



CRISTIANE DO NASCIMENTO GODOY SOUZA
DOROTÉIA COSTA ARAÚJO
GIULIANE CASTRO DO NASCIMENTO
GLEBSON OLIVEIRA DA SILVA
NILMAR CARDOSO LIMA

**PLANO DE NEGÓCIO: LOCAÇÃO DE SOM E ILUMINAÇÃO PARA FESTAS DE
PEQUENO PORTE**



Aliança
Som e Iluminação

PRESIDENTE EPITÁCIO

2019

CRISTIANE DO NASCIMENTO GODOY SOUZA
DOROTÉIA COSTA ARAÚJO
GIULIANE CASTRO DO NASCIMENTO
GLEBSON OLIVEIRA DA SILVA
NILMAR CARDOSO LIMA

PLANO DE NEGÓCIO: LOCAÇÃO DE SOM E ILUMINAÇÃO PARA FESTAS DE
PEQUENO PORTE



Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Administração do
Instituto Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia de São Paulo (IFSP), como requisito
parcial à obtenção do título de Técnico em
Administração.

Orientadores: Antônio Marcos Tomé.
Marcelo Roberto Zorzan.
Mirella Novais Oliveira.

**CRISTIANE DO NASCIMENTO GODOY SOUZA
DOROTÉIA COSTA ARAÚJO
GIULIANE CASTRO DO NASCIMENTO
GLEBSON OLIVEIRA DA SILVA
NILMAR CARDOSO LIMA**

**PLANO DE NEGÓCIO: LOCAÇÃO DE SOM E ILUMINAÇÃO PARA
FESTAS DE PEQUENO PORTE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Administração do
Instituto Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia de São Paulo (IFSP), Como requisito
parcial à obtenção do título de Técnico em
Administração.

Orientadores: Antônio Marcos Tomé.

Marcelo Roberto Zorzan.

Mirella Novais Oliveira.

BANCA EXAMINADORA

Karla Andressa

Marcelo Roberto Zorzan

Mirella Novais Oliveira

Presidente Eptácio, 09/12/2019

AGRADECIMENTOS

O nosso agradecimento reconhece cada passo que demos até aqui, cada cansaço e cada esforço oferecido para aprimorar e consolidar o conhecimento que hoje reside em nós. Por isso, agradecer deve ser a atitude mais nobre de um ser humano.

Agradecemos primeiramente a Deus, que nos abençoou e nos auxiliou com sabedoria e paciência para conclusão desse projeto.

Aos nossos entes queridos, que nos apoiaram em cada etapa.

Agradecemos também nossos orientadores pelo auxílio neste trabalho de conclusão de curso.

À estrutura do Instituto Federal, Campus Presidente Epitácio, que contribuiu e contribuirá para nossas vidas profissionais.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Cidade onde entrevistados residem.	18
Gráfico 2 - Renda Individual mensal.	19
Gráfico 3 - Nível de escolaridade dos entrevistados.	20
Gráfico 4 - Frequência em festas ou eventos.....	21
Gráfico 5 - Tipos de eventos e festas frequentados.	21
Gráfico 6 - Contratação de locação de equipamentos de som e iluminação.....	22
Gráfico 7 - Pontos fortes com contratações realizadas com outras empresas.	23
Gráfico 8 - Pontos fracos com contratações de outras empresas.	24
Gráfico 9 - Disposição para locação de equipamentos de som e iluminação.....	24
Gráfico 10 - Quantas vezes contrataria os serviços dentro de um ano.	25
Gráfico 11 - Período de realização de festa	26
Gráfico 12 - Disposição a pagar para prestação de serviços de som e iluminação. .	26
Gráfico 13 - Formas de Pagamento.	27
Gráfico 14 - Atenção em festas ou eventos.....	28
Gráfico 15 - Gerador de Energia para emergências.....	29
Gráfico 16 - Loja Física.	29
Gráfico 17 - Pontos essenciais para contratação.	30

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Máquinas e Equipamentos	62
Tabela 2 - Móveis e utensílios	63
Tabela 3 - Veículo	65
Tabela 4 - Contas a receber	65
Tabela 5 - Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias	66
Tabela 6 - Caixa Mínimo	66
Tabela 7 - Investimentos pré-operacionais.....	67
Tabela 8 - Investimento total	67
Tabela 9 - Faturamento Mensal	68
Tabela 10 - Custos de comercialização e impostos	69
Tabela 11 - Custo de colaboradores	70
Tabela 12 - Depreciação de bens e equipamentos	70
Tabela 13 - Custos Fixos Operacionais.....	71
Tabela 14 - Demonstrativo do Resultado do Exercício.....	72
Tabela 15 - Ponto de equilíbrio	73
Tabela 16 - Lucratividade	73
Tabela 17 - Rentabilidade	73
Tabela 18 - Prazo de Retorno de investimento	74
Tabela 19 - Índice de Margem de Contribuição.....	74
Tabela 20 - Margem de Contribuição	74
Tabela 21 - Cenários.....	77

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Empreendedor 1.....	13
Quadro 2 - Empreendedor 2.....	14
Quadro 3 - Dados do Empreendimento.....	14
Quadro 4 - Dados do Empreendimento.....	16
Quadro 5 - Fornecedor de equipamentos de iluminação.	34
Quadro 6 - Fornecedor de equipamentos para efeitos especiais.....	34
Quadro 7 - Fornecedor de estruturas metálicas	35
Quadro 8 - Fornecedor de geradores de energia elétrica.....	36
Quadro 9 - Fornecedor de Moveis e eletrônicos	37
Quadro 10 - Monitores/Projetores de imagem.....	38
Quadro 11 - Pacote de Som.....	40
Quadro 12 - Pacote Basic	41
Quadro 13 - Pacote Plus	42
Quadro 14 - Pacote Premium.....	44
Quadro 15 - Pacote Adicionais.....	45
Quadro 16 - Endereço da empresa e contato	50
Quadro 17 - Funcionário atendente.....	61
Quadro 18 - Funcionário Auxiliar de Montagem	61

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Pacote de som, vista frontal.....	40
Figura 2 - Pacote de som, vista aérea/lateral.....	41
Figura 3 - Pacote Basic, vista frontal.....	41
Figura 4 - Pacote Basic, vista aérea/lateral.....	42
Figura 5 - Pacote Plus, frontal.....	43
Figura 6 - Pacote Plus, vista aérea/lateral.....	43
Figura 7 - Pacote Premium, vista frontal.....	44
Figura 8 - Pacote Premium, vista aérea/lateral.....	45
Figura 9 - Página inicial do site.....	47
Figura 10 - Pagina de apresentação de serviços.....	48
Figura 11 - Pagina de contratação de serviços.....	48
Figura 12 - Página de carrinho de compras.....	49
Figura 13 - Pagina de contato e localização da empresa.....	49
Figura 14 - Cadastro de conta.....	50
Figura 15 - Planta Baixa total do prédio.....	51
Figura 16 - Planta Baixa da recepção.....	52
Figura 17 - Planta baixa showroom.....	52
Figura 18 - Planta baixa sala de depósito e banheiros.....	52
Figura 19 - Fachada.....	53
Figura 20 - Sala de atendimento, vista frontal.....	53
Figura 21 - Sala de atendimento, vista recuada.....	54
Figura 22 - Sala de demonstração 1.....	54
Figura 23 - Sala de demonstração 2.....	55
Figura 24 - Sala de demonstração 3.....	55
Figura 25 - Sala de armazenamento de equipamentos 1.....	56
Figura 26 - Sala de armazenamento de equipamentos 2.....	56
Figura 27 - Fluxograma de processo de atendimento ao cliente da Aliança Som e Iluminação.....	58
Figura 28 - Fluxograma de processos dos serviços.....	59
Figura 29 - Cronograma de Colaboradores.....	60

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES.....	13
1.2	DADOS DO EMPREENDIMENTO.....	14
1.3	MISSÃO DA EMPRESA.....	14
1.4	VISÃO DA EMPRESA	14
1.5	VALORES DA EMPRESA.....	15
1.6	SETOR DE ATIVIDADES	15
1.7	FORMA JURÍDICA	15
1.8	ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO	15
1.9	CAPITAL SOCIAL.....	16
2	ANÁLISE DE MERCADO	17
2.1	ESTUDO DOS CLIENTES.....	17
2.2	ANÁLISE DOS CONCORRENTES.....	31
2.3	ESTUDO DOS FORNECEDORES	33
3	PLANO DE MARKETING	39
3.1	DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS.....	39
3.2	POLÍTICA DE PREÇOS.....	40
3.3	ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS.....	46
3.4	ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO.....	47
3.5	LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO.....	50
4	PLANO OPERACIONAL	51
4.1	LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO	51
4.2	CAPACIDADE DE SERVIÇOS	57
4.3	PROCESSOS OPERACIONAIS.....	57
4.4	NECESSIDADE DE PESSOAL.....	60
5	PLANO FINANCEIRO	62
5.1	ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS	62
5.2	CAPITAL DE GIRO.....	65
5.3	INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	67
5.4	INVESTIMENTO TOTAL.....	67
5.5	ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA	68

5.6	ESTIMATIVA DE CUSTO DE MATÉRIA-PRIMA, MATERIAIS DIRETOS E TERCEIRIZAÇÕES.....	68
5.7	ESTIMATIVA DE CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO.....	69
5.8	APURAÇÃO DE CUSTOS DE MERCADORIAS VENDIDAS	69
5.9	ESTIMATIVAS DE CUSTOS DE MÃO DE OBRA	69
5.10	ESTIMATIVA DE CUSTOS DE DEPRECIAÇÃO.....	70
5.11	ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENS AIS.....	71
5.12	DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS.....	71
5.13	INDICADORES DE VIABILIDADE	72
5.14	CONCLUSÃO DO PLANO FINANCEIRO.....	74
6	CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS	77
7	AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	78
7.1	ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A.	79
8	AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO	82
	REFERÊNCIAS	83

SUMÁRIO EXECUTIVO

O presente trabalho de conclusão de curso é um plano de negócio para constatar a viabilidade da empresa Aliança Som e Iluminação para festas e eventos, no qual foi feita uma análise de mercado na cidade de Presidente Epitácio e cidades vizinhas. Foram delineados fatores importantes para viabilidade do negócio, como análises financeiras, plano operacional, plano de marketing e análise mercadológica.

A empresa em questão trabalhará com equipamentos estruturais para festas com equipamentos tecnológicos modernos, no qual contará com uma loja física para o atendimento presencial e um site para que os futuros clientes possam conhecer e contratar os serviços, além de contar com chat online para tirar dúvidas com o prazo de resposta máximo de 12h após o contato. A empresa conta ainda com 4 (quatro) pacotes pré-definidos e com opções de equipamentos adicionais, conforme a vontade do cliente.

Outro diferencial será um *Showroom* moderno e equipado, que permanecerá montado no espaço da loja física para que o cliente possa ter uma noção de como ficará a estrutura no evento, tendo em vista que a maioria das empresas apresentam seus trabalhos apenas por fotografia e vídeos. Logo, essa apresentação diferenciada caracteriza-se como algo inédito na região, garantindo assim que a Aliança Som e iluminação realize um trabalho de Excelência, qualidade no atendimento e no serviço profissional, sendo reconhecida por garantir e realizar sonhos de seus clientes.

1 INTRODUÇÃO

O ser humano desde os primórdios reconhece no outro um sentido de coexistência, o que faz dele um animal sociável no mais intrínseco sentido da expressão. Nesse contexto de socialização, sempre promove oportunidades de confraternizar conquistas e estas são cada vez mais unidas às formas organizadas de promoção de eventos.

Entretanto, esses eventos também podem estar ligados a dimensão do mercado com a pretensão de gerar capital com celebrações para mostras e exposições, talvez essa forma esteja a um contexto mais contemporâneo. No Brasil segundo Coutinho (2010), “Com base nos registros do Ministério da Indústria e Comércio, a organização de eventos surgiu com a realização de feiras ao ar livre, o que se assemelha a formas de festividades para promoção de escambo, quando as moedas ainda eram escassas e havia um contexto no qual o homem estava próximo das produções de itens de suas necessidades básicas. Ainda segundo Matias (2007), esses eventos foram evoluindo de feiras simples e não ordenadas para festividades estruturadas, com recursos mais tecnológicos e pirotécnicos. No Brasil o marco para a produção de eventos passou a ser o carnaval de 1849, que foi evoluindo e estendendo-se para tantos outros segmentos apeladores de um ato mais chamativo, que pudesse cativar as pessoas para os interesses pretendidos pelo organizador com som, iluminação e mecanismos que pudessem produzir experiências sensoriais impactantes.

Diante do exposto acima, criou-se um conceito mais encorpado, no qual o SENAC (2000) apresenta “Evento” como um acontecimento previamente planejado, a ocorrer num mesmo tempo e lugar, como forma de minimizar esforços de comunicação, objetivando o engajamento de pessoas a uma ideia ou ação. Esse modelo também se estendeu às organizações de eventos particulares que reúnem números mais restritos, mas nem por isso menos fascinante.

Em se tratando de tipologias de eventos o pensador Zanella (2003) irá afirmar que “evento” é:

[...] uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos, e estabelecer contatos de natureza comercial, cultural, esportiva, social, familiar, religiosa, científica, etc.

Segundo SEBRAE (2017), a locação de som e iluminação para eventos de pequeno porte é um modelo de negócio que está bem ativo e atende vários momentos festivos como: aniversários, casamentos, confraternizações, palestras, apresentação de teatro, feiras, exposições, eventos religiosos e festas beneficentes, o Brasil está na 9ª posição na lista mundial que realiza eventos comemorativos:

[...] dados oficiais revelam que o Brasil ocupa a 9ª posição na lista mundial de países que mais realizam eventos no segmento MICE (Meetings, Incentive, Congress and Events), isto é, Encontros, Congressos e Eventos. Em se tratando de estatística no continente Americano, o País ocupa a segunda posição, ficando atrás apenas dos Estados Unidos. A cidade brasileira que mais recebeu eventos internacionais em 2013 foi o Rio de Janeiro, seguida de São Paulo, segundo ranking da International Congress and Convention Association (ICCA), reconhecida entidade mundial do setor de eventos. Em 2013 o Brasil recebeu 315 congressos e convenções de negócios, o que representa 61% dos eventos realizados no país.

Ainda segundo SEBRAE (2017), o setor de *live marketing* é conhecido no Brasil pelas ações que promovem qualquer experiência viva e ao vivo entre marcas e consumidores. Assim sendo, pode-se citar as seguintes movimentações do capital:

[...] movimentaram US\$ 21,8 bilhões no Brasil em 2013, um número 5,5% maior que o resultado de 2012. Desse montante, a maior fatia foi para o segmento de eventos (21% – US\$ 4,6 bilhões), seguido pelo investimento em feiras e estandes (18%) e ações de relacionamento e fidelização das marcas (17,9%). Estes dados são de um levantamento feito com cerca de 70 agências especializadas brasileiras para o Anuário Brasileiro de Marketing Promocional 2014.

Com o grande crescimento de busca ao serviço de prestação de sonorização e iluminação faz-se lógica a compreensão de que a Aliança Som e Iluminação surja para atender o município de Presidente Epitácio e Região, pelo fato desse município ser divisa de dois estados, possibilitando à empresa atender toda a região do Oeste Paulista no estado de São Paulo e a região leste do estado de Mato grosso do sul.

A empresa Aliança Som e Iluminação atenderá eventos de pequeno porte, buscando atender as expectativas dos seus clientes, assegurando-lhes total satisfação quanto aos seus sonhados eventos, tendo total responsabilidade e profissionalismo. Desde a contratação dos serviços, a empresa se compromete a

atender toda personalização a serem executadas no dia do evento, escolhas de músicas, iluminação ambiente do tipo cênica, montagem de estruturas metálicas e pista de dança com iluminação, contará com reaproveitamento do espaço físico para guardar os equipamentos, deixando toda estrutura para demonstração com os equipamentos montados, dando assim ao cliente uma experiência de como seria sua festa e possivelmente fechando a contratação.

1.1 DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES.

Quadro 1 – Empreendedor 1

Nome: Glebson Oliveira da Silva		
Endereço: Rua Bahia, Nº001, Centro, Cidade/Estado: Presidente Epitácio-SP		
Telefone: (18) 9999-9999		
Naturalidade: Brasileiro	Idade: 25 anos	Estado Civil: Solteiro
Experiência Profissional:		
- Assistente Administrativo, Assistente de Departamento Pessoal.		
Formação Acadêmica:		
-Ensino Superior Completo em Tecnologia e Programador em Sistema para Internet; Faculdade de Presidente Epitácio – SP, grupo UNIESP – 2013-2015.		
-Cursando Técnico em Administração – IFSP Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, Campus Presidente Epitácio – 2018-2019.		

Quadro 2 - Empreendedor 2

Nome: Nilmar Cardoso Lima		
Endereço: Rua Rio São Francisco, N°001, Cidade/Estado: Presidente Epitácio – SP		
Telefone: (18) 9999-9999		
Naturalidade: Brasileiro	Idade: 26 anos	Estado Civil: Solteiro
Experiência Profissional:		
- Experiência com atuação atual em Buffet de eventos, como auxiliar geral. Atuou em vendas e no caixa de empresas de cursos profissionalizantes.		
Formação Acadêmica:		
- Cursando Técnico em Administração – IFSP Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, Campus Presidente Epitácio – 2018-2019.		

1.2 DADOS DO EMPREENDIMENTO

Quadro 3 - Dados do Empreendimento

Nome Fantasia	Aliança Som e Iluminação
Razão Social	Aliança Som e Iluminação LTDA ME
CNPJ	27.198.231/0001-05 (fictício)

1.3 MISSÃO DA EMPRESA

Proporcionar as pessoas e empresas da região a concretizarem seus projetos para realizações de eventos com qualidade de atendimento em som e iluminação ambiente, oferecendo o diferencial de *showroom*.

1.4 VISÃO DA EMPRESA

Ser uma empresa de referência, reconhecida no mercado como a melhor opção na prestação de serviço do ramo de som e iluminação por seus clientes, colaboradores, comunidade e fornecedores, bem como desempenhar com comprometimento a qualidade de serviços e relacionamentos.

1.5 VALORES DA EMPRESA

- Qualidade
- Profissionalismo
- Competência
- Responsabilidade

1.6 SETOR DE ATIVIDADES

A Aliança Som e Iluminação trabalha com prestação de serviços, e não atua na comercialização de produtos para revenda e nem entrega dos mesmos.

De acordo com o IBGE (2019), “A Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE é a 9001-9/06 Atividades de sonorização e de iluminação, praticando as atividades de locação de equipamento de som com operador, equipamentos de iluminação cênica e locação de telão com operador”.

1.7 FORMA JURÍDICA

Sociedade Limitada – LTDA, esta sociedade pode ser composta por, no mínimo dois sócios, podendo ser constituída por pessoas físicas ou até mesmo pessoa jurídica. A responsabilidade de cada sócio é limitada ao valor de suas cotas, mais todos respondem solidariamente pela integralização do capital social. Não há limite de capital para sua formação, é dividido em quotas de valor igual ou não, e pode ser integralizado em moeda corrente, bens ou direito, sendo vedado a contribuição para o capital com a prestação de serviços.

A legislação Brasileira assinala como requisito ao enquadramento como ME (Microempresa) ou também como EPP (Empresa de Pequeno Porte) o faturamento da empresa, podendo assim exercer a modalidade de sociedade limitada, resultando em empresa LTDA ME (Microempresa), ou seja, empreendimentos que visam ao lucro e que apresentam um faturamento anual de até R\$ 360 mil.

1.8 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

De acordo com a RECEITA FEDERAL (2019), “Simples Nacional destina-se às micro e pequenas empresas que se beneficiarão da redução e simplificação para recolhimentos de tributos federais, estaduais e municipais em única guia, esse benefício está previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006”.

Para se enquadrar na opção do Simples Nacional está sujeito à aprovação da Receita Federal e considera que a atividade e a estimativa de faturamento anual da empresa não podem passar o teto máximo de R\$ 4,8 milhões em 2019, pois este valor pode sofrer reajuste. A lei também prevê benefícios quanto a desburocratização, acesso ao mercado, ao crédito e a justiça, o estímulo à inovação e à exportação.

1.9 CAPITAL SOCIAL

Capital Social é o valor que os sócios ou acionistas estabelecem para sua empresa no momento da abertura, será necessário um Capital Social total R\$ 142.000,00 para que se possa realizar o mesmo.

Quadro 4 - Dados do Empreendimento

	Nome do Sócio	Valor (R\$)	% da Participação
Sócio 1	Glebson Oliveira da Silva	R\$ 71.000,00	50%
Sócio 2	Nilmar Cardoso Lima	R\$ 71.000,00	50%
TOTAL		R\$ 142.000,00	100%

Fonte: Os próprios autores.

2 ANÁLISE DE MERCADO

Para um maior nível de êxito e sucesso para este plano de negócio, foi elaborado um questionário para analisar com maior precisão o mercado no qual será inserido o projeto e o quanto a população da região de Presidente Epitácio-SP aceitará esse tipo de prestação de serviço da Aliança Som e Iluminação. Sendo assim, a pesquisa está organizada pelas análises de estudos dos clientes, estudo de concorrentes e estudo de fornecedores.

2.1 ESTUDO DOS CLIENTES

A pesquisa foi elaborada com 50% dos entrevistados em modo físico e os outros 50% de maneira virtual, a pesquisa coletou 200 formulários no mês de maio de 2019 com possíveis interessados, que fizeram ou pretendem realizar eventos com a prestação de serviço de som e iluminação profissional. Para melhor conhecimento do perfil de possíveis contratantes, foi analisado a faixa etária, a pretensão de pagamento pelo serviço, classe de renda mensal, nível de escolaridade e se já contratou este tipo de prestação de serviço em nossa região.

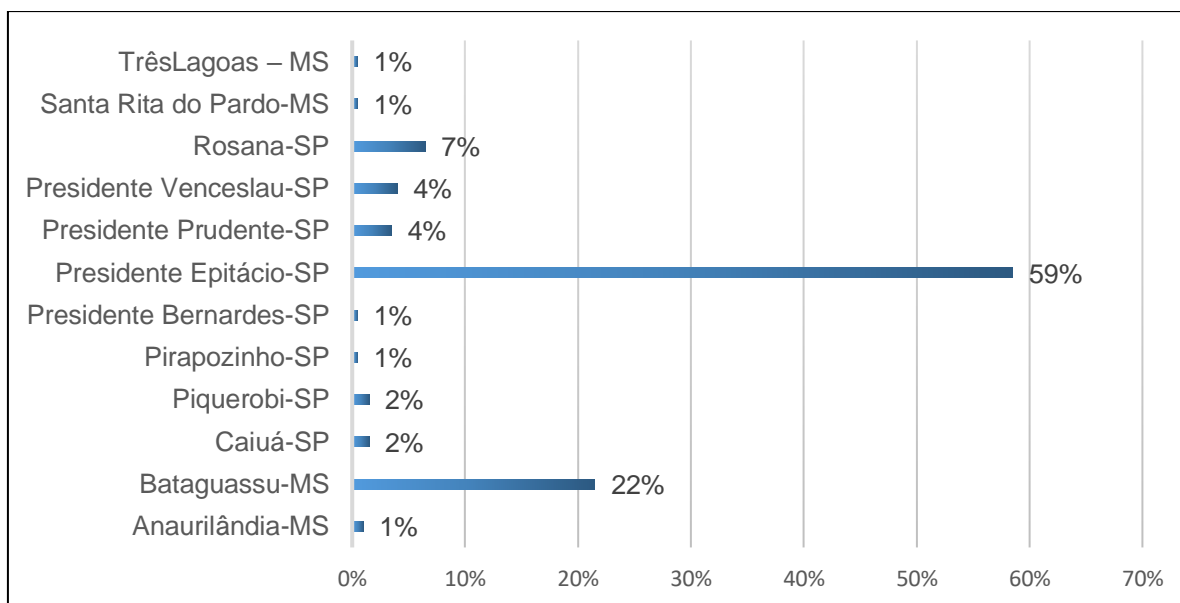
As pesquisas em modo físico foram realizadas durante o período do dia na Avenida Presidente Vargas. Antes da realização da pesquisa foi informado sobre o teor da mesma e se os entrevistados teriam interesse em contratar ou se já contrataram prestação de serviço desse segmento para eventos, com isso os formulários foram respondidos e finalizados.

A pesquisa virtual foi elaborada pelo Google formulário com introduções para que o respondente fosse seguindo passo a passo a ordem das perguntas, disponibilizado por link e enviados para grupos da rede social *Whatsapp*, totalizando 100 respondentes virtuais.

Conforme o resultado da pesquisa o segmento de evento mais realizado é o de aniversário e casamento. Com esse resultado o foco maior será os dois tipos de evento. O pacote que maior se encaixa nesse tipo de prestação de serviço será o pacote *basic*, que será apresentado no plano de marketing.

O Gráfico 1 mostra o local onde os entrevistados residem.

Gráfico 1 - Cidade onde entrevistados residem.



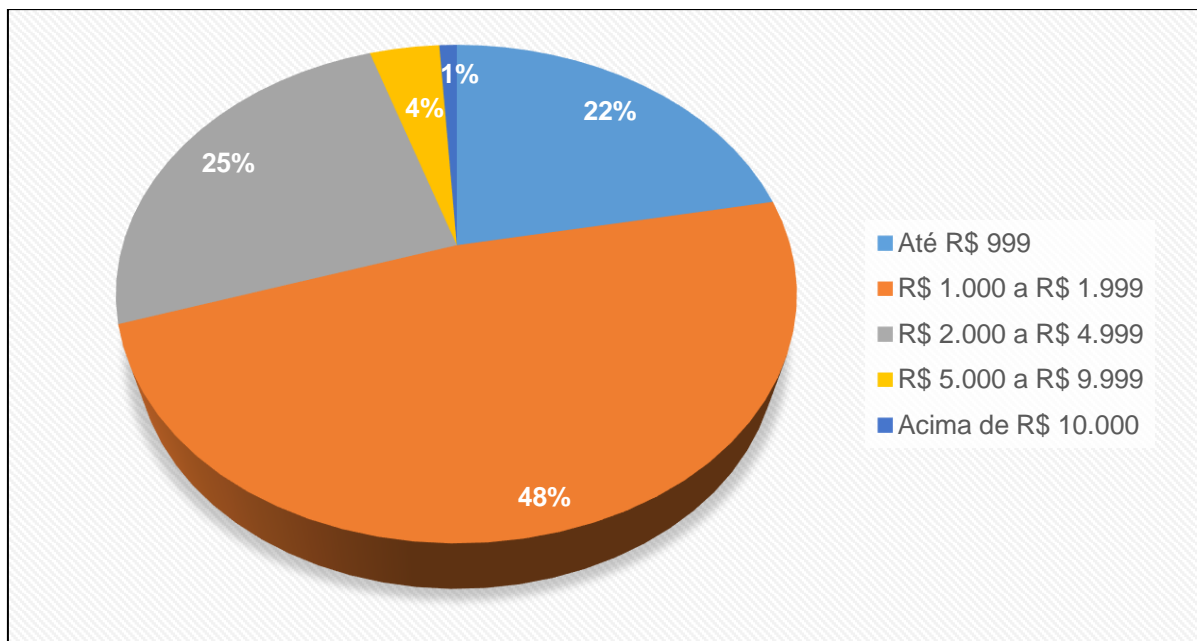
Fonte: Os próprios autores.

Ao analisar o Gráfico 1 é possível observar que o maior número de entrevistados está localizado na cidade de Presidente Epitácio no estado de São Paulo, seguido da cidade de Bataguassu do estado de Mato Grosso do Sul. Com a empresa estabelecida no município de Presidente Epitácio, no qual obteve-se maior número de entrevistados, é possível realizar a prestação de serviço no entorno do município listados no gráfico.

O município de Bataguassu, sendo a segunda na classificação em população dos entrevistados, mostra que a prestação de serviço da Aliança Som e Iluminação poderá ter chances de atender possíveis clientes, criar competitividade devido a distância do município de Presidente Epitácio com o município de Bataguassu, sendo próximo, oferecer valores a nível dos concorrentes locais e da região. As demais cidades, mesmo não obtendo maiores números de entrevistados, serão atendidas também pela empresa, por estar dentro do alcance estratégico ao atendimento regional que será em média de 120km.

A seguir o Gráfico 2 mostra a renda mensal individual financeira.

Gráfico 2 – Renda Individual mensal.

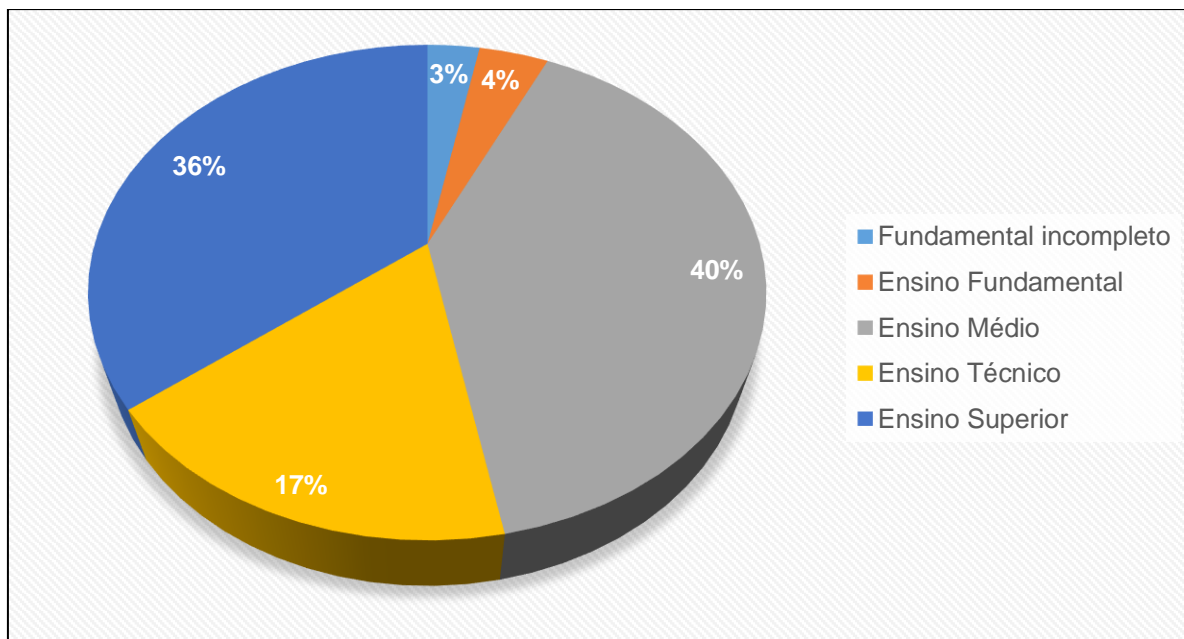


Fonte: Os próprios autores.

É importante analisar a faixa de renda dos entrevistados pois através dele é possível cruzar com as informações do qual informa quanto os entrevistados estariam dispostos a pagar aos serviços. Como apresentado no Gráfico, é possível identificar que o maior grupo se concentra com 48% na faixa de renda de R\$ 1.000,00 a R\$ 1.999,00; sendo possível para essa faixa de renda contratar com planejamento alguns dos pacotes da Aliança Som e Iluminação com opção de parcelamento dos valores ilustrados no plano de marketing.

O Gráfico 3 apresenta a média de escolaridade levantada com a pesquisa.

Gráfico 3 – Nível de escolaridade dos entrevistados.

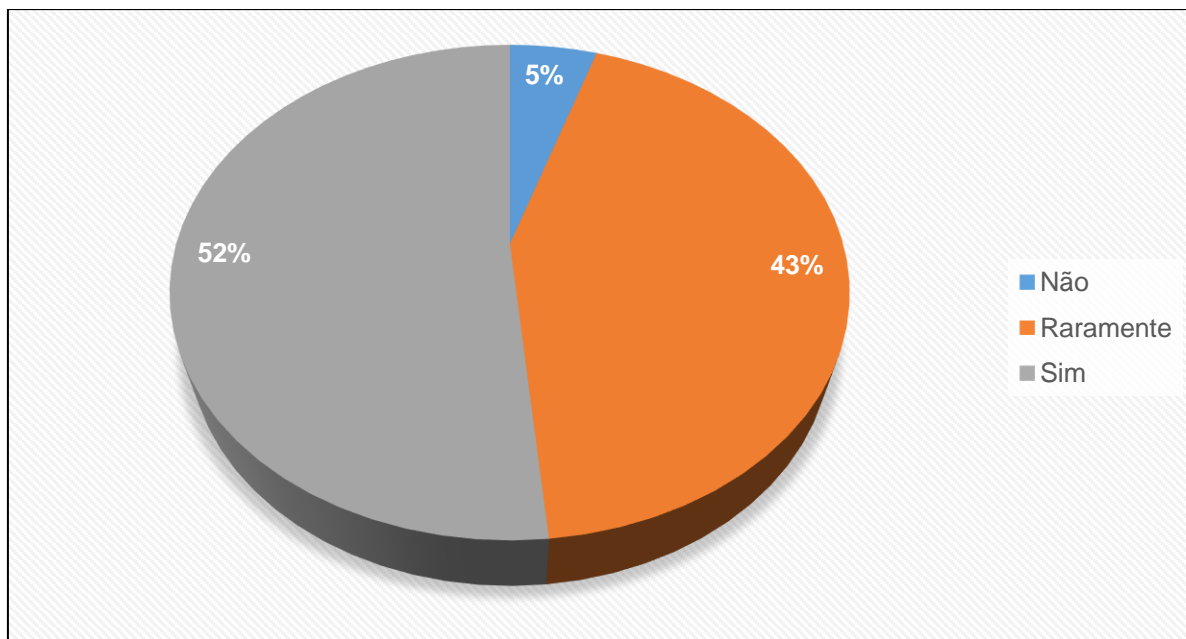


Fonte: Os próprios autores.

É possível verificar que o maior número dos entrevistados se encontra com nível de escolaridade em Ensino Médio com 40%, seguido de Ensino Superior com 36%, o menor grupo com 3% se encontra com Ensino Fundamental incompleto. O nível de escolaridade é importante para o negócio, pois alunos do Ensino Médio e estudantes de cursos superiores podem se interessar em contratar esse tipo de prestação de serviço para possíveis eventos de formatura na conclusão de sua vida acadêmica.

O Gráfico 4 mostra a frequência com que os entrevistados frequentam as festas.

Gráfico 4 – Frequência em festas ou eventos.

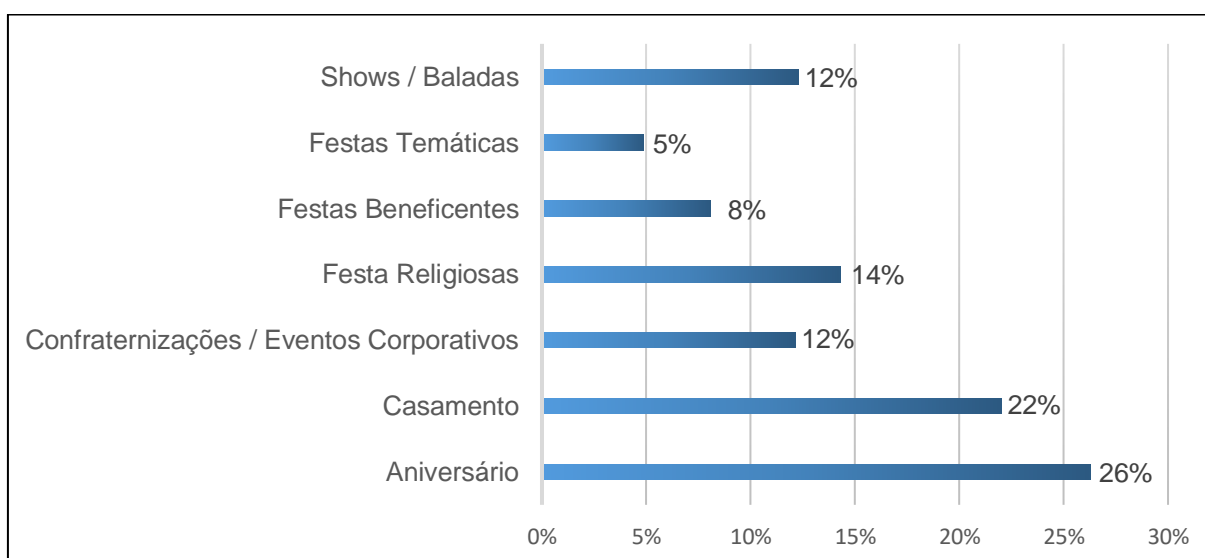


Fonte: Os próprios autores.

A pesquisa mostra que 52% dos entrevistados confirmaram que frequentam festas ou eventos e 43% raramente participam. Como é observado mais da metade dos entrevistados confirmam presença em locais comemorativos e procuram participar de eventos.

É possível observar no Gráfico 5 os tipos de eventos mais frequentados.

Gráfico 5 – Tipos de eventos e festas frequentados.

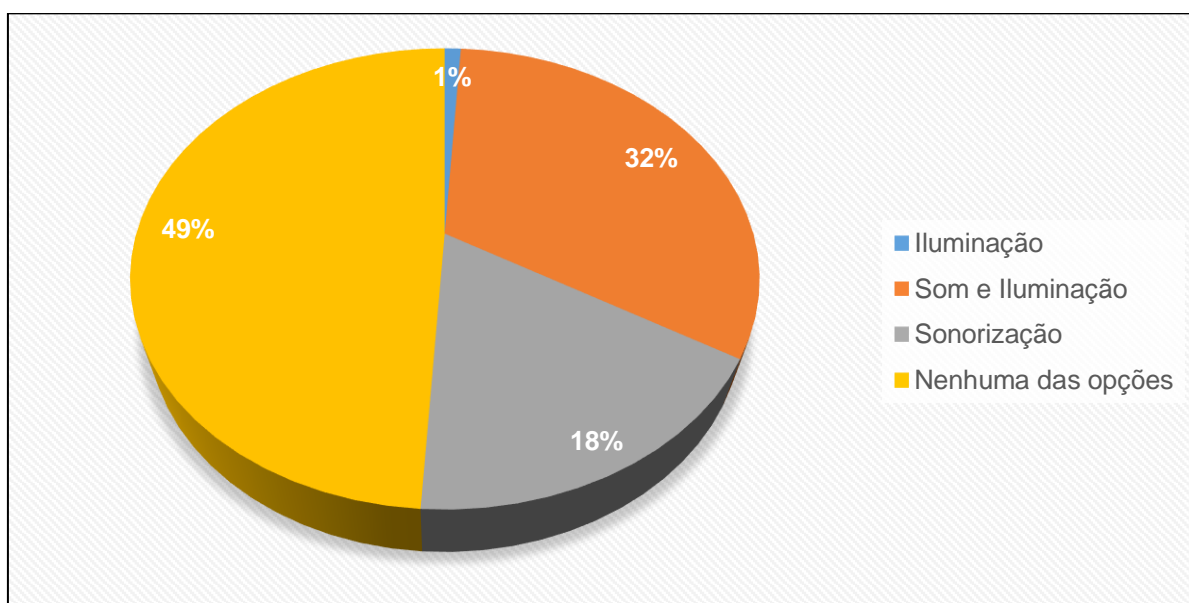


Fonte: Os próprios autores.

Observa-se que a festa de aniversário lidera com 26% de frequência, em seguida vem o casamento com 22% por se tratar de eventos mais frequentes, as festas religiosas ficaram na terceira colocação com 14% de frequentadores. Shows/Balada ficou com 12% de frequentadores, geralmente são jovens que procuram esse tipo de evento. Confraternizações/Eventos corporativos também ficou com 12%, é voltado ao público de colaboradores de empresas privadas e por empresários. Festas beneficentes são frequentados pelo público, mas são frequentados raramente, ficando com 8% da pesquisa. As festas temáticas ficam na última colocação com 5% por se tratarem de eventos mais específicos e não sendo amplo para o público em geral. Essa informação direciona o tipo de cliente que a Aliança Som e Iluminação deve atingir, com estratégias que serão apresentadas no plano de *Marketing*.

O Gráfico 6 apresenta informações dos entrevistados que já contrataram a locação de equipamentos em seus eventos.

Gráfico 6 – Contratação de locação de equipamentos de som e iluminação.



Fonte: Os próprios autores.

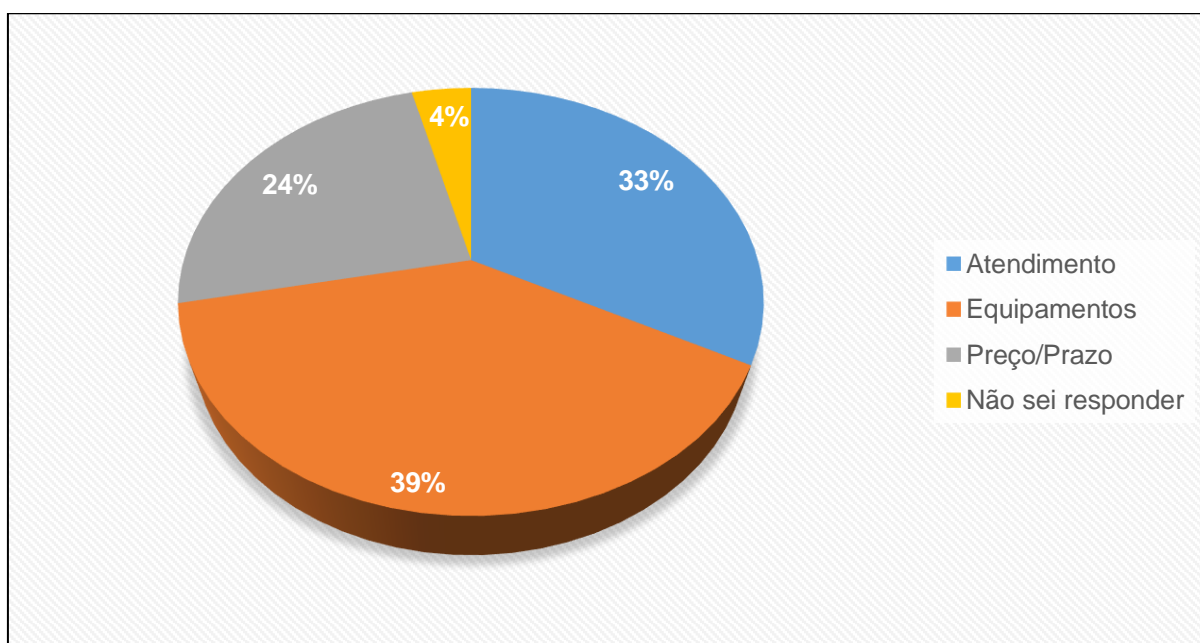
Remetem aos conhecimentos que 32% mostra que os entrevistados já contrataram o pacote completo de som e iluminação. Já 18%, empregaram o uso de serviço de sonorização, sendo apenas 1% para o serviço apenas de iluminação, somando-se assim um total de 51% de contratos realizados com empresas deste

ramo. Pensando neste cenário a Aliança Som e Iluminação criou pacotes para atender as necessidades dos possíveis clientes.

Após a pesquisa, o valor destacado de 49%, representa aqueles que nunca contrataram nenhum tipo do serviço abordados nessa pesquisa, em uma conversa informal com os interrogados ainda estão dispostos a futuramente contratar os serviços caso haja necessidade desses equipamentos.

O Gráfico 7 mostra os pontos fortes que alguns dos entrevistados apontaram ao já ter contratado esse tipo de serviço.

Gráfico 7 - Pontos fortes com experiência às contratações realizadas com outras empresas.

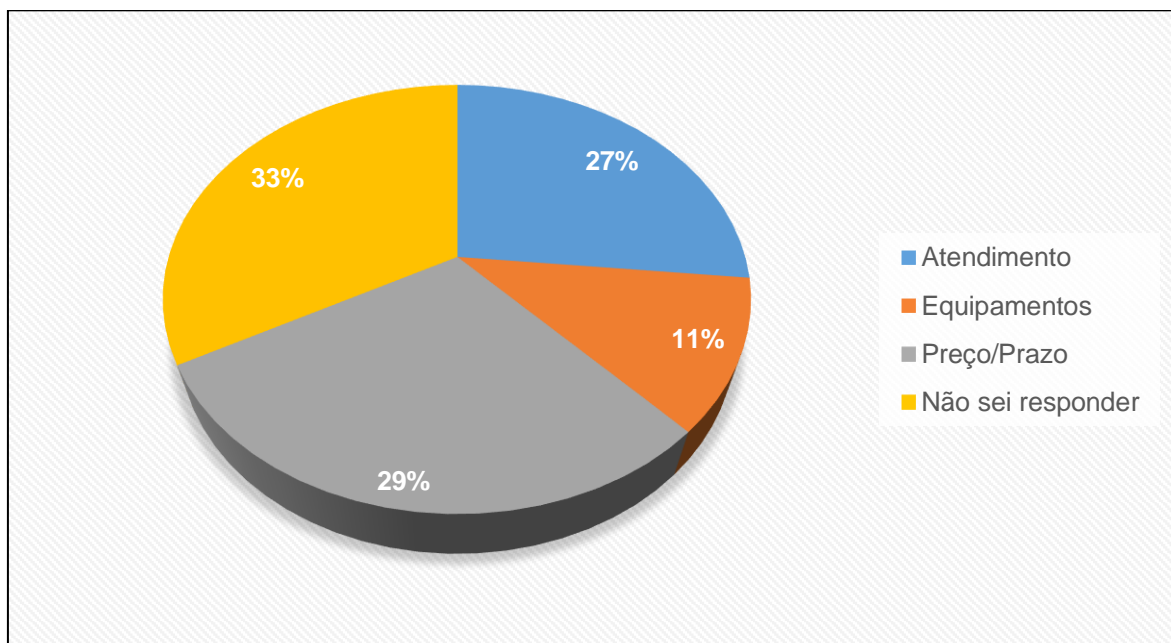


Fonte: Os próprios autores.

Os entrevistados que contrataram os equipamentos de som e iluminação da concorrência informaram os pontos fortes, dessa base é possível que a Aliança Som e Iluminação possa criar estratégias. A qualidade dos equipamentos é um ponto forte pois 39%, informaram que os equipamentos utilizados são de boa qualidade, 33% gostaram do atendimento da concorrência e o que menos agradou foi o preço/prazo com apenas 24%, de aceitação positiva.

O Gráfico 8 - mostra os pontos fracos que os entrevistados apontaram ao contratar o serviço.

Gráfico 8 - Pontos fracos com a experiência nas contratações de outras empresas.

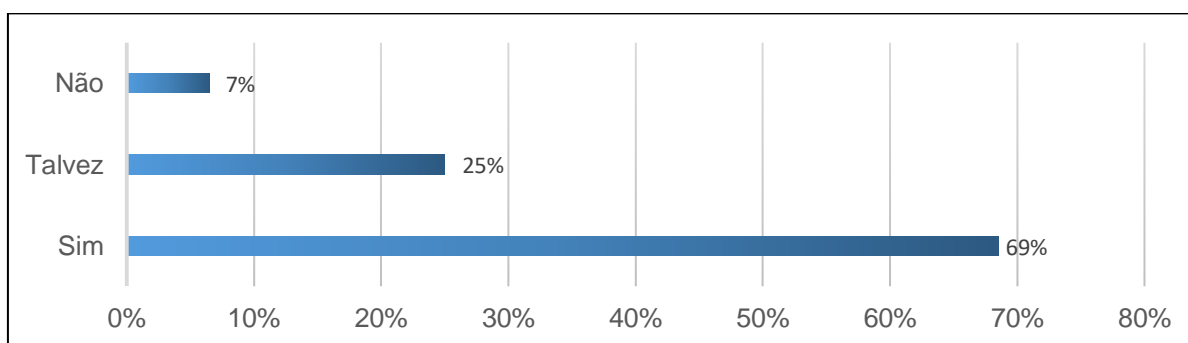


Fonte: Os próprios autores.

Como na questão analisada anteriormente, os entrevistados informaram também os pontos fracos na experiência de contratação dos concorrentes. 33%, não souberam informar os pontos fracos dos concorrentes. Outros 27% não gostaram do atendimento contratado, resultado bem significativo pois atendimento é essencial para relação com os clientes. Dos entrevistados, 11% deles, responderam que os equipamentos foram um dos pontos fracos. No quesito preço/prazo o valor de 29%, mostra o quanto esse fator influencia na contratação do serviço.

O Gráfico 9 apresenta a disposição para a contratação dos serviços.

Gráfico 9 – Disposição para locação de equipamentos de som e iluminação.

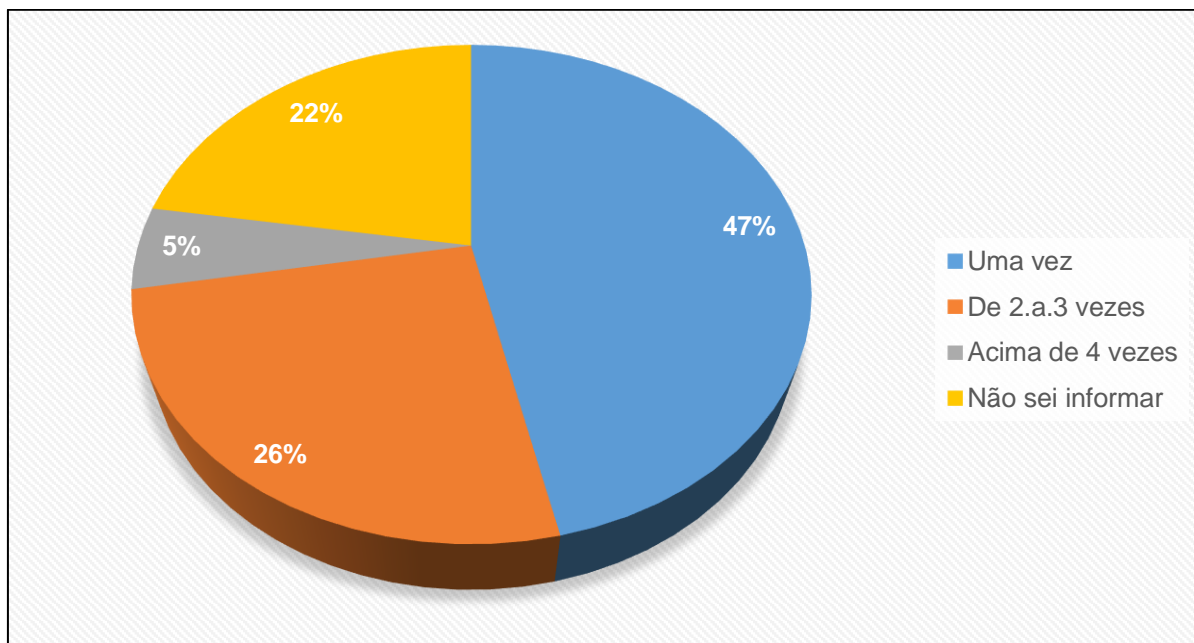


Fonte: Os próprios autores.

Os dados representam a viabilidade mercadológica do projeto inicial na região, pois 69% dos entrevistados estariam dispostos a contratar uma empresa para prestar serviço profissional de som e iluminação em eventos. Fazendo com que as contratações atendam as expectativas dos clientes.

O Gráfico 10 apresenta a média de contratação anual destes serviços.

Gráfico 10 – Quantas vezes contrataria os serviços dentro de um ano.

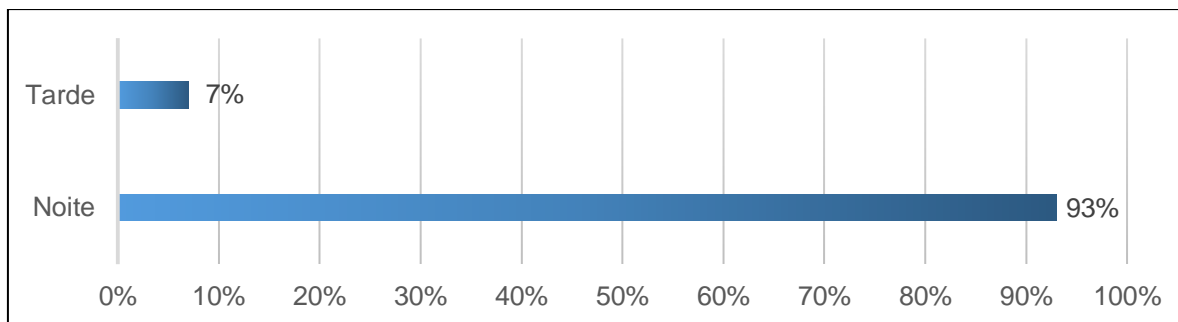


Fonte: Os próprios autores.

Observa-se que 47% dos entrevistados contratariam a prestação de serviço apenas uma única vez ao ano, 26% contratariam duas a três vezes ao ano, 22% não saberia informar e 5% acima de 4 vezes ao ano. Com base nesta informação pode-se criar estratégias de marketing para fidelizar os clientes que contrataram apenas uma vez ao ano, fazer se interessarem em mais contratações futuras e possíveis indicações.

O Gráfico 10 ilustra a indicação de preferência do período do dia para realização do evento ou festa.

Gráfico 11 – Período de realização de festa

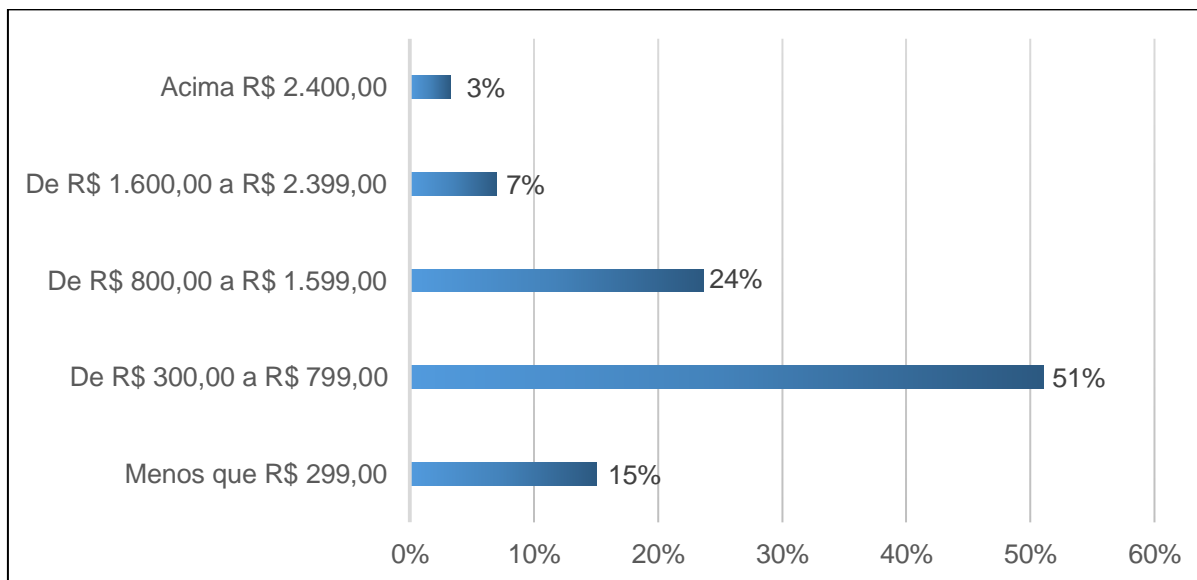


Fonte: Os próprios autores.

Foi questionado em que período os entrevistados optariam em realizar algum tipo de festa ou evento. 93% deles optaram pelo período noturno pela disponibilidade de tempo e aproveitamento, e 7% ficaram os que preferem realizar festas/eventos no período vespertino.

O Gráfico 12 apresenta a quantia que os interrogados estão dispostos a pagar.

Gráfico 12 – Disposição a pagar para prestação de serviços de som e iluminação.



Fonte: Os próprios autores.

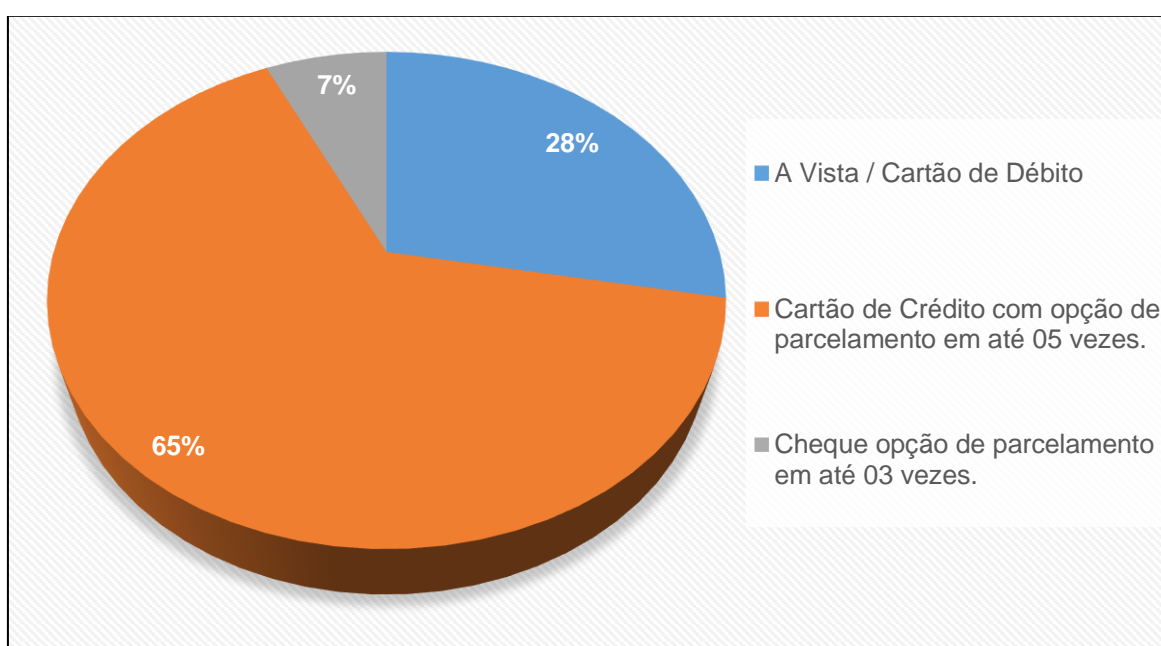
Pode-se analisar que o preço disposto a ser pago pelos entrevistados na prestação de serviço, se concentra em 51% na faixa de R\$ 300,00 a R\$ 799,00; 24% estaria disposto a pagar de R\$ 800,00 a R\$ 1.599,00 e apenas 15% pagaria um valor menor de R\$ 299,00.

A maior concentração de opiniões de valores a serem pagos, comparando a faixa de renda da maioria dos entrevistados, faz com que o pacote básico no valor de R\$ 700,00 tenha um maior encaixe no orçamento dos possíveis clientes.

Esses dados são extremamente importantes para a elaboração dos pacotes e serviços a serem oferecidos aos possíveis clientes.

O Gráfico 13 mostra as formas de pagamento que os interrogados mais utilizam para efetuar pagamentos.

Gráfico 13 – Formas de Pagamento.

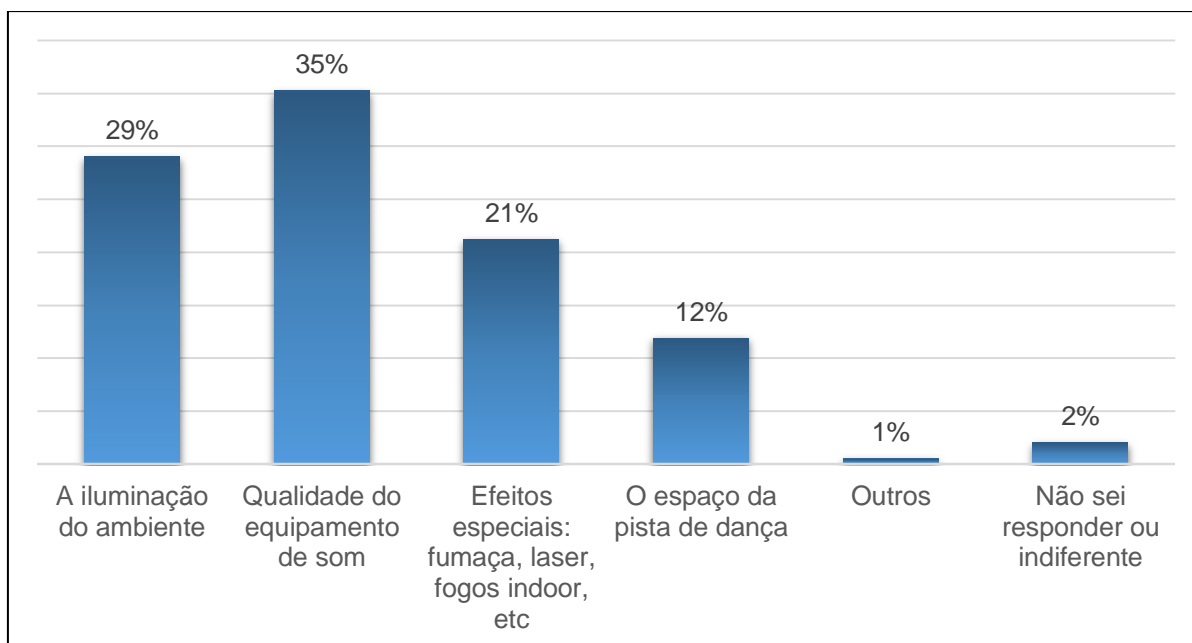


Fonte: Os próprios autores.

Ao analisar os dados referentes a pesquisa, a forma de pagamento mais utilizada é o cartão de crédito com 65%, tendo a opção de parcelamento, o que seria indispensável no negócio, já 28% optaram por pagamento a vista ou cartão de débito. Os demais com 7% dos entrevistados optam pelo pagamento com cheque parcelado em até 3 vezes.

O Gráfico 14 mostra o questionamento sobre o que mais chama a atenção em eventos frequentados pelos entrevistados. Como por exemplo a iluminação, qualidade equipamentos de som, efeitos especiais e espaço da pista de dança.

Gráfico 14 – Atenção em festas ou eventos.



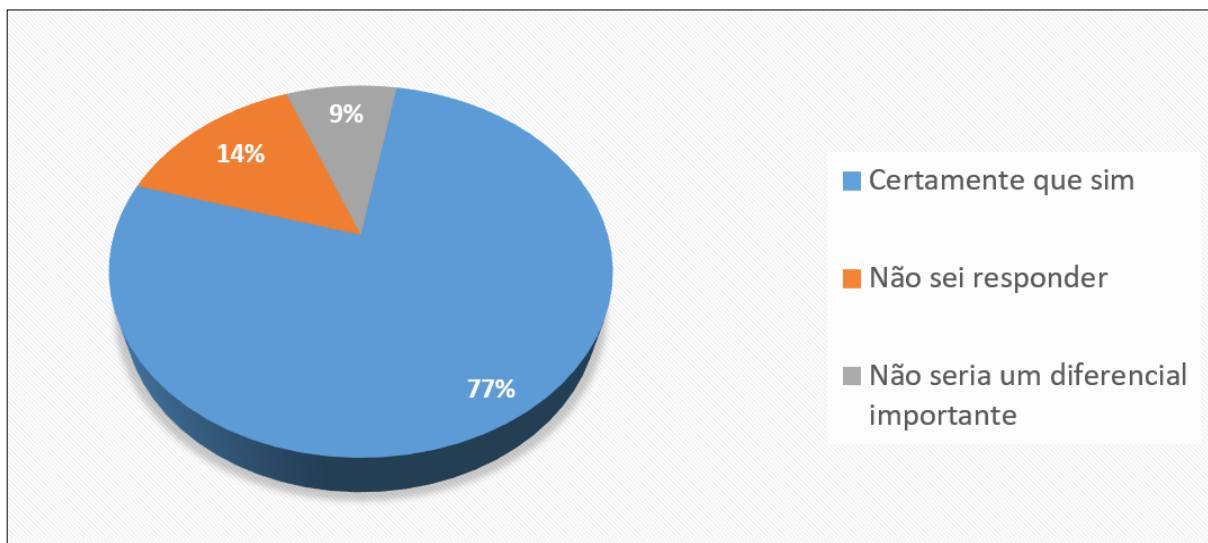
Fonte: Os próprios autores.

Foi questionado quais pontos chamam mais atenção em festas ou eventos, utilizando questão de múltipla escolha. A qualidade do equipamento ficou em primeiro lugar com 35% dos entrevistados, a pesquisa mostra que as pessoas querem contratar equipamentos de ótima qualidade. Em segundo lugar com 29%, ficou os que se preocupam com a iluminação do ambiente. Com 21%, ficando na terceira colocação, os efeitos especiais são apreciados. O espaço da pista de dança é essencial para 12%, ficando em quarto lugar. Apenas 2% não soube responder ou acham indiferentes os pontos informados.

Com isso é importante compreender que a Aliança Som e Iluminação, tem como objetivo oferecer as melhores qualidades de equipamentos em som e iluminação com tecnologia de ponta, porém nunca desprezando os demais quesitos salientados na entrevista e mantendo padrão de qualidade em todos os serviços prestados, tornando assim aquele evento inesquecível ao cliente.

O Gráfico 15 mostra a importância de um gerador de energia em situações emergenciais.

Gráfico 15 – Gerador de Energia para emergências.

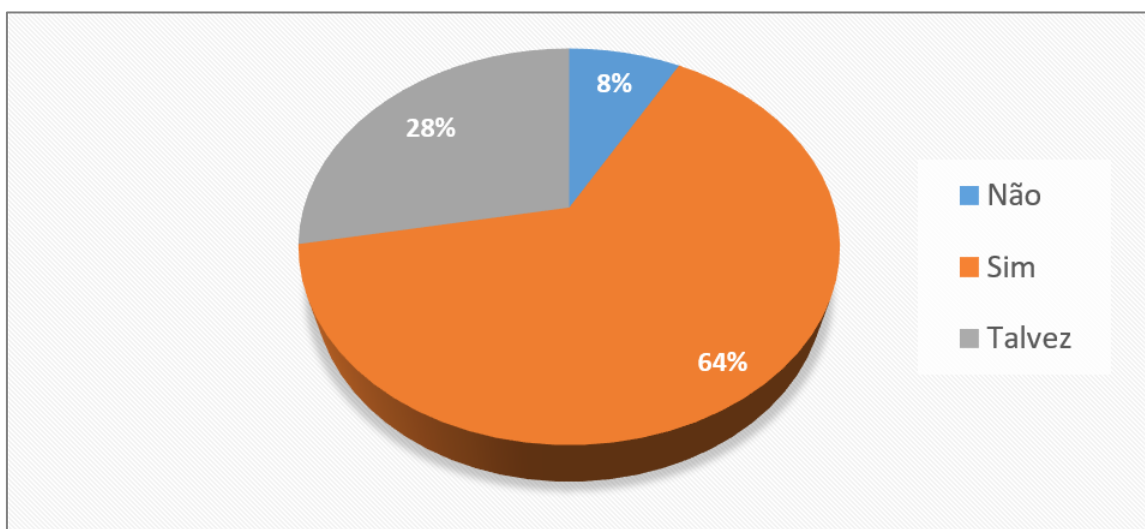


Fonte: Os próprios autores.

O gerador de energia para eventuais quedas ou faltas de energia elétrica durante a realização de festas ou eventos foi bem aceito com 77% dos entrevistados como um diferencial e com pagamento adicional, que poderá ser adquirido separadamente.

O Gráfico 16 aborda a questão da loja física para atendimento e demonstração dos equipamentos a serem contratados.

Gráfico 16 – Loja Física.

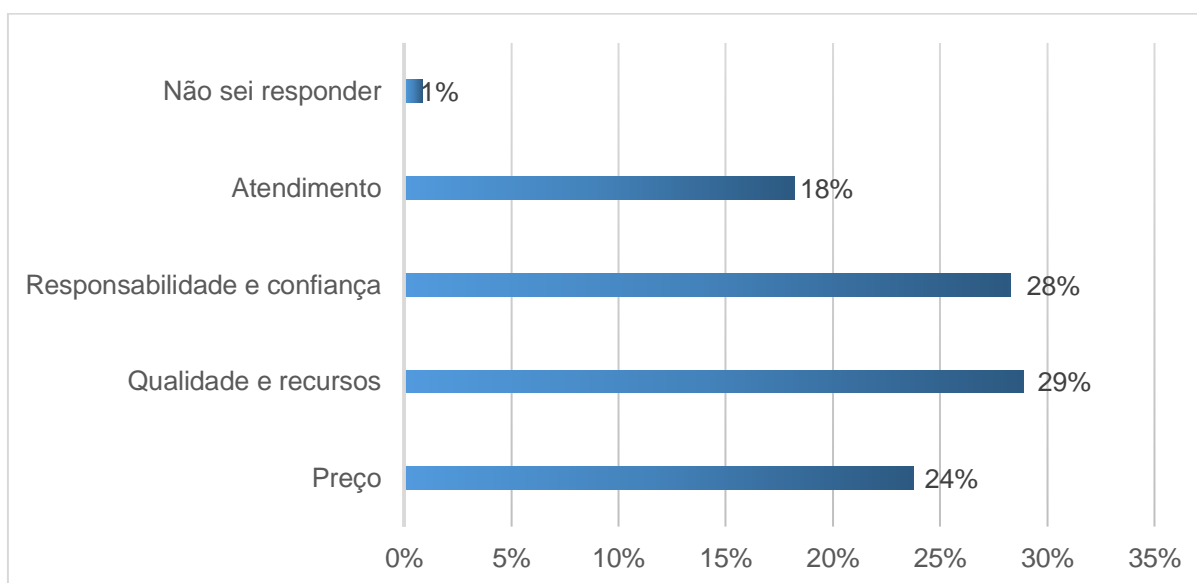


Fonte: Os próprios autores.

A alternativa de uma loja física para demonstração de *showroom* dos equipamentos já montados para visualização, seria um diferencial bem aceito por 64% dos entrevistados, 28% dizem que talvez seria um diferencial e 8% diz que não seria um diferencial. A partir desses dados o serviço de *showroom* se torna viável.

O Gráfico 17 apresenta o fator importante para a contratação da prestação de serviço de Som e Iluminação.

Gráfico 17 – Pontos essenciais para contratação.



Fonte: Os próprios autores.

A análise mostra quais são os fatores importantes para a contratação dessa prestação de serviço, em primeiro lugar com 29%, ficou a qualidade e recursos para atender as necessidades do cliente, em segundo lugar com 28%, os entrevistados prezam pela responsabilidade e confiança. O preço ficou em terceiro lugar com 24% em contra partida no gráfico 8 foi demonstrado que o principal ponto fraco dos concorrentes é a relação entre preço e prazo, que influenciou na contratação dos serviços, porém a qualidade e recursos são essenciais para contratação, por esse motivo é necessário a criação de pacotes para atender os interessados visando suprir as necessidades de preço e tempo hábil de pagamento do pacote contratado, em último lugar com 18% ficou o atendimento ao cliente. Todos esses fatores se tornam uma das metas a ser seguida e atingida nesse negócio.

2.2 ANÁLISE DOS CONCORRENTES.

Esta análise foi elaborada para conhecer alguns pontos fortes e fracos dos possíveis concorrentes para o projeto de negócios da Aliança Som e Iluminação, as informações foram colhidas por contatos via telefone, redes sociais, buscas na internet e indicações de conhecidos. Os dados foram coletados através de orçamentos e perguntas diretas aos mesmos. Esses estudos analisam as formas de pagamentos, preços, e a quanto tempo está atuando no segmento de festa e eventos, ajudando a compreender os desafios e oportunidades que enfrentam cada um. Ao analisar detalhadamente, indicam por quais caminhos deve-se seguir e quais mudanças realizar.

Foram entrevistados quatro concorrentes, sendo que um deles tem sede na cidade de Florida Paulista–SP, cerca de 150 km de distância de Presidente Epitácio, porém mesmo assim sendo muito requisitado pelos clientes de Presidente Epitácio – SP.

2.2.1 Concorrente 1

Está localizado na Rua Belo Horizonte, no município de Presidente Epitácio-SP, o mesmo já está no ramo de sonorização e iluminação de eventos há 20 anos e sua atuação concentra-se na própria cidade e regiões vizinhas, tem uma vasta cartela de clientes, sendo uma empresa de forte concorrência direta.

Os pontos fracos em relação a solicitação de orçamento para prestação de serviços são: a dificuldade de comunicação e localização de um representante, assim como também a falta de detalhamento dos produtos e valores na prestação de serviço a ser ofertada.

2.2.2 Concorrente 2

Está localizado na cidade de Bataguassu-MS no endereço Rua Ribas do Rio Pardo, já está atuando no ramo há 5 anos no mercado, a sua atuação concentra-se na própria cidade e nas regiões vizinhas, o meio de comunicação para a solicitação de orçamento foi feito via redes sociais e por telefone fixo, o mesmo possui clientes diversos por trabalhar com todo tipo de eventos.

Em relação ao atendimento, foram identificadas dificuldades em comunicação por telefone fixo, o que ocasionou um ponto negativo e a apresentação do seu













orçamento foi enviada por rede social, ficando um atendimento empobrecido de detalhamento dos mesmos.

2.2.3 Concorrente 3

Está localizado na Rua Presidente Vargas, na cidade de Florida Paulista - SP, já está atuando no mercado há 12 anos, concentra-se mais nas regiões vizinhas de onde reside, sendo uma empresa com produtos diversificados, com boa reputação e mantendo parcerias ativas e reconhecimento com comércios na cidade de Presidente Epitácio, tornando-se um concorrente forte para o negócio.

2.2.4 Concorrente 4

Está localizado na Rua José de Alencar na cidade de Pirapozinho-SP, já está atuando no mercado há 12 anos, sua atuação se concentra em sua localidade e municípios vizinhos, seu orçamento foi através da rede social *WhatsApp* e *Facebook*, foi remetido valores de três pacotes fixos de estrutura, já o profissional *DJ* pode ser contratado adicionalmente, porém os orçamentos contem ausências de informações técnicas mais profundas dos equipamentos.

	Tempo de Mercado	Orçamento	Atendimento	Resultado Final
Concorrente 01	20 anos	 Ruim	 Ruim	 Ruim
Concorrente 02	05 anos	 Médio	 Médio	 Médio
Concorrente 03	12 anos	 Médio	 Bom	 Médio
Concorrente 04	12 anos	 Médio	 Bom	 Médio

Fonte: Os próprios autores.

Conclui-se que após a análise de concorrentes, foram identificadas dificuldades no atendimento como: falta de detalhamentos dos pacotes com equipamentos e serviços a contratar, a não localização imediata do contato via telefone, e-mail, ou

recursos *on-line* dificultou a satisfação dos atendimentos com os concorrentes. As empresas acabam sendo indicadas aos clientes por boca a boca e informalmente.

2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES

Os estudos de fornecedores são importantes para descobrir quem são, onde se localizam e quais são os mais adequados para o negócio que está sendo planejado. Segundo o SEBRAE (2009), “a escolha dos fornecedores de matéria-prima ou de produtos tem grande importância no planejamento da empresa”. É recomendável a criação de cadastros com os fornecedores, para que não haja a dependência de uma única empresa e o risco de desabastecimento ou ausência de produtos específicos. É importante lembrar que os fornecedores devem suprir as necessidades inerentes ao negócio, minimizando os estoques e atendendo suas solicitações nos prazos estabelecidos. Como o desempenho do fornecedor interfere diretamente na atividade da empresa, o ideal é que seja encarado como um parceiro próximo e dessa forma, o relacionamento deve ser do tipo ganha - ganha.

A parceria com o fornecedor deve pressupor um alinhamento de objetivos e confiança e ser baseada em princípios de qualidade, excelência e responsabilidade, que devem ser negociados no estabelecimento da parceria.

Foram analisados fornecedores para cada tipo de equipamento, os mesmos atuam com lojas virtuais por meio de *e-commerce* e estabelecimentos fixos em seus municípios. Estes são os fatores que devem ser analisados para a escolha de um fornecedor:

- ✓ Qualidade;
- ✓ Preço;
- ✓ Prazo de entrega;
- ✓ Forma de pagamento

2.3.1 Fornecedores de equipamentos de iluminação

Existem vários tipos de equipamentos de iluminação necessárias para utilização na prestação dos serviços, são necessários os seguintes equipamentos: refletores de par64 led RGBW, *laser* holográfico, *Moving Head*, *strobo*, Luzes ultravioleta, luzes de cor branco quente, interface e mesa controladoras *DMX*.

Quadro 5 - Fornecedor de equipamentos de iluminação.

	Prazo de Entrega	Preço	Forma de Pagamento	Qualidade	Resultado Final
Fornecedor 01	Ruim	Ruim	Bom	Médio	Ruim
Fornecedor 02	Médio	Bom	Bom	Bom	Bom
Fornecedor 03	Bom	Médio	Médio	Médio	Médio

Fonte: Os próprios autores.

Na análise dos fornecedores de iluminação é possível concluir que o fornecedor 01 - Enter Light Iluminação, situada em Presidente Prudente-SP, tem formas de pagamento bem acessíveis e com alta capacidade de parcelamento, em contrapartida o fornecedor 02 - Virtual Music Iluminação Profissional, da cidade de São Paulo-SP, tem o melhor valor de custo total e boas opções de pagamentos e a qualidade dos equipamentos em relação a custo e benefício é bem atrativo. O melhor prazo de entrega fica com o fornecedor 03 - Fenix Iluminação Profissional, também localizada na cidade de São Paulo-SP, mas com valores mais elevados que o fornecedor 01.

A conclusão da escolha de compra fica com o fornecedor 02 - Virtual Music Iluminação Profissional, que apresentou melhor custo benefício, com prazo de entrega e forma de pagamento satisfatórios.

2.3.2 Fornecedores de Equipamentos para Efeitos Especiais

Efeitos especiais marcam muito os eventos desde a entrada de aniversariantes ou noivos até o fim da celebração. Esses equipamentos são capazes de realizar efeitos com papel picado, fumaça, ou até mesmo fogos de artifício *indoor*¹, modelo antichamas.

Quadro 6 - Fornecedor de equipamentos para efeitos especiais

	Prazo de Entrega	Preço	Forma de Pagamento	Qualidade	Resultado Final
Fornecedor 01	Médio	Bom	Bom	Bom	Bom
Fornecedor 02	Bom	Ruim	Bom	Bom	Médio

Fonte: Os próprios autores.

¹ Indoor: ambiente fechado

Em uma análise dos orçamentos, foram localizados 02 fornecedores. O fornecedor 01 - Enter Light Iluminação, instalada no município de Presidente Prudente-SP, sua modalidade de entrega possui custos, porém os valores dos produtos são menores e a forma de pagamento é similar ao fornecedor 02 - RS Som e Luz, que está estabelecido na cidade de Lorena-SP, mesmo sendo um pouco mais distante, a entrega de mercadorias são gratuitas, mas os custos dos produtos são mais elevados, ambos fornecedores possuem o produto de boa qualidade. Portanto, o fornecedor 01 está à frente nas projeções de aquisição dos itens.

2.3.3 Fornecedor de Estruturas Metálicas

As estruturas metálicas são fabricadas em aço, se faz necessário para instalações de luzes, televisores e efeitos especiais ficarem suspensos em locais estratégicos. As estruturas podem ser montadas em vários tamanhos e tipos, desde uma trave convencional a uma pista em formato X ou quadrada, tudo isso é possível pois os mesmos são divididos em blocos de 1 a 1,5 metros, e interligados com parafusos.

Quadro 7 - Fornecedor de estruturas metálicas

	Prazo de Entrega	Preço	Forma de Pagamento	Qualidade	Resultado Final
Fornecedor 01	Bom	Médio	Bom	Bom	Bom
Fornecedor 02	Bom	Ruim	Ruim	Bom	Médio
Fornecedor 03	Médio	Bom	Ruim	Ruim	Ruim

Fonte: Os próprios autores.

A conjuntura das pesquisas relacionadas ao item Estruturas metálicas, 03 fornecedores apresentaram as seguintes propostas. Fornecedor 01 - Metalúrgica Lourenço, localizado na cidade de Timbó - SC, seu preço está na média entre os demais concorrentes, a entrega dos produtos é taxada, porém bastante eficiente ao cumprimento de prazos, a forma de pagamento é atrativa com opção de parcelamento em até 12 vezes e os produtos tem relação de custo, benefício e atrativos com a qualidade apresentada; já o fornecedor 02 - Auratec, sediada em Betim-MG, possui equipamentos com a melhor qualidade, porém com preços mais elevados, somados aos custos de entrega esse fornecedor acaba custando muito caro para a aquisição

dos equipamentos; o fornecedor 03 - Stfer Box Truss, instalada na cidade de São Paulo-SP, possui equipamentos de menor valor, mas não atende com a mesma qualidade dos produtos como os demais fornecedores, porém possui entrega gratuita.

Em linhas gerais o Fornecedor 01 compete com todos os itens pesquisados e o mesmo será o mais vantajoso.

2.3.4 Fornecedor de Gerador de Energia

Geradores de energia são muito eficazes em uma situação emergencial por ausência de fonte elétrica fornecida pela rede, esse equipamento pode ser contratado a parte pelos clientes que querem prevenir-se de imprevistos.

Quadro 8 - Fornecedor de geradores de energia elétrica

	Prazo de Entrega	Preço	Forma de Pagamento	Qualidade	Resultado Final
Fornecedor 01	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom
Fornecedor 02	Bom	Ruim	Bom	Bom	Médio

Fonte: Os próprios autores.

Por conta da complexidade e valor mais elevado do item, em uma comparativa entre os dois fornecedores, encontramos uma diferença menor em outros casos de fornecedores analisados. O fornecedor 01 – Agrotama, localizada na cidade de São Paulo-SP, oferece mais vantagens no quesito financeiro, pois mesmo cobrando uma taxa de frete acrescida em algumas dezenas de real, não supera o valor total apresentado pelo fornecedor 02 - Coutinho & Correia Ltda, sediada no município de Curitiba-PR, a forma de pagamento oferecida pelo fornecedor 01 também soma aos atrativos relacionados ao custo final já que não acresce juros às parcelas em até doze meses. Por isso a escolha final se inclina ao fornecedor 01.

2.3.5 Fornecedor de Equipamentos de Som

A pesquisa relacionada ao item de equipamentos de som não se estendeu a mais de um fornecedor para análise de custos e benefícios, por conta disso a empresa gaúcha, fornecedora 01, se destaca como a intenção única de compra, pois não foi possível localizar fornecedores que disponibilizam equipamentos de som em kits completos, como o fornecedor 01. Há possibilidade de realizar aquisições de outros

aparelhos de som, mas não seria viável pois o custo final somado ao frete de cada componente que será adquirido para montagem de equipamento de som será elevado.

2.3.6 Fornecedor de Moveis e eletrônicos - Loja Física

Móveis são de extrema necessidade para compor a loja física, mesas, computadores, telefone, televisores, cadeiras e bebedouros, com a aquisição dos produtos mencionados para a realização dos atendimentos aos clientes em local físico.

Quadro 9 - Fornecedor de Moveis e eletrônicos

	Prazo de Entrega	Preço	Forma de Pagamento	Qualidade	Resultado Final
Fornecedor 01	Bom	Médio	Bom	Bom	Médio
Fornecedor 02	Bom	Ruim	Bom	Bom	Médio
Fornecedor 03	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom

Fonte: Os próprios autores.

Foi contabilizado orçamento de 03 fornecedores, dos quais possuem as mesmas opções de pagamentos à vista ou parcelada com cartões de créditos. O fornecedor 01 – Magazine Luiza, tem o prazo na entrega menor, tendo assim uma boa disponibilidade em estoque; o fornecedor 02 – Americanas, tem o melhor custo de frete e o custo final mais elevado, porém em contrapartida o fornecedor 03 – Shoptime, tem o melhor preço unitário e total.

O fornecedor 03 será mais vantajoso, pois mesmo com o frete de valor elevado, consegue-se o melhor custo, mesmo perdendo alguns dias na entrega se terá um benefício satisfatório.

2.3.7 Fornecedor de Imagem TV/Projetores.

Equipamentos de imagem são muito utilizados em casamentos e formaturas, clientes buscam esses equipamentos para demonstrarem suas apresentações com vídeo ou fotos para marcar seus eventos.

Quadro 10 - Monitores/Projetores de imagem

	Prazo de Entrega	Preço	Forma de Pagamento	Qualidade	Resultado Final
Fornecedor 01	Médio	Bom	Bom	Bom	Médio
Fornecedor 02	Ruim	Ruim	Bom	Bom	Ruim
Fornecedor 03	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom

Fonte: Os próprios autores.

Conforme os orçamentos apresentados entre as 03 empresas há boas semelhanças de custos totais entre fornecedor 01 – Magazine Luiza e o fornecedor 03 – Casas Bahia; já o fornecedor 02 – Lojas Americanas, não é o ideal, pois o valor está superior aos demais e o prazo de entrega é mais extenso.

Sendo assim o fornecedor 03 está bem mais vantajoso pelo seu menor preço mesmo a diferença sendo pequena, porém alguns produtos são possíveis de serem adquiridos pelo site e retirá-los em loja física do município de Presidente Epitácio-SP.

3 PLANO DE MARKETING

É por meio do plano de Marketing que será possível formular estratégias competitivas que possam estar à altura dos demais concorrentes e das demandas do mercado que está em constante mudança, além de dar ideias de resultados que se deseja atingir, dessa forma poderá conquistar um melhor lugar no segmento em que a empresa está inserida.

Segundo Gabriel (2019) entende-se o conceito do mix de marketing como:

[...] Mix de Marketing representa os quatro pilares básicos de qualquer estratégia de marketing: Produto, Preço, Praça e Promoção, criado pelo professor Jerome McCarthy e difundido por Philip Kotler.

Fazer marketing é agregar todas as funções que fazem com que um produto ou serviço oferecido por uma empresa... O que deve permanecer é a necessidade de focar as atenções no público, para cativar a clientela cada vez mais e fazê-las entender os benefícios e diferenciais de cada marca.

Pensando em relação ao *Marketing*, é importante focar em um público que costuma ou gosta de frequentar e realizar eventos, buscando parcerias com empresas de *Buffet* de alimentação, empresas de decoração, universidades e escolas que tenham alunos preparados para formação acadêmica dispostos a realizar eventos de confraternização ou formaturas, estudar divulgações por todos os meios de comunicação, como redes sociais (*Facebook*, *Whatsapp*, *Instagram* e Blogs), Rádios e anúncios em carros (Propaganda Volante), também disponibilizar cartões de visita em mesas de eventos durante a prestação do serviço, para maior conhecimento da empresa ao público presente no local.

3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS

A política da empresa de prestação de serviço se baseia nos pacotes, seguido pelo tamanho do evento ou festa, prezando sempre a preferência e quanto o cliente está disposto a pagar, analisando os valores dos concorrentes e ao mesmo tempo os tornando atrativo para a situação sócio econômica da região de Presidente Epitácio-SP, possibilitando um bom resultado para a organização.

A Aliança Som e Iluminação contará com pacotes fixos e pacotes adicionais que serão apresentados nos próximos sub tópicos.

3.2 POLÍTICA DE PREÇOS

A estrutura de preço foi baseada na pesquisa realizada com o público e com os valores de mercado da concorrência, estudando uma possível demanda de mercado nesse segmento, fazendo assim prestação de serviço oferecidos pela empresa serem mais atrativos e com total responsabilidade e qualidade.

Após a assinatura de contrato, caso o cliente opte por rescindir o acordo, acarretará uma multa de 30% do valor total negociado.

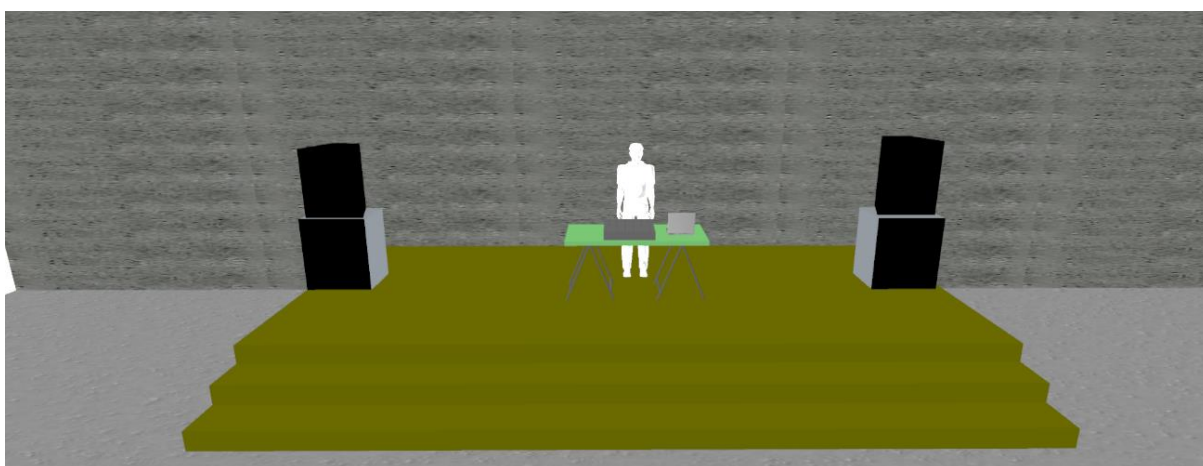
Para pagamentos efetuados por cartão de crédito haverá possibilidade de parcelamento em até três vezes, ofertando o mesmo valor que é cobrado à vista, o cliente poderá optar por um maior número de parcelas com valor de pagamento à prazo.

A seguir será apresentada a tabela de pacotes de serviço e nelas os equipamentos disponibilizados:

Quadro 11 - Pacote de Som

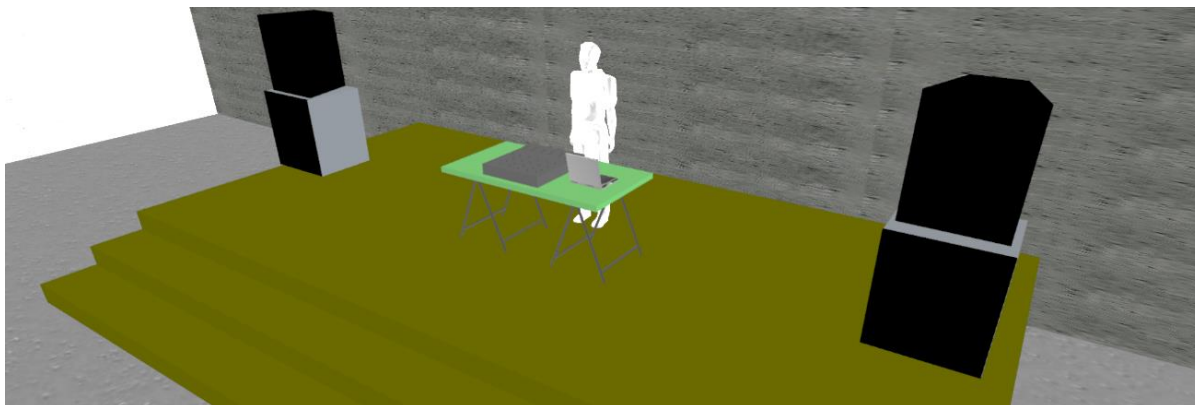
PACOTE SOM		PREÇO
1.	Som 4 caixas com total de 3600 Wrms, com microfone e mesa de controle com notebook.	R\$ 250,00

Figura 1 - Pacote de som, vista frontal.



Fonte: Os próprios autores.

Figura 2 - Pacote de som, vista aérea/lateral

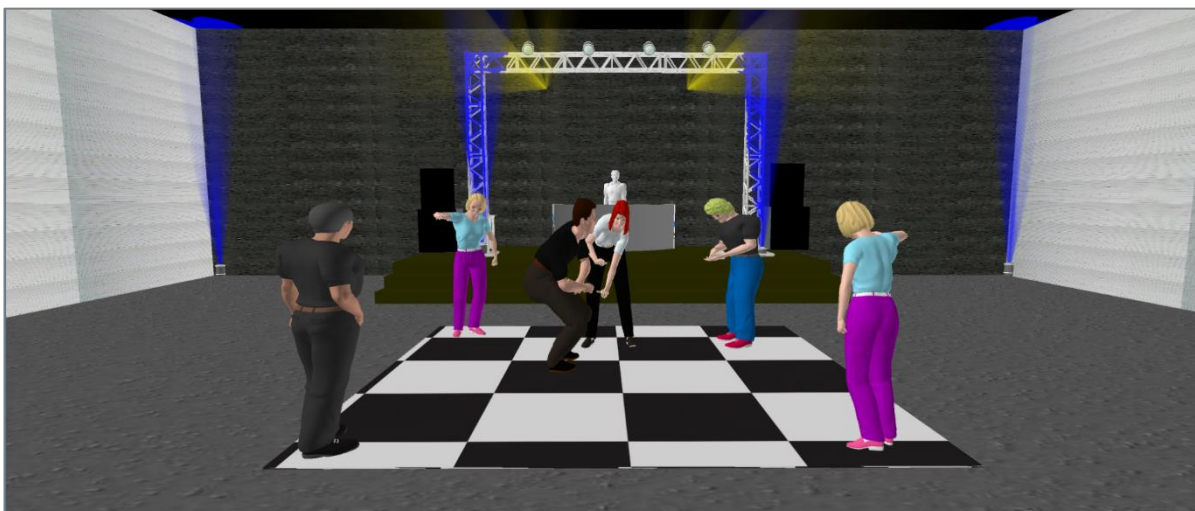


Fonte: Os próprios autores.

Quadro 12 - Pacote Basic

PACOTE BASIC		PREÇO
2.1	Estrutura em "Trave" com 3m de comprimento por 2,5m de altura	R\$700,00
2.2	4 Caixas de Som com total de 3600 Wrms com Microfone	
2.3	8 Refletores Par64 – LED RGBW	
2.4	2 Moving Head Spot Led 75w	
2.5	1 Globo espelhado	
2.6	1 Máquina de laser holográfico	
2.7	1 Máquina de Fumaça 600w	
2.8	1 Tapete Xadrez Para Pista De Dança Festa Balada - 6m ²	

Figura 3 - Pacote Basic, vista frontal.



Fonte: Os próprios autores

Figura 4 - Pacote Basic, vista aérea/lateral.



Fonte: Os próprios autores

Quadro 13 - Pacote Plus

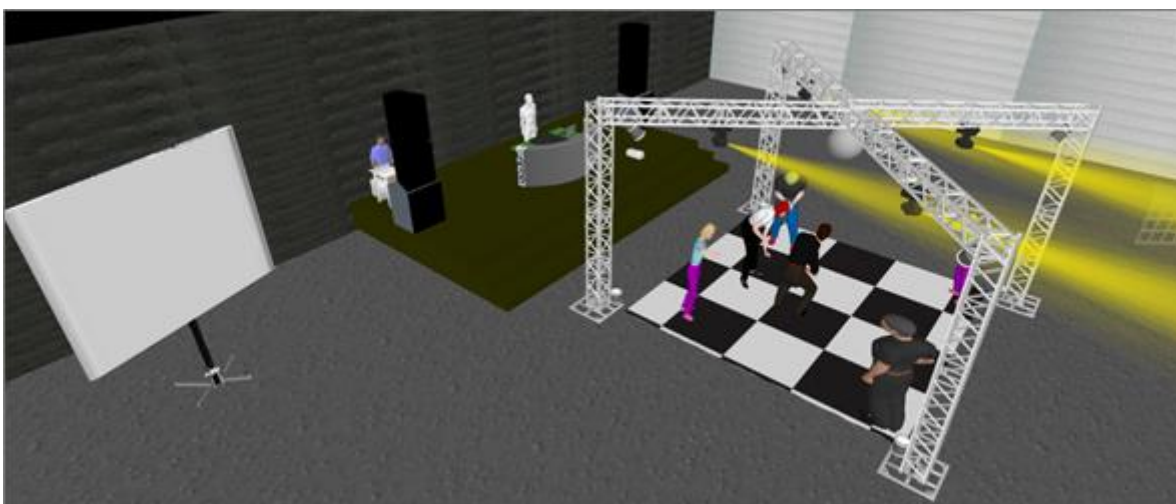
PACOTE PLUS		PREÇO
3.1	Estrutura em pista X de 3m de comprimento por 2,5m de altura	R\$ 1.500,00
3.2	8 Refletores Par64 – LED RGBW	
3.3	4 Moving Head Spot Led 75w	
3.4	1 Máquina de Fumaça 900w	
3.5	1 Máquina de Laser	
3.6	1 Máquina de bolha de sabão	
3.7	5 Globo Espelhado	
3.8	2 Luzes Ultravioleta “negra”	
3.9	1 projetor com telão de 98”	
3.10	2 Caixas Subwoofer JBL 1.700 Wrms cada	
3.11	2 Caixas line array 1.700 Wrms cada	
3.12	2 Microfones sem fio	
3.13	1 Tapete Xadrez Para Pista De Dança Festa Balada - 6m ²	

Figura 5 - Pacote Plus, frontal



Fonte: Os próprios autores

Figura 6 - Pacote Plus, vista aérea/lateral



Fonte: Os próprios autores

Quadro 14 - Pacote Premium

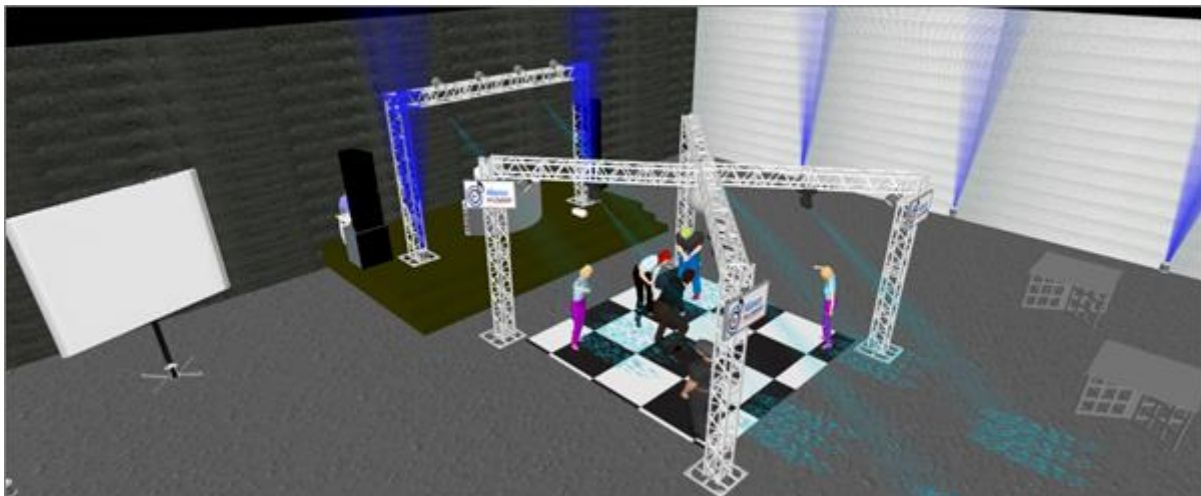
Pacote Premium		Preço
4.1	1 Estrutura em pista X de 3m de comprimento por 2,5m de altura	R\$ 2.500,00
4.2	1 Estrutura em Trave de 3m de comprimento por 2,5m de altura	
4.3	10 Refletores Par64 – LED RGBW	
4.4	6 Moving Head Spot Led 75w	
4.5	2 Maquina de Laser	
4.6	1 Maquina de Fumaça 900w ou superior	
4.7	5 Globos Espelhados	
4.8	4 Luzes Ultravioleta “negra	
4.9	4 Par-LED64 âmbar	
4.10	4 Monitores TV 43 polegadas	
4.11	1 projetor com telão de 98”	
4.12	1 Tapete Xadrez Para Pista De Dança Festa Balada - 6m²	
4.13	2 Caixas Subwoofer JBL 1.700 Wrms cada	
4.14	2 Caixas line array 1.700 Wrms cada	
4.15	2 Microfones sem fio	

Figura 7 - Pacote Premium, vista frontal



Fonte: Os próprios autores

Figura 8 - Pacote Premium, vista aérea/lateral



Fonte: Os próprios discentes

3.2.1 Pacotes Adicionais.

Haverá equipamentos que poderão ser adicionados ao contrato, como meio de personalização dos pacotes para atender as necessidades do estilo de festa do cliente, da mesma forma que o profissional que seleciona e reproduz as mais diferentes composições, o DJ responsável por reproduzir as músicas também poderá ser contratado por indicação de parceiros da Aliança Som e Iluminação, o preço do mesmo pode variar de R\$100,00 a R\$ 300,00, por depender de cada profissional.

Quadro 15 - Pacote Adicionais

Pacotes Adicionais para ser contratados	Preço Unitário
Fogos <i>indoor Gerb</i> cada unidade	R\$ 30,00
Gerador de Energia com acionador automático	R\$ 100,00
Máquina de Papel Picado (<i>Sky Paper</i>)	R\$ 50,00
Unidade de Par64 Led para iluminação cênica	R\$ 20,00

3.2.1 Locomoção.

Para atender as cidades vizinhas a empresa cobrará o valor de R\$ 1,00 (um real) por quilômetro percorrido desde a chegada e partida do local de evento.

3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

A seguir serão apresentadas algumas estratégias de *marketing* que a Aliança Som e Iluminação irá adotar para atrair seus respectivos clientes, ganhando assim maior viabilidade ao negócio.

PRIMEIRA ESTRATÉGIA: O Marketing digital é uma poderosa ferramenta para alcançar um grande público, pois o avanço da tecnologia faz com que mais pessoas tenham acesso as ferramentas digitais. Com isso a empresa trabalhará com divulgações promocionais através das redes sociais como o *Facebook* e *Instagram*. Outro aplicativo que poderá ser utilizado é o *WhatsApp*, para divulgações promocionais e atendimento ao cliente para esclarecimento de dúvidas e pré-contratações. O *Google* e o *Facebook* também serão utilizados para divulgações, porém com o impulsionamento financeiro há uma taxa mensal para facilitar a busca da empresa Aliança Som e Iluminação com informações de localidade, telefone e as redes sociais.

SEGUNDA ESTRATÉGIA: A Divulgação boca a boca é uma excelente forma de indicação da empresa. Sem gerar encargos financeiros, esta modalidade permite que haja um maior conhecimento da empresa, já que uma boa qualidade do serviço prestado gera pontos favoráveis para o negócio.

TERCEIRA ESTRATÉGIA: Divulgações através de canais de rádios AM/FM das cidades da região que serão atendidas pela Aliança Som e Iluminação, alcançando uma vasta área de clientes para conhecer os serviços prestados.

QUARTA ESTRATÉGIA: Adquirir parcerias com escolas e faculdades para apresentar os serviços de som e iluminação para os alunos que estão em processo de formação acadêmica, apresentar-se com a direção da instituição para agendar uma apresentação da empresa aos estudantes.

QUINTA ESTRATÉGIA: Cartão de visita que será disponibilizado nas festas que forem contratadas, desde que o cliente autorize a colocação desses cartões nas mesas para que os convidados tenham conhecimento da empresa e os interessados entrarem em contato por meio das informações contidas nos mesmos.

SEXTA ESTRATÉGIA: Formar parcerias com empresas do ramo de eventos, como serviços de decoração, profissionais em cerimonialista e *Buffet* de alimentação. Buscar sempre oferecer confiança, credibilidade e bom serviço para aprimorar as prestações de serviços um do outro, gerar indicação profissional e lucratividade a todos.

3.4 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

A Aliança Som e Iluminação prestará serviço profissional para festas e eventos e em sua loja física oferece um espaço com demonstração dos equipamentos em funcionamento, o *Showroom*, para que os clientes possam visualizar as estruturas e equipamentos montados, tornando assim uma experiência diferenciada na contratação. Também contará com um site onde os clientes poderão fazer orçamentos, tirar suas dúvidas através de um *chat online* ou deixar seu nome e e-mail para que o representante retorne o contato. Os valores estarão disponíveis em pacotes pré-definidos e com a possibilidade de contratação dos equipamentos adicionais que podem ser inclusos conforme a vontade do cliente, esse tipo de serviços *e-commerce* é uma maneira a mais cômoda para a escolha da forma de pagamento, conhecer os serviços para os clientes que não tem disponibilidade de se locomover para o estabelecimento fixo.

Figura 9 - Página inicial do site



Disponível em: <https://glebson019.wixsite.com/alianca>

Figura 10 - Pagina de apresentação de serviços

Disponível em: <https://glebson019.wixsite.com/alianca/servicos>

Figura 11 - Pagina de contratação de serviços

Disponível em: <https://glebson019.wixsite.com/alianca/shop>

Figura 12 - Página de carrinho de compras

Disponível em: <https://glebson019.wixsite.com/alianca>

Figura 13 - Pagina de contato e localização da empresa

Disponível em: <https://glebson019.wixsite.com/alianca/contato>

Figura 14 - Cadastro de conta

The screenshot shows the 'Minha Conta' page. The header includes the logo 'Aliança Som e Iluminação' and navigation links: 'Página inicial', 'Sobre nós', 'Serviços', 'Contato', and 'Loja'. A user profile dropdown menu is open, showing 'glebson019' and options for 'Meus pedidos', 'Meus endereços', 'Minha carteira', and 'Minha conta'. The main content area is titled 'Minha Conta' and contains the following fields:

- Email de login:** 01@hotmail.com
- Name:** Glebson
- Sobrenome:** Oliveira da Silva
- Email de contato:** Ex. paulosilva@wix.com
- Telefone:** Ex. (21) 2452-7230
- Endereço:** Rua, Cidade, CEP (with postal code dropdown), País (Brazil), and Estado (São Paulo).

Disponível em: <https://glebson019.wixsite.com/alianca/account/my-account>

3.5 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

Quadro 16 - Endereço da empresa e contato

ENDEREÇO: Rua Augusto Vicentin, Nº 1-44		
BAIRRO: Centro	CIDADE: Presidente Epitácio	ESTADO: São Paulo
TELEFONE: (18) 3281-0001	CELULAR COMERCIAL: (18) 99696-9696	

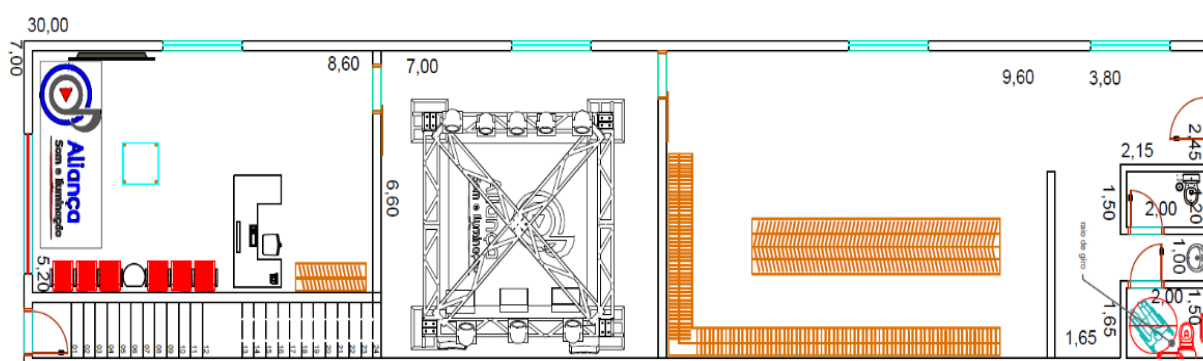
4 PLANO OPERACIONAL

O plano operacional consiste na realização dos objetivos e procedimentos que a empresa deve seguir, visando sempre os resultados das operações nas tarefas realizadas pelos colaboradores, analisa e organiza as atividades da empresa desde serviços prestados até o término do evento com a eficiência e melhorias contínuas. Conforme CHIAVENATO (2003), “o planejamento operacional envolve as tarefas e atividades específicas e tem como característica de ser projetado a curto prazo ou imediato, e preocupa-se com o cumprimento das metas determinadas em nível operacional”.

4.1 LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO

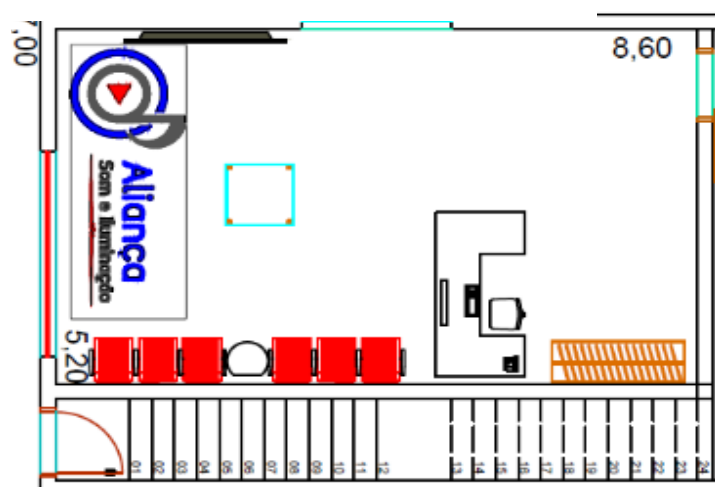
O layout da Aliança som e iluminação se baseia em um imóvel do tipo salão, ficando assim dividido em 3 partes: recepção, área de demonstração “showroom” e área de armazenamento de equipamentos.

Figura 15 - Planta Baixa total do prédio.



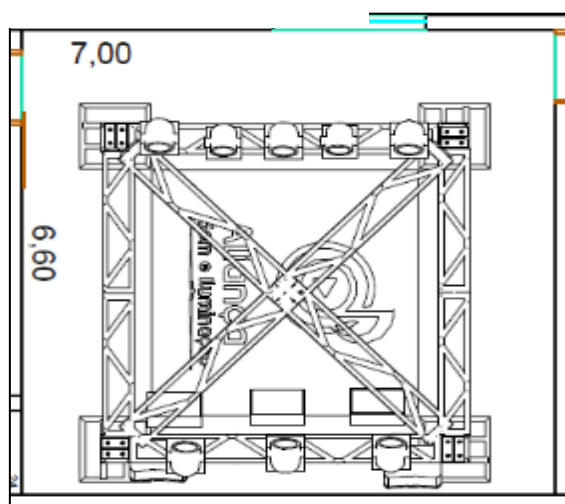
Fonte: Os próprios autores.

Figura 16 - Planta Baixa da recepção



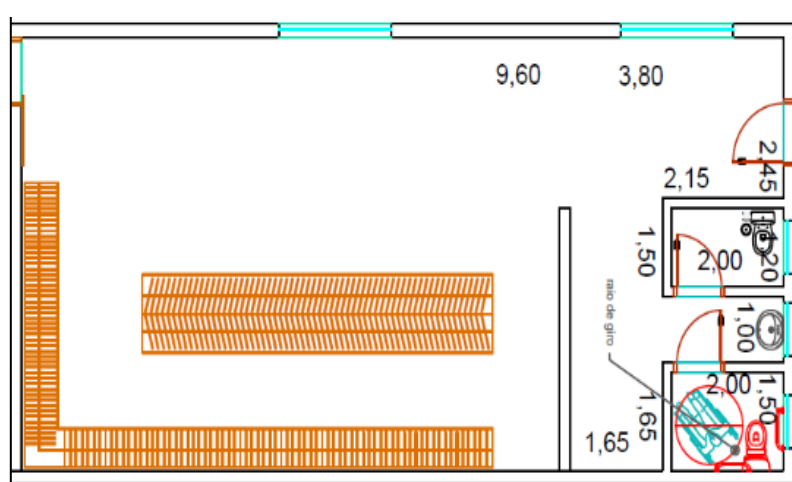
Fonte: Os próprios autores.

Figura 17 - Planta baixa showroom



Fonte: Os próprios autores.

Figura 18 - Planta baixa sala de depósito e banheiros



Fonte: Os próprios autores.

Figura 19 - Fachada



Fonte: Os próprios autores.

Figura 20 - Sala de atendimento, vista frontal



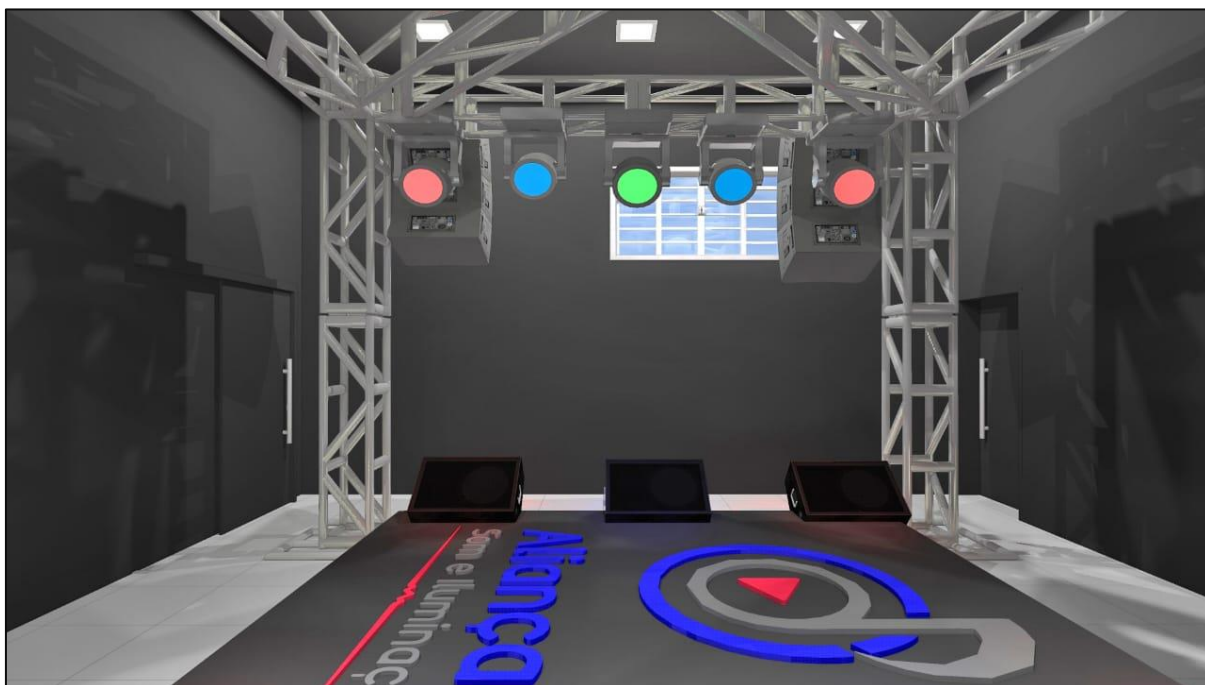
Fonte: Os próprios autores.

Figura 21 - Sala de atendimento, vista recuada



Fonte: Os próprios autores.

Figura 22 - Sala de demonstração 1



Fonte: Os próprios autores.

Figura 23 - Sala de demonstração 2



Fonte: Os próprios autores.

Figura 24 - Sala de demonstração 3



Fonte: Os próprios autores

Figura 25 - Sala de armazenamento de equipamentos 1



Fonte: Os próprios autores

Figura 26 - Sala de armazenamento de equipamentos 2



Fonte: Os próprios autores.

4.2 CAPACIDADE DE SERVIÇOS

A capacidade de atendimento da empresa será de até dois eventos por dia. Cada evento contará com profissionais contratados com a modalidade *freelance*, que será responsável pela montagem e desmontagem dos equipamentos, permanecendo em todo período do evento até o final do mesmo para as tarefas de desmontagem dos equipamentos. Os sócios da Aliança Som e Iluminação exercerão as tarefas de dirigir o veículo com os equipamentos carregados pelo *freelance*, durante o evento os sócios operam os equipamentos de iluminação e efeitos especiais e apenas monitora os amplificadores de som dependendo do estilo de evento o cliente deverá contratar um profissional que estará responsável por reproduzir e personalizar as faixas de músicas. Esses profissionais são os famosos *DJ's*.

Grande parte dos eventos são realizados aos finais de semana e feriados, conforme a pesquisa de mercado o período do dia mais procurado foi o noturno.

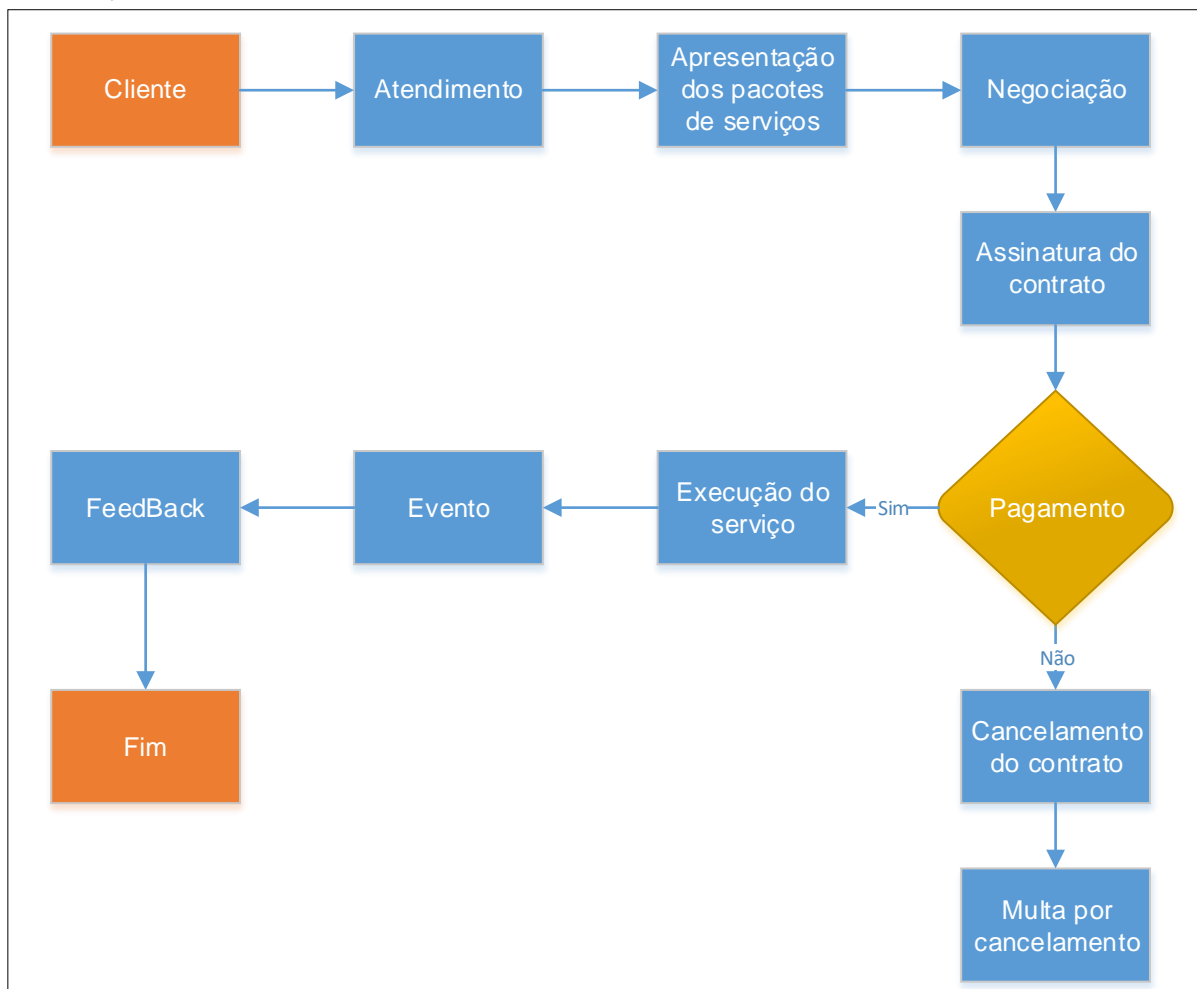
O funcionamento da loja física será de segunda a sexta em horário comercial das 09:00 às 12:00 e das 13:30 às 18:00, aos sábados das 09:00 às 13:00.

4.3 PROCESSOS OPERACIONAIS

Para a contratação de serviços da Aliança Som e Iluminação, o cliente poderá entrar em contato por telefone, redes sociais, site ou ir até a loja física. Em seguida, serão apresentados os pacotes com seus respectivos valores e tamanhos, após a escolha dos equipamentos a serem contratados será elaborado um contrato de prestação de serviço e o agendamento do evento. Caso o cliente cancele o pedido do serviço após a assinatura do contrato, o mesmo terá uma multa rescisória de 30% do valor do contrato.

Processos operacionais segundo Rodrigues (2004) “é um conjunto de atividades estruturadas em uma sequência lógica, realizadas por pessoas ou máquinas, com objetivo de transformar os recursos em bens ou serviços, através de uma metodologia de processamento”.

Figura 27 - Fluxograma de processo de atendimento ao cliente da Aliança Som e Iluminação



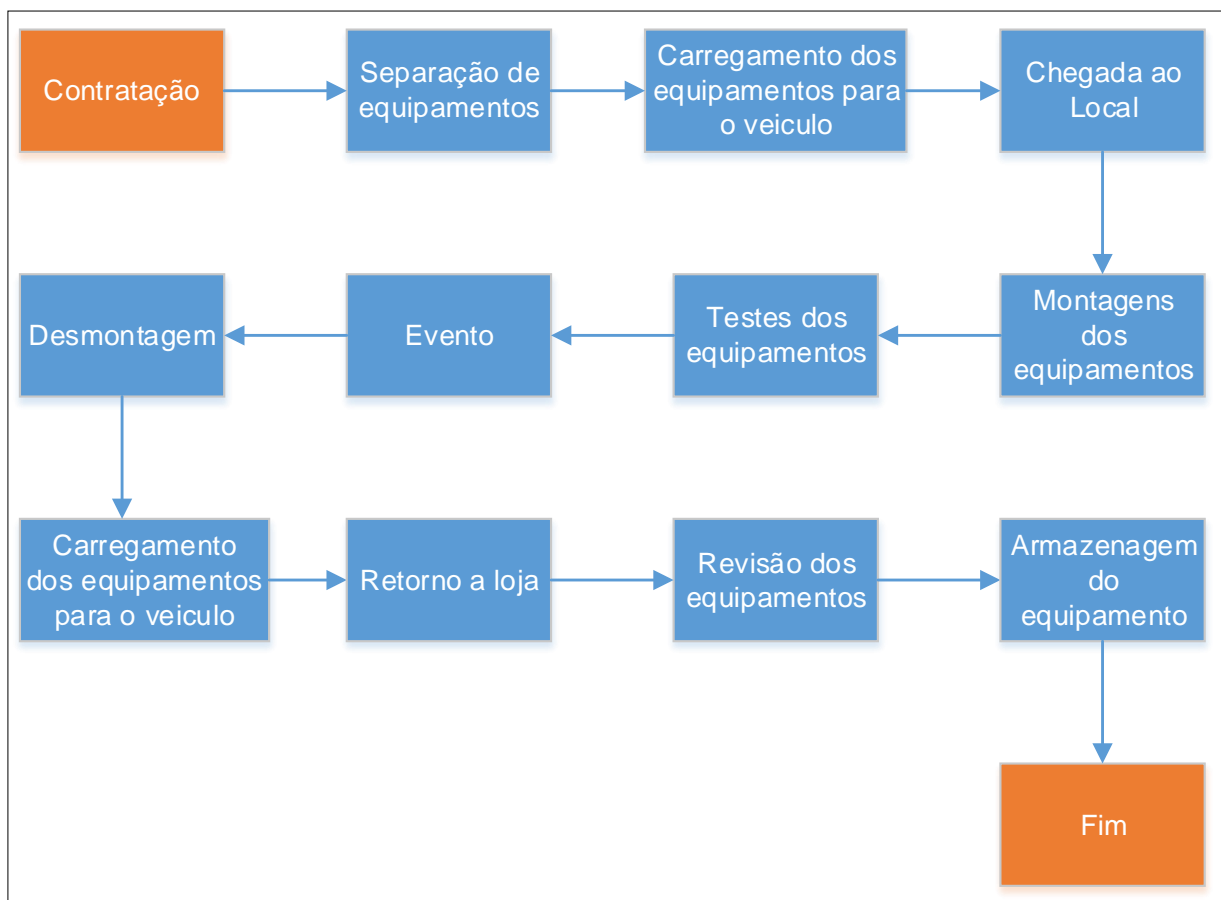
Fonte: Os próprios autores.

No momento do atendimento é apresentado os pacotes de serviços aos interessados, posteriormente após a escolha do pacote será feita a negociação de valores, prazo e agendamento. Após conclusão da negociação, o contrato é elaborado e liquidado conforme a forma de pagamento escolhida. Em seguida o agendamento do evento é elaborado e a prestação do serviço é executada.

Caso o cliente decida cancelar o contrato o mesmo deverá pagar uma multa de rescisão contratual de 30% do valor integral.

Ao concluir a prestação de serviço o atendente entra em contato com o cliente para realizar uma pesquisa de satisfação.

Figura 28 - Fluxograma de processos dos serviços



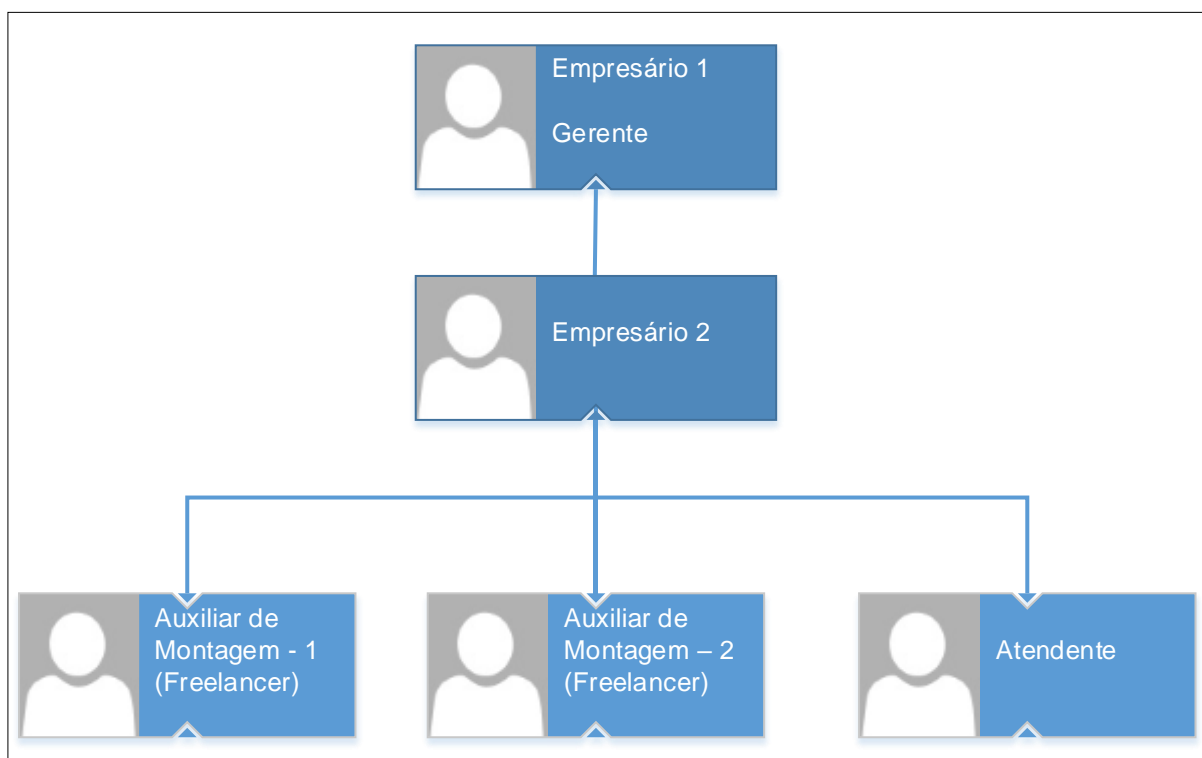
Fonte: Os próprios autores.

O processo dos serviços inicia-se com a separação dos equipamentos que serão carregados até o veículo para transporte até o local do evento. Os *freelances* começam a montagem dos equipamentos e em seguida é realizada os testes junto com os sócios técnicos profissionais.

No momento do evento os equipamentos são colocados em funcionamento e os sócios operam os mesmos. Após a conclusão será realizada a desmontagem e retorno dos equipamentos ao veículo para transporte até a loja física, chegando no local será organizado a armazenagem.

4.4 NECESSIDADE DE PESSOAL

Figura 29 - Organograma de Colaboradores



Fonte: Os próprios autores.

Os sócios exercerão várias atividades sendo um deles com a função de gerente, dentre outras atividades como, motoristas e até técnicos de equipamentos. O único colaborador com regime de contrato CLT efetivo será o atendente. Os Auxiliares de Montagem serão contratados de forma *Freelance*. Esse tipo de contratação é o ideal para a empresa, pois economiza nos encargos de direitos trabalhistas, quando contratados no regime CLT efetivo, como: adicional noturno, DSR (descanso semanal remunerado), horas extras, previdência social e o FGTS (Fundo de garantia do Tempo de Serviço).

A CATHO (2019) site brasileiro de classificados de empregos, é onde os candidatos buscam novas oportunidades de trabalho com as empresas e consultorias de RH que também procuram candidatos. A CATHO (2019) discrimina as principais atividades e media salariais, tais como ao cargo de atendente e auxiliar de montagem.

Quadro 17 - Funcionário atendente

Cargo	Atendente
Quantidade de Profissional.	01
Salário base da categoria.	R\$ 1.200,00
Atividades a serem exercidas.	Atua com atendimento ao cliente, recepciona, apresenta os produtos, realiza a organização de local. Faz a recepção de mercadorias e esclarecimento de dúvidas. Zela pelo bom atendimento, eficiência e produtividade. Cumpre as normas e procedimentos.
Experiência exigidas.	Ensino Médio completo;
Forma de contratação.	CLT efetivo, com controle de jornada de trabalho.

Fonte: Os próprios autores.

Quadro 18 - Funcionário Auxiliar de Montagem

Cargo	Auxiliar de Montagem
Quantidade de Profissional.	02
Pagamento de modalidade diária ou por prestação de serviço.	R\$ 100,00
Atividades a serem exercidas.	Realiza montagem no local do evento e desmontagem dos equipamentos para retorno a loja física.
Experiência exigidas.	Não há.
Forma de contratação.	Freelancer

Fonte: Os próprios autores.

5 PLANO FINANCEIRO

A seguir será apresentada toda a parte financeira da empresa.

5.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS

Descreve todos os bens e insumos que a empresa precisa para melhor funcionamento da mesma.

Tabela 1 - Máquinas e Equipamentos

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS				
	Descrição	Qtdd.	Valor Unitário	Total
1	Gerador de Energia Diesel 8Kva Trifásico	1	R\$5.197,00	R\$5.197,00
2	Globo Espelhado 30CM	4	R\$99,90	R\$399,60
3	Globo Espelhado 50CM	2	R\$299,00	R\$598,00
4	Laser Azul B500 500mw	2	R\$439,90	R\$879,80
5	Luz negra PAR LED	2	R\$110,00	R\$220,00
6	Máquina de Bolhas de Sabão	2	R\$119,49	R\$238,98
7	Máquina de Fumaça 600w	1	R\$199,90	R\$199,90
8	Máquina de Fumaça 900w	1	R\$359,49	R\$359,49
9	Máquina de papel picado	1	R\$493,43	R\$493,43
10	Mesa DMX e Interface DMX USB	2	R\$249,00	R\$498,00
11	Microfone Profissional MXT BT-58A	2	R\$89,00	R\$178,00
12	Microfone Sem Fio Duplo MXT UHF	2	R\$499,00	R\$998,00
13	Moving Head Spot Led 75w	8	R\$1.270,00	R\$10.160,00
14	Notebook	2	R\$1.500,00	R\$3.000,00
15	Projektor Epson 800x600 3300 Lumens	1	R\$1.959,00	R\$1.959,00
16	Refletor Par LED 64 RGBW Leds De 1w	10	R\$84,90	R\$849,00
17	Refletor Par LED 64 RGBW De Leds 3w	30	R\$199,99	R\$5.999,70
18	Refletor Par LED 64 Ambar De 3w	4	R\$96,00	R\$384,00

	Descrição	Qtdd.	Valor Unitário	Total
19	Som completo NHL ProSound de 3600wrms: 2 caixa 2x8" Ativa+Passiva de 1600wrms, + 2 Caixa Sub 18" Ativa+Passiva de 2000wrms, + Mesa Pro Bass PM-1224BT + Cabos de Conexão	1	R\$6.999,00	R\$6.999,00
20	Som Completo NHL ProSound de 7.200w, com 2 Subwoofer T15 JBL de 1700w Cada, + 2 Line Array Vertical com 4 altofalantes de 8" e 1 Drive Titanium em cada caixa totalizando 1700w RMS, + Incluindo cabos de conexão, + Amplificador Profissional Digital de 7200 Wrms + Rack para colocar a potência + Mesa de Som 1624BT 10 canais	1	R\$12.305,87	R\$12.305,87
21	Tela Tripé 98" Branco Fosco	1	R\$631,29	R\$631,29
22	TV 43" LED Full HD	5	R\$1.449,00	R\$7.245,00
	Total	85	R\$34.650,16	R\$59.793,06

Fonte: Os próprios autores.

Tabela 2 - Móveis e utensílios

MÓVEIS E UTENSÍLIOS				
	Descrição	Qtdd.	Valor Unitário	Total
1	Cabo DMX 10M	4	R\$74,99	R\$299,96
2	Cabo DMX 5M	50	R\$22,89	R\$1.144,50
3	Cabo PP 2X1,5MM por metro	100	R\$2,08	R\$208,00
4	Cabo PP 2X10MM por metro	20	R\$14,85	R\$297,00
5	Cabo PP 2X4MM por metro	50	R\$3,60	R\$179,80

	Descrição	Qtdd.	Valor Unitário	Total
6	Conector Femea 10A	100	R\$2,90	R\$290,00
7	Conector Femea 20A	10	R\$8,90	R\$89,00
8	Conector Macho 10A	100	R\$3,20	R\$320,00
9	Conector Macho 20A	10	R\$9,50	R\$95,00
10	Garra Clamp Ganho Q15 até Q30	30	R\$20,00	R\$600,00
11	Ar condicionado 12.000 BTUs	1	R\$1.131,99	R\$1.131,99
12	Armario	1	R\$159,90	R\$159,90
13	Bebedouro	1	R\$247,70	R\$247,70
14	Cadeira Giratória	1	R\$186,94	R\$186,94
15	Cadeira Tripla para espera	2	R\$300,00	R\$600,00
16	Estante Multiuso para guardar equipamentos	4	R\$60,00	R\$240,00
17	Impressora EcoTank	1	R\$537,00	R\$537,00
18	Máquina de Cartões credito/debito	1	R\$109,00	R\$109,00
19	Mesa	1	R\$349,00	R\$349,00
20	Mesa de Centro	1	R\$89,90	R\$89,90
21	Tapete Personalizado	1	R\$159,90	R\$159,90
22	Telefone Sem Fio	1	R\$109,00	R\$109,00
23	Kit Treliças Trave Box Truss Q25 Aço 3x5m Trave	2	R\$1.449,00	R\$2.898,00
24	Kit Treliças Trave Box Truss Q25 Aço 3x6m em X	1	R\$3.099,00	R\$3.099,00
Total		493	R\$ 8.151,24	R\$ 13.440,59

Fonte: Os próprios autores.

Tabela 3 - Veículo

VEÍCULO				
	Descrição	Qtdd	Valor Unitário	Total
1	Hyundai HR 2008/2008 - (Com BAU chapas de alumínio)	1	R\$ 40.000,00	R\$ 40.000,00
Total		1	R\$ 40.000,00	R\$ 40.000,00

Fonte: Os próprios autores.

5.2 CAPITAL DE GIRO

O Capital de Giro é tudo que a empresa terá para que haja um efetivo funcionamento, desde a compra para matéria-prima, o financiamento para vendas, até o pagamento para as despesas.

Em se tratando da Aliança Som e Iluminação, não será necessário o registro de estoque Inicial, uma vez que esse empreendimento não possui produtos nem mercadorias a serem revendidas. Isso se deve ao fato de que o objetivo da empresa é a prestação de serviço em locar equipamentos de som e iluminação.

Tabela 4 - Contas a receber

CONTAS A RECEBER			
Prazo Médio de Vendas	%	Número de dias	Média Ponderada
Á VISTA	32%	0	0
Á PRAZO	69%	90	62
Prazo Médio Total			62

Fonte: Os próprios autores.

Tabela 5 - Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

RECURSOS DA EMPRESA FORA DE SEU CAIXA	Número de Dias
Contas a receber - prazo média de vendas	62
Estoques - necessidade média de estoques	0
Subtotal 1	62
Recursos de Terceiros no Caixa da Empresa	0
Fornecedores - prazo médio de compras	0
Subtotal 2	0
Necessidade Líquida de capital - giro em dias	62

Fonte: Os próprios autores.

5.2.1 Caixa Mínimo

Refere-se a todo montante que a empresa tem em caixa para a movimentação da mesma, enquanto o valor adquirido pelo estabelecimento seja suficiente para compor a reserva inicial de caixa.

Tabela 6 - Caixa Mínimo

CAIXA MÍNIMO	
Custo Fixo Mensal (5.11)	R\$ 7.448,80
Custo variável mensal (5.12) - Subtotal 2	R\$ 1.201,20
Custo Total da Empresa	R\$ 8.650,00
Custo Total Diário	R\$ 288,33
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	62
Caixa Mínimo	R\$ 17.876,67
Capital de Giro	
Investimentos Financeiros	
Estoque Inicial	R\$ 0
Caixa mínimo	R\$ 17.876,67
Total do capital de giro	R\$ 17.876,67

Fonte: Os próprios autores.

5.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Investimentos necessários para regularização aos órgãos governamentais para o início das atividades da empresa Aliança Som e Iluminação, obras necessárias para reforma do estabelecimento, propaganda e divulgações com intuito de atingir com eficácia o público-alvo.

Tabela 7 - Investimentos pré-operacionais

INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS			
Item			Valor
Despesas de legalização	Abertura de Firma		R\$ 400,00
	Bombeiro		R\$ 101,97
	Alvará de Funcionamento		R\$ 350,00
	Junta Comercial	DARE	R\$ 145,91
		DARF	R\$ 21,00
		JUCESP	R\$ 130,00
Outras Despesas	Obras civis e reformas	R\$ 8.000,00	
	Divulgação/Publicidade/Propaganda	R\$ 1.749,00	
	Plataforma		
Total			R\$ 10.897,88

Fonte: Os próprios autores.

5.4 INVESTIMENTO TOTAL

Na tabela a seguir será avaliado todo o capital para criar a empresa.

Tabela 8 - Investimento total

INVESTIMENTO TOTAL			
Item	Descrição do Investimento	Valor	%
5.1	Investimento (fixo)	R\$ 113.233,65	79%
5.2	Capital de Giro	R\$ 17.876,67	13%
5.3	Investimento pré-operacional	R\$ 10.897,88	8%
Total de investimento		R\$ 142.008,20	100%

Fonte: Os próprios autores.

5.5 ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA

Trata-se de uma prévia mensal da receita, em função dos serviços que serão prestados.

Tabela 9 - Faturamento Mensal

ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL				
	Descrição	Estimativa de Vendas	Preço de Venda (Un)	Total
1	Serviço de Locação Pacote Som	2	R\$ 250,00	R\$ 500,00
2	Serviço de Locação Pacote Basic	6	R\$ 700,00	R\$ 4.200,00
3	Serviço de Locação Pacote Plus	2	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00
4	Serviço de Locação Pacote Premium	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
Pacote Adicionais				
5	Unidade de Par64 Led para iluminação cênica	20	R\$ 20,00	R\$ 400,00
6	Unidade de Fogos indoor	4	R\$ 30,00	R\$ 120,00
7	Máquina de Papel Picado (Sky Paper)	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
8	Locação de Gerador de Energia	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Total		18	R\$ 5.150,00	R\$ 10.920,00

Fonte: Os próprios autores.

5.6 ESTIMATIVA DE CUSTO DE MATÉRIA-PRIMA, MATERIAIS DIRETOS E TERCEIRIZAÇÕES

A empresa Aliança Som e iluminação é uma prestadora de serviços, seus equipamentos adquiridos são de longa duração e o principal custo é a manutenção e depreciação dos mesmos, sendo assim não haverá matéria-prima para reposição com

os fornecedores. Apenas quando houver a necessidade de substituir equipamento ou adquirir equipamentos novos e com mais tecnologia.

5.7 ESTIMATIVA DE CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO

Compreende uma previsão dos gastos com impostos, comissões de vendedores e ou representantes, afetando diretamente as vendas e por isso considerado o custo variável.

Tabela 10 - Custos de comercialização e impostos

Impostos (Custos de Comercialização)				
	Descrição	%	Faturamento Estimado	Total
1	SIMPLES NACIONAL	6,00%	R\$ 10.920,00	R\$ 655,20
Gastos com Vendas				
	Descrição	%	Faturamento Estimado	Total
	Propaganda	3%	R\$ 10.920,00	R\$ 327,60
	Taxa de administração (cartão de crédito)	2%	R\$ 10.920,00	R\$ 218,40
	Total			R\$ 546,00

Fonte: Os próprios autores.

5.8 APURAÇÃO DE CUSTOS DE MERCADORIAS VENDIDAS

Considera-se o levantamento dos CMD- Custos com Materiais Diretos ou CMV- Custos das Mercadorias Vendidas, na situação da Aliança Som e Iluminação não comercializará produtos, apenas prestação de serviços e locação de equipamentos.

5.9 ESTIMATIVAS DE CUSTOS DE MÃO DE OBRA

Descreve de forma estimada o quantitativo de pessoas que serão contratadas, incluindo todos os gastos e encargos sociais que abrange cada profissional.

Tabela 11 - Custo de colaboradores

Custos de Mão de Obra Mensal								
Cargo	Salário	FGTS	Aviso Prévio 13 o	Férias	1/3 de Férias	FGTS sem Verbas Rescisórias	INSS	
Atendente	R\$ 1.200,00	R\$ 96,00	R\$ 27,24	R\$ 99,96	R\$ 33,36	R\$ 22,20	R\$ 62,04	R\$ 96,00
TOTAL	R\$ 1.200,00	R\$ 96,00	R\$ 27,24	R\$ 99,96	R\$ 33,36	R\$ 22,20	R\$ 62,04	R\$ 96,00
Total do Custo de Mão de Obra Mensal						R\$ 1.636,80		

Fonte: Os próprios autores.

5.10 ESTIMATIVA DE CUSTOS DE DEPRECIAÇÃO

Compreende que todos os equipamentos se tornam ultrapassados e desgaste com o passar do tempo, tendendo a perda dos bens, sendo necessárias as reposições dos mesmos.

Tabela 12 - Depreciação de bens e equipamentos

Depreciação do Maquinário				
Descrição do Ativo	Valor do Ativo	Vida Útil	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 59.793,06	10	R\$ 5.979,31	R\$ 498,28
Móveis e utensílios de escritório	R\$ 13.440,59	10	R\$ 1.344,06	R\$ 112,00
Veículos	R\$ 40.000,00	5	R\$ 8.000,00	R\$ 666,67
Total de Depreciação	R\$ 113.233,65		R\$ 15.323,37	R\$ 1.276,95

Fonte: Os próprios autores.

5.11 ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS

Trata-se dos custos fixos gastos, sendo esses os que não alteram na produção ou na quantidade vendida em determinado período.

Tabela 13 - Custos Fixos Operacionais

Custos Fixos Operacionais	
Conta	Valor
Água	R\$ 80,00
Aux. de Montagem <i>Freelance</i>	R\$ 1.600,00
Combustível	R\$ 271,20
Energia	R\$ 350,00
Escritório de Contabilidade	R\$ 350,00
Internet 80MB	R\$ 89,90
Locação do Salão comercial	R\$ 1.000,00
Manutenção site	R\$ 54,90
Mão de obra	R\$ 1.636,80
Pró-labore	R\$ 1.996,00
Sulfites A4	R\$ 20,00
Total	R\$ 7.448,80

Fonte: Os próprios autores.

5.12 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

Objetiva prever o resultado da empresa, a partir das estimativas de faturamento e custos totais.

Tabela 14 - Demonstrativo do Resultado do Exercício

Demonstrativo do Resultado de Exercício (Mensal)		
Item	Descrição da Conta	Valor
	Receita Total	R\$ 10.920,00
	Imposto e gastos de Vendas	R\$ 1.201,20
5.6	Imposto sobre Vendas (-)	R\$ 655,20
5.6	Gastos com vendas	R\$ 546,00
	Custos Variáveis totais	R\$ -
5.8	Custo de Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ -
	Margem de Contribuição	R\$ 9.718,80
5.11	Custos Fixos Totais	R\$ 7.448,80
	Resultado do Exercício	R\$ 2.270,00

Fonte: Os próprios autores.

5.13 INDICADORES DE VIABILIDADE

Descreve-se o que a empresa tem que faturar mensalmente para pagar os gastos fixos em determinado tempo.

A empresa Aliança Som e Iluminação tem um resultado positivo de R\$ 2.270,00 mensal.

5.13.1 Ponto de Equilíbrio

Trata-se da combinação de valores, ou seja, o montante que a empresa, tem na receita para assim cobrir todos os gastos fixos e variáveis.

Tabela 15 - Ponto de equilíbrio

Ponto de Equilíbrio	
Custo Fixo	R\$ 7.448,80
Índice de Margem de Contribuição	0,89
Total do Ponto de Equilíbrio	R\$ 8.369,44

Fonte: Os próprios autores.

5.13.2 Lucratividade

Refere-se o lucro ativo nas vendas, assim tendo a economia que a empresa possui a sua competitividade, tendo lucratividade em seus investimentos a realizar.

Tabela 16 - Lucratividade

Lucratividade	
Lucro Líquido	R\$ 27.240,00
Receita Total	R\$ 131.040,00
Total	20,79 % ao ano

Fonte: Os próprios autores.

5.13.3 Rentabilidade

Considera de como é a atratividade do negócio, será um retorno de investimento, se possui uma rentabilidade a ser comparada no retorno financeiro.

Tabela 17 - Rentabilidade

Rentabilidade	
Lucro Líquido	R\$ 27.240,00
Investimento total	R\$ 142.008,20
Total	19% ao ano

Fonte: Os próprios autores.

5.13.4 Prazo de Retorno de Investimento

Analisando a rentabilidade, se tem uma boa atratividade, para que o empreendedor recupere seu investimento.

Tabela 18 - Prazo de Retorno de investimento

Prazo de Retorno de investimento	
Investimento total	R\$ 142.008,20
Lucro Líquido	R\$ 2.270,00
Total	63 meses

Fonte: Os próprios autores.

5.13.5 Margem de Contribuição

A margem de contribuição determina se a receita das vendas é suficiente para pagar custos e despesas e ainda proporcionar o devido lucro à empresa

Tabela 19 - Índice de Margem de Contribuição

Índice de Margem de Contribuição	
Receita Total	R\$ 10.920,00
Custos Variáveis	R\$ 1.201,20
Índice de Margem	0,89

Fonte: Os próprios autores.

Tabela 20 - Margem de Contribuição

Margem de Contribuição	
Receita Total	R\$ 10.920,00
Custos Variáveis	R\$ 1.201,20
Margem de Contribuição	R\$ 9.718,80

Fonte: Os próprios autores.

5.14 CONCLUSÃO DO PLANO FINANCEIRO

Conclui-se que os indicadores apresentados viabilizam financeiramente a empresa, visto que através de um investimento de R\$ 142.000,00 se espera um lucro mensal de R\$ 2.270,00, atingindo assim a rentabilidade atual de 19% ao ano, índice superior aos 5,40% de SELIC (Sistema Especial de Liquidação e de Custódia, atualizado em setembro de 2019), utilizada pelo governo Brasileiro para pagar por

empréstimos tomados dos bancos, de acordo com o BANCO CENTRAL DO BRASIL (2019).

A estimativa de retorno dos investimentos feitos pelos sócios no prazo de 63 meses, de acordo com o SEBRAE (2019) “não existe um prazo de retorno ideal para uma empresa, mas o quanto antes melhor”. Porém este tipo de negócio trata-se de investimentos robustos justificando assim este prazo longo, mas é esperado obsolescência² longa que faz a compensação do retorno de longo prazo.

Realizando uma comparação de projeção de crescimento de 3% em cada ano, quando se chegar no 5º ano futuramente a empresa poderá resultar em cenários mais vantajosos, conforme a tabela abaixo:

Tabela 21- Projeção de Crescimento Futuro

Descrição	Ano I	Ano II	Ano III
	Atual	Crescimento de 3%	Crescimento de 6%
Receita Total	R\$ 10.920,00	R\$ 11.247,60	R\$ 11.922,46
Imposto	R\$ 1.201,20	R\$ 1.237,24	R\$ 1.311,74
Custos Variáveis	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Margem de contribuição	R\$ 9.718,80	R\$10.010,36	R\$ 10.610,99
Custo fixo	R\$ 7.448,80	R\$ 7.448,80	R\$ 7.448,80
Resultado do Exercício	R\$ 2.270,00	R\$ 2.561,56	R\$ 3.162,19
Descrição	Ano IV	Ano V	
	Crescimento de 9%	Crescimento de 12%	
Receita Total	R\$ 12.995,48	R\$ 14.554,93	
Imposto	R\$ 1.429,50	R\$ 1.601,04	
Custos Variáveis	R\$ -	R\$ -	
Margem de contribuição	R\$ 11.565,97	R\$ 12.953,89	
Custo fixo	R\$ 7.448,80	R\$ 7.448,80	
Resultado do Exercício	R\$ 4.117,17	R\$ 5.505,09	

Fonte: os próprios autores.

² Obsolescência: é a condição que ocorre a um serviço ou produto que deixa de ser útil.

Tabela 22 - Rentabilidade projeção de crescimento futuro

Rentabilidade no Ano V	
Lucro Líquido	R\$ 66.061,10
Investimento total	R\$ 142.000,00
Total	46,52% ao ano

Fonte: Os próprios autores.

Tabela 23 - Lucratividade projeção de crescimento futuro

Lucratividade no Ano V	
Lucro Líquido	R\$ 66.061,10
Receita Total	R\$ 174.659,21
Total	37,82 % ao ano

Fonte: Os próprios autores.

Com a projeção de crescimento futuro a empresa consegue resultado de lucro líquido anual de R\$ 66.061,10, obtendo uma rentabilidade de 46,52% ao ano e a lucratividade de 37,82% ao ano, índices melhores poderá ser alcançado a longo prazo. A projeção de crescimento futuro consegue manter os custos fixos, pois está dentro da capacidade de operação da empresa, conforme será abordado na construção de cenários.

6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

A construção de cenários segundo Siqueira, Wagner (2010) é a projeção financeira e econômica de futuros, são referências indispensáveis aos processos de planejamento, de decisão e de controle tão necessários ao desenvolvimento de uma visão estratégica na realidade da gestão das organizações.

A construção do cenário otimista foi gerada a partir de toda capacidade de operação da empresa. Ao levar em consideração a capacidade limite de duas prestações de serviços de locação de equipamentos por dia e durante os finais de semana dentro de um mês, consegue-se atingir um aumento de 45% do seu faturamento, no cenário pessimista a redução é com a mesma proporção de 45%, com isso a empresa não consegue manter sua saúde financeira positivamente, com o período pessimista a empresa ficará com saldo devedor.

Tabela 24 – Cenários

		CENÁRIO PROVÁVEL	CENÁRIO PESSIMISTA	CENÁRIO OTIMISTA
Item	Descrição da Conta	Valor	Valor	Valor
	Receita Total	R\$ 10.920,00	R\$ 6.000,00	R\$ 15.840,00
	Imposto e gastos de Vendas	R\$ 1.201,20	R\$ 660,00	R\$ 1.742,40
5.6	Imposto sobre Vendas (-)	R\$ 655,20	R\$ 360,00	R\$ 950,40
5.6	Gastos com vendas	R\$ 546,00	R\$ 300,00	R\$ 792,00
	Custos Variáveis totais	R\$ -	R\$ -	R\$ -
5.8	Custo de Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ -	R\$ -	R\$ -
	Margem de Contribuição	R\$ 9.718,80	R\$ 5.340,00	R\$ 14.097,60
5.11	Custos Fixos Totais	R\$ 7.448,80	R\$ 7.448,60	R\$ 7.448,80
	Resultado do Exercício	R\$ 2.270,00	- R\$ 2.108,80	R\$ 6.648,80

Fonte: Os próprios autores.

No cenário otimista com o aumento do faturamento para R\$ 15.840,00, se obteve uma demonstração de resultado do exercício em R\$ 6.648,80, rentabilidade anual de 56% e um prazo de retorno de investimento em 63 meses, com resultados positivos, pois além do aumento lucrativo da empresa este prazo fica dentro de uma média aceitável economicamente, sendo assim quanto menor o tempo de retorno melhor.

Já o cenário pessimista resultou em uma demonstração de resultado negativa prejudicando assim a saúde financeira e a inviabilidade da empresa caso haja persistência de atividades em futuros períodos.

O cenário provável proporciona o equilíbrio e se identifica com o mais próximo da realidade, obtendo resultado positivo no financeiro e na demonstração de resultado do exercício com o lucro de R\$ 2.270,00 mensais.

7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

A avaliação estratégica global das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças é denominada análise F.O.F.A ou SWOT (dos termos em inglês *strengths, weaknesses, opportunities, threats*). A matriz SWOT é uma das mais conhecidas ferramentas de planejamento estratégico.

De acordo com CAMPOS, Leticia (2016), “na análise Swot, ás forças e as fraquezas fazem parte da organização, já as ameaças e as oportunidade são encontradas no mercado” (p.109). Quando bem aplicada a analise swot é muito eficaz para que a organização possa desenvolver suas capacidades, otimizar seus pontos fortes e minimizar os pontos fracos.

7.1 ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A.

AMBIENTE INTERNO	FORÇAS	FRAQUEZAS
	<ul style="list-style-type: none"> • ATENDIMENTO PERSONALIZADO. • PACOTES DIVERSIFICADOS DE SERVIÇOS. • SÓCIOS ESPECIALIZADOS. • CUSTOS DE OPERAÇÃO REDUZIDOS. • ESPAÇO FÍSICO PARA DEMONSTRAÇÃO DOS EQUIPAMENTOS A SEREM CONTRATADOS (<i>SHOWROOM</i>). • SITE PARA DIVULGAÇÃO, CONTATO E POSSIBILIDADE DE CONTRATAR SERVIÇOS ONLINE. • NÃO NECESSITA DE PONTO COMERCIAL ESTRATÉGICO. 	<ul style="list-style-type: none"> • LIMITAÇÃO DA 3º OU MAIS CONTRATAÇÃO EM UM DIA. • INEXPERIÊNCIA DOS (<i>FREELANCE</i>). • CUSTO DE EQUIPAMENTOS ELEVADOS.
AMBIENTE EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
	<ul style="list-style-type: none"> • PARCERIAS COM OUTRAS EMPRESAS QUE ATUAM EM EVENTOS. • DATAS COMEMORATIVAS. • PARTICIPAR DE LICITAÇÕES PÚBLICAS. • ATENDIMENTO REGIONAL. 	<ul style="list-style-type: none"> • CONCORRÊNCIA DIRETA E INDIRETA. • ESCASSEZ DA MÃO DE OBRA QUALIFICADA. • CRISE ECONÔMICA. • LIMITAÇÃO DA CAPACIDADE DOS EVENTOS DE MÉDIO E GRANDE PORTE.

Fonte: Os próprios autores.

No *ambiente interno*, as análises feitas são:

Força: Atender os desejos, necessidades e valores de cada cliente tornando-se único, apresentando os serviços para que os mesmos contratem e sentir como será seus eventos, pois o espaço físico possibilita esta ação, os clientes conseguirão analisar os equipamentos antes mesmo de ser realizada a contratação. O atendimento ainda se expande virtualmente pelo site, podendo analisar os pacotes, solicitar orçamento, contratar e agendar online.

Como a Aliança Som e Iluminação se trata de prestação de serviço não há necessidade de um ponto físico estratégico para atrair clientes, fazendo com que o custo do aluguel seja reduzido em sua localização.

Fraquezas: A limitação para atender uma 3ª contratação no mesmo dia seria uma fraqueza, pois o planejamento operacional é para até duas prestações de serviço ao dia, com a expansão e crescimento da empresa esse problema seria possivelmente solucionado.

Os equipamentos utilizados pela Aliança Som e Iluminação tem um custo elevado, possíveis problemas técnicos dos mesmos podem ocasionar a compra ou manutenção deles, o que comprometeria parte do orçamento da empresa.

Os funcionários *freelances* acabam se tornando uma fraqueza por conta da sua total falta de conhecimento e experiência. Com o crescimento a longo prazo da empresa será possível planejar a contratação de funcionários fixos, efetuando parcerias com instituições que ofereçam cursos profissionalizantes para a sua maior capacitação.

No *ambiente externo*, as análises feitas são:

Oportunidades: Criar parcerias com empresas do segmento de eventos, fortalece a marca e a credibilidade da prestação de serviços. Datas comemorativas fazem com que aumente a procura e desperte desejo das pessoas em realizarem celebrações.

A licitação pública abre espaço para lucratividade e apoio para realizações de eventos culturais.

A expansão regional se torna uma oportunidade pelo grande número de municípios menores no Oeste Paulista, que não contam com esse tipo de prestação de serviço no local. Com o site da Aliança Som e Iluminação em funcionamento a

pesquisa do cliente em busca de uma empresa, orçamento e contratação se torna a divulgação da logo marca mais visível a municípios vizinhos.

Ameaça: A maioria dos concorrentes são informais e com marca ou nome já conhecido no mercado regional, podendo eles flexibilizar possíveis acordos com os interessados e possíveis clientes.

A contratação de *freelance* para diminuir despesas pode acarretar a escassez da mão de obra pela carência de conhecimento total da montagem ou manuseio dos equipamentos, ocasionando vagareza em todo processo de instalação na estrutura.

A crise econômica leva o consumidor a reduzir despesas e conseqüentemente a não contratar serviços com custos profissionais ou não realizar celebrações formais.

8 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Depois de todo o processo de pesquisa deste trabalho, foi possível concluir que a atuação para o negócio de som e iluminação no município de Presidente Epitácio e em toda região é aceitável, através das aferições com o público nas pesquisas de mercado e pela análise dos concorrentes.

A análise de mercado possibilitou avaliar pontos importantes como a clientela, concorrentes e fornecedores, identificando que há um nível de aceitação considerável por parte das pessoas consultadas, onde 69% contratariam os serviços de profissionais de som e iluminação em eventos e festas, um número que pode crescer gradativamente. A Aliança som e Iluminação conta com alguns concorrentes diretos na cidade, o diferencial da empresa dentre as outras será o showroom que ficará montado na loja física. Outro fator positivo ao negócio estaria vinculado aos fornecedores que assumem papel importante na aquisição de equipamentos de alta qualidade, por serem equipamentos com longo prazo de durabilidade, não necessitam de um planejamento de estoque e plano de reposição, demonstrada na relação com os fornecedores.

Os dois sócios irão exercer atividades como funcionários, atuando como técnicos e além deles, uma funcionária para a loja física será contratada para melhor atender os clientes.

Com os demonstrativos do plano financeiro, foi possível comprovar a viabilidade da empresa financeiramente, visto que através de um investimento de R\$ 142.000,00 se espera um faturamento mensal de R\$ 10.920,00, a rentabilidade da mesma é de 19% ao ano, já o prazo de retorno está em 63 meses considerado longo prazo, porém a projeção de crescimento até o 5º ano pode ser alcançada resultando em novos valores lucrativos e sem acréscimos de custo fixo, utilizando a capacidade de operação.

Esse plano de negócio tem como objetivo implementar inovações no atendimento no mercado de locação de som e iluminação em Presidente Epitácio e região, abrindo uma grande oportunidade de investimento de retorno a longo prazo, que busca novos meios e sucesso no ramo empresarial.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, V. P. **Música – Origem – Sons e Instrumentos**. Disponível em: <https://educacao.uol.com.br/disciplinas/artes/musica---origem-sons-e-instrumentos.htm>. Acesso em: 04 abr. 2019.

BANCO CENTRAL DO BRASIL 2019. **Taxas de juros básicas – Histórico**. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/controleinflacao/historicotaxasjuros>. Acesso em: 18 nov. 2019.

CAMPOS, Letícia Mirella Ficher. **Administração estratégica: planejamento, ferramentas e implantação**. Curitiba: InterSaberes, 2016.

CAMPOS, Letícia Mirella Ficher. **Administração estratégica: planejamento, ferramentas e implantação**. Curitiba: InterSaberes, 2016. 109 p.

CATHO. **Guia de profissões e salários**. Disponível em: <https://www.catho.com.br/profissoes>. Acesso em: 25 ago. 2019.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações**. 7ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora LTDA, 2003. 171p.

COUTINHO, Helen Rita Menezes. **Organização de eventos**. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010.

GABRIEL, Lucas. **4Ps do Marketing: entenda o conceito do marketing do mix do marketing**. Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/4-ps-do-marketing/>. Acesso em: 17 de jun. 2019.

IBGE. **Classificações estatísticas nacionais**. Disponível em <https://concla.ibge.gov.br/busca-onlinecnae.html?subclasse=9001906&view=subclasse>. Acesso em: 25 ago. 2019.

INGAGE... 2018. **Como montar um plano de marketing para sua empresa?**. Publicado em 22 de fevereiro de 2018. Disponível em: <https://blog.ingagedigital.com.br/como-montar-um-plano-de-marketing-para-sua-empresa/>. Acesso em: 17 jun. 2019.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 3ª ed. Barueri: Manole, 2004. Disponível em: <http://tecspace.com.br/paginas/aula/gq/GQE/Artigo09.pdf>. Acesso em 09 abr. 2019.

MONTAR... 2015. **Montar um negócio**. Publicado em 07 de dezembro de 2015, Disponível em: <https://www.montarumnegocio.com/aluguel-de-som-e-iluminacao>, Acesso em: 27 mar. 2019.

PEREZ, VALMIR. **História da Iluminação**. Publicado em 16 de Abril de 2004. Disponível em: <https://www.iar.unicamp.br/lab/luz/dicasemail/dica26.htm>. Acesso em 09 abr. 2019.

RECEITA FEDERAL. **Simples Nacional**. Disponível em: <http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Documentos/Pagina.aspx?id=3>, Acesso em: 08 ago. 2019.

RODRIGUES, Marcus Vinicius. **Ações para a qualidade: GEIQ, gestão integrada para a qualidade**. Rio de Janeiro. Publicado 2004.

SEBRAE. **Como montar um aluguel de som e luz para festas**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/PortalSebrae/ideias/Como-montar-um-aluguel-de-som-e-luz-para-festas>. Acesso em: 01 out de 2019.

SEBRAE. **Iluminação Profissional e Som para Festas e Eventos**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-aluguel-de-som-e-luz-para-festas,2af87a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 27 mar. 2019.

SENAC DN. **Eventos: oportunidades de novos negócios**. Rio de Janeiro: SENAC, 2000.

SIQUEIRA, WAGNER. **Construção de cenários e projeção de futuros**. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/construcao-de-cenarios-e-projecao-de-futuros>, Acesso em: 22 nov. 2019.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização**. São Paulo: Atlas, 2003. 33p.

APÊNDICES

Apêndice A – Questionário Utilizado na Pesquisa de Mercado



1

Curso Técnico de Administração

Pesquisa de Mercado – Aliança Som e Iluminação

Professores: Antônio Marcos Tomé | Marcelo Roberto Zorzan

1 – Qual sua faixa de idade?

- Menor de 18 anos
- 19 a 30 anos
- 31 a 49 anos
- 50 a 60 anos
- Acima de 60 anos

2 – Qual seu gênero?

- Masculino
- Feminino

3 - Em qual cidade você mora?

4 – Qual sua ocupação principal?

- Servidor Público
- Funcionário de Empresa Privada
- Empreendedor
- Aposentado
- Estudante
- Temporariamente Desocupado
- Outras

5 – Em qual renda mensal individual você se encaixa?

- Até R\$ 999
- R\$ 1.000 a R\$ 1.999
- R\$ 2.000 a R\$ 4.999
- R\$ 5.000 a R\$ 9.999
- Acima de R\$ 10.000

6 - Qual seu grau de escolaridade atualmente?

- Fundamental incompleto
- Ensino Fundamental
- Ensino Médio
- Ensino Técnico
- Ensino Superior

7 – Você costuma frequentar festas ou eventos?

- Sim Raramente Não, vá para questão 09

8 – Quais os estilos de evento que você frequenta?

- Aniversário
- Casamento
- Shows / Baladas
- Festas Temáticas
- Festas Beneficentes
- Festa Religiosas
- Confraternizações / Eventos Corporativos

9 – Você já contratou a locação para alguns destes equipamentos para uma festa ou evento?

- Sonorização Iluminação Nenhuma das opções

Se a resposta for Nenhuma das opções, favor pule para questão nº 11.

10 – Quais pontos positivos e pontos negativos para este tipo de serviço que você contratou:

Positivos:

- Atendimento
- Equipamentos
- Preço/Prazo
- Não sei responder

Negativos:

- Atendimento
- Equipamentos
- Preço/Prazo
- Não sei responder



Curso Técnico de Administração

Pesquisa de Mercado – Aliança Som e Iluminação

Professores: Antônio Marcos Tomé | Marcelo Roberto Zorzan

11 – Você estaria disposto a contratar uma empresa para prestar um serviço profissional para realizar o som e iluminação do seu evento ou festa?

Sim Não Talvez

Caso a resposta seja Não, favor entregar o questionário.

12 – Em média, quantas vezes você contrataria este tipo de serviço em um ano?

Uma vez De 2 a 3 vezes Acima de 4 vezes

Não sei informar.

13 – Em qual período você prefere realizar sua festa ou evento?

Manhã Tarde Noite

14 – Quanto você está disposto a pagar para prestação deste serviço?

Menos que R\$ 299,00

De R\$ 300,00 a R\$ 799,00

De R\$ 800,00 a R\$ 1.599,00

De R\$ 1.600,00 a R\$ 2.399,00

Acima R\$ 2.400,00

15 – Quais dessas forma de pagamento seria mais interessante para você?

A Vista / Cartão de Débito

Cartão de Crédito com opção de parcelamento em até 05 vezes.

Cheque opção de parcelamento em até 03 vezes.

16 – No evento ou festa, o que mais chama a atenção?

A iluminação do ambiente;

Qualidade do equipamento de som;

Efeitos especiais: fumaça, laser, fogos indoor, etc;

O espaço da pista de dança;

Outros;

Não sei responder ou indiferente;

17 – Na sua opinião, o som do ambiente deve ter um controle sonoro para comunicação entre as pessoas presentes do local. Qual o nível de importância?

Sendo 1 para “nenhuma importância” e 10 para “Extremamente Importante”.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

18 – A ideia de oferecer um gerador a combustão para gerar energia aos equipamentos de som e iluminação, em uso emergencial caso ocorra ausência na rede elétrica em seu evento ou festa, seria um diferencial para contratação da empresa.

Certamente que sim

Não seria um diferencial importante

Não sei responder

19 – Seria interessante na loja física da empresa, os equipamentos a serem contratados estejam montados para demonstração no momento da contratação.

Sim

Não

Talvez

20 – Na escolha desta prestação de serviço de som e iluminação o que é essencial?

Preço

Qualidade e recursos

Responsabilidade e confiança

Atendimento

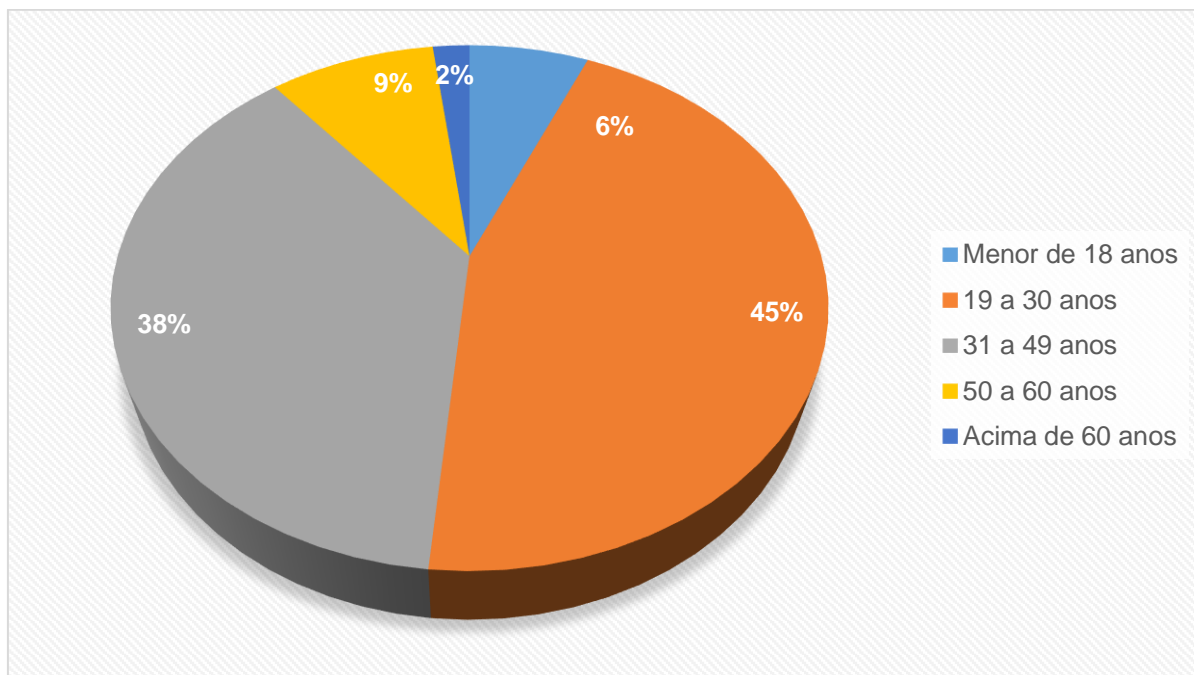
Não sei responder

Agradecemos a Sua Participação!

Apêndice B – Gráficos da Pesquisa de Mercado não utilizados.

A seguir o gráfico 18 mostra a faixa de idade dos entrevistados da cidade de Presidente Epitácio.

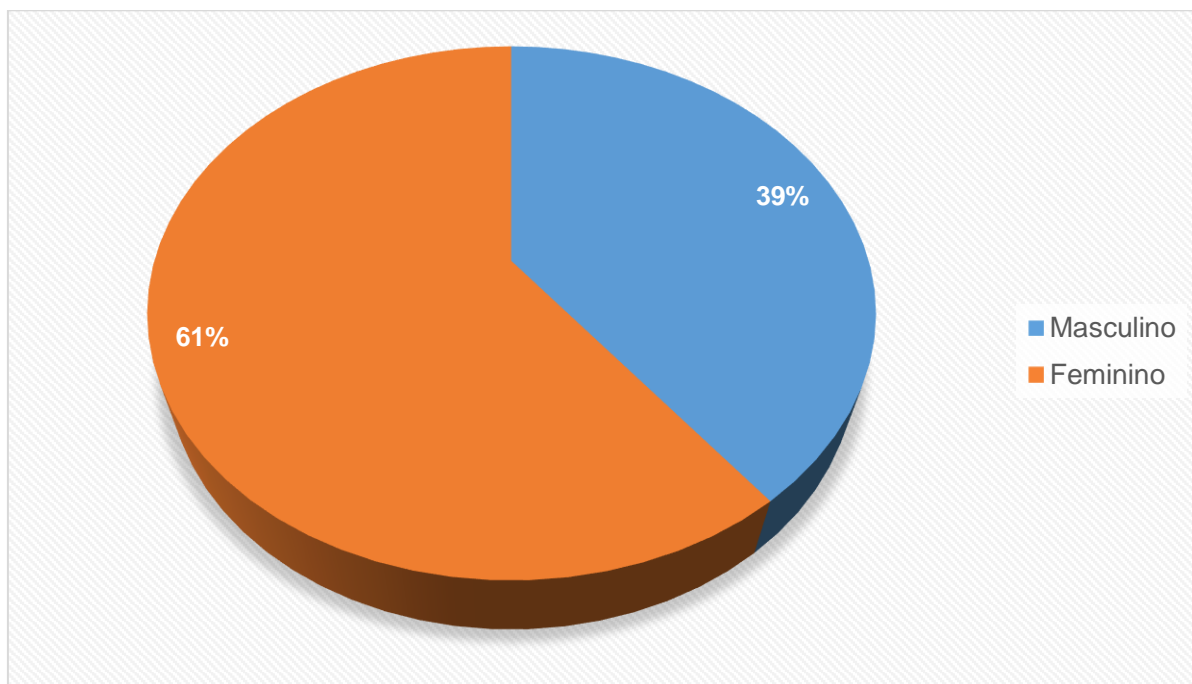
Gráfico 18 – Faixa de Idade.



Fonte: Os próprios autores.

Foi analisado que a maior parte dos entrevistados com 45% está na faixa dos 19 aos 30 anos, 38% na faixa entre 31 e 49 anos, resultando assim que os adultos e jovens são os que mais esteve presente no local da entrevista, essa faixa de idade é interessante para o negócio.

O gráfico 19 mostra o gênero sexual dos entrevistados
Gráfico 19 – Gênero.

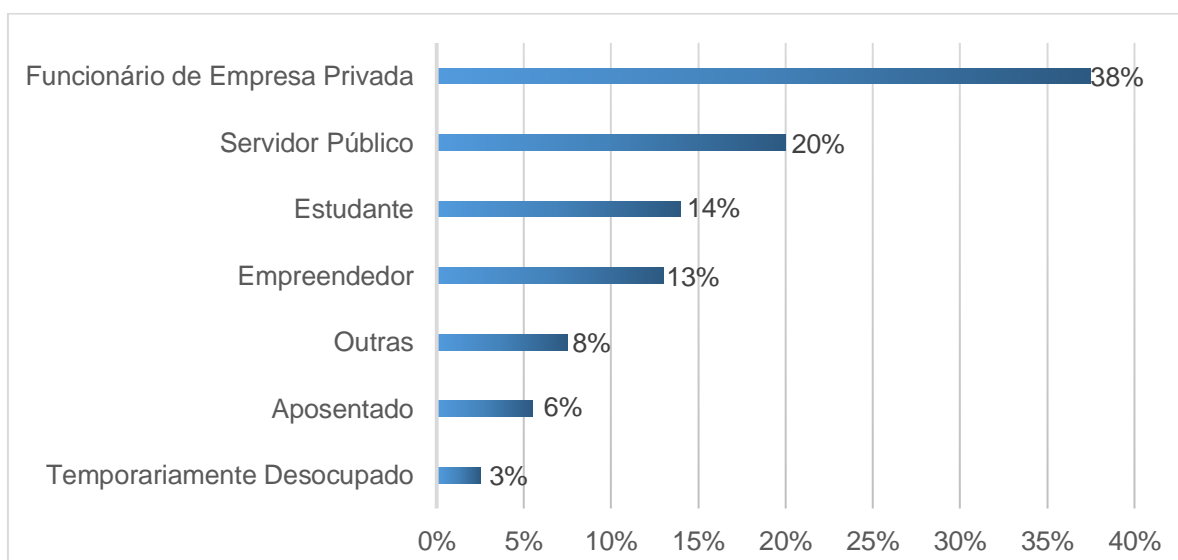


Fonte: Os próprios autores

Foi possível analisar que 60% dos entrevistados são do gênero feminino e os outros 40% são do gênero masculino. Percebe-se que o público feminino é o que mais contrata este tipo de serviços, pois são as maiores organizadoras de festas.

No gráfico 20 representa as ocupações apontados na entrevista.

Gráfico 20 – Atividade ocupacional.

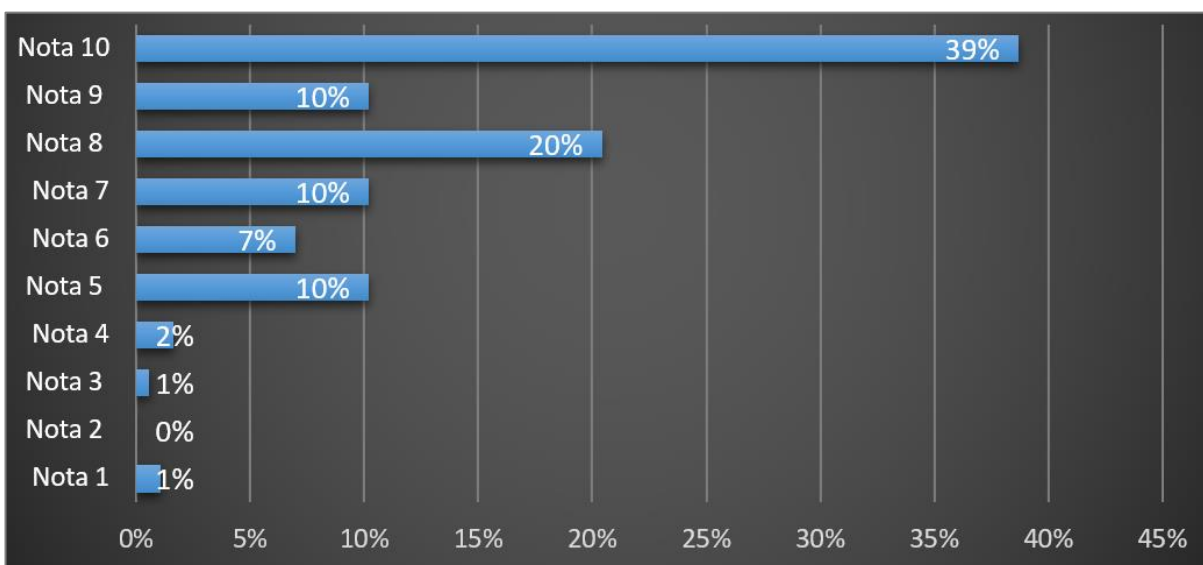


Fonte: Os próprios autores

É possível analisar que o maior número dos entrevistados se encontra no segmento de Funcionários de Empresas Privadas com 38%, seguido da área de funcionários de setor Público com 20%, o menor segmento profissional de entrevistados se concentra na área de temporariamente desocupados com 3%.

O gráfico 21 mostra o nível de importância do volume sonoro no ambiente para a comunicação.

Gráfico 21 – Nível de importância do volume de músicas em som ambiente.



Fonte: Os próprios autores.

A questão do controle sonoro no ambiente para que as pessoas possam se comunicar entre si de uma forma mais agradável foi indagado, sendo nota 1 para nenhuma importância e nota 10 para extremamente importante, olhando os dados podemos observar que os entrevistados acham muito importante que se deva ter um controle sonoro no ambiente do evento ou festa.

Apêndice C – Informações de Orçamento dos concorrentes.

Concorrentes da Aliança Som e Iluminação na Região de Presidente Epitácio		
Ryan Brinquedos (Bataguassu- MS)	R\$ 600,00	Estrutura Trave
	R\$ 800,00	Estrutura em X
	R\$ 150,00	Adicional Telão
Paschoal Iluminação (Florida Paulista)	R\$ 1.500,00	Estrutura em Trave
	R\$ 2.000,00	Estrutura em X
Gera Som (Presidente Epitácio)	R\$ 500,00	Estrutura em Trave
	Não informado	Estrutura em X
Andrads Som e Luz (Pirapozinho)	R\$ 1.300,00	Montagem em T
	R\$ 1.000,00	Trave com 2 TVS + Telão
	R\$ 2.000,00	Estrutura em X


Apêndice D – Apresentação do Google Formulários, as questões foram as mesmas utilizada no Apêndice A.

Aliança Som e Iluminação

Olá, Somos alunos do Instituto Federal de Educação, Ciência E Tecnologia, os Desenvolvedores do projeto da empresa Aliança Som e Iluminação, e gostaríamos de saber a sua opinião sobre as prestações de serviços e locação de equipamentos de som e iluminação para festas e eventos.

Se você estiver disponível para responder essa pesquisa, agradeço antecipadamente.

Pesquisa de Mercado



INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
SÃO PAULO
Campus Presidente Epitácio

Para responder nosso questionário favor prosseguir clicando no botão abaixo: "PRÓXIMO"

NextPage 1 of 21

Never submit passwords through Google Forms.
This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

Google Forms

Apêndice E – Operadoras de máquinas de cartão de crédito e débito.

Operadoras de cartão de Crédito e Débito	Taxa à vista	Taxa Crédito parcelado	Taxa débito	Taxa de antecipação
Mercado Pago	4,74%	4,36%	1,99% por venda	5,31%
Cielo ZIP	4,99%	5,59%	1,99%	5,59%
Minizinha Pag Seguro	4,99%	4,59%	1,99%	5,59%
Sum UP	4,60%	1,50%	1%	4,60%