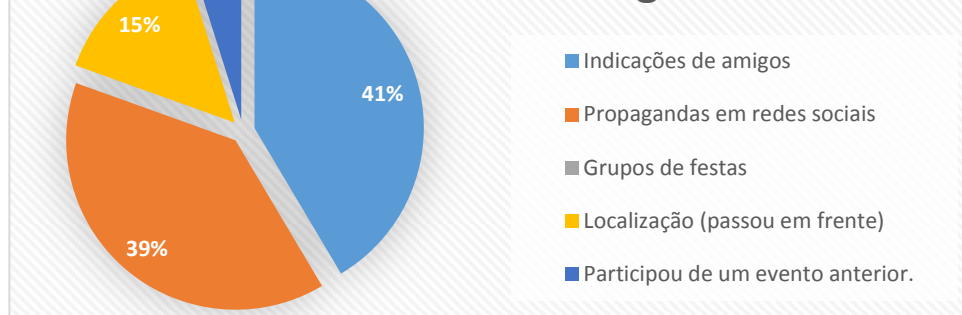
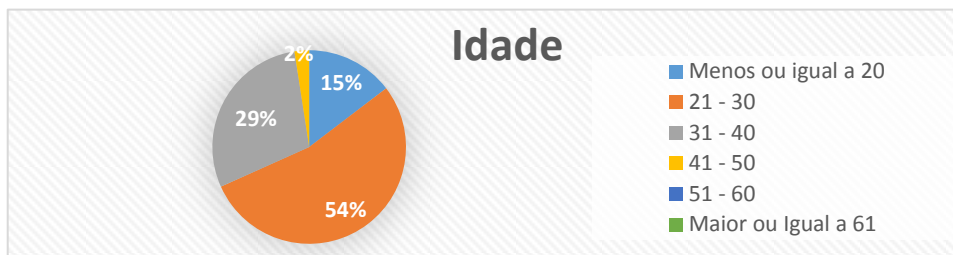


Gráfico 11- Meio de comunicação  
Fonte: Elaborado pela autora



Gráfico 12- Fatores de escolha  
Fonte: Elaborado pela autora



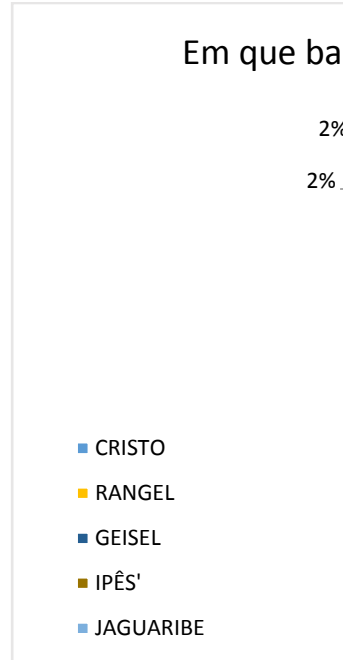
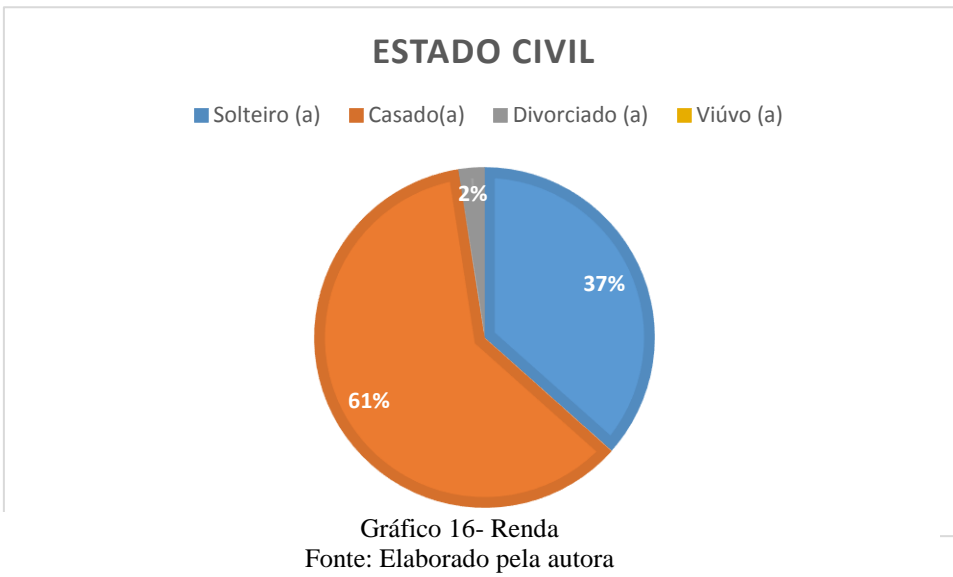
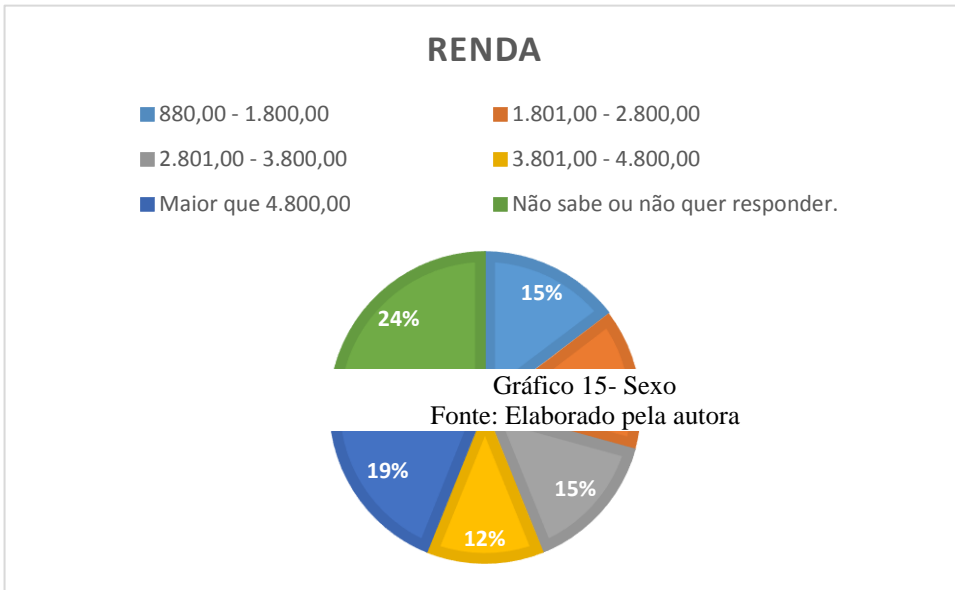
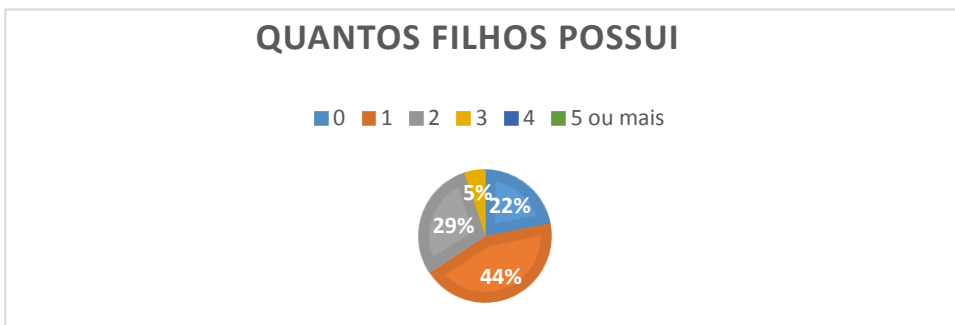


Gráfico Residên-  
Fonte: rado pela



19-  
cia  
Elabo-  
autora

Gráfico 18- Quantos filhos possui  
Fonte: Elaborado pela autora

Gráfico 17- Estado Civil  
Fonte: Elaborado pela autora



