

UNIFEOB  
Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

**PROJETO INTERDISCIPLINAR  
PLANO DE NEGÓCIOS EMPRESARIAL  
PRIMORDIAL PRODUÇÕES & EVENTOS**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP  
NOVEMBRO 2018

UNIFEOB  
Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

**PROJETO INTERDISCIPLINAR  
PLANO DE NEGÓCIOS EMPRESARIAL  
PRIMORDIAL PRODUÇÕES & EVENTOS**

Módulo 04 -

Gestão Estrat. De Tributos –Prof. José M. Prado

Ética Geral e Profissional – Prof. Danilo Doval

Gestão Empreendedora – Prof. Rodrigo Marudi de Oliveira

Gestão Orçamentária –Prof. Júlio César Teixeira

Administração Estrategica – Prof. Antonio Carlos Lupeti Martins

Alunos:

Alessandra Moura Sanches, RA 17000426

Aline Pinheiro Simão Lopes, RA 17000231

Bruna Avansi Picolo, RA 1700366

Giovana Macena Cardoso, RA 17000146

João Paulo de Pádua Campos, RA 17000867

Vinicius Sanches de Oliveira. RA 17000206

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP  
NOVEMBRO 2018

# SUMÁRIO

1 SUMÁRIO EXECUTIVO .....	5
1.1 RESUMO .....	5
1.2 DADOS DOS EMPREENDEDORES .....	5
1.3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO .....	6
1.3.1 MISSÃO .....	6
1.3.2 VISÃO .....	6
1.3.3 VALORES .....	6
1.4 SETORES DE ATIVIDADE .....	6
1.5 FORMA JURÍDICA .....	7
1.6 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO .....	7
1.7 CAPITAL SOCIAL .....	8
1.8 FONTE DE RECURSOS .....	8
2 ANÁLISE DE MERCADO .....	8
2.1 ESTUDO DE CLIENTES .....	8
2.1.1 PÚBLICO ALVO .....	8
2.1.2 . COMPORTAMENTO DOS CLIENTES (INTERESSES E O QUE OS LEVAM A COMPRAR) .....	8
2.1.3 ÁREA DE ABRANGÊNCIA .....	8
2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES .....	9
2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES .....	9
3 PLANO DE MARKETING .....	10
3.1 PRODUTOS E SERVIÇOS .....	10
3.2 PREÇO .....	11
3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS .....	12
3.4 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO .....	12
3.5 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO .....	12
4 PLANO OPERACIONAL .....	12
4.1 LEIAUTE .....	12
4.2 CAPACIDADE INSTALADA .....	13
4.3 PROCESSOS OPERACIONAIS .....	13
4.4 NECESSIDADE DE PESSOAL .....	13
5 PLANO FINANCEIRO .....	14
5.1 INVESTIMENTOS FIXOS .....	14
5.2 ESTOQUE INICIAL .....	15
5.3 CAIXA MÍNIMO .....	15

5.4 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS .....	17
5.5 INVESTIMENTO TOTAL .....	18
5.6 FATURAMENTO MENSAL .....	19
5.7 CUSTO UNITÁRIO.....	20
5.8 CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO .....	21
5.9 APURAÇÃO DO CUSTO DE MD E/OU MV.....	22
5.10 CUSTOS DE MÃO-DE-OBRA .....	23
5.11 CUSTOS COM DEPRECIÇÃO.....	23
5.12 CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS .....	23
5.13 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS .....	25
5.14 INDICADORES DE VIABILIDADE.....	25
6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO .....	26
6.1 AÇÕES PREVENTIVAS E CORRETIVAS .....	26
7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA .....	27
7.1 ANÁLISE DA MATRIZ SWOT.....	27
8 AVALIAÇÃO DO PLANO .....	27
8.1 ANÁLISE DO PLANO.....	27
REFERÊNCIAS .....	29

# 1 SUMÁRIO EXECUTIVO

## 1.1 RESUMO

Este plano de negócios tem como objetivo apresentar os estudos e análises de viabilidade de criação da empresa PRIMORDIAL PRODUÇÕES E EVENTOS que terá seu foco no planejamento de eventos matrimoniais para atender casais de classe média/alta. O diferencial do empreendimento será a comunicação integrada entre parceiros, fornecedores e terceirizados, visando oferecer serviços mais completos e com o melhor custo/benefício para o cliente.

A empresa terá como estrutura um escritório central e único localizado no centro da cidade de São João da Boa Vista, buscando alcançar os mais variados perfis de clientes que se encontrem ao alcance da microrregião da cidade.

A PRIMORDIAL PRODUÇÕES E EVENTOS atua como prestadora de serviços e enquadra-se nos CNAES: 8230-0/01 SERVIÇOS DE ORGANIZAÇÃO DE FEIRAS, CONGRESSOS, EXPOSIÇÕES E FESTAS e 7820-5/00 LOCAÇÃO DE MÃO DE OBRA TEMPORÁRIA.

A forma jurídica escolhida para a abertura da empresa foi de: Sociedade por Quotas de Responsabilidade Limitada (LTDA). Além disso, tem como regime tributário Simples Nacional – Empresa de Pequeno Porte (EPP).

## 1.2 DADOS DOS EMPREENDEDORES

Nome:	ANA FÁTIMA MATTOS		
Cidade:	São João da Boa Vista	Estado:	São Paulo
Perfil:	Ana Fátima Mattos, 31 anos. Graduada em Relações Públicas. Ela atua como cerimonial na PRIMORDIAL EVENTOS E PRODUÇÕES, para tanto buscou especialização em cursos profissionalizantes na área de eventos, com formação pelo SENAC.		

Nome:	CAMILA MENDES		
Cidade:	São João da Boa Vista	Estado:	São Paulo
Perfil:			
<p>Camila Mendes, 28 anos. Graduada em Administração.</p> <p>Atua como auxiliar administrativa no empreendimento; além da formação principal possui curso técnico em contabilidade e cursos profissionalizantes em negócios.</p>			

## **1.3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

### **1.3.1 MISSÃO**

Prestar serviços destinados à eventos matrimoniais, buscando atender as necessidades dos clientes de forma inovadora e desenvolvendo uma metodologia de trabalho que prioriza a excelência com um atendimento diferenciado e exclusivo.

### **1.3.2 VISÃO**

Tornar-se uma empresa reconhecida nacionalmente como uma produtora matrimonial, que preza pela inovação e qualidade de seus serviços.

### **1.3.3 VALORES**

- Transparência.
- Comprometimento.
- Ética.
- Fidelidade.
- Relacionamento com o cliente.

## **1.4 SETORES DE ATIVIDADE**

( ) Agropecuária

- Comércio
- Indústria
- Serviços

### **1.5 FORMA JURÍDICA**

- Empresário
- Sociedade Limitada
- Outros:

### **1.6 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO**

#### **Âmbito federal**

- Empreendedor Individual
- Regime SIMPLES
- Regime NORMAL

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

PIS – Contribuição para os Programas de  
Integração Social COFINS – Contribuição  
para Financiamento da Seguridade Social

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro

Líquido

IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados (apenas para indústria)

#### **Âmbito estadual**

- ICMS – Regime Simplificado
- ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (SISTEMA DÉBITO E CRÉDITO)

#### **Âmbito municipal**

- ISS – Imposto sobre Serviços

## **1.7 CAPITAL SOCIAL**

<b>Nº</b>	<b>NOME</b>	<b>VALOR</b>	<b>PARTICIPAÇÃO (%)</b>
SÓCIA 1	ANA FÁTIMA MATTOS	R\$ 60.000,00	50%
SÓCIA 2	CAMILA MENDES	R\$ 60.000,00	50%
<b>TOTAL</b>		<b>R\$120.000,00</b>	<b>100%</b>

## **1.8 FONTE DE RECURSOS**

Os recursos necessários para a realização do empreendimento serão provenientes dos próprios sócios, portanto sem necessidade de nenhuma espécie de financiamento.

# **2 ANÁLISE DE MERCADO**

## **2.1 ESTUDO DE CLIENTES**

### **2.1.1 PÚBLICO ALVO**

O público alvo da PRIMORDIAL são casais que almejam realizar o enlace matrimonial e que buscam alcançar esse sonho sem as complicações dos preparativos para o casamento.

### **2.1.2 COMPORTAMENTO DOS CLIENTES (INTERESSES E O QUE OS LEVAM A COMPRAR).**

O principal comportamento desenvolvido pelos clientes é em relação a otimização do tempo. Além disso, os casais visam encontrar uma empresa que ofereça os serviços necessários para a realização do seu casamento com um custo/benefício acessível.

### **2.1.3 ÁREA DE ABRANGÊNCIA**

O principal foco do empreendimento será a cidade de São João da Boa Vista, assim como toda a sua microrregião, que inclui cidades como Vargem Grande do Sul, Mococa, São José do Rio Pardo e Espírito Santo do Pinhal.



## 2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES

Os concorrentes são agências que trabalham não somente com eventos matrimoniais, mas com todos os tipos de eventos. Além destes, empresas que realizam os mesmos tipos de serviços (fotógrafo, buffet, cerimonialista entre outros) também são concorrentes da PRIMORDIAL, no entanto estes podem vir a se tornarem parceiros da empresa.

Abaixo, estão listados alguns concorrentes que se enquadram no mesmo tipo de serviço que a PRIMORDIAL e que são concorrentes diretos da empresa.

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes	Garantias oferecidas
CASA CASAR	Boa.	Variável	Não informado.	São João da Boa Vista	Segunda a Sexta das 8:00 às 18:00	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cerimônia.</li><li>- Localização.</li><li>- Decoração.</li><li>- Produção do ambiente.</li><li>- Convites de casamento.</li></ul>	Serviços especializados, personalização exclusiva e profissionais comprometidos.
CASA ROCCA EVENTOS	Ótima.	Variável	Pagamentos mensais ou bimestrais.	São João da Boa Vista	Segunda a Sexta das 7:30 às 17:15	<ul style="list-style-type: none"><li>- Espaço para locação.</li><li>- Buffet.</li></ul>	-Qualidade do serviço. - Profissionalismo.

## 2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES

O mercado fornecedor constitui-se de empresas que prestarão serviços ou fornecerão produtos a PRIMORDIAL. Os principais fornecedores serão de produtos e serviços terceirizados como bandas, equipe de limpeza e segurança, equipamentos para iluminação entre outros.

Abaixo estão listados alguns dos fornecedores que constarão nos quadros da PRIMORDIAL.

FORNECEDOR	SERVIÇOS PRESTADOS	PREÇO	CONTATO
CRISTAL BUFFET E GASTRONOMIA	BUFFET	VARIÁVEL	contato@buffetcrystal.net
UNIO CERIMONIAIS	MÚSICA	A PARTIR DE R\$ 750	(11) 99350-4341
FAZENDA CAPITUVA	ESPAÇO PARA EVENTO	VARIÁVEL	contato@fazendacapitua.com.br
GUILHERME JONSON VIDEOGRAFIA - FOTOART	FOTOS/ FILMAGEM	A PARTIR DE R\$ 2.500	contato@guilhermejonson.com.br

### 3 PLANO DE MARKETING

#### 3.1 PRODUTOS E SERVIÇOS

A PRIMORDIAL oferece aos clientes uma gama de serviços, levando em consideração suas necessidades e sua condição financeira. Para isso, a empresa trabalha com três pacotes de serviços aos quais estão exemplificados abaixo:

- **Pacote Básico**

n°	Produtos/Serviços	Valor
1	Igreja	R\$ 700,00
2	Decoração	R\$ 4.000,00
3	Buffet	R\$ 8.000,00
4	Cartório	R\$ 300,00
5	Espaço para Festa	R\$ 3.500,00
TOTAL		R\$ 23.100,00

- **Pacote Clássico**

n°	Produtos/Serviços	Valor
1	Igreja	R\$ 700,00
2	Decoração	R\$ 4.000,00
3	Cartório	R\$ 300,00
4	Espaço para festa	R\$ 3.500,00
5	Buffet	R\$ 12.000,00

6	Fotografia	R\$ 4.500,00
7	Video	R\$ 2.000,00
8	Convite	R\$ 800,00
9	Doces e Bolo	R\$ 2.500,00
10	Cerimonialista	R\$ 1.000,00
TOTAL		R\$ 31.300,00

- **Pacote Premium**

n°	Produtos/serviço	Valor
1	Igreja	R\$ 700,00
2	Decoração	R\$ 4.000,00
3	Cartório	R\$ 300,00
4	Espaço para festa	R\$ 3.500,00
5	Buffet	R\$ 15.000,00
6	Fotografia	R\$ 4.500,00
7	Video	R\$ 2.000,00
8	Convites	R\$ 800,00
9	Doces e bolo	R\$ 2.500,00
10	Cerimonialista	R\$ 1.000,00
11	Bartender	R\$ 400,00
12	Cabine fotográfica	R\$ 900,00
13	Monitores	R\$ 240,00
14	DJ	R\$ 1.200,00
TOTAL		R\$ 37.040,00

### 3.2 PREÇO

Para a determinação dos valores citados acima foram analisados os preços praticados pelos concorrentes, além de considerar o preço que o cliente está disposto a pagar pelo serviço. Também para a definição dos preços levou-se em conta os custos dos processos para a realização dos serviços.

### **3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS**

Como estratégias a empresa pretende divulgar seus serviços por meio de revistas específicas de eventos matrimoniais, além de investir em feiras e eventos. Além disto, a PRIMORDIAL pretende ter forte presença digital, divulgando inicialmente seus serviços a partir das redes sociais, sendo este um meio que visibilizará a empresa para um amplo público.

### **3.4 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO**

A estrutura de comercialização será por meio de telefones, e-mails, redes sociais e no próprio estabelecimento com expediente de segunda a sexta das 08:00hrs às 18:00hrs.

### **3.5 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO**

O escritório da PRIMORDIAL estará localizado na cidade de São João da Boa Vista, na Avenida Dona Gertrudes, nº377, próximo ao Subway. Tal local foi escolhido visando alcançar a população da cidade e eventualmente, de cidades vizinhas.

## **4 PLANO OPERACIONAL**

### **4.1 LEIAUTE**

O escritório da PRIMORDIAL estará estabelecido em uma área de 45 m<sup>2</sup>, que contará com recepção, sala de reuniões, refeitório e dois banheiros (feminino e masculino), conforme ilustração abaixo.



## 4.2 CAPACIDADE INSTALADA

A capacidade produtiva dos serviços oferecidos pela PRIMORDIAL será de inicialmente até 8 eventos mensais, sendo estes realizados em qualquer dia da semana de acordo com a preferência do cliente; sendo assim a empresa terá eficiência para atender até 2 eventos semanais.

## 4.3 PROCESSOS OPERACIONAIS

Os processos iniciarão quando o cliente entrar em contato com a PRIMORDIAL para a solicitação do serviço, em seguida agendará -se uma reunião onde as necessidades dele serão expostas e assim definir qual o plano oferecido melhor o atende em quesito financeiro e serviço oferecido.

Em seguida, com as necessidades definidas iniciará a organização do evento, junto a fornecedores e parceiros; para o acompanhamento do processo inicialmente o cliente deverá comparecer a empresa mensalmente, conforme o evento for se aproximando o acompanhamento deverá ocorrer a cada quinzena para verificar o andamento da organização e apontar possíveis correções. Assim, 30 dias antes a data do evento ocorrerá uma reunião final para acertos finais do evento e acerto financeiro.

## 4.4 NECESSIDADE DE PESSOAL

Para começo das atividades, o empreendimento terá em sua estrutura de funcionamento inicial duas sócias que farão a pesquisa de clientes, o atendimento e o planejamento do evento, além das funções descritas no quadro abaixo; conforme o crescimento da empresa novos profissionais deverão ser admitidos no quadro de funcionários da mesma. Além disso, para a realização dos serviços oferecidos, a empresa contará com fornecedores, parceiros e terceirizados que serão acionados de acordo com a necessidade de cada cliente.

QUANTIDADE	CARGO	FUNÇÃO
1	Cerimonialista	Será responsável por manter reuniões periódicas com os noivos, criar cronograma de montagem para o dia do casamento, além do roteiro de cada etapa da festa (cerimônia, fotos, festa, encerramento), criar plano de backup para possíveis imprevistos, supervisionar a entrega e montagens dos

		fornecedores. Além disso será responsável por assessorar na entrada dos padrinhos, damas de honra e pais antes de entrarem no altar; trabalhará de forma colaborativa com fotógrafos, administrará o serviço de buffet e deverá trabalhar em conjunto com o DJ/Banda.
1	Auxiliar administrativo	Terá como função providenciar toda a documentação necessária para a realização do evento, entrará em contato com fornecedores e parceiros, será responsável pela área financeira do empreendimento. Além disso, deverá atuar também como recepcionista, atendendo os clientes e agendado horários.

## 5 PLANO FINANCEIRO

### 5.1 INVESTIMENTOS FIXOS

#### A – Imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
<b>SUB-TOTAL (A)</b>				<b>R\$ 0,00</b>

#### B – Móveis e Utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Cadeira	3	R\$ 170,00	R\$ 510,00
2	Mesa	1	R\$ 720,00	R\$ 720,00
3	Cadeira para festa	400	R\$ 32,00	R\$ 12.800,00
4	Mesas para festa	100	R\$ 260,00	R\$ 26.000,00
5	Cafeteira	1	R\$ 320,00	R\$ 320,00
6	Enfeites para mesa	100	R\$ 9,00	R\$ 900,00
7	Almofada	50	R\$ 6,50	R\$ 325,00

8	Toalhas	100	R\$9,90	R\$ 990,00
<b>SUB-TOTAL (B)</b>				<b>R\$ 42.565,00</b>

### C– Equipamentos de Processamento de Dados (informática)

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Notebook	1	R\$ 2.900,00	R\$ 2.900,00
2	Impressora	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00
3	Tablets	3	R\$ 749,00	R\$ 2.247,00
<b>SUB-TOTAL (C)</b>				<b>R\$ 6.467,00</b>

### D– Veículos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Carro semi novo (Strada)	1	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00
<b>SUB-TOTAL (C)</b>				<b>R\$ 12.000,00</b>

### TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

**TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D): R\$ 61.032,00**

### 5.2 ESTOQUE INICIAL

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
<b>SUB-TOTAL (A)</b>				<b>R\$ 0,00</b>

### 5.3 CAIXA MÍNIMO

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

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em (Dias)
à vista	10,00%	0	0

à prazo (1)	30,00%	30	9,0
à prazo (2)	30,00%	60	18,0
à prazo (3)	30,00%	90	27,00
<b>Prazo médio total</b>		<b>100,00%</b>	<b>54,0</b>

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

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
À vista	0,00	0	0,0
À prazo - consumo	60,00	30	15,0
À prazo - revenda	30,00	60	30,0
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>Prazo médio em dia</b>	<b>45</b>

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

Necessidade média de estoque	
Número de dias	0

**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 (item 2.2)	54
2. Estoques – necessidade média de estoques (item 2.4)	0
Subtotal Recursos fora do caixa	54
<b>Recursos de terceiros no caixa da empresa</b>	



3. Contas a pagar – prazo médio de compras ( itens 2.3)	45
<b>Subtotal Recursos de terceiros no caixa</b>	<b>45</b>

### Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 12.376,47
2. Custo variável mensal	R\$ 62.686,49
<b>3. Custo total da empresa ( custo fixo + custo variável )</b>	<b>R\$ 75.062,96</b>
4. Custo total diário ( custo total da empresa / 30 dias )	R\$ 2.502,10
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (item 2.5 )	9,0
<b>Caixa mínimo necessário ( item 4 x item 5 )</b>	<b>R\$ 22.518,89</b>

### Capital de giro (Resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial (item 2.1)	-
B – Caixa Mínimo (item 2.6)	R\$ 22.518,89
<b>TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)</b>	<b>R\$ 22.518,89</b>

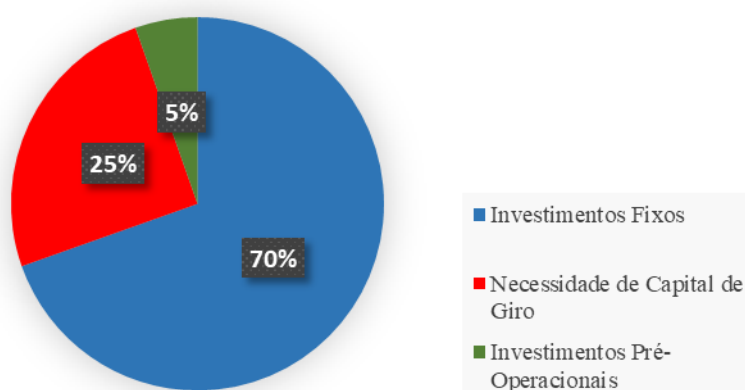
### 5.4 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 1.500,00
Divulgação	R\$ 2.200,00
Cursos e treinamentos	R\$ 1.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 4.900,00</b>

## 5.5 INVESTIMENTO TOTAL

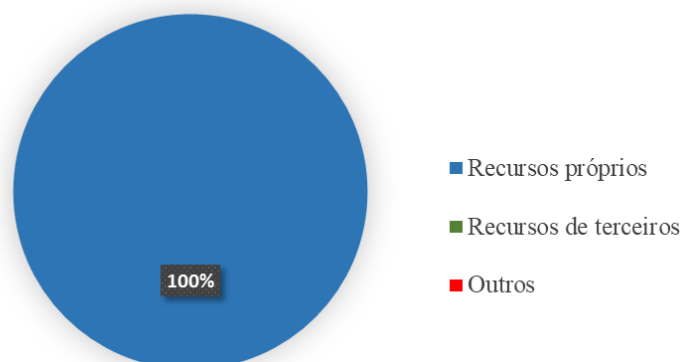
Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos	R\$ 63.112,00	70,0%
Necessidade de Capital de Giro	R\$ 22.518,89	25,0%
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 4.900,00	5,0%
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 90.530,89</b>	<b>100,0%</b>

### DESCRIÇÃO DOS INVESTIMENTOS



Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 120.000,00	100%
Recursos de terceiros	R\$ 0,00	0,00%
Outros	R\$ 0,00	0,0%
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 120.000,00</b>	<b>100,0%</b>

### FONTE DOS RECURSOS



### 5.6 FATURAMENTO MENSAL

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Pacote Básico	1	R\$ 23.100,00	R\$ 23.100,00
2	Pacote Clássico	2	R\$ 31.250,00	R\$ 62.500,00
3	Pacote Premium	1	R\$ 44.650,00	R\$ 44.650,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 130.250,00</b>

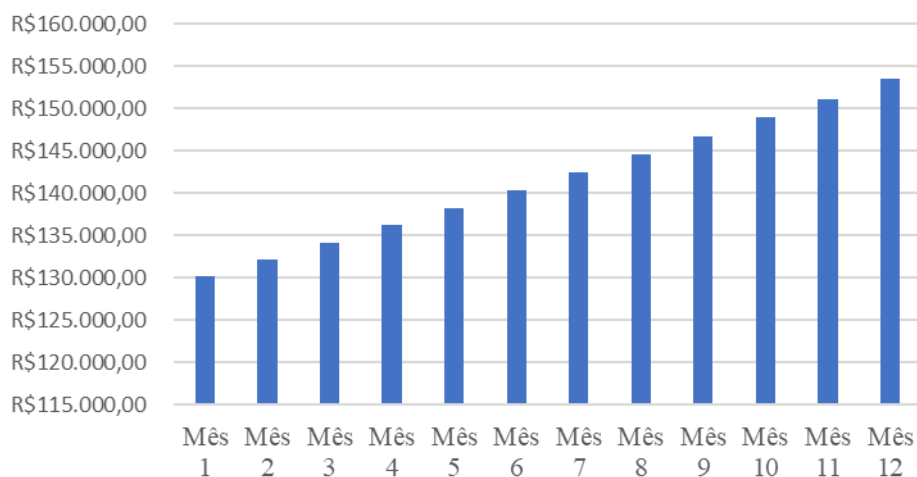
#### Projeção das Receitas:

- ( ) Sem expectativa de crescimento
- (x) Crescimento a uma taxa constante:
  - 1,5% ao mês para os 12 primeiros meses.
  - 16,5% ao ano a partir do 1º ano.
- ( ) Entradas diferenciadas por período

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 130.250,00
Mês 2	R\$ 132.203,75
Mês 3	R\$ 134.186,81
Mês 4	R\$ 136.199,61

Mês 5	R\$ 138.242,61
Mês 6	R\$ 140.316,25
Mês 7	R\$ 142.420,99
Mês 8	R\$ 144.557,30
Mês 9	R\$ 146.725,66
Mês 10	R\$ 148.926,54
Mês 11	R\$ 151.160,44
Mês 12	R\$ 153.472,85
<b>Ano 1</b>	<b>R\$ 1.698.662,81</b>

## FATURAMENTO TOTAL



## 5.7 CUSTO UNITÁRIO

### Produto: Pacote Básico

	Qtde		Custo Unitário	Total
Custo total	1		R\$ 23.100,00	R\$ 23.100,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 23.100,00</b>

### Produto: Pacote Clássico

	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo total	1	R\$ 31.300,00	R\$ 31.300,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 31.300,00</b>

### Produto: Pacote Premium

	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo total	1	R\$ 37.040,00	R\$ 37.040,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 37.040,00</b>

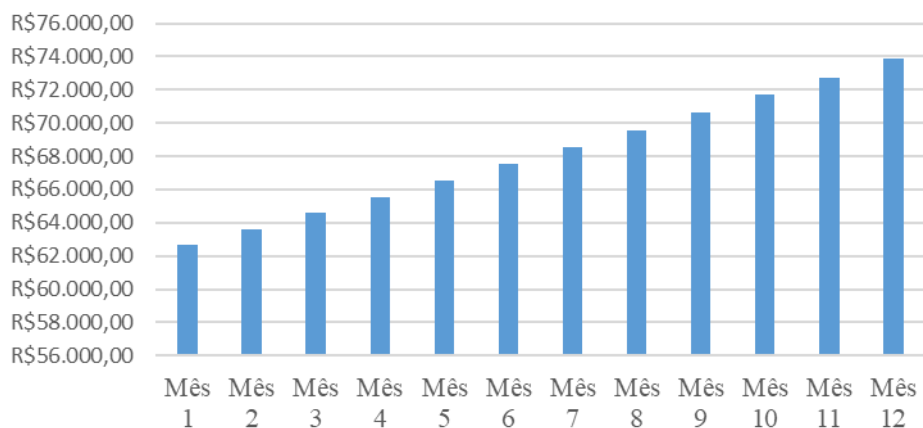
### 5.8 CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
Comissões (Gastos com Vendas)	0,00%	R\$ 124.650,00	R\$ -
Propaganda (Gastos com Vendas)	2,50%	R\$ 124.650,00	R\$ 3.116,25
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	3,79%	R\$ 124.650,00	R\$ 4.724,24
Serviços terceirizados (Locações, Buffet etc)	44,00%	R\$ 124.650,00	R\$ 54.846,00

<b>Total Impostos</b>	<b>R\$ -</b>
<b>Total Gastos com Vendas</b>	<b>R\$ 62.686,49</b>
<b>Total Geral (Impostos + Gastos)</b>	<b>R\$ 62.686,49</b>

Período	Custo Total de Comercialização
Mês 1	R\$ 62.686,49
Mês 2	R\$ 63.626,78
Mês 3	R\$ 64.581,19
Mês 4	R\$ 65.549,91
Mês 5	R\$ 66.533,15
Mês 6	R\$ 67.531,15
Mês 7	R\$ 68.544,11
Mês 8	R\$ 69.572,27
Mês 9	R\$ 70.615,86
Mês 10	R\$ 71.675,10
Mês 11	R\$ 72.750,23
Mês 12	R\$ 73.841,48
<b>Ano 1</b>	<b>R\$ 817.507,72</b>

## CUSTO TOTAL DE COMERCIALIZAÇÃO



### 5.9 APURAÇÃO DO CUSTO DE MD E/OU MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
1	Pacote Básico	1	R\$ 23.100,00	R\$ 23.100,00
2	Pacote Clássico	2	R\$ 31.300,00	R\$ 62.600,00
3	Pacote Premium	1	R\$ 37.040,00	R\$ 37.040,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 122.740,00</b>	

Período	CMD/CMV
Mês 1	R\$ 122.740,00
Mês 2	R\$ 122.740,00
Mês 3	R\$ 122.740,00
Mês 4	R\$ 122.740,00
Mês 5	R\$ 122.740,00

Mês 6	R\$ 122.740,00
Mês 7	R\$ 122.740,00
Mês 8	R\$ 122.740,00
Mês 9	R\$ 122.740,00
Mês 10	R\$ 122.740,00
Mês 11	R\$ 122.740,00
Mês 12	R\$ 122.740,00
<b>Ano 1</b>	<b>R\$ 1.472.880,00</b>

#### 5.10 CUSTOS DE MÃO-DE-OBRA

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	(%) De encargos sociais	Encargos sociais	Total
Decorador	1	R\$ 1.109,00	27,44%	R\$ 304,31	R\$ 1.413,31
Serviços Gerais	2	R\$ 1.108,38	27,44%	R\$ 608,28	R\$ 2.825,04
Profissional de Eventos	2	R\$ 954,00	27,44%	R\$ 523,56	R\$ 2.431,56
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 1.436,15</b>	<b>R\$ 6.669,91</b>

#### 5.11 CUSTOS COM DEPRECIAÇÃO

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Maquinas e equipamentos	R\$ 2.080,00	10	R\$ 208,00	R\$ 17,33
Moveis e utensílios	R\$ 42.565,00	10	R\$ 4.256,50	R\$ 354,71
Equipamentos	R\$ 6.467,00	5	R\$ 1.293,40	R\$ 107,78
Veículos	R\$ 12.000,00	5	R\$ 2.400,00	R\$ 200,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 63.112,00</b>	<b>-</b>	<b>R\$ 42.486,80</b>	<b>R\$ 679,82</b>

#### 5.12 CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS

<b>Item</b>	<b>Descrição</b>	<b>Valor mensal - R\$</b>
1	Aluguel	680,00
2	Condomínio	-
3	IPTU	78,00
4	Água	32,96
5	Energia elétrica	87,69
6	Telefone / Internet	103,00
7	Honorários do contador	400,00
8	Pró-labore	3.000,00
9	Manutenção dos equipamentos	250,00
10	Salários + encargos – item 7	6.669,91
11	Material de limpeza	408,00
12	Material de escritório	37,00
13	Combustível	198,00
14	Taxas diversas	100,00
15	Serviços de terceiros	240,00
16	Depreciação – item 8	679,82
17	Outras despesas	-
<b>Total</b>		<b>12.964,38</b>

**Projeção dos Custos:**

( ) Sem expectativa de crescimento

(x) Crescimento a uma taxa constante:

1,00% ao mês para os 12 primeiros meses.

12,00% ao ano a partir do 1º ano.



( ) Entradas diferenciadas por período

Mês	Valor - R\$
1	R\$ 12.964,38
2	R\$ 13.094,03
3	R\$ 13.224,98
4	R\$ 13.357,23
5	R\$ 13.490,79
6	R\$ 13.625,70
7	R\$ 13.761,95
8	R\$ 13.899,57
9	R\$ 14.038,55
10	R\$ 14.178,94
11	R\$ 14.320,72
12	R\$ 14.463,93
<b>Total</b>	<b>R\$ 164.420,77</b>

### 5.13 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

Descrição	Mês 1	Valor Anual
Receita total de vendas	124.650,00	1.625.587,00
( - ) Simples Nacional	10.549,95	140.890,29
<b>( = ) Receita Líquida</b>	<b>114.100,05</b>	<b>1.484.696,71</b>
( - ) Gastos Variáveis		
Gastos com comercialização	62.686,49	817.507,72
Total dos gastos variáveis	62.686,49	817.507,72
<b>( = ) Margem de Contribuição</b>	<b>51.413,56</b>	<b>667.188,99</b>
( - ) Gastos Fixos		
Gastos fixos operacionais	12.964,38	164.420,77
<b>( = ) Resultado operacional</b>	<b>38.449,18</b>	<b>502.768,22</b>

### 5.14 INDICADORES DE VIABILIDADE

<b>Indicadores</b>	<b>Ano 1</b>
Ponto de Equilíbrio	R\$ 400.606,53
Lucratividade	30,93 %
Rentabilidade	554,28 %
Prazo de retorno do investimento	1 ano e 6 meses

## 6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO

### 6.1 AÇÕES PREVENTIVAS E CORRETIVAS

<b>Descrição</b>	<b>Cenário Provável</b>		<b>Cenário Pessimista</b>		<b>Cenário Otimista</b>	
Receita total de vendas	1.625.587,00	109,49%	1.300.469,60	109,49%	1.950.704,41	109,49%
( - ) Simples Nacional	140.890,29	9,49%	112.712,23	9,49%	169.068,35	9,49%
<b>( = ) Receita Líquida</b>	<b>1.484.696,71</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.187.757,37</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.781.636,06</b>	<b>100,00%</b>
( - ) Gastos Variáveis						
Gastos com comercialização	817.507,72	55,06%	654.006,18	55,06%	981.009,26	55,06%
Total dos gastos variáveis	817.507,72	55,06%	654.006,18	55,06%	981.009,26	55,06%
<b>( = ) Margem de Contribuição</b>	<b>667.188,99</b>	<b>44,94%</b>	<b>533.751,20</b>	<b>44,94%</b>	<b>800.626,79</b>	<b>44,94%</b>
( - ) Gastos Fixos						
Gastos fixos operacionais	156.964,50	10,57%	156.964,50	13,22%	156.964,50	8,81%
<b>( = ) Resultado operacional</b>	<b>510.224,49</b>	<b>34,37%</b>	<b>376.786,70</b>	<b>31,72%</b>	<b>643.662,29</b>	<b>36,13%</b>

#### Ações corretivas e preventivas:

Uma das ações necessárias a serem tomadas pelo empreendimento em caso de cenário pessimista trata-se de encontrar outros meios para captar clientes, ou seja, uma nova estratégia para reposicionar a empresa no mercado e atrair seus clientes.

Em caso de cenário otimista, a PRIMORDIAL pode adotar novas estratégias como aumentar os tipos de serviços oferecidos, além de se expandir para outras regiões.

## 7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

### 7.1 ANÁLISE DA MATRIZ SWOT

<b>FATORES INTERNOS</b>	<b>FATORES EXTERNOS</b>
<b>FORÇAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Todos os serviços integrados para a realização do casamento.</li><li>- Empresa com foco exclusivo no mercado de casamentos.</li><li>- Serviços diferenciados.</li></ul>	<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Parcerias com empresas e fornecedores.</li><li>- Mercado de casamento em expansão.</li></ul>
<b>FRAQUEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Poucos funcionários para a implantação da empresa.</li><li>- Empresa nova no mercado.</li></ul>	<b>AMEAÇAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Concorrência.</li><li>- Surgimento de novas empresas com serviços voltados para casamento.</li></ul>

A partir da análise da matriz a PRIMORDIAL deve investir seus esforços para converter as fraquezas identificadas em oportunidades, prezando por manter e potencializar os pontos fortes. Além disto deve desenvolver estratégias para neutralizar as ameaças identificadas.

## 8 AVALIAÇÃO DO PLANO

### 8.1 ANÁLISE DO PLANO

Analisando a situação atual do setor de eventos, percebe-se que o setor vem crescendo nos últimos anos. Desta forma a expectativa em relação a este mercado é boa e a possibilidade de crescimento do empreendimento no mercado é promissora.

Além disso, neste plano de negócios buscou-se identificar possíveis ameaças e oportunidades, analisar os fornecedores e parceiros com finalidade de encontrar os mais adequados para cada projeto, com o intuito de buscar sempre o melhor custo/benefício, visando sempre a completa satisfação da necessidade dos clientes.

Também, foram analisadas as previsões financeiras, considerando impostos e encargos;

e projetou-se o retorno financeiro em relação ao investimento inicial.

Por fim, a partir da análise deste plano de negócios verificou-se a viabilidade para a implantação da empresa PRIMORDIAL PRODUÇÕES E EVENTOS, pode-se concluir que o empreendimento é viável sob todos os pontos de vista analisados neste plano.

## REFERÊNCIAS

CASAMENTOS. **EMPRESAS DE CASAMENTOS DESTACADAS**. Disponível em: < <https://www.casamentos.com.br/> >. Acesso em: 10 nov. 2018

DORNELAS, José Carlos Assis. **EMPREENDEDORISMO: TRANSFORMANDO IDEIAS EM NEGÓCIOS**. 3ª. Ed. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier 2008

KOTLER, Philip. **MARKETING DE SERVIÇOS PROFISSIONAIS: ESTRATÉGIAS INOVADORAS PARA IMPULSIONAR SUA ATIVIDADE, SUA IMAGEM E SEUS LUCROS**. 2ª Ed. São Paulo: Manole, 2002.

NAKAGAWA. Marcelo. **FERRAMENTA ANÁLISE SWOT**. Disponível em: < [http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME\\_Analise-Swot.PDF](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Analise-Swot.PDF) > Acesso em: 09 nov. 2018

REZENDE. Frederico. **AÇÃO CORRETIVA X AÇÃO PREVENTIVA: A BASE DA GESTÃO DA QUALIDADE**. Disponível em: < <http://www.gestaoporprocessos.com.br/acao-corretiva-x-acao-preventiva-a-base-da-gestao-da-qualidade/> > Acesso em: 16 nov. 2018

ZUINI. Priscila. **EMPREENDEDORAS ENCONTRAM NOVAS OPORTUNIDADES NO MERCADO DE CASAMENTOS**. Disponível em: < <https://revistapegn.globo.com/Mulheres-empendedoras/noticia/2016/07/empendedoras-encontram-novas-oportunidades-no-mercado-de-casamentos.html> > Acesso em: 27 out 2018

ROSA. Cláudio Afrânio. **COMO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIOS**. Disponível em: < [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf) > Acesso em: 21 out. 2018