

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – CADM

PLANO DE NEGÓCIOS: A CASA DAS NOIVAS

TULYANNA BALBYNA DE SOUZA SILVA

João Pessoa

Outubro de 2018

TULYANNA BALBYNA DE SOUZA SILVA

PLANO DE NEGÓCIOS: A CASA DAS NOIVAS

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

Professora Orientadora: Fabiana Gama de Medeiros, Dra.

João Pessoa

Outubro 2018

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

S586p Silva, Tulyanna Balbyna de Souza.
Plano de Negócios: A Casa das Noivas / Tulyanna Balbyna
de Souza Silva. - João Pessoa, 2018.
71 f. : il.

Orientação: Fabiana Gama de Medeiros.
Monografia (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Estratégia, inovação e empreendedorismo. I. de
Medeiros, Fabiana Gama. II. Título.

UFPB/CCSA

**Gerada pelo Catalogar - Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica do
CCSA/UFPB, com os dados fornecidos pelo autor(a).**

Folha de Aprovação

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

Aluno: Tulyanna Balbina de Souza Silva

Trabalho: A Casa das Noivas

Área da pesquisa: Estratégia, inovação e empreendedorismo

Data de aprovação: __/__/____

Banca Examinadora

Prof.^a Fabiana Gama de Medeiros.
Orientadora

Prof.^a Diana Teixeira de Carvalho
Examinador

DEDICATÓRIA

A Deus por ser a minha fortaleza; A minha irmã pelo incentivo diário; E aos meus amados pais pelo apoio, compreensão e amor.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer aos pais Túlio Alexandre e Juliana Pessoa, obrigada por tudo.

A minha irmã, Tuanny Souza, meu anjo, sempre me apoiando. A minha família materna pelo apoio e incentivo aos estudos.

As minhas amigas Alice Souto e Mayara Vasconcelos pelo apoio nos piores e melhores momentos dessa jornada, carinho e conhecimentos compartilhados. Aos meus amigos, Vanessa e Diogo pela amizade e apoio durante a realização desse trabalho.

A minha orientadora Fabiana Gama de Medeiros pela competência, orientação, compreensão e paciência, tendo sido fundamental para a construção desse trabalho.

A professora Diana Carvalho, pela atenção e prontidão sempre que necessário e à minha orientadora do PIVIC, Gisele Rocha Cortês por seus conselhos e orientações.

E por fim, a todos que contribuíram de alguma maneira para minha formação acadêmica e profissional.

SUMÁRIO EXECUTIVO

Este plano de negócios foi elaborado para a Casa das Noivas da cidade de Solânea com o intuito de ampliar os negócios realizados através da mesma empresa, localizada na cidade de Alagoa Grande atuante no mercado de aluguel de roupas e acessórios de festas desde 2012, enquadrada como MEI (microempreendedor individual).

A Casa das Noivas de Alagoa Grande foi fundada por D. Juliana Pessoa de Souza Silva que além de empresária, também é costureira. D. Juliana sempre contou com a ajuda de suas duas filhas, Tuanny e Tulyanna para gerir o negócio e foi assim que surgiu a vontade das meninas de abrir o próprio empreendimento e assim, decidiram abraçar a oportunidade de mercado que encontraram na cidade de Solânea.

Essa oportunidade surgiu da demanda encontrada pela sócia proprietária Tuanny, que atualmente reside na cidade e estuda no Campus III, localizado na cidade vizinha, Bananeiras. Desde que se mudou para morar em Solânea, ela recebeu através do instagram da loja de Alagoa Grande mensagens de clientes, em sua maioria mulheres, a procura dos produtos oferecidos na loja. Por esse motivo, a jovem abraçou a oportunidade de mercado que foi encontrada em Solânea e passou a levar as peças de roupas e atender em seu apartamento ou a domicílio, dependendo do que fosse acordado com a cliente.

Após essa breve contextualização sobre a ideia de negócio que esse plano irá abordar, ressaltamos que A Casa das Noivas de Solânea contará com o suporte da loja de Alagoa Grande, esta que fornecerá a maioria dos subsídios para a abertura do negócio nos seus primeiros anos de vida. Portanto, mais a frente neste trabalho serão encontrados mais detalhes a respeito do planejamento desse empreendimento, onde serão abordados todos os planos necessários para estruturar o funcionamento da empresa e suas ações estratégicas e de diferenciação de mercado. Os planos são: o de Marketing, o financeiro, o estratégico e o plano operacional, como também a análise de mercado geral realizada a respeito desse segmento e a pesquisa de mercado que foi realizada na cidade de Solânea.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
1.1 Dados dos Empreendedores	13
1.2 Missão.....	14
1.3 Visão.....	14
1.4 Valores.....	14
1.4.1 Qualidade.....	14
1.4.2 Compromisso	14
1.4.3 Respeito	14
1.4.4. Excelência	15
1.5. Setor da empresa	15
1.6. Forma jurídica	15
1.7. Capital social	15
2 ANÁLISE DE MERCADO.....	16
2.1. Estudo de Clientes	17
2.1.1 Público Alvo (Perfil dos Clientes).....	17
2.1.2 Comportamento dos Clientes (interesses e o que os levam a comprar)	17
2.1.3 Área de Abrangência (onde estão os clientes).....	17
2.2. Estudo dos concorrentes	17
2.3. Estudo dos fornecedores.....	19
3. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	20
3.1 Análise da Mariz SWOT	21
3.1.1 Forças	21
3.1.2 Fraquezas	22
3.1.3 Oportunidades.....	22
3.1.4. Ameaças	23
4. PESQUISA DE MERCADO.....	24
4.1. Objetivo Geral	24
4.2. Objetivo Específico	24
4.3. Resultados da Pesquisa.....	25
5. PLANO DE MARKETING	38
5.1. Produtos e Serviços	38
5.1.1. Vestido Clean para Noivas	38

5.1.2 Ternos para Noivos.....	40
5.1.3 Vestidos de Festa e/ou Eventos especiais	40
5.1.4 Vestidos para Debutantes (baile de 15 anos)	41
5.1.5. Vestido para Formandas: baile de formatura	42
5.1.6. Preço	43
5.1. Estratégias Promocionais.....	44
5.2.1 Instagram	44
5.2.2 Parcerias	45
5.2.3 <i>Merchandising</i>	45
5.3. Estratégias de Comercialização	45
5.4. Estratégia de Distribuição.....	46
6. PLANO FINANCEIRO.....	47
6.1. Investimentos Fixos.....	47
6.2. Estoque inicial	48
6.3. Caixa mínimo	48
6.4. Investimento total	50
6.5. Faturamento mensal	51
6.6. Custo unitário	53
6.7. Apuração do Custo de MD e/ou MV	54
6.8. Custos com depreciação	56
6.9. Custos fixos operacionais mensais	56
6.10. Demonstrativo de resultados	58
6.11. Indicadores de viabilidade	59
7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO	60
7.1. Ações preventivas e corretivas	60
8. PLANO OPERACIONAL.....	61
8.1. Layout.....	61
8.2. Capacidade instalada	62
8.3. Processos operacionais	62
8.4. Necessidade de Pessoal	65
9. AVALIAÇÃO DO PLANO	66
10. REFERÊNCIAS	67
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO.....	68
APENDICE B – FACHADA DA EMPRESA	71

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Indicadores	13
Tabela 2 – Capital Social	15
Tabela 3 – Fornecedores	19
Tabela 4 – Produtos e Serviços	38
Tabela 5 – Localização do Negócio	47
Tabela 6 – Investimento em máquinas	47
Tabela 7 – Investimento em Móveis e Utensílios	47
Tabela 8 – Total dos Investimentos Fixos	47
Tabela 9 – Estoque inicial	48
Tabela 10 – Caixa mínimo	48
Tabela 11 – Cálculo médio de compras	48
Tabela 12 – Necessidade média de estoque	49
Tabela 13 – Necessidade líquida de capital de giro	49
Tabela 14 – Sobre o caixa mínimo	49
Tabela 15 – Capital de giro	50
Tabela 16 – Investimento total	50
Tabela 17 – Descrição dos investimentos	50
Tabela 18 – Fontes de recursos	51
Tabela 19 – Estimativa de faturamento mensal mínimo	51
Tabela 20 – Faturamento total	52
Tabela 21 – Vestidos de Noivas	53
Tabela 22 – Vestidos para Madrinhas	53
Tabela 23 – Vestidos para Formandas	53
Tabela 24 – Vestidos para Noivos	53
Tabela 25 – Vestidos para Debutantes	53
Tabela 26 – Ternos para Padrinhos	53
Tabela 27 – Vestidos para Convidadas	54
Tabela 28 – Apuração do Custo de MD e/ou MV	54
Tabela 29 – Faturamento por período e anual de MD e/ou MV	55
Tabela 30 – Custos com depreciação	56
Tabela 31 – Custos fixos operacionais mensais	56
Tabela 32 – Custos totais mensais	57
Tabela 33 – Demonstrativos de Resultados	58
Tabela 34 – Demonstrativos de resultados mensais	58
Tabela 35 – Indicadores de viabilidade	59
Tabela 36 – Construção de Cenário	60
Tabela 37 – Necessidade de Pessoal	65

LISTA DE FIGURAS

Gráfico 1 – Serviço de Aluguel de Roupas	25
Gráfico 2 – Interesse em aluguéis.....	25
Gráfico 3 – Local de aluguel	26
Gráfico 4 – Frequência de eventos	26
Gráfico 5 – Valor médio de interesse	27
Gráfico 6 – Elementos da vestimenta	28
Gráfico 7 – Modelo do terno	28
Gráfico 8 – Qualidade da vestimenta	29
Gráfico 9 – Conforto da vestimenta.....	29
Gráfico 10 – Preço da vestimenta.....	29
Gráfico 11 – Lojas não climatizadas	30
Gráfico 12 – Lojas sem cortina.....	30
Gráfico 13 – Provadores	31
Gráfico 14 – Sobre mau atendimento	31
Gráfico 15 – Iluminação e adequação da loja.....	32
Gráfico 16 – Fachada da Empresa	32
Gráfico 17 – Localização da Loja.....	33
Gráfico 18 – Gênero dos participantes da coleta de dados	33
Gráfico 19 – Vestimentas conforme as ocasiões: opiniões femininas.....	34
Gráfico 20 – Vestimentas conforme as ocasiões: opiniões masculinas.....	34
Gráfico 21 – Idade dos participantes	35
Gráfico 22 – Cidade dos participantes.....	35
Gráfico 23 – Locomoção para aluguel de roupas	36
Gráfico 24 – Satisfação com lojas de aluguel de roupas	36
Figura 1 – Vestido de Noiva Clean	39
Figura 2 – Vestido de Noiva Clean.....	39
Figura 3 – Ternos Slim para Noivos	40
Figura 4 – Vestidos de festas	41
Figura 5 – Vestidos de festas	41
Figura 6 – Vestido Debutante.....	42
Figura 7 – Vestidos Formandas	43
Figura 8 – Descrição dos Investimentos.....	50
Figura 9 – Fonte de Recursos	51
Figura 10 – Faturamento total de cada período	52
Figura 11 – Faturamento total do custo de MD e/ou MV	55
Figura 12 – Custos totais mensais	57
Figura 13 - Demonstrativos de Resultados mensais e anual	59
Figura 14 – Layout	61
Figura 15 – Macrofluxograma	63
Figura 16 – Fluxograma	63
Figura 17 – Fachada do Local	71

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Concorrentes.....	18
Quadro 2 – Análise Swot	21

1. INTRODUÇÃO

A Casa das Noivas é uma empresa do ramo de aluguel de roupas e acessórios para festa, que estará localizada na cidade de Solânea (PB) – Centro, situada próximo à praça da cidade. A organização tem como principal público Noivas e Noivos que desejam fazer a locação de suas roupas e de seus convidados para o grande dia do “sim”. Os serviços oferecidos pela loja são: a locação de trajes masculinos e vestidos para festas, eventos e demais ocasiões, além de acessórios como: sapatos, carteiras, clutches, cintos, camisas sociais, calças sociais, gravatas e acessórios para noivas, assim sendo fornecidos para os públicos: masculino e feminino.

O negócio será administrado por duas irmãs e surgiu da vontade de empreender, tornando-se donas do próprio negócio, já que D. Juliana Pessoa de Souza, mãe das meninas, já possui uma loja de aluguel de roupas na cidade de Alagoa Grande, PB, a qual dará subsídios para a abertura da loja de Solânea. Desde pequenas, as irmãs viam a mãe, que também é costureira, criar peças de roupas e cuidar do próprio empreendimento, às influenciando a investirem na carreira de empreendedoras. Quando surgiu a oportunidade de alugar os vestidos na cidade de Solânea, PB, atendendo a domicílio, foi então que perceberam, ao observar uma demanda positiva no mercado de vestuários, a oportunidade de abrir seu próprio negócio na cidade. O capital investido para abertura da empresa refere-se a aquisição de máquinas, móveis e utensílios e estoque para produção inicial.

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 70.667,89
Lucratividade	5,30 %
Rentabilidade	25,43 %
Prazo de retorno do investimento	3 anos e 12 meses

Tabela 1 – Indicadores. (Fonte: proposta da autora, 2018).

1.1.Dados dos Empreendedores

A Casa das Noivas possui como sócia fundadora a estudante concluinte de Administração pela Universidade Federal da Paraíba, Tuanny Thamyres de Souza Silva, 21 anos, residente na Rua Sete de Setembro, 214, Centro, Solânea – PB. Esta jovem estudante é uma fascinada pelo universo de casamentos, formaturas e datas comemorativas desde pequena, e, a partir do momento em que foi estudar na cidade de Bananeiras PB, teve a oportunidade de vender os serviços da loja de aluguel de roupas da sua mãe, D. Juliana, localizada em uma cidade

próxima. Desde então, adotou como prática de mercado as postagens no instagram voltadas para o público também da cidade de Solânea e a divulgação de seus serviços aos seus amigos da Universidade, construindo um leque de potenciais promotores de seus serviços. Com uma visão de desenvolvimento profissional e da A Casa das Noivas, está sempre em busca de conhecimento sobre o mundo da moda com relação a festas e eventos formais.

Com a abertura da A Casa das Noivas, dentro de um prazo máximo de 6 meses, Tuanny pretende alcançar um número maior de clientes e proporcionar mais facilidade e rapidez aos mesmos, no processo de locação, assim como impulsionar suas transações, através da praça física. Atuará de forma direta na administração geral do empreendimento, assim como no processo produtivo de ajustes das peças. Tuanny terá como sócia sua irmã, Tulyanna Balbyna de Souza Silva, 23 anos, residente na Rua Sete de Setembro, 46, Centro de Alagoa Grande – PB e graduanda em Administração pela Universidade Federal da Paraíba, com experiência de gestão e mercado na área de atuação da empresa.

Tulyanna será sócia proprietária da empresa e por possuir muita afinidade com o ramo e o conhecimento necessário para ficar à frente do processo produtivo, ela irá atuar juntamente a Tuanny de forma direta na gestão da empresa e no processo de controle de produção, ficará responsável pelas áreas referentes às finanças, qualidade do processo produtivo da empresa e ações de *marketing*, principalmente no que diz respeito à presença da empresa nas redes sociais, divulgando seus produtos e alimentando com outras informações relevantes para a prospecção do negócio e disseminação da imagem da loja.

1.2 Missão

Proporcionar a realização de sonhos, requinte e elegância produzindo nossos clientes em ocasiões especiais.

1.3 Visão

Ser a maior loja no segmento de vestuário para eventos do Brejo Paraibano até o ano de 2024.

1.4 Valores

1.4.1 Qualidade

- Excelência na prestação de serviços.

1.4.2 Compromisso

- Honrar sempre o compromisso com os nossos clientes.

1.4.3 Respeito

- Respeitar a individualidade de cada cliente.

1.4.4 Excelência

- Compartilhar momentos inesquecíveis.

1.5 Setor da empresa

A Casa das Noivas se enquadrará na condição de MEI (Microempreendedor Individual). Segundo definição do SEBRAE (2018), para ser um microempreendedor individual, é necessário faturar hoje até R\$ 81.000,00 por ano ou R\$ 6.750,00 por mês, não ter participação em outra empresa como sócio ou titular e ter no máximo um empregado contratado que receba o salário-mínimo ou o piso da categoria. Veremos mais à frente as projeções de faturamento que ratificarão esta informação.

1.6 Forma jurídica

A Casa das Noivas irá trabalhar formalmente com o intuito das empreendedoras tornarem, um negócio virtual já existente, em físico, fazendo com que a marca se prospecte no mercado e fidelize mais clientes. O nome empresarial será registrado como Tuanny Thamires de Souza Silva (sócia proprietária), com certificado de Microempreendedor Individual, tendo como atividade principal: Aluguel de vestuários, joias e acessórios – Código da atividade: 77.23-3/00 e como atividade secundária: confecção sob medida de peças de vestuário, exceto roupas íntimas – Código 114.12-6/02. Além disto, a empresa será enquadrada no regime tributário Simples Nacional.

1.7 Capital social

O capital social total da A Casa das Noivas será de R\$ 16.839,50, do qual o valor total terá origem de recursos próprios proveniente de economias pessoais de ambas, como mostra a tabela 1. Assim como veremos mais a frente no plano financeiro que muitos dos equipamentos, móveis e utensílios já estão adquiridos.

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Tuanny Thamires de Souza Silva	R\$ 8.419,75	50,00
2	Tulyanna Balbyna de Souza Silva	R\$ 8.419,75	50,00
Total		R\$ 16.839,50	100,00

Tabela 2 – Capital Social. (Fonte: proposta da autora, 2018).

2. ANÁLISE DE MERCADO

Na sociedade hipermoderna em que as pessoas buscam a facilidade no dia a dia, o aluguel de roupas se tornou uma forma prática e cômoda para todos, já que é um serviço no qual a roupa vem pronta (ajustada, lavada, passada, e na maioria dos casos, com os acessórios) para ser vestida.

Deve ser por esse motivo que mesmo diante da crise econômica que se enfrenta no país, houve um total de 1.106.440 de casamentos no ano de 2014 no Brasil, de acordo com pesquisas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE). Ainda aqui no Nordeste, especificamente no estado de Pernambuco, por exemplo, os casamentos são constantes, tendo uma representatividade total de 52.846 casamentos no estado, sendo desses a parcela de 9.373 realizados na cidade de Recife, ainda segundo pesquisa do IBGE. Segundo os dados apresentados, podemos perceber que a demanda encontrada pelo aluguel de roupas de festas local é de grande representatividade na parcela econômica da região, são mais de mil empresas atuantes no mercado local, movimentando cifras consideráveis mesmo diante da crise econômica.

Uma pesquisa realizada pelo Instituto Data Popular e a Associação Brasileira de Eventos Sociais (ABRAFESTA) revelou que o mercado de festas e cerimônias cresceu nos últimos anos, atingindo R\$ 16,8 bilhões em 2014. O mesmo estudo abordou questões como os gastos com festas e cerimônias de casamento e os resultados apresentados foi um crescimento anual médio de 10,4%. Entre 2013 e 2016, o crescimento foi de 25% em todo o Brasil.

Ainda sobre a pesquisa, outros dados relevantes é o número de solteiros nas faixas etárias de 20 a 39 anos movimentando hoje, no Brasil, aproximadamente R\$ 793 bilhões. Sendo que somente a classe média movimenta R\$ 328 bilhões. Com mais renda e maior acesso a serviços, as regiões Sudeste e Sul têm a maior taxa de casamento formal. Os casamentos civil e religioso chegam a 70% no Sudeste e a união consensual a 30%. Já no Sul, 66% e 34%, respectivamente. No Nordeste 58% (casamentos civil ou religioso) e 42% (união consensual).

Ainda segundo o presidente da ABRAFESTA, o mercado de eventos sociais no Brasil é altamente maduro e registra uma demanda crescente em todas as regiões do país. As empresas prestadoras de serviços estão cada vez mais atentas as necessidades do mercado, além da inovação, sempre em busca de novas tendências e produtos diferenciados.

2.1 Estudos do clientes

2.1.1 Público-Alvo: Perfil dos Clientes

A Casa das Noivas nasceu para atender à demanda crescente dos clientes já existentes na cidade de Solânea e redondeza, como as cidades que também foram citadas na pesquisa de mercado: Bananeiras, Serraria, Belém, Borborema, *etc*, que já utilizaram ou possuem interesse em utilizar o serviço de aluguel de roupas, em sua maioria mulheres, tendo idade compreendida entre 18 a 40 anos, conforme os dados obtidos na pesquisa de mercado, item 4.

2.1.2 Comportamento dos Clientes: interesses e o que os levam a comprar

Os clientes da Casa das Noivas costumam frequentar lojas especializadas no serviço de aluguel de roupas de festas, como as mais citadas na pesquisa de mercado, figura 3, Shalom Festas e Baluart das Noivas, que possuem uma diversificada proposta de trajes e vestidos, além de acessórios. São consumidores que buscam estar sempre bem vestidos e se destacar dentre os demais convidados do evento, levando em consideração, principalmente, o modelo do vestido/terno e a qualidade do produto, conforme os dados citados na figura 6.

2.1.3 Área de Abrangência: onde estão os clientes?

A Casa das Noivas irá atuar no atendimento de toda a cidade de Solânea e cidades vizinhas, como: Bananeiras, Guarabira, Borborema, Serraria, Arara e Dona Inês, por exemplo.

2.2 Estudo dos concorrentes

Consideramos como principais concorrentes algumas lojas de alugueis de roupas presentes em Solânea e na cidade de Guarabira, PB. Estas lojas são referências no ramo de aluguel de roupas na região do brejo paraibano, com um nome bastante solidificado no mercado. A seguir, apresentaremos uma análise sintética elaborada com base na realização de um cliente oculto nas duas principais concorrentes.

FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO	BALUART DAS NOIVAS	SHALOM FESTAS
ATENDIMENTO	EXCELENTE	EXCELENTE
PREÇO	ENTRE \$80 A \$4000	ENTRE \$70 A \$4000
CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	ESPÉCIE OU CARTÃO	ESPÉCIE OU CARTÃO
QUALIDADE	DE BOA QUALIDADE	DE BOA QUALIDADE
VARIEDADE	BOA DIVERSIFICAÇÃO DE PRODUTOS	BOA DIVERSIFICAÇÃO DE PRODUTOS
REDES SOCIAIS	RUIM	RUIM
LOCALIZAÇÃO	GUARABIRA – PB	SOLÂNEA – PB
SERVIÇOS AOS CLIENTES	SEM DIFERENCIAL COMPETITIVO	SEM DIFERENCIAL COMPETITIVO
ESTRUTURA	EXCELENTE	BOA
FACHADA	EXCELENTE	BOA
IMAGEM DA EMPRESA	EXCELENTE	EXCELENTE

Quadro 1 – Concorrentes. (Fonte: Elaboração da autora, 2018).

Como citado no item 2.2, ambas as empresas já possuem sua marca construída no mercado brejeiro, tanto a Baluart das Noivas, como a Shalom Festas de Guarabira e Solânea não apresentam muitas divergências quanto aos critérios analisados no quadro 1. Ambas atuam neste seguimento há aproximadamente 20 anos, mas ainda assim, apresentam um engessamento quanto à venda de seus serviços (poucos benefícios oferecidos ao cliente), como o aluguel dos acessórios a parte do aluguel da roupa, deficiência na manutenção das redes sociais e estratégias promocionais (pacotes de serviços), preços considerados “altos” quando comparados a proposta de preço e benefícios da A Casa das Noivas, assim como poucas facilidades de pagamentos, sendo a vista ou no cartão, esse com uma incidência de juros.

Nº	Descrição dos itens a serem adquiridos	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	Ternos em geral	Via Santony	A partir de \$60,00	A vista 50% no pedido 50% na entrega	15	R. São Caetano, 122/124 – Luz São Paulo – SP
2	Ternos em geral	Bruno Taveira	A partir de \$70,00	A vista 50% no pedido 50% entrega	15 dias	R. São Caetano, 40 – Luz, São Paulo – SP, 01104-001.
3	Ternos em geral	Via Cantoi	A partir de \$200,00	A vista 50% no pedido e 50% na entrega Cheque	30	Estrada Particular Riuichi Matsumoto, 120 Cooperativa – São Bernardo Do Campo – SP
4	Ternos em geral	Dan rigor	A partir de \$70,00	A vista Cartão Boleto	No ato da compra 30 dias	Representante
5	Moda feminina festa (atacado)	Eklacia	A partir de \$80	A vista ou Cartão	No ato da compra 15 dias	R. Aimorés, 91 – Bom Retiro, São Paulo – SP, 01122-011.
6	Moda feminina festa (atacado)	City Class	A partir de \$ 100,00	A vista ou Cartão de crédito	No ato da compra 30 dias	Rua José Paulino, 309, Bom Retiro SP.
7	Moda festa atacado	Koreccon	A partir de \$ 300,00	A vista ou cartão de crédito	No ato da compra 10 dias	R. José Paulino, 664/666 – Bom Retiro, São Paulo – SP, 01120- 000.

Tabela 3 – Fornecedores. (Fonte: proposta da autora, 2018).

2.3. Estudo dos fornecedores

Todos os fornecedores listados na Tabela 3, foram considerados os mais interessantes para a realização da compra dos produtos necessários para o funcionamento da loja, o critério de escolha para a seleção de dois principais fornecedores, Eklacia e Via Santony, dentre os demais, se deu pela maior proximidade que a mãe das meninas, D. Juliana, já possui com os eles, fazendo a “ponte” para suas filhas, assim, facilitando o processo de negociação (valores e entrega dos insumos).

3. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Com o intuito de visualizarmos o mercado e as competências da empresa em função deste, de forma mais estratégica, apresentaremos a seguir uma análise das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que a empresa irá enfrentar em seus primeiros meses de existência. De acordo com Rosa (2001, p. 05), o diagnóstico empresarial é o levantamento e análise das condições de uma empresa com a finalidade de se avaliar qual é o seu grau de saúde ou eficiência. Através disso, ainda segundo Rosa (2001, p. 10) teremos uma visão integrada e articulada da organização ou de um problema específico, resultando em mais agilidade para superar os obstáculos, melhor direcionamento dos investimentos.

Por meio do diagnóstico organizacional seria possível se posicionar diante dos problemas, Petrocchi (2009, p. 118), afirma que, o diagnóstico reúne informações básicas da análise de mercado, das oportunidades e ameaças, dos atrativos turísticos e dos pontos fortes e fracos do destino. Oferecendo ao administrador uma visão sob o problema de forma mais clara. De acordo com Buchele (1980, p. 15), o administrador que analisar sistematicamente a força e a fraqueza de sua empresa e que procure antecipar os problemas futuros nas empresas sabe que necessita usar vários métodos de avaliação.

Sabendo disso, realizamos o diagnóstico organizacional da futura empresa, com o auxílio de um diagnóstico de gestão para micro e pequenas empresas disponibilizado no site do SEBRAE, em que os gestores da empresa devem responder um questionário com 37 perguntas que abrangem os 8 critérios que constituem o Modelo de Excelência da Gestão (MEG). Assim, com base na análise do mercado de casamentos e festas, na pesquisa de mercado e no MEG, foi construído o quadro 2. Análise Swot.

FORÇAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Costureira ▪ Atendente ▪ Localização ▪ Produtos ▪ Processos ▪ Confeção de peças 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mercado ▪ Terceirização da confecção de peças
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
<p>Estrutura</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Provadores ▪ Banheiros <p>Processos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Compra de matéria prima ▪ Baixa capacidade produtiva 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Economia ▪ Aumento dos concorrentes indiretos ▪ Inovação

Quadro 2 – Análise Swot. (Fonte: Elaboração da autora, 2018).

Como justificativa da análise e melhor compreensão, listaremos a seguir os pontos observados na matriz SWOT de forma mais detalhada.

3.1. Análise da Matriz SWOT

3.1.1. Forças

- **Experiência das Sócias**

Elegemos os colaboradores como uma força, pois as duas proprietárias não só possuem bastante conhecimento no ramo de aluguel de roupas como estão atualmente inseridas neste mercado e já atendem a população local da cidade de Solânea. Além disso, no futuro, caso seja necessário, já possuem em vista uma costureira capacitada para assumir, junto a elas o processo operacional de produção.

- **Localização**

O local onde estará localizada a empresa fica num ponto estratégico no centro da cidade de Solânea, próximo a outros empreendimentos, onde o fluxo de trabalhadores e pessoas é bastante intenso.

- **Produtos, Processos e Confecções das Roupas**

Os produtos são de excelente qualidade com preço justo e acessível, já sendo procurados por clientes da cidade, como já fora citado, é realizado atendimento a domicílio em Solânea. Os processos foram considerados como uma força, pois as irmãs (proprietárias) atuam neste segmento há sete anos. Já a confecções de peças também foi considerada como força, pois D. Juliana, proprietária da loja de aluguel de roupas da cidade de Alagoa Grande PB e também costureira profissional já reconhecida no mercado do Brejo, principalmente na cidade onde atua, é que será a responsável pela parte da confecção dos primeiro alugueis. Esse subprocesso será detalhado no item 4. Processo operacional.

3.1.2. Fraquezas

- **Estrutura**

De início, o espaço físico da loja será pequeno e só conta com um provador e não possui banheiro. Porém, é um espaço amplo, iluminado, com boa ventilação, além de limpo e bem organizado.

- **Processos**

A compra de matéria prima das peças prontas (insumos) é feita online ou por telefone e chega através dos representantes das empresas, que passam visitando as lojas e realizando as entregas ou por carregamentos, o que exige certo tempo. Além disso, a confecção de primeiros alugueis será “terceirizada” para a loja de Alagoa Grande, o que de início não irá gerar lucro para a empresa, mas trará consigo o benefício de fidelizar clientes para que quando capacidade produtiva seja suficiente para realizar essa produção, a marca já esteja reconhecida no mercado pela excelência na fabricação de 1º aluguel.

- **Baixa capacidade produtiva**

Devido à mão de obra inicialmente pequena, a baixa capacidade produtiva fará com que a produção fique restrita a uma quantidade pequena de aluguel de roupas por mês. Mas, foi calculada com uma margem de erro para mais peças, levando em consideração que, na maioria dos casos, as roupas não irão precisar de ajustes.

3.1.3. Oportunidades

- **Mercado em ascensão**

Como foi falado anteriormente no item 2, o mercado de aluguel de roupas está se mostrando crescente na região Nordeste e não é diferente na Paraíba. Em João Pessoa, por exemplo, existem empresas realmente especializadas na prestação desse serviço, mas não na

cidade de Solânea, onde a maior parte dos clientes se mostrou insatisfeito com o serviço de aluguel de roupas de festas. Com isso, apesar de A Casa das Noivas está entrando num mercado de alta concorrência, a mesma buscará seu diferencial competitivo, inovação e fortalecimento da sua marca, como será explicado no item 4. Plano de marketing.

- **Terceirização da confecção de 1º aluguel**

A possibilidade de terceirizar o serviço de confecção de peças (sem custo) de roupas pode ser bastante oportuna para a captação de clientes, que por vezes vem em busca de uma roupa e não encontra ou mesmo deseja um modelo específico. Essa pessoa pode vir acompanhada de outros potenciais clientes, que encontram suas roupas na loja, mas que pode não fechar contrato, pois desejam alugar todas as roupas numa loja só, tanto para economizar dinheiro (pacotes promocionais), quanto tempo, facilidade de buscar e devolver as roupas. Encontrando na “terceirização” do 1º aluguel, uma maneira viável de ampliar a capacidade produtiva, já que não será possível contratar mão de obra, inicialmente.

3.1.4. Ameaças

- **Economia**

Sabemos que o País não passa por uma de suas melhores fases econômicas e por isso, não só para este ramo como para qualquer pessoa que deseje empreender, a atual crise político-econômica é uma grande ameaça ao empreendimento. Para driblar esta ameaça sempre serão evitados gastos desnecessários e buscando se trabalhar com as projeções financeiras calculadas em cima da realidade da empresa.

- **Aumento de concorrentes indiretos**

O mercado encontra-se recebendo novos empreendimentos voltados a oferta de produtos para festas e ocasiões especiais, e não especificamente no ramo de aluguel de roupa e acessórios e sim, venda. Estaremos atuando frente a essa ameaça com a oferta de um serviço que oferece inúmeros benefícios ao cliente, como: acompanhamento de acessórios, a roupa sai da loja já pronta para uso (higienizada e lavada) e, além disso, o cliente não precisa se preocupar com a lavagem da roupa para devolvê-la para loja, essa parte chata fica por responsabilidade da empresa.

- **Inovação**

Como estamos sempre em processo de inovação de serviços e produtos, o curto prazo

em que acontece essa mudança pode vir a trazer consequências para o empreendimento, como a obsolescência de determinadas peças de roupas antes do tempo da renovação de produtos programado pela empresa. Para atuar frente a essa ameaça, nos primeiros anos de vida, a loja irá contar com subsídios da empresa de Alagoa Grande, ou seja, a comercialização das peças de lá, se disponíveis, serão feitas também na loja de Solânea, o controle será feito através de um sistema interligado, ou seja, um software específico para isso. Isso também serve para a comercialização dos acessórios, aumentando e diversificando, o mostruário da empresa.

4. PESQUISA DE MERCADO

Com o intuito de tornar válido o plano, foi realizada uma pesquisa de abordagem quantitativa pelo método de aplicação de questionários virtualmente com as pessoas da cidade de Solânea e cidades próximas, com o intuito de identificar a viabilidade da abertura da empresa na cidade. O questionário foi elaborado com 15 questões objetivas e procurou abordar pontos estratégicos para verificar:

4.1. Objetivo Geral

- Verificar se é viável a abertura de uma loja de aluguel de roupas de festas na cidade de Solânea, Paraíba.

4.2. Objetivos Específicos

- Conhecer o perfil dos potenciais consumidores desse tipo de serviço
- Conhecer os concorrentes.

4.3. Resultados da Pesquisa

Você já utilizou o serviço de aluguel de roupas de festas?

112 respostas

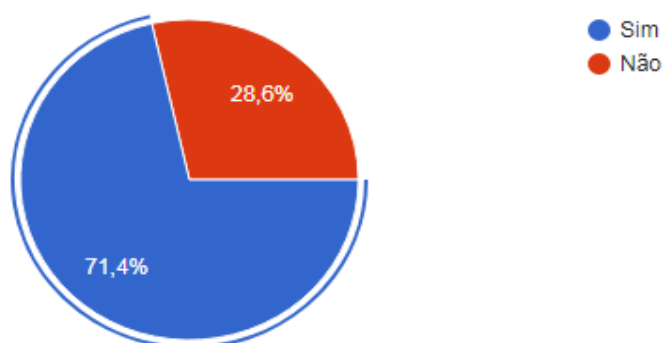


Gráfico 1 – Serviço de Aluguel de Roupas. (Fonte: elaboração da autora, 2018)

O gráfico acima mostra que mais da metade dos respondentes já foram consumidores do serviço de aluguel de festas, totalizando 71,4% do total. Esse número é bastante interessante para poder avaliar o ponto de vista dos clientes a respeito do assunto, pois permite que utilizem dessa experiência para responder as demais questões que foram abordadas na pesquisa.

Você teria interesse em alugar ao invés de comprar uma roupa de festa?

32 respostas

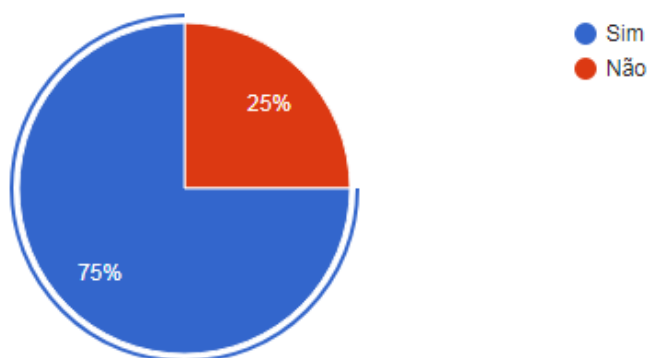


Gráfico 2: Interesse em aluguéis. (Fonte: elaboração da autora, 2018)

No questionário abordamos a preferência do cliente em alugar ao invés de comprar roupas de festas, caso ele não tivesse tido contato, ainda, com esse tipo de serviço. Das 112 respostas obtidas, 32 respostas foram de pessoas que ainda não haviam tido contato com

aluguel de roupas. Num total de 100% podemos perceber no gráfico acima que 75% dos respondentes se mostraram interessados em alugar as roupas ao compra-las, dado bastante relevante para viabilidade da abertura de uma loja neste ramo, na cidade.

Qual a loja em que foi alugada a roupa?

80 respostas

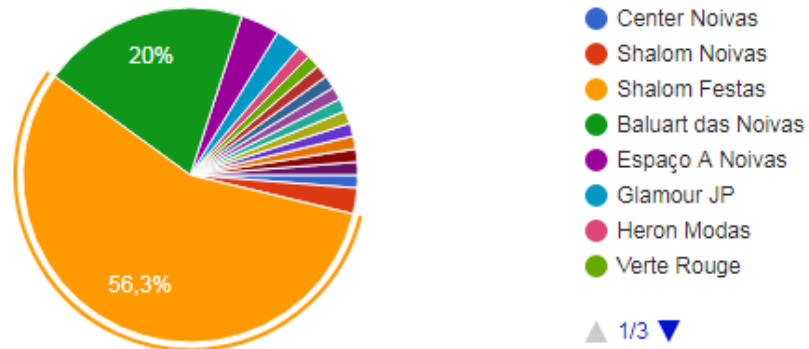


Gráfico 3: Local de aluguel. (Fonte: elaboração da autora, 2018)

Em seguida, foi perguntado sobre a loja em que realizou a locação da roupa. Com um percentual de 56,3% a Shalom Festas, localizada na cidade de Solânea Paraíba ficou em 1º lugar no ranking, isso pode ser explicado pelo fato da empresa ser a única no ramo de aluguel de roupas da cidade de Solânea. Em segundo lugar, com um percentual de 20% ficou a Baluart das Noivas, localizada em Guarabira, cidade do Brejo paraibano que detém grande número de lojas nesse ramo, como por exemplo, a própria Shalom Festas que também possui uma filial na cidade. Outras lojas de renome no mercado de João Pessoa ainda foram citadas, como a Glamour JP e Verte Rouge.

Com que frequência você vai a ocasiões importantes?

112 respostas

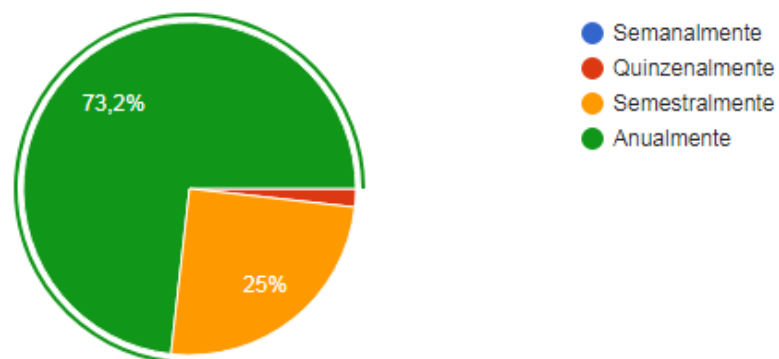


Gráfico 4: Frequência de eventos. (Fonte: elaboração da autora, 2018).

Com relação à frequência em que os respondentes vão a ocasiões importantes, a maior parte deles responderam “anualmente”, totalizando 73,2% das respostas. Os 25% restante ficou com a opção “semestralmente”. Isso pode ser explicado através do período em que são, geralmente, realizadas as festas de casamento e formatura, os períodos em que a sazonalidade é de maior representatividade, sendo encontrada nos meses de Novembro a Janeiro e Maio, conhecido como mês das noivas, a Julho.

Quanto estaria disposto a pagar em um aluguel de roupa que te proporcione requinte e elegância para ir a um evento considerado muito importante para você?

112 respostas

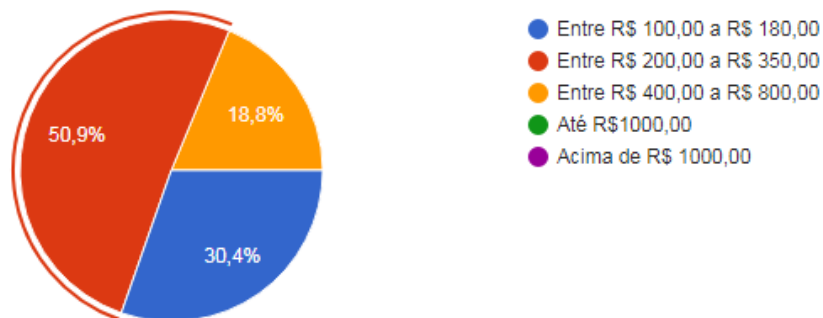


Gráfico 5: Valor médio de interesse. (Fonte: elaboração da autora, 2018)

Com relação a pergunta: quanto estaria disposto a pagar em um aluguel de roupa para ir a um evento que o respondente considerasse muito importante, metade deles disseram estar dispostos a pagar entre \$200 a \$350,00, totalizando um percentual de 50,9% das respostas, como podemos observar no gráfico. Outro percentual bastante interessante é que 30,4% do total responderam estar dispostos a pagar entre \$100 a \$150,00. Os demais, representado nos 18,8% do gráfico responderam que pagariam entre \$400 a 800,00 no aluguel de uma que lhe proporcione requinte e elegância para ir a um evento muito importante. A informação mais relevante que podemos extrair desse gráfico é saber que as pessoas estão dispostas a pagar o preço em que a loja disponibilizará as peças de roupas, ou seja, a margem de preços em que os produtos serão ofertados na loja, estará compreendido entre os valores que os respondentes estão dispostos a pagar. Os preços das roupas serão encontrados mais a frente do trabalho, no item 5.1.6. Preço.

O que você considera MAIS importante ao escolher uma roupa para ocasiões importantes?

112 respostas

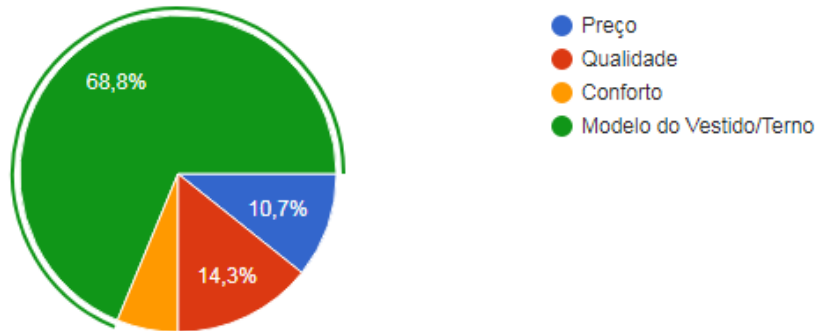


Gráfico 6: Elementos da vestimenta. (Fonte: elaboração da autora, 2018)

A opção modelo de vestido/terno foi eleita a como sendo a mais importante quando a pessoa precisa escolher uma roupa para ir a ocasiões importantes, ficando com 68,8% do total de respostas. Logo em seguida, a qualidade da roupa foi eleita como sendo outro fator, mas com um percentual não muito relevante de 14,3% das respostas. A terceira opção foi o quesito preço, com 10,7%.

A respeito da pergunta: considerando uma ocasião especial para você, ao alugar um Vestido/Terno para esse evento, em uma escala em que 1 representa o valor menos importante e 5 o valor mais importante, qual nota você atribui aos critérios:

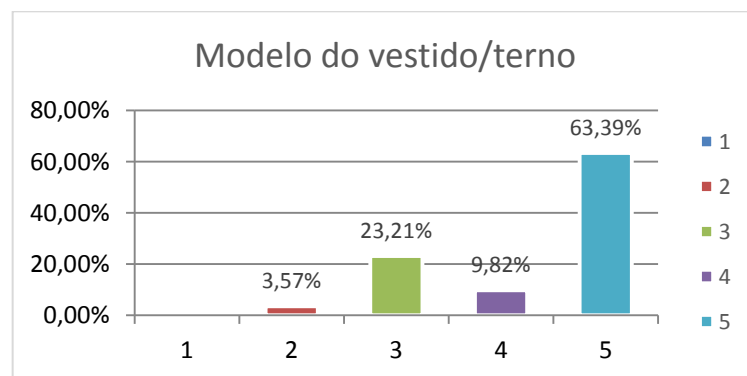


Figura 7 – Modelo do terno. (Fonte: elaboração da autora, 2018)

Com relação a importância dada ao modelo do vestido/terno de maneira geral 63,39% responderam ser o critério mais importante no processo decisório de escolha da roupa. O nível de importância médio dada para este quesito foi de 4,33. Por isso, os produtos que serão

alugados na empresa, como veremos no item 5.1. Produtos e serviços, foram escolhidos com base no estudo de mercado, da moda e conforme os dados obtidos nessa pesquisa, para atender as expectativas e necessidades do público.

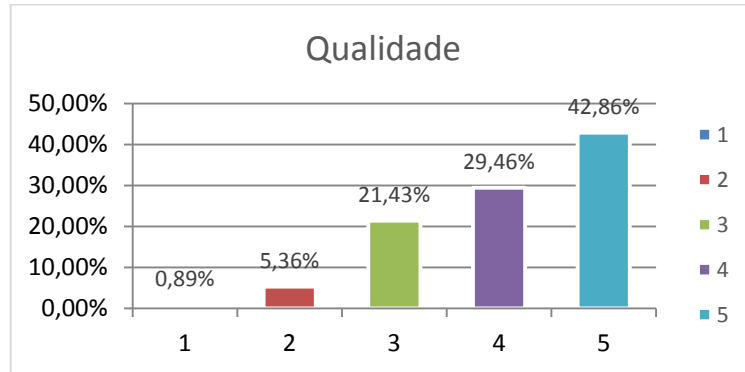


Gráfico 8: Qualidade da vestimenta. (Fonte: elaboração da autora, 2018)

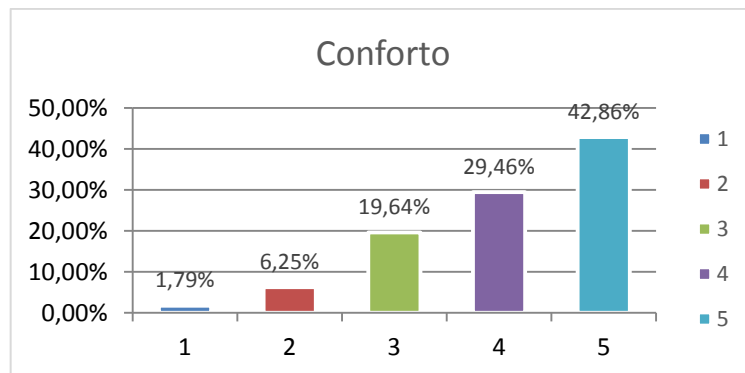


Gráfico 9 – Conforto da vestimenta. (Fonte: elaboração da autora, 2018)

Em 2º e 3º lugar ficaram os critérios qualidade e conforto da roupa, com um nível de importância médio de 4,08 e 4,05, respectivamente.

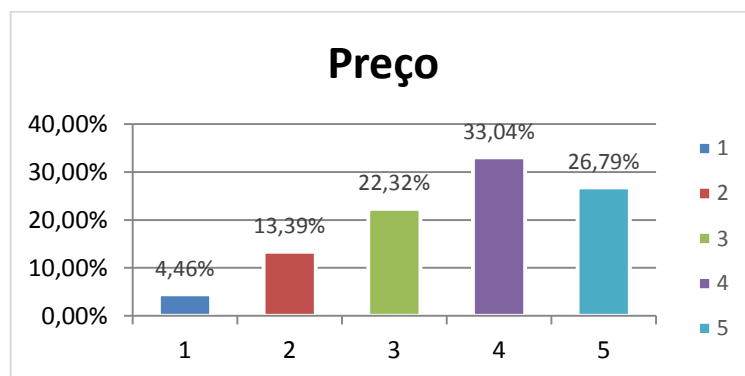


Gráfico 10 – Preço da vestimenta. (Fonte: elaboração da autora, 2018)

O critério preço ficou em 4º e último lugar com nível de importância médio de 3,64.

A respeito da pergunta: considere as afirmações a respeito de uma loja de aluguel de roupas. Pedimos que você as avalie conforme seu nível de concordância, de modo que o valor 1

significa que você discorda totalmente e 5 que você concorda totalmente. Os demais valores são intermediários.

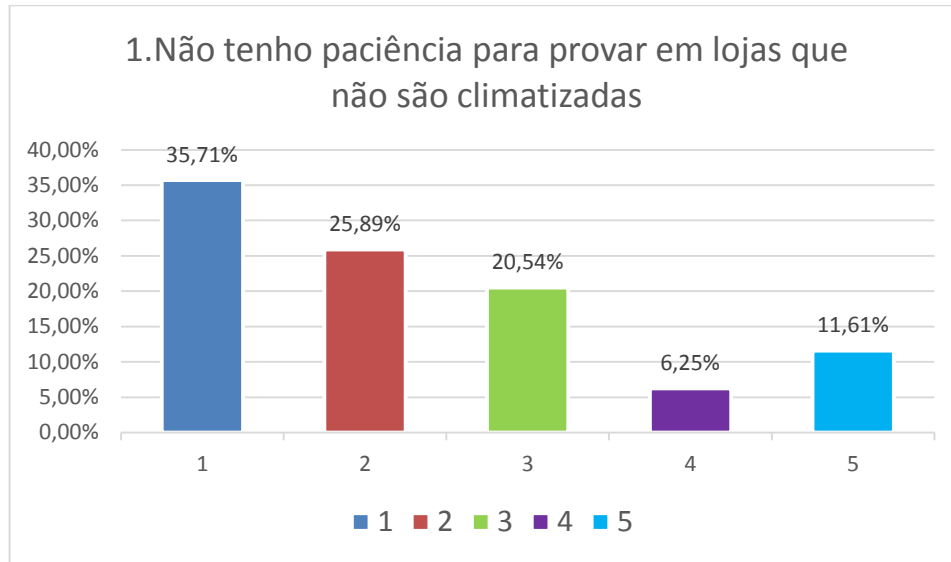


Figura 11 – Lojas de roupas não climatizadas. (Fonte: elaboração da autora, 2018).

Para a maioria dos respondentes, 35,71% do total, o fato da loja não ser climatizada não é um problema. O nível de concordância médio com relação a esse quesito obtido foi de 2,32, ou seja, não será um critério eliminatório ao procurar uma loja de aluguel de roupas de festas.

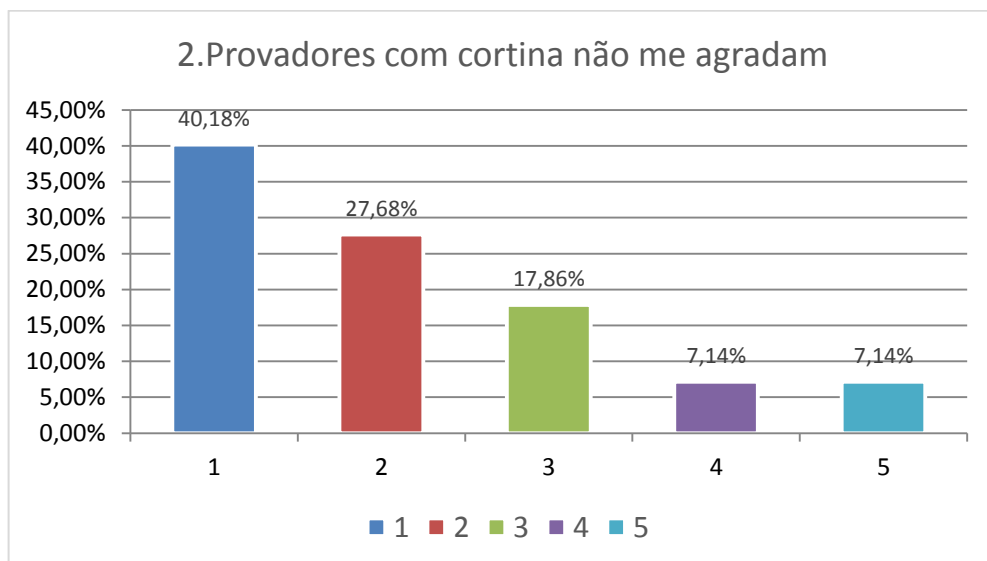


Gráfico 12 – Lojas sem cortina. (Fonte: elaboração da autora, 2018).

A parcela de maior representatividade, 40,18% mostra que a maior parte dos respondentes não se agradam com provadores de cortina. O nível de concordância médio com relação a esse quesito foi de 2,13. Vale ressaltar que não será um problema para a loja, visto

que o provador possui a porta de MDF.

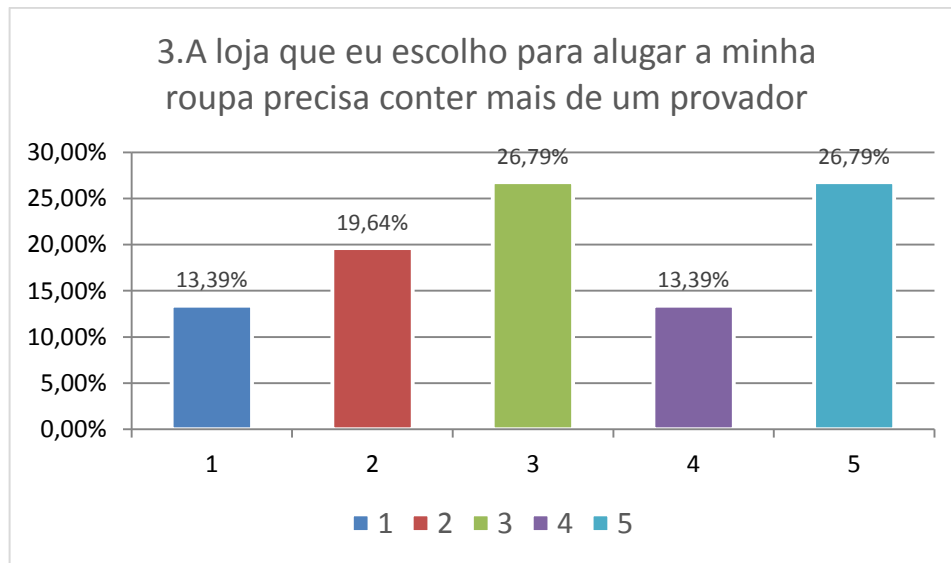


Gráfico 13 – Provadores. (Fonte: elaboração da autora, 2018).

Esse critério ficou parcialmente dividido entre as pessoas que responderam a pesquisa, 26,79% responderam que esse critério é indiferente e outros 26,79% responderam que a loja deve possuir mais de um provador. O nível de concordância médio desse quesito foi de 3,2. Por esse motivo, no item 3.1. Análise Swot esse critério foi eleito como sendo uma fraqueza.

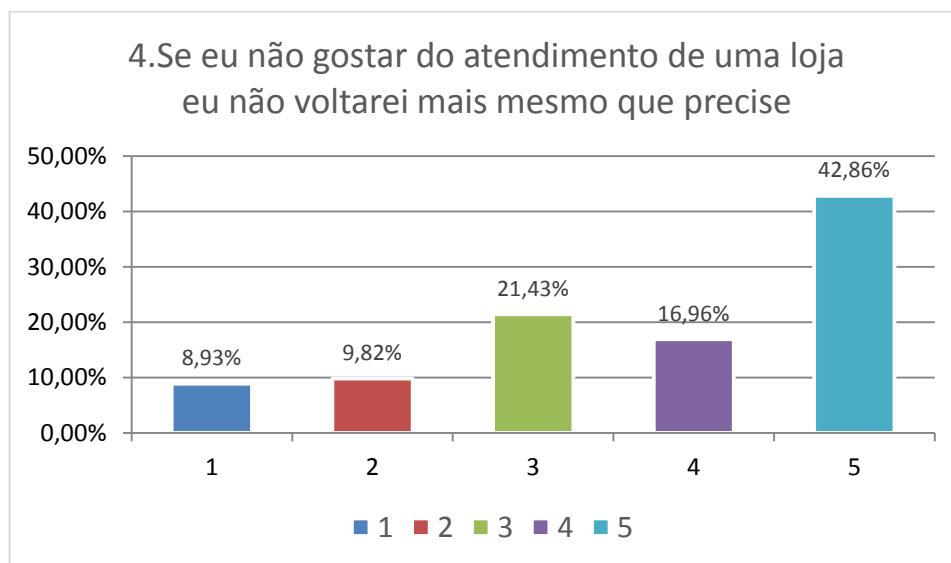


Gráfico 14 – Sobre mau atendimento. (Fonte: elaboração da autora, 2018).

Em suma, a maior representatividade apresentada no gráfico acima é referente a concordância total com a afirmativa: Se eu não gostar do atendimento de uma loja eu não voltarei mesmo que preciso. As pessoas não pretendem voltar aonde não foram bem atendidas. O nível de concordância médio desse quesito foi de 3,75.

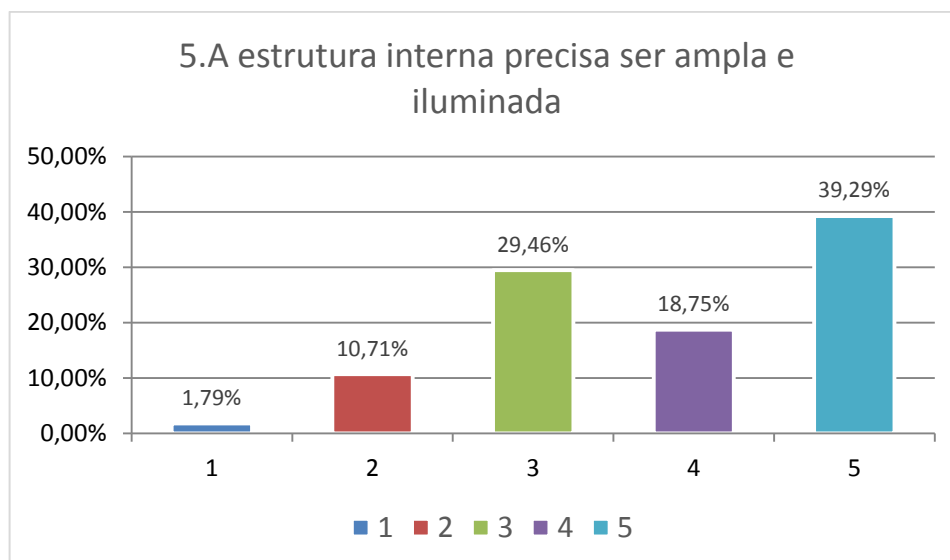


Gráfico 15 – Iluminação e adequação da loja. (Fonte: elaboração da autora, 2018).

A maior parte dos respondentes concordaram com a afirmativa de que a estrutura interna precisa ser ampla e iluminada, totalizando 39,29% das repostas. O local onde será instalado a loja é amplo e bem iluminado. O nível de concordância médio para esse quesito foi de 3,83.

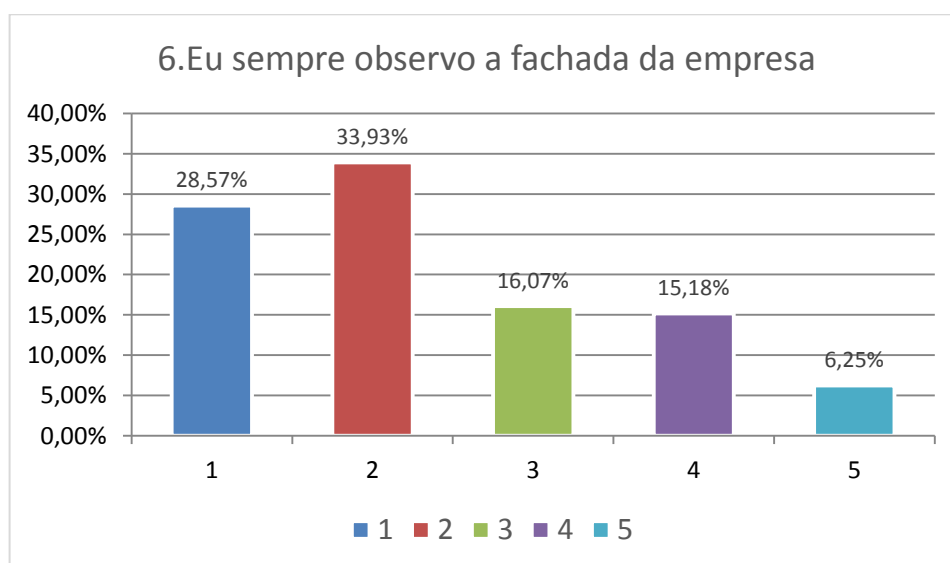


Gráfico 16 – Fachada da Empresa. (Fonte: elaboração da autora, 2018).

A maior parte dos respondentes, 28,57% não observam a fachada da empresa, não sendo um critério para se preocupar logo de início. O nível de concordância médio para esse quesito foi de 2,36.

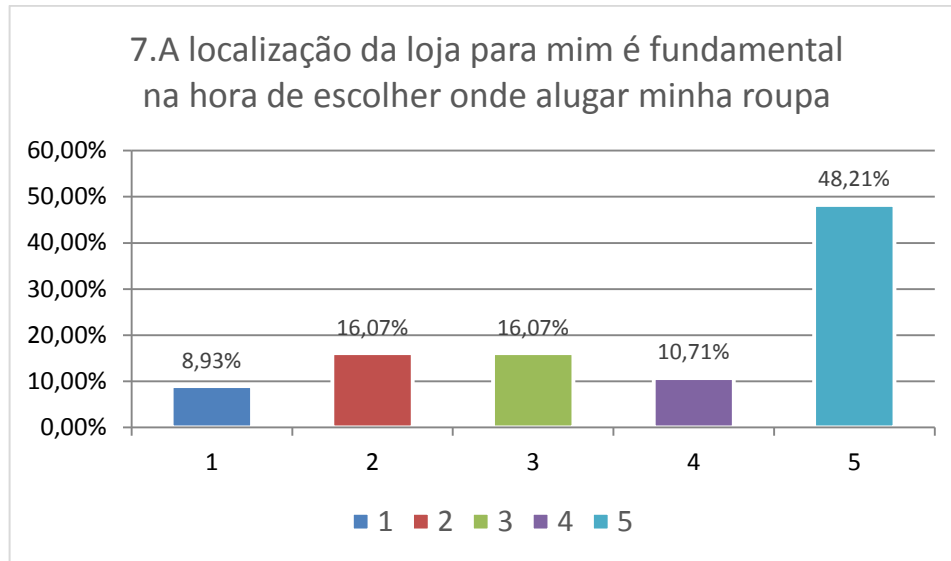


Gráfico 17 – Localização da Loja. (Fonte: elaboração da autora, 2018).

A localização da loja é um critério de grande importância para os respondentes, totalizando 48,21% das respostas, sendo o nível de concordância médio para esse quesito 3,81, o que corrobora para a viabilidade da empresa, já que o ponto físico e que se pretender abrir a empresa possui localização estratégica, como citado no item 5.4. Estratégia de Distribuição.

Qual seu gênero?

112 respostas

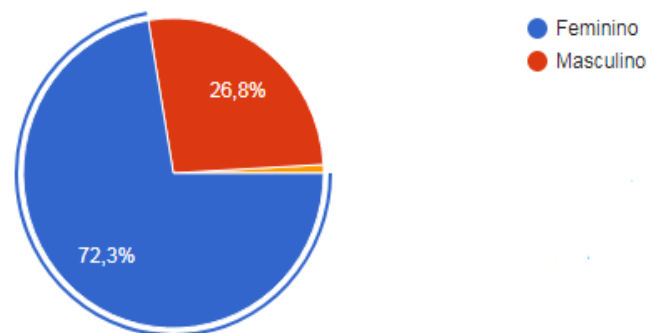


Gráfico 18 – Gênero dos participantes da coleta de dados (Fonte: elaboração da autora, 2018)

Do total de respondentes 72,3% fora mulheres. Os 26,8% homens. O que se tornou interessante para a pesquisa já que o foco maior será na parte feminina como também, os produtos considerados mais caros serão os destinados ao público feminino.

Quando você pensa em roupa para ir a ocasiões importantes, qual sua preferência?

82 respostas

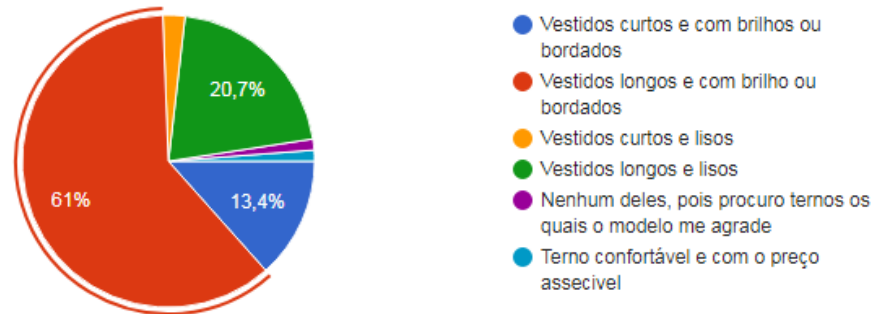


Gráfico 19 – Vestimentas: opiniões femininas. (Fonte: elaboração da autora, 2018)

Dos 72,3% de mulheres que responderam a pesquisa, a maior parte delas mostrou preferência pelos vestidos longos e com brilho ou bordados, o que ajudou na tomada de decisão da oferta de produtos femininos. Logo atrás ficaram os vestidos longos e lisos, que atualmente estão ganhando espaço no mercado da moda, chamados de clean.

Quando você pensa em roupa para ir a ocasiões importantes, qual sua preferência?

30 respostas

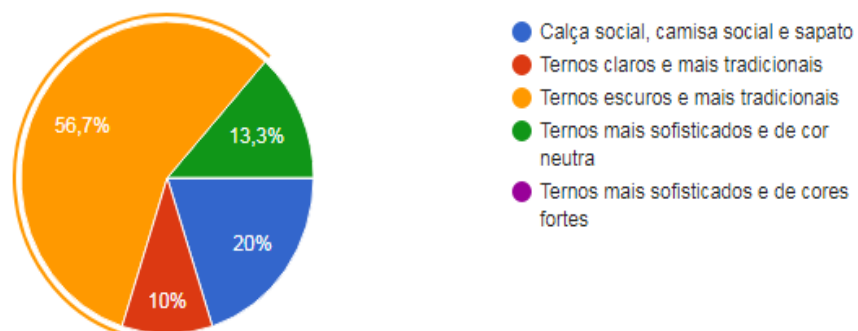


Gráfico 20 – Vestimentas: opiniões masculinas. (Fonte: elaboração da autora, 2018)

Das 30 pessoas do sexo masculino respondentes da pesquisa, 56,7% mostrou preferência pelos ternos escuros e mais tradicionais, o que pode ser interpretado de forma positiva, já que os produtos direcionados ao público masculinos seguirão a linha mais social mais tradicional. Outro percentual de destaque foi para o aluguel das peças que compõe o look conhecido como esporte fino, calça social, camisa social e sapato social, ou seja, quando o

cliente opta por alugar separadamente as peças do terno.

Qual a sua idade?

112 respostas

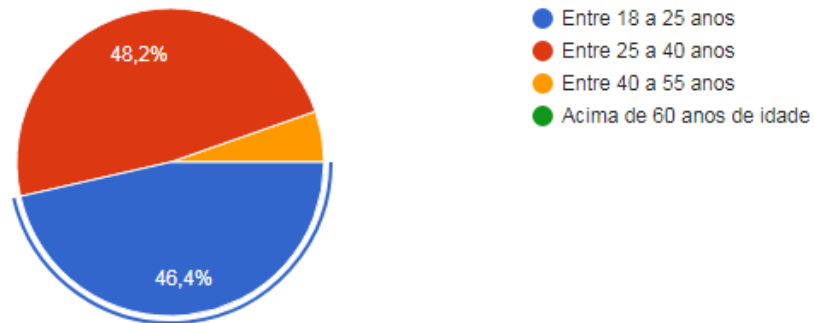


Gráfico 21 – Idade dos participantes. (Fonte: elaboração da autora, 2018)

Houve um equilíbrio quanto a idade do público respondente desta pesquisa, sendo 48,2% com idade entre 25 a 40 anos e outros 46,4% com idade entre 18 a 25 anos de idade. Quanto à idade do público alvo do negócio, será destinado a pessoas adultas de todas as idades, teremos opções tanto para o público mais jovem quanto para o público idoso.

Em qual cidade você mora?

112 respostas

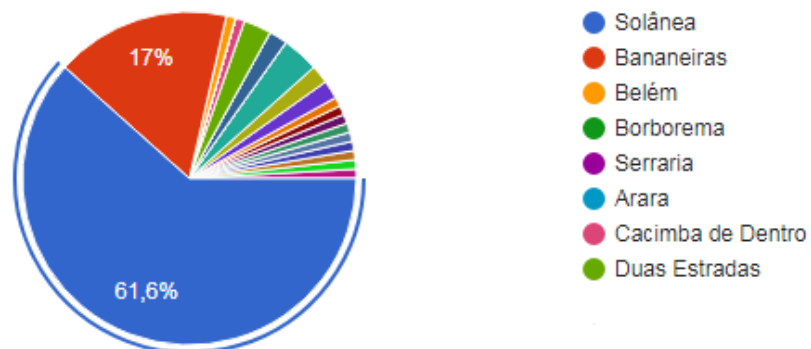


Gráfico 22 – Cidade dos participantes. (Fonte: elaboração da autora, 2018)

A maior parte das pessoas que responderam essa pesquisa mora na cidade de Solânea, local onde se deseja abrir o empreendimento. Outro percentual que se destaca no gráfico é dos respondentes que residem na cidade de Bananeiras, compreendendo 17%.

Você sairia da sua cidade para alugar um Vestido/Terno do seu agrado em uma cidade próxima para uma ocasião muito importante?

112 respostas

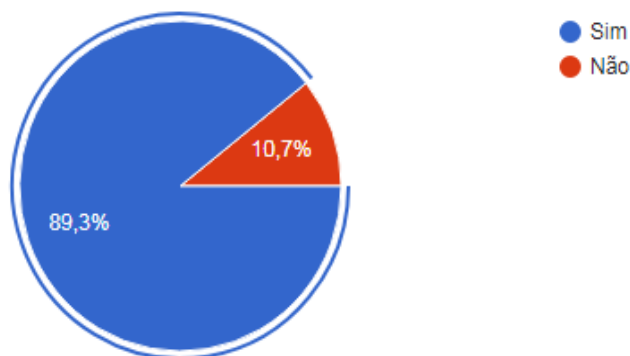


Gráfico 23 – Locomoção para aluguel de roupas. (Fonte: elaboração da autora, 2018)

Quando perguntado se as pessoas saíram de sua cidade para alugar um vestido/terno em uma cidade próxima quase todas elas responderam “sim”, totalizando 89,3% das respostas. Essa fato pode ser explicado não só pela disponibilidade das pessoas em ir para outra cidade, mas também pela falta de opção na própria cidade de Solânea que só possui uma loja nesse segmento, como também pelo fato de 17% dos respondentes dessa pesquisa estarem localizados na cidade de Bananeiras, que não possui nenhuma loja nesse segmento.

Quando você pensa em termos de satisfação com o serviço de aluguel de roupas de festas em sua cidade, é possível dizer que você se considera:

112 respostas

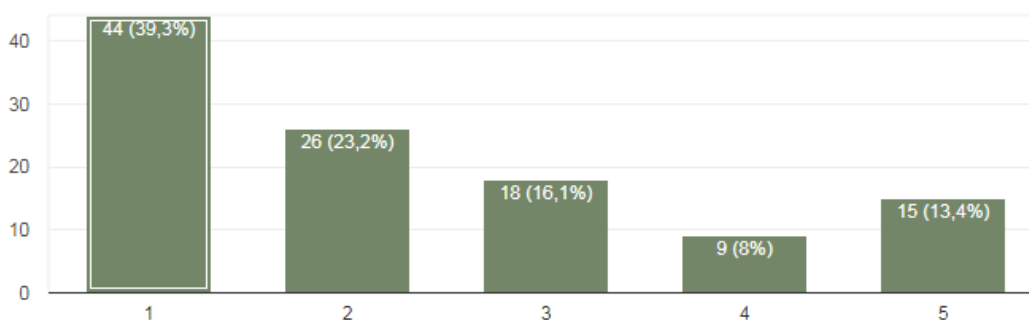


Gráfico 24 – Satisfação com lojas de aluguel de roupas. (Fonte: elaboração da autora, 2018)

A pergunta considerada, “talvez”, mais importante para esta pesquisa, pois irá comprovar que realmente existe a viabilidade de abertura de uma loja de aluguel de roupas na cidade de Solânea foi que quando perguntado sobre a satisfação com o serviço de aluguel de

roupas de festas na cidade em que o respondente residia, numa escala de 1 (insatisfeito) e 5 (satisfeito), como ele considerava estar. Assim, 62,5% responderam estar insatisfeito e 21,4% responderam estar satisfeitos com o serviço de aluguel de roupas da sua cidade. Os demais, que totalizaram 16,1% ficaram na margem neutra, nem se mostraram satisfeitos, nem insatisfeitos. A média geral de satisfação desse quesito foi 2,34.

Considerações sobre a Pesquisa:

Por fim, podemos compreender que a maioria dos respondentes já utilizaram do serviço de aluguel de roupas festas e que eles possuem idade entre 18 a 40 anos, sendo em sua maioria mulheres que optam pelos vestidos longos e bordados para ir a ocasiões importantes. Podemos compreender também que a maior parte deles residem na cidade de Solânea e Bananeiras e se mostram dispostos a sair de sua cidade para outra afim de alugar um vestido/terno de sua preferência. Eles priorizam o modelo do vestido/terno como critério principal de decisão de compra e estão dispostos a pagar até 350,00 no aluguel de uma roupa. Além disso, a maioria deles se mostram insatisfeitos com o serviço de aluguel de roupas de sua cidade.

5. PLANO DE MARKETING

Apresentaremos a seguir os principais produtos que serão fornecidos pela A Casa das Noivas para atender a expectativas de nossos clientes, de uma forma um pouco mais detalhada.

5.1. Produtos e Serviços

Os principais serviços oferecidos pela loja é a locação de ternos para noivos e padrinhos, vestidos de noivas e madrinhas, convidadas, formandas e debutantes. Também, será oferecido, como subproduto a confecção de vestidos para o 1º aluguel, inicialmente, como já citado em alguns tópicos acima, como atividade “terceirizada” para a loja de Alagoa Grande.

N	Produtos / Serviços
1	Vestidos de Noivas
2	Vestidos de Madrinhas
3	Vestidos de Formandas
4	Vestidos para Convidadas
5	Vestidos para Debutantes
6	Ternos Padrinhos
7	Ternos para Noivos

Tabela 4 – Produtos e Serviços. (Fonte: proposta da autora, 2018).

5.1.1. Vestido Clean para Noivas

Os vestidos de noiva serão voltados para os modelos mais simples, porém, sofisticados, modelos *clean*, para noivas que optam por aliar à simplicidade e a elegância no seu grande dia. Este apresentado na foto abaixo é um trabalho com a segunda pele, proporcionando essa transparência que está supervalorizada no mercado atual, assim como trabalhado com aplicações de renda bordadas a mão. O modelo é um dos mais solicitados pelas noivas do civil e também, do religioso. Essa foto foi tirada na realização de um ensaio do mês de maio, conhecido como mês das noivas, para A Casa das Noivas de Alagoa Grande.



Figura 1 – Vestido de Noiva Clean. (Fonte: produção da autora, 2018).



Figura 2 – Vestido de Noiva Clean (Fonte: produção da autora, 2018).

5.1.2. Ternos para Noivos

A Proposta para os noivos são os ternos *slim* de cores tradicionais, como o preto, aliados a acessórios também convencionais como a gravata padrão de cor prata e o sapato social de bico fino preto. Mas, contaremos também com ternos de corte tradicionais mais simples na cor preta, assim como outras opções de cores de gravatas. Além de blusas sociais brancas, teremos outras cores opcionais, que poderão ser alugadas separadamente.



Figura 3 – Ternos Slim para Noivos (Fonte: Elaboração da autora, 2018).

5.1.3. Vestidos de Festas e/ou Eventos especiais

Para as convidadas, madrinhas de casamento, acompanhantes de formatura, ou mulheres que vão a festas de gala, a loja irá trazer a proposta de acordo com o conhecimento de mercado aliado ao resultado da pesquisa de mercado, em que vestidos longos e com brilho ou bordados foram eleitos os mais procurados entre as mulheres para ir a festa e/ou ocasiões especiais. Como também, considerando a outra parcela de grande representatividade, iremos oferecer também, opções de vestidos longos e lisos.



Figura 4 – Vestidos de festas. (Fonte: Elaboração da autora, 2018).

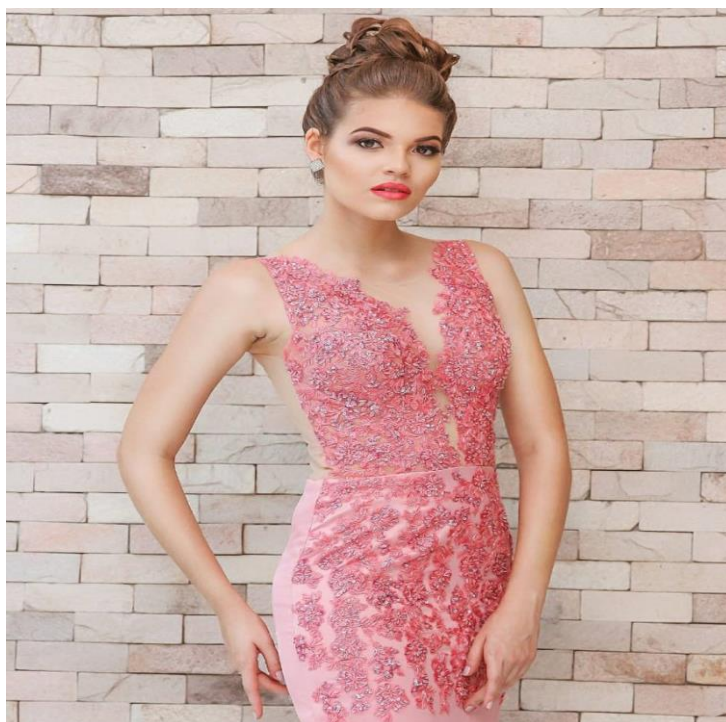


Figura 5 – Vestidos de festas. (Fonte: Elaboração da autora, 2018).

5.1.4. Vestidos para Debutantes (baile de 15 anos)

Esse estilo combina bastante com o perfil das nossas potenciais clientes que buscam ser o centro das atenções no dia do baile de 15 anos. Sempre optando mais pelas cores fortes como: o *pink*, o dourado e o vermelho. Cores marcantes para o vestido da valsa, sempre aliado

ao bordado bem desenhado na blusa e o corte princesa da saia. Claro que aqui apresentamos a linha padrão de vestidos que iremos trabalhar, mas sempre com opções de modelos e cores.



Figura 6 – Vestido Debutante. (Fonte: Elaboração da autora, 2018).

5.1.5. Vestidos para as Formandas: baile de formatura

Estilo de saia com corte princesa, blusa feita apenas com tule *nude* (famosa segunda pele) e blusa com desenhada e bordada a mão são os pedidos mais encontrados pelas formandas de Alagoa Grande e redondeza. A nudez com sofisticação, os bordados manuais e saias longas e rodadas são as propostas que iremos trazer. Independente da cor, pois no caso da formatura, a cor do vestido da formanda vai de acordo com a cor do seu curso. Trouxemos esse modelo na cor azul, representando as formandas de Administração, por exemplo. Ressaltando que assim como os vestidos de debutantes, também teremos opções de modelos e cores para formandas.



Figura 7 – Vestidos Formandas. (Fonte: Elaboração da autora, 2018).

5.1.6 Preço

Os preços praticados pela Casa das Noivas serão estipulados a partir da equiparação aos que o mercado oferece. Contudo, é válido ressaltar que em cima dos preços das roupas a empresa buscará agregar “valor” ao consumo do aluguel das roupas, através de brindes como os acompanhamentos dos acessórios (carteiras masculinas, clutches, sapatos masculinos e femininos e gravatas, tiaras para cabelo, etc). Além disso, serão oferecidos benefícios ao cliente como praticidade, já que a o produto chega apto para consumo e além de poupar o cliente da lavagem da peça, sendo essa tarefa de responsabilidade da loja, economia de tempo, já que o cliente encontrará tudo que precisa (acessórios) no mesmo lugar, segurança (pois é realizada a última prova do produto, caso tenha sido necessário ajustes) antes de sua retirada da loja.

Além dos benefícios já citados, A Casa das Noivas disponibilizará das seguintes formas de pagamento: A vista (espécie ou débito), Cartão de Crédito parcelado (de acordo com o valor da roupa alugada) em até 3x no máximo, transferência bancária, caso o cliente opte por mandar alguém buscar a loja para ele, parcelado no crediário em 2x, sendo a 1º parcela no ato da reserva da peça (contrato) e a 2º parcela na entrega do produto ao cliente.

Para demonstrar o custo referente ao preço (\$) dos produtos, segue abaixo uma estimativa de valores a depender da categoria da roupa:

- Vestidos *Clean* Noivas
Preço: R\$ 150-500,00
Acompanham acessórios;

- Ternos *Slim* Noivos
Preço: R\$ 100-150,00
Acompanham acessórios;

- Ternos tradicionais padrinhos e/ou convidados
Preço: \$80,00-100,00
Acompanham acessórios;

- Vestidos para Madrinhas e/ou Convidadas
Preço: R\$ 150-250,00
Acompanham acessórios;

- Vestidos para Debutantes:
Preço: R\$ 250,00-400,00 (o preço do aluguel é de acordo com o modelo da roupa)
Acompanham acessórios;

- Vestido para Formandas:
Preço: R\$ 200,00-350,00 (o preço do aluguel é de acordo com o modelo da roupa)
Acompanham acessórios.

5.1. Estratégias Promocionais

A seguir, apresentaremos as principais estratégias promocionais que serão adotadas para divulgação da A Casa das Noivas.

5.2.1. Instagram

Como principal ferramenta de divulgação e comunicação com nossos clientes, optaremos por utilizar o Instagram através do perfil @acasadasnoivasol. Esta ferramenta foi

escolhida por ser uma forma gratuita e rápida de levar nossa marca ao conhecimento do mercado da cidade de Solânea, devido a sua facilidade de compartilhamento de conteúdo, como fotos, imagens, vídeos e *lives*. De acordo com Kotler (2017, p. 28), “os consumidores se importam cada vez mais com as opiniões dos outros. Eles também compartilham suas opiniões e compilam enormes acervos de avaliações” e as redes sociais são ótimos canais para isso.

5.2.2. Parcerias

A fim de levar os benefícios dos nossos serviços aos potenciais consumidores, pensamos em realizar parcerias com fotógrafo(a), cabelereiro(a), maquiador(a), cerimoniais e empreendimentos que estiverem relacionados ao mundos de festas e casamentos, para assim, por meio das indicações e até possíveis pacotes de festas que beneficiem o consumidor, construir o nome da nossa marca na cidade.

5.2.3. Merchandising

Procurar fechar parcerias com digitais *influencers* conhecidas na cidade e que possuam realmente um número considerável de seguidores para fazer permuta, ou seja, emprestar uma peça (vestido ou terno) em troca da divulgação do serviço da loja em seu *instagram*, de maneira natural, sem que pareça algo “combinado”.

5.3. Estratégias de Comercialização

Como estrutura de comercialização, considerando nosso público alvo, os clientes podem solicitar a reserva de peças de sua preferência pelo *instagram* e/ou *whatsapp*, para assim, ao chegar na loja realizar apenas a prova da roupa e assinar o contrato de locação, o que será de grande proveito, pois estaremos oferecendo ao cliente facilidade e rapidez na venda do serviço. De início só as reservas mesmo que serão realizadas através dos canais de comunicação da empresa, mas ainda assim como explicado acima é preciso comparecer na loja para realizar a prova e assinar o contrato, não serão feitos ajustes por envio de medidas ou realização de contrato de maneira virtual, como também, envios de peça pelo correio só poderão ser feitos com a realização de contrato físico pelo cliente ou, em salve os casos em que ele envie um responsável para realizar a locação da roupa e assinar o contrato.

5.4. Estratégia de Distribuição

Endereço:	Rua 13 de Maio
Bairro:	Centro
Cidade:	Solânea
Estado:	Paraíba
Fone 1:	(83) 9366-7618
Fone 2:	(83) 9865-1715
Fax:	-

Tabela 5 – Localização do Negócio. (Elaboração da autora, 2018).

Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha:

O ponto fixo é localizado ao lado da APCEF Solânea, no centro da cidade, onde também se concentram a maior quantidade de empreendimentos, como diversas lojas, mercadinhos, padarias, farmácias e *etc.* O contrato de aluguel do imóvel será realizado na vigência de um ano e no valor de \$400. As sócias proprietárias do negócio visitaram a rua em que ele está localizado, em dois turnos: manhã e tarde, para verificar o fluxo de pessoas que circulam pelo local. O melhor, é que por ser uma cidade pequena, Solânea tem seu comércio concentrado em uma parte da cidade e por isso, a empresa estará localizada próxima a sua concorrente principal, Shalom Festas, o que será de grande proveito, pois como estratégia de marketing, os clientes que ainda não nos conhecem e forem buscar esse tipo de serviço, irá passar em frente a nossa loja.

6. PLANO FINANCEIRO

Segundo Gitman (1997, p.588), “as empresas utilizam-se de planos financeiros para direcionar suas ações com vistas a atingir seus objetivos imediatos e a longo prazo onde um grande montante de recursos está envolvido”. Complementando a visão de Gitman, segundo Ross (1998, p.82), “Planejamento Financeiro formaliza a maneira pelo qual os objetivos financeiros podem ser alcançados.

6.1 Investimentos fixos

A – Máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Máquina Singer Facilita PRO	1	R\$ 869,00	R\$ 869,00
2	Máquina Overloque	1	R\$ 369,99	R\$ 369,99
SUB-TOTAL (B)				R\$ 1.238,99

Tabela 6 – Investimento em máquinas. (Elaboração da autora, 2018).

B – Mercadorias

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Vestidos de Noivas	10	R\$ 200,00	R\$ 2.000,00
2	Vestidos de madrinhas	10	R\$ 150,00	R\$ 1.500,00
3	Vestidos de Convidadas	10	R\$ 80,00	R\$ 800,00
4	Vestidos de Debutantes	8	R\$ 300,00	R\$ 2.400,00
5	Vestidos de Formandas	8	R\$ 300,00	R\$ 2.400,00
6	Ternos para Noivos	10	R\$ 80,00	R\$ 800,00
7	Ternos para padrinhos	10	R\$ 70,00	R\$ 700,00
SUB-TOTAL (D)				R\$ 10.600,00

Tabela 7 – Investimento em Móveis e Utensílios (Elaboração da autora, 2018).

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F):	R\$ 11.838,99
---	----------------------

Tabela 8 – Total dos Investimentos Fixos. (Elaboração da autora, 2018).

O investimento fixo da empresa foi composto de máquinas e equipamentos, dentre eles máquina simples de costura reta e de acabamento como a overloque, de sacolas para embalagem apenas dos vestidos, já que os ternos quando comprados vem com capa. Assim,

totalizando \$11.838,99. Como foi explicado ao decorrer deste trabalho, a empresa de Alagoa Grande irá fornecer subsídios a abertura desta nova empresa. Recentemente A Casa das Noivas passou por uma grande reforma para ampliar seu negócio, assim equipamentos como balcão, computador, ventilador, araras, cabides, provadores, cadeiras, *etc*, citados no item 8.1 do Planejamento operacional, serão disponibilizados para a abertura da loja de Solânea.

6.2. Estoque inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Sacolas personalizadas dois tamanhos	2000	R\$ 1,30	R\$ 2.600,00
TOTAL (A)				R\$ 2.600,00

Tabela 9 – Estoque inicial. (Elaboração da autora, 2018).

O estoque inicial foi composto de sacolas para realizar a entrega dos produtos (vestidos e acessórios). Totalizando o valor de \$2.600,00.

6.3. Caixa mínimo

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

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
A vista	50,00	1	0,50
Cartão de Crédito	25,00	30	7,50
Débito	10,00	2	0,20
50% no contrato 50% na entrega	15,00	15	2,25
Prazo médio total			11

Tabela 10 – Caixa mínimo. (Elaboração da autora, 2018).

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

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Ekacia e Via Santony	100,00	0	0,00
Prazo médio total			0

Tabela 11 – Calculo médio de compras. (Elaboração da autora, 2018).

O pagamento dos fornecedores será feito no ato da compra dos produtos. A vista.

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

Necessidade média de estoque	
Numero de dias	0

Tabela 12 – Necessidade média de estoque. (Elaboração da autora, 2018).

Não há necessidade de calcular a média de estoque, os produtos são feitos a pronta entrega, como também serão comprados antes da inauguração da loja. Ressaltando também que por se tratar de aluguel de roupas de festas o produto retorna para a loja, então a renovação de estoque só acontecerá quando necessário, levando em consideração que existirá permuta entre os produtos advindos da empresa de Alagoa Grande.

4º Passo: Cálculo da 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	11
2. Estoques – necessidade média de estoques	0
Subtotal Recursos fora do caixa	11
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	11

Tabela 13 – Necessidade líquida de capital de giro. (Elaboração da autora, 2018).

Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 2.478,65
2. Custo variável mensal	R\$ 3.880,00
3. Custo total da empresa	R\$ 6.358,65
4. Custo total diário	R\$ 211,96
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	11
Total de B – Caixa Mínimo	R\$ 2.331,51

Tabela 14 – Sobre o caixa mínimo. (Elaboração da autora, 2018).

Capital de giro (Resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 2.600,00
B – Caixa Mínimo	R\$ 2.331,51
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 4.931,51

Tabela 15 – Capital de giro. (Elaboração da autora, 2018).

O capital de giro apresenta um valor baixo devido ao tipo de empresa, já que será destinado a cobrir em maior parte os custos fixos – Se necessário. Desta forma, com uma necessidade de capital de giro de 11 dias, o total do capital de giro foi de R\$4.931,51.

6.4. Investimento total

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 69,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 0,00
Divulgação	R\$ 0,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 0,00
Outras despesas	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 69,00

Tabela 16 – Investimento total. (Elaboração da autora, 2018).

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 11.838,99	70,30
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 4.931,51	29,29
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 69,00	0,41
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 16.839,50	100,00

Tabela 17 – Descrição dos investimentos. (Elaboração da autora, 2018).

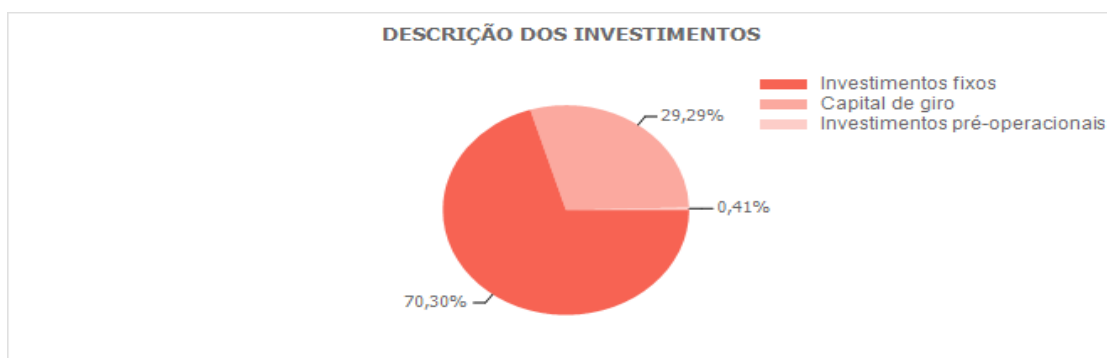


Figura 8 – Descrição dos Investimentos. (Elaboração da autora, 2018).

Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 16.839,50	100,00
Recursos de terceiros	R\$ 0,00	0,00
Outros	R\$ 0,00	0,00
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 16.839,50	100,00

Tabela 18 – Fontes de recursos. (Elaboração da autora, 2018).

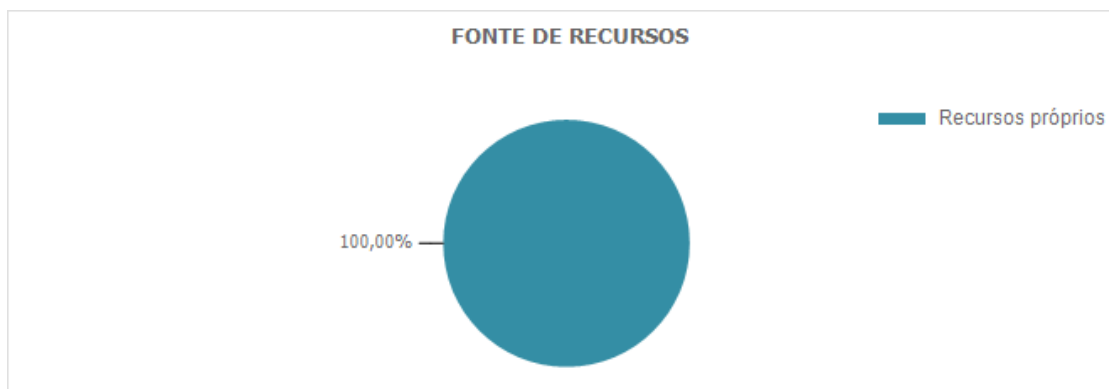


Figura 9 – Fonte de recursos. (Elaboração da autora, 2018).

Desta forma, temos como investimento total R\$ 16.839,50, sendo todo esse valor proveniente de recursos próprios.

6.5. - Faturamento mensal

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Vestidos de Noivas	5	R\$ 500,00	R\$ 2.500,00
2	Vestidos de Madrinha	5	R\$ 250,00	R\$ 1.250,00
3	Vestidos de Formandas	3	R\$ 300,00	R\$ 900,00
4	Ternos	5	R\$ 150,00	R\$ 750,00
5	Vestidos de Debutantes	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
6	Ternos Padrinhos	3	R\$ 100,00	R\$ 300,00
7	Vestidos Convidadas	4	R\$ 150,00	R\$ 600,00
TOTAL			R\$ 6.700,00	

Tabela 19 – Estimativa de faturamento mensal mínimo - (Elaboração da autora, 2018).

Projeção das Receitas:

- () Sem expectativa de crescimento
- (x) Crescimento a uma taxa constante: Devido à margem de 0,10% deixada para o aumento

da demanda.

0,10 % ao mês para os

12 primeiros meses

0,20 % ao ano a partir

do 2º ano

() Entradas diferenciadas por período

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 6.700,00
Mês 2	R\$ 6.706,70
Mês 3	R\$ 6.713,41
Mês 4	R\$ 6.720,12
Mês 5	R\$ 6.726,84
Mês 6	R\$ 6.733,57
Mês 7	R\$ 6.740,30
Mês 8	R\$ 6.747,04
Mês 9	R\$ 6.753,79
Mês 10	R\$ 6.760,54
Mês 11	R\$ 6.767,30
Mês 12	R\$ 6.774,07
Ano 1	R\$ 80.843,68

Tabela 20 – Faturamento Total. (Elaboração da autora, 2018).

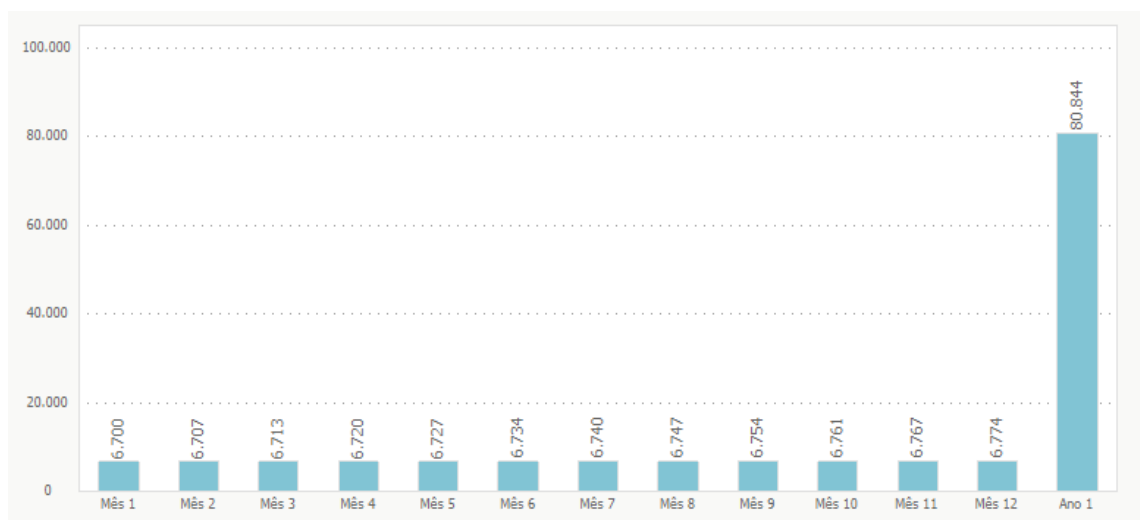


Figura 10 – Faturamento total de cada período. (Elaboração da autora, 2018).

6.6. - Custo unitário

Produto: Vestidos de Noivas

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Vestidos de Noivas	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
TOTAL			R\$ 200,00

Tabela 21 - Vestidos de Noivas. (Elaboração da autora, 2018).

Produto: Vestidos para Madrinhas

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Vestidos para Madrinhas	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
TOTAL			R\$ 150,00

Tabela 22 - Vestidos para Madrinhas. (Elaboração da autora, 2018).

Produto: Vestidos para Formandas

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Vestidos para Formandas	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
TOTAL			R\$ 300,00

Tabela 23 - Vestidos para Formandas.(Elaboração da autora, 2018).

Produto: Ternos para Noivos

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Ternos para Noivos	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
TOTAL			R\$ 80,00

Tabela 24 - Vestidos para Noivos .(Elaboração da autora, 2018).

Produto: Vestidos para Debutantes

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Vestidos para Debutantes	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
TOTAL			R\$ 300,00

Tabela 25 - Vestidos para Debutantes. (Elaboração da autora, 2018).

Produto: Ternos para Padrinhos

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Ternos para Padrinhos	1	R\$ 70,00	R\$ 70,00
TOTAL			R\$ 70,00

Tabela 26 - Ternos para Padrinhos. (Elaboração da autora, 2018).

Produto: Vestidos para Convidadas

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Vestidos para Convidadas	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
TOTAL			R\$ 80,00

Tabela 27 - Vestidos para Convidadas. (Elaboração da autora, 2018).**6.7. - Apuração do custo de MD e/ou MV**

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
1	Vestidos para Noivas	5	R\$ 200,00	R\$ 1.000,00
2	Vestidos para Madrinha	5	R\$ 150,00	R\$ 750,00
3	Vestidos para Formandas	3	R\$ 300,00	R\$ 900,00
4	Ternos para Noivos	5	R\$ 80,00	R\$ 400,00
5	Vestidos para Debutantes	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
6	Ternos para Padrinhos	3	R\$ 70,00	R\$ 210,00
7	Vestidos para Convidadas	4	R\$ 80,00	R\$ 320,00
TOTAL			R\$ 3.880,00	

Tabela 28 - Apuração do Custo de MD e/ou MV. (Elaboração da autora, 2018)

Período	CMD/CMV
Mês 1	R\$ 3.880,00
Mês 2	R\$ 3.883,88
Mês 3	R\$ 3.887,76
Mês 4	R\$ 3.891,65
Mês 5	R\$ 3.895,54
Mês 6	R\$ 3.899,44
Mês 7	R\$ 3.903,34
Mês 8	R\$ 3.907,24
Mês 9	R\$ 3.911,15
Mês 10	R\$ 3.915,06
Mês 11	R\$ 3.918,98
Mês 12	R\$ 3.922,89
Ano 1	R\$ 46.816,94

Tabela 29: Faturamento por período e anual de MD e/ou MV . (Elaboração da autora, 2018)

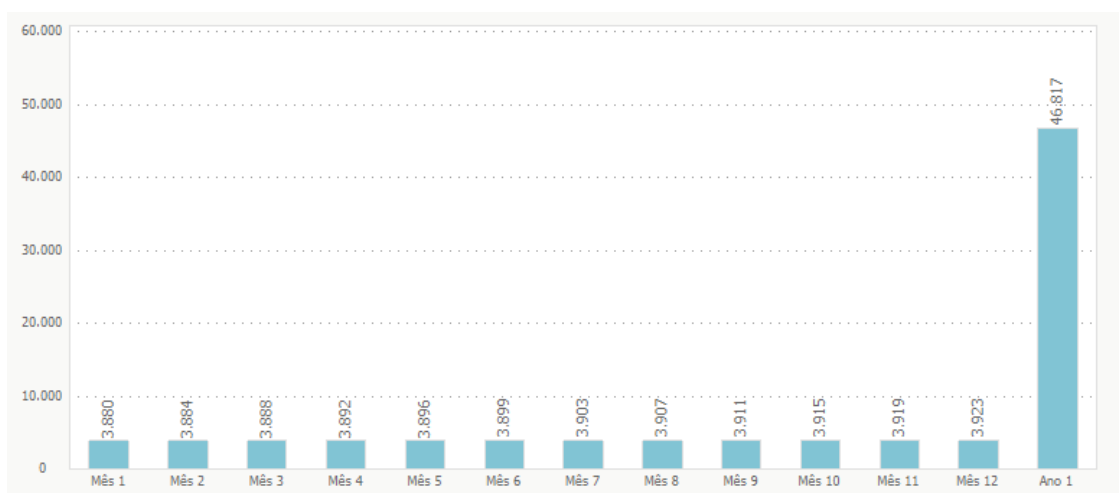


Figura 11 – Faturamento total do custo de MD e/ou MV. (Elaboração da autora, 2018)

6.8. Custos com depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	R\$ 1.238,99	10	R\$ 123,90	R\$ 10,32
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	R\$ 10.600,00	10	R\$ 1.060,00	R\$ 88,33
Total			R\$ 1.183,90	R\$ 98,65

Tabela 30 – Custos com depreciação. (Elaboração da autora, 2018)

6.9. Custos fixos operacionais mensais

Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 400,00
Condomínio	R\$ 0,00
Lavagem de roupa	R\$ 100,00
Energia elétrica	R\$ 80,00
Telefone + internet	R\$ 0,00
Honorários do contador	R\$ 0,00
Pró-labore	R\$ 1.600,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 0,00
Salários + encargos	R\$ 0,00
Material de limpeza	R\$ 80,00
Material de escritório	R\$ 50,00
Taxas diversas	R\$ 0,00
Serviços de terceiros	R\$ 0,00
Depreciação	R\$ 98,65
Outras taxas	R\$ 0,00
Contribuição do Microempreendedor Individual – MEI	R\$ 70,00
TOTAL	R\$ 2.478,65

Tabela 31 – Custos fixos operacionais mensais. (Elaboração da autora, 2018)

Como o local onde a empresa será aberta irá ser alugado, não teremos custo com IPTU e água. Também não teremos custos com honorários do contador nem encargos de salários,

pois não teremos funcionários. Será efetuado o pagamento apenas com o pró-labore no valor de \$1.600,00 sendo \$800,00 para cada uma. Os demais custos fixos serão destinados para a lavagem das roupas, a compra de produtos de limpeza, material de escritório e a contribuição do MEI. Além de claro, a depreciação dos equipamentos e utensílios.

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 2.478,65
Mês 2	R\$ 2.478,65
Mês 3	R\$ 2.478,65
Mês 4	R\$ 2.478,65
Mês 5	R\$ 2.478,65
Mês 6	R\$ 2.478,65
Mês 7	R\$ 2.478,65
Mês 8	R\$ 2.478,65
Mês 9	R\$ 2.478,65
Mês 10	R\$ 2.478,65
Mês 11	R\$ 2.478,65
Mês 12	R\$ 2.478,65
Ano 1	R\$ 29.743,80

Tabela 32 – Custos totais mensais. (Elaboração da autora, 2018)

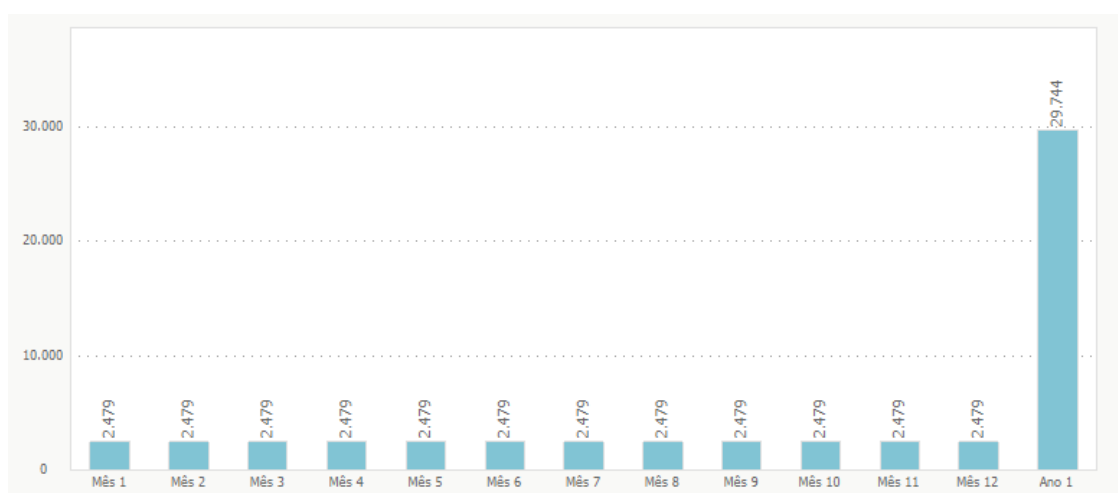


Figura 12 – Custos totais mensais. (Elaboração da autora, 2018)

6.10. - Demonstrativo de resultados

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 6.700,00	R\$ 80.843,68	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 3.880,00	R\$ 46.816,93	57,91
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
Total de custos Variáveis	R\$ 3.880,00	R\$ 46.816,93	57,91
3. Margem de Contribuição	R\$ 2.820,00	R\$ 34.026,75	42,09
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 2.478,65	R\$ 29.743,80	36,99
5. Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 341,35	R\$ 4.282,95	5,09

Tabela 33 – Demonstrativos de Resultados. (Elaboração da autora, 2018)

Período	Resultado
Mês 1	R\$ 341,35
Mês 2	R\$ 344,17
Mês 3	R\$ 346,99
Mês 4	R\$ 349,82
Mês 5	R\$ 352,65
Mês 6	R\$ 355,48
Mês 7	R\$ 358,31
Mês 8	R\$ 361,15
Mês 9	R\$ 363,99
Mês 10	R\$ 366,83
Mês 11	R\$ 369,68
Mês 12	R\$ 372,53
Ano 1	R\$ 4.282,94

Tabela 34 – Demonstrativos de resultados mensais. (Elaboração da autora, 2018)

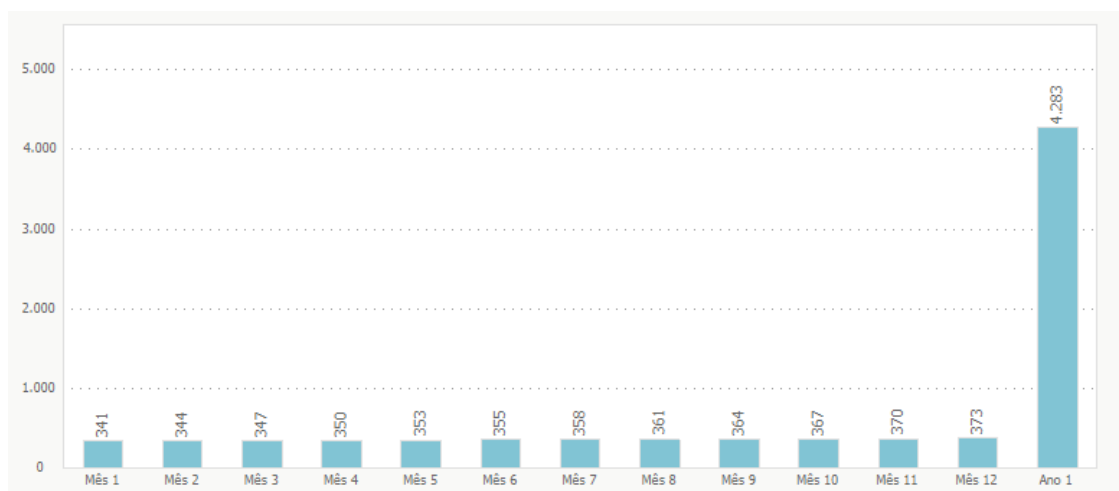


Figura 13 – Demonstrativos de Resultados mensais e anual. (Elaboração da autora, 2018)

Temos então o demonstrativo dos resultados, em que se alinham os dados anteriores em uma tabela única. Desta forma, temos como resultado operacional os seguintes valores: R\$ 341,35 de lucro mensal e R\$ 4.096,20 de lucro anual, caso a demanda seja de 312 alugadas anualmente. Caso seja necessário utilizar a margem de 0,10% calculada em cima da demanda mensal, teremos a incidência de 0,10% de acréscimo no valor de \$ 341,35 por mês, o que totalizará um lucro operacional anual de \$ 4.282,94.

6.11. - Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 70.667,89
Lucratividade	5,30 %
Rentabilidade	25,43 %
Prazo de retorno do investimento	3 anos e 12 meses

Tabela 35 – Indicadores de viabilidade. (Elaboração da autora, 2018)

O ponto de equilíbrio, ou seja, os custos variáveis somados aos custos fixos totalizam em R\$: 70.667,89, ou seja, este é o valor que a empresa deve ter como faturamento para pagar todas suas obrigações. Com estes dados, calcula-se uma lucratividade de 5,30% e uma rentabilidade de 25,43%, resultando em um retorno do investimento em 3 anos e 12 meses.

7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO

Receita (pessimista) 0,05 %	Receita (otimista) 0,50 %
-----------------------------	---------------------------

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	R\$ 6.700,00	100,00	R\$ 6.696,65	100,00	R\$ 6.733,50	100,00
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 3.880,00	57,91	R\$ 3.878,06	57,91	R\$ 3.899,40	57,91
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00
Total de Custos Variáveis	R\$ 3.880,00	57,91	R\$ 3.878,06	57,91	R\$ 3.899,40	57,91
3. Margem de contribuição	R\$ 2.820,00	42,09	R\$ 2.818,59	42,09	R\$ 2.834,10	42,09
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 2.478,65	36,99	R\$ 2.478,65	37,01	R\$ 2.478,65	36,81
Resultado Operacional	R\$ 341,35	5,09	R\$ 339,94	5,08	R\$ 355,45	5,28

Tabela 36 – Construção de Cenário. (Elaboração da autora, 2018)

7.1. Ações preventivas e corretivas

Ações corretivas e preventivas: Para o cenário pessimista, temos épocas de grande sazonalidade como os meses compreendidos no período de Maio (mês das noivas), Julho e de Novembro que trazem uma alavancagem na quantidade de alugueis devido a serem períodos de festas como o São João e o Natal. Mesmo não tendo ligação direta com o tipo de serviço oferecida pela empresa, é um período de férias, quando as pessoas buscam viajar para visitar suas famílias, e por isso noivos e debutantes optam por realizar suas festas nesse período, que também coincide com o período em que são realizadas as formaturas. Por isso, para equilibrar com a limitação produtiva da empresa, reforça-se a aliança com a loja de Alagoa Grande. Com a intenção de corrigir esse gargalo na produção, pretende-se realizar a contratação de uma colaboradora para auxiliar na produção, visando apenas o período sazonal. Caso, a demanda persista, observe-se a necessidade de contratar permanentemente, a empresa o fará.

8. PLANO OPERACIONAL

O plano operacional visa descrever como a empresa está organizada internamente, infraestrutura (instalações e equipamentos), layout e do ponto de vista dos seus recursos humanos, identificando o tamanho da equipe, suas atribuições, e a estrutura dos cargos.

8.1. Layout

Baseado no tamanho real do cômodo onde será instalada A Casa das Noivas foi criado um layout simples que permite visualizar como serão distribuído os equipamentos e mobiliário a fim de deixar o processo produtivo (ajustes) mais eficiente, conforme desenho a baixo:

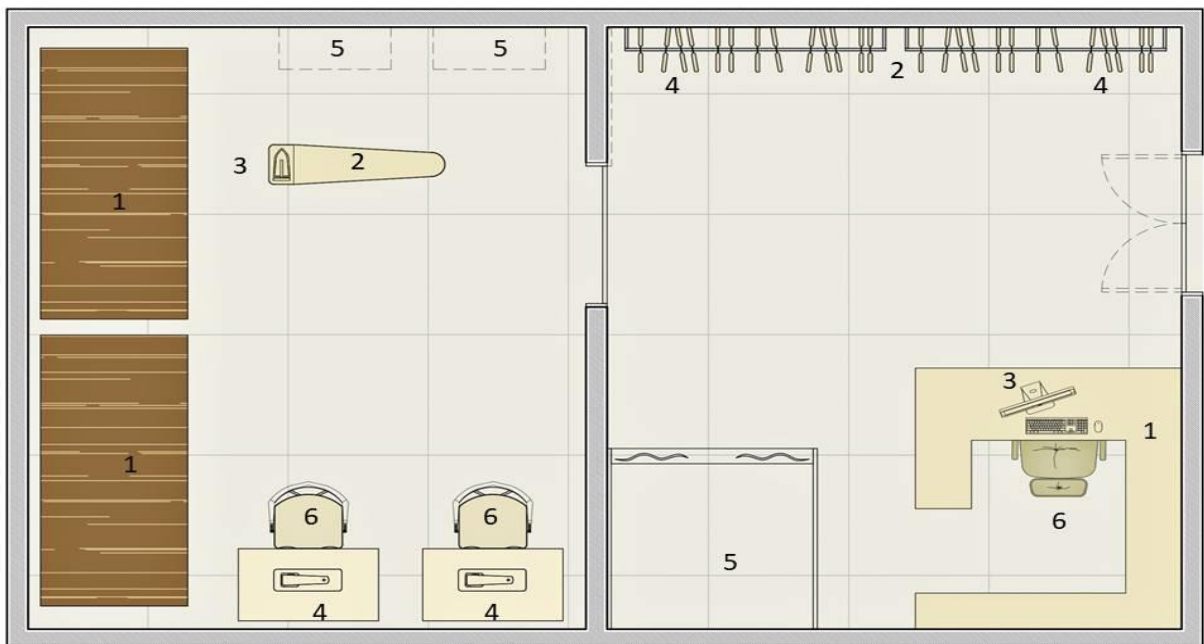


Figura 14 – Layout. (Fonte: Elaboração da autora, 2018).

O layout foi criado com base na realidade do local. O espaço é pequeno, mas é o tamanho necessário para atender as necessidades da empresa. Na figura 14 é possível perceber que o espaço físico encontra-se separado por uma parede, tendo apenas uma porta pequena para transitar entre os dois ambientes, o primeiro onde acontece a recepção do cliente e está situado o mostruário com os produtos e no segundo, onde está situada a parte operacional referente a parte onde são realizados os ajustes das roupas e toda sua produção antes de chegar até o cliente. Os critérios utilizados para a escolha do lugar foram tanto a boa localização, como o valor do aluguel. Além disso, o local já possui uma porta de vidro na entrada.

Convenções:

- **Ambiente 1**

1. Mesa de corte – utilizada para cortar tecidos, realizar bordados;
2. Tábua de passar;
3. Ferro de passar roupa;
4. Máquina Singer Facilita Pro – utilizada para a realização dos ajustes;
Máquina Overloque semi industrial – utilizada para a realização dos ajustes;
5. Prateleiras – utilizadas para guardar os insumos necessários para os ajustes das roupas;
6. Cadeiras- duas delas que se encontram no 2º ambiente (operacional) são para a realização da produção nas máquinas. A outra que se encontra no 1º ambiente (recepção) será para compor a realização da parte administrativa.

- **Ambiente 2**

1. Balcão de atendimento – funciona como a recepção, onde junto com o computador será realizada a parte administrativa;
2. Araras de parede – onde serão colocadas as peças de roupas (mostruário);
3. Computador – utilizado para realizar a parte administrativa.
4. Cabides;
5. Provador.

8.2. Capacidade instalada**Qual a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?**

A capacidade produtiva da loja é de atender a demanda mensal de 26 aluguéis de peças por mês, independente da categoria da peça e tipo de ajuste que irá precisar ser feito na roupa, totalizando 312 peças por ano. Caso apareça demanda para peças que não necessitem de ajustes foi estipulada uma margem de 10% de folga, que permita alugar mais roupas na semana ou no mês, sem que haja prejuízo no serviço.

8.3. Processos operacionais

Neste item será apresentado como será realizada a prestação dos serviços de aluguel de roupas de festas, as rotinas administrativas e operacionais, os trabalhos que serão realizados e seus responsáveis, a partir da apresentação de um fluxo de informações, começando com o macrofluxograma apresentando a seguir, que representa os macroprocessos da empresa:

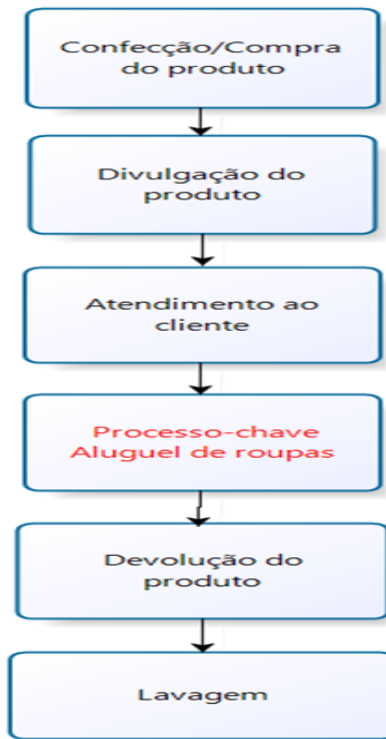


Figura 15 - Macrofluxograma. (Fonte: elaboração da autora, 2018).

A seguir, de maneira mais detalhada serão apresentadas as etapas que compõem cada macroprocesso apresentado na figura 15. Assim, será possível compreender mais a fundo como ocorre a prestação do serviço de aluguel de roupas de festas.

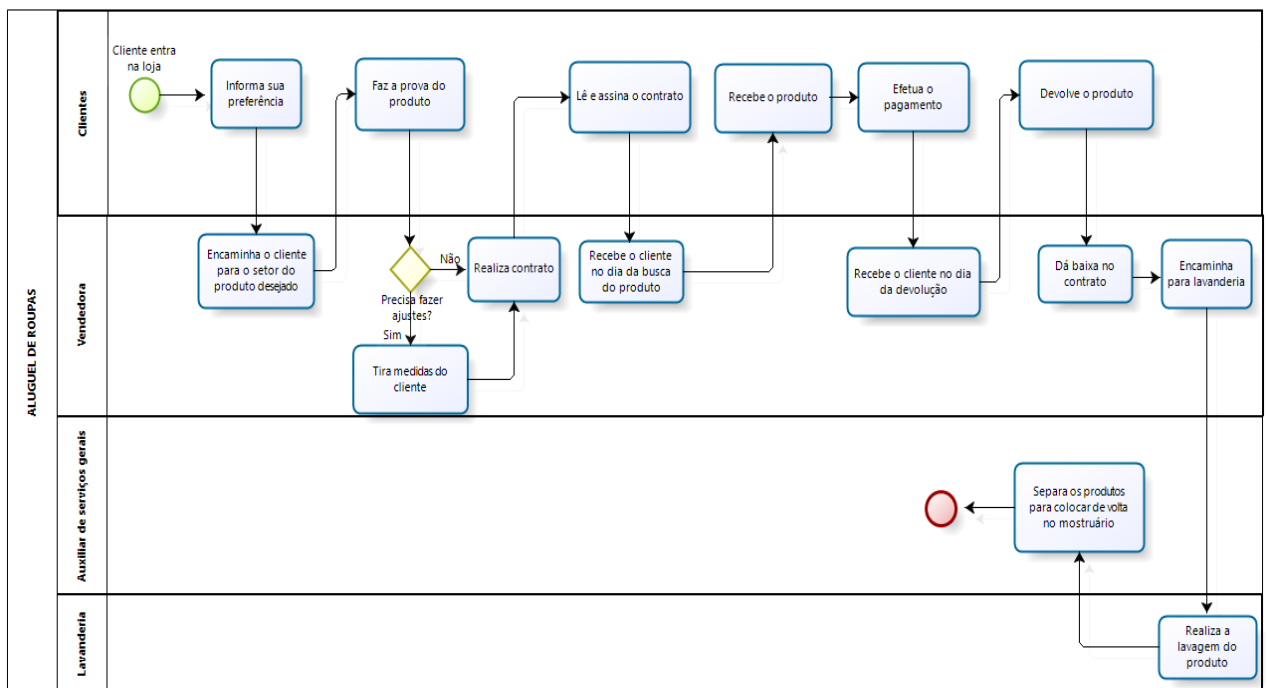


Figura 16 – Fluxograma. (Fonte: elaboração da autora, 2018).

Esses são os processos referentes ao aluguel dos insumos, que são as peças prontas já disponíveis para o cliente na loja. Quanto ao serviço de primeiro aluguel, que irá funcionar como subprocesso, pois irá depender da capacidade de produção encontrada para a data referente ao evento, digamos que no mês de Janeiro estamos com o número de peças limite alugadas, o contrato da confecção do primeiro aluguel já fechado anteriormente, no mês de Dezembro será cumprido, pois a confecção dessa peça será realizada aos poucos, mas com antecedência.

1. Informe sua preferência: essa etapa se refere ao atendimento ao cliente, ao subsídio que será dado a ele ao chegar à loja.
2. Encaminha o cliente para o setor do produto desejado: dependendo da necessidade do cliente, iremos acompanhá-lo até onde está localizado o produto;
3. Fazer a prova do produto: Encaminha o cliente ao provador;
4. Tirar medidas do cliente: Caso a roupa necessite de ajustes, iremos tirar as medidas necessárias para colocar a peça de roupa nas medidas do cliente. obs: Caso não seja necessário tirar as medidas, ou seja, a peça já fique perfeita no corpo do cliente, iremos para a etapa da realização do contrato de aluguel;
5. Lê e assina o contrato: etapa que consiste no acordo de locação das peças dentro dos parâmetros estabelecidos pela loja. Nele são especificadas as cláusulas de cuidados com a devolução e danificação das roupas;
6. Recebe o cliente no dia da entrega da roupa: Recepção do cliente no dia da entrega da roupa;
7. Receber o produto: Essa etapa se refere ao momento em que a peça é entregue ao cliente em perfeito estado e pronta para uso;
8. Efetua o pagamento: o cliente realiza o pagamento no caixa de atendimento;
9. Recebe o cliente no dia da devolução: Recepcionar o cliente no dia da devolução da roupa;
10. Devolve o produto: Etapa em que o cliente devolve o produto a loja e o estado da peça é avaliado;
11. Dá baixa no contrato: Informar no contrato de aluguel que a peça de roupa já foi devolvida;
12. Encaminhar para a lavanderia: Higienização das peças;
13. Realiza a lavagem do produto: lavagem das roupas;
14. Separa os produtos para colocar de volta ao mostruário: Devolver as peças ao mostruário.

8.4. Necessidade de Pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Gerente de finanças (Tuanny e Tulyanna)	Responsável por acompanhamentos do fluxo de caixa e DRE.
2	Gerente de marketing (Tulyanna)	Criação e alimentação das redes sócias.
3	Auxiliar de costura (Tuanny e Tulyanna)	Realizar ajustes de trajes finos: Exemplos: Dar barra de vestidos; colocar alças; dar barra de calças; Diminuir manga de blazer.
4	Atendente (Tuanny)	Pró atividade; Simpatia; Educação.

Tabela 37 – Necessidade de Pessoal. (Elaboração da autora, 2018)

Toda a mão de obra será fornecida pelas sócias (Tuanny e Tulyanna), visto que de início ambas conseguem suprir a capacidade de produção estimada. Por isso, as atividades relacionadas na tabela 37 são divididas entre as proprietárias.

9. AVALIAÇÃO DO PLANO

Assim como qualquer outro tipo de planejamento, o plano de negócios é uma ferramenta contra as incertezas e os riscos que envolve a viabilidade de um projeto. Porém, a construção de um plano de negócios visa diminuir estas incertezas e minimizar os riscos, reduzindo ao máximo esses impactos. Por isso que se torna de grande importância que o plano de negócios seja construído a partir de informações reais, para que assim sua aplicabilidade seja o mais eficiente, possível. Neste plano foram utilizadas informações concretas, baseadas em dados consistentes de mercado.

Portanto, podemos concluir que este plano de negócios torna-se uma ferramenta bastante viável, tornando possível a abertura de uma loja de aluguel de roupas, a fim de atender o mercado da cidade de Solânea e cidades vizinhas, nos próximos anos. Como em qualquer outro empreendimento é fato que erros poderão ser cometidos e prejuízos poderão ser contabilizados, contudo, com o auxílio desse plano, a A Casa das Noivas terá meios para enfrentar os desafios deste mercado, que apesar de promissor, também é bastante concorrido, encontrando o equilíbrio para desenvolver uma gestão de excelência.

Trabalhar com a realização de sonhos não é fácil, já que estaremos presentes vestidos pessoas em ocasiões tão especiais não é simples, e por isso, buscaremos além de atender as expectativas de nossos clientes, superá-las, com diferentes características competitivas em relação aos serviços já existentes, mesmo que isso exija uma sequência de erros e acertos, então estaremos sempre em busca do aperfeiçoamento. Anteriormente à aplicação deste plano, como foi citado ao decorrer das páginas, já atuamos de maneira virtual na cidade e agora buscaremos a melhoria de nosso atendimento. Com isso, buscamos obter um melhor resultado quando enfim abrir o ponto físico (loja), na cidade. Além disso, o fato da limitação da capacidade produtiva, que impossibilita a empresa de atender uma grande demanda de seus clientes, por enquanto, pode ser resolvida com a organização do processo de produção e o auxílio da A Casa das Noivas de Alagoa Grande.

Assim, podemos concluir que a necessidade de uma tomada de decisão em relação ao futuro da empresa entre: investimento de mão de obra produtiva, com intuito de aumentar a capacidade produtiva, além de estar sempre atualizando o PDCA com principalmente as estratégias promocionais e otimização do setor produtivo, já que a empresa demonstra expectativa de aumento de receita e crescimento da empresa.

10. REFERÊNCIAS

ABRAFESTA, **Associação Brasileira de Eventos**. Disponível em: <<https://abrafesta.com.br/>> Acesso em: 9/10/2018.

CERTO, S. C.; PETER, J. P. **Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia**. 2. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2005.

RICARTE, J.g.. A Contabilidade como Ferramenta Importante para o Planejamento Tributário das Micro e Empresas de Pequeno Porte. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, [s.l.], v. 4, n. 12, p.9-26, 30 nov. 2005. Revista Catarinense da Ciencia Contabil.

LIMA, Marcus Vinicius Andrade de et al. Avaliação de Micro e Pequenas Empresas Utilizando a Metodologia Multicritério e o Método do Fluxo de Caixa Descontado. **Revista de Ciências da Administração**, S.i, v. 12, n. 26, p.48-71, 2010. Jan/abril.

ROSA, José Antônio. **Roteiro para análise e diagnóstico da empresa**. São Paulo:STS, 2001.

SEBRAE. **Fluxo de caixa: o que é e como implantar**. 2018. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/fluxo-de-caixa-o-que-e-e-como-implantar,b29e438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 16 set. 2018.

SEBRAE NACIONAL. **Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas**, 2016. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre->

[microe-empresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microe-empresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD)>. Acesso em: 29 de agosto de 2018.

VASCONCELLOS FILHO, P; PAGNONCELLI, D. **Construindo estratégias para vencer: um método prático, objetivo e testado para o sucesso da sua empresa**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios da administração financeira**. São Paulo: Habra, 1997.

ROSS, Stephen A., WERTERFIELD, Randolph W., JORDAM, Bradford D., **Princípios de administração financeira**; tradução Antonio Zoratto Sanvicente. – São Paulo: Atlas, 1998.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

1. Você já utilizou o serviço de roupas de festas?
 Sim
 Não

2. Qual a loja em que foi alugada a roupa?
 Center Noivas
 Shalom Noivas
 Shalom Festas
 Baluart das Noivas
 Espaço A Noivas
 Outro: _____

3. Se não, você teria interesse em alugar ao invés de comprar uma roupa de festa?
 Sim
 Não

4. Com que frequência você vai a ocasiões importantes?
 semanalmente
 quinzenalmente
 semestralmente
 anualmente

5. Quanto estaria disposto a pagar em um aluguel de roupa que te proporcione elegância e conforto para ir a um evento considerado muito importante para você?
 Entre \$100 a \$180,00
 Entre \$200 a \$350,00
 Entre \$400 a 800,00
 Até \$1000,00
 Acima de \$1000,00

6. O que você considera **MAIS** importante ao escolher uma roupa para ocasiões importantes? Marque apenas uma opção:
 Preço
 Qualidade
 Conforto
 Modelo do Vestido/Terno.

7. Considerando uma ocasião especial para você, ao alugar um Vestido/Terno para esse evento, em uma escala em que 1 representa o valor menos importante e 5 o valor mais importante, qual nota você atribui aos critérios:

AFIRMAÇÃO	GRAU DE CONCORDÂNCIA
Preço	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
Qualidade	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
Conforto	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
Modelo do Vestido/Terno	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5

8. Quando você pensa em roupa para ir ocasiões importantes, qual sua preferência?

Mulheres:

- Vestidos curtos e com brilhos ou bordados
- Vestidos longos e com brilho ou bordados
- Vestidos curtos e lisos
- Vestidos longos e lisos

Gosto de modelos diferentes como: _____

Homens:

- Calça social, camisa social e sapato
- Ternos claros e mais tradicionais
- Ternos escuros e mais tradicionais
- Ternos mais sofisticados e de cor neutra
- Ternos mais sofisticados e de cores fortes
- Gosto de modelos diferentes como: _____

9. Considere as afirmações a respeito de uma loja de aluguel de roupas. Pedimos que você as avalie conforme seu nível de concordância, de modo que o valor 1 significa que você discorda totalmente e 5 que você concorda totalmente. Os demais valores são intermediários.

AFIRMAÇÃO	GRAU DE CONCORDÂNCIA
Não tenho paciência para provar em lojas que não são climatizadas	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
Provedores com cortina não me agradam	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
A loja que eu escolho para alugar a minha roupa precisa conter mais de um provador	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
Se eu não gostar do atendimento de uma loja eu não voltarei mais mesmo que precise	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
A estrutura interna precisa ser ampla e iluminada	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
Eu sempre observo a fachada da empresa	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
A localização da loja para mim é fundamental na hora de escolher onde alugar minha roupa	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5

10. Qual a mídia social que você mais utiliza para obter informações sobre os produtos, promoções e novidades das empresas? Marque apenas **UMA** opção.

- Instagram
- Facebook
- Site da loja

11. Qual o seu Gênero?

- Feminino
- Masculino
- Outro

12. Qual a sua idade?

- Entre 18 a 25 anos
- Entre 25 a 38 anos
- Entre 40 a 55 anos
- Acima de 60 anos de idade.

13. Em qual cidade você mora?

- Solânea
- Bananeiras
- Belém de Caiçara
- Borborema
- Serraria
- Arara
- Cacimba de Dentro
- Duas Estradas
- Casserengue
- Dona Inês
- Outra: _____

14. Você sairia da sua cidade para alugar um Vestido/Terno do seu agrado em uma cidade próxima para uma ocasião muito importante?

- Sim
- Não

15. Quando você pensa em termos de satisfação com o serviço de aluguel de roupas de festas em sua cidade, é possível dizer que você se considera:

Totalmente								Completamente		
Insatisfeito								Satisfeito		
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

APÊNDICE B – FACHADA DA EMPRESA



Figura 17 – Fachada do local (Elaboração da autora, 2018).