

CENTRO PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO
Técnico em Administração

**MERAKI EVENTOS: um novo conceito de assessoria e consultoria
de eventos**

Tupã - SP
2023

**César Augusto de Souza dos Santos
Geovana Moura Gilioli
Isadora Ribeiro Martins
Luane Santos Silva
Nathâny Cristina Fagundes Bozza
Siméia Soares de Mattos Barbosa**

**MERAKI EVENTOS: um novo conceito de assessoria e consultoria
de eventos**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico de Administração da ETEC Prof. Massuyuki Kawano, orientado pelo Prof. Me. Dercílio Volpi Júnior, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

Menção do Trabalho: MB.

**Tupã - SP
2023**

Etec Prof. Massuyuki Kawano

Técnico em Administração

Cesar Augusto de Souza dos Santos

Geovana Moura Gilioli

Isadora Ribeiro Martins

Luane Santos Silva

Nathâny Cristina Fagundes Bozza

Siméia Soares de Mattos Barbosa

MERAKI EVENTOS: um novo conceito de assessoria e consultoria de eventos

Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Me. Dercílio Volpi Júnior

Orientador

Prof.^a Caroline Penteado Manoel

Avaliador

Prof.^a Juliana Delgado Martins

Avaliador

Tupã, 20 de junho de 2023.

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelo aluno. O(A) Professor(a) orientador(a), a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradecemos a Deus por nos presentear com o dom da vida e pela oportunidade de crescimento pessoal e profissional, que nos concerne através do estudo uma maior sabedoria sobre as pessoas e o ambiente que nos cerca, e assim nos permite ser pessoas melhores.

Agradecemos também a ETEC Prof. Massuyuki Kawano, por nos conceder um ambiente propício para o nosso desenvolvimento em nossa formação enquanto profissionais da área de gestão, como também a todos os docentes que nos acompanharam durante essa trajetória compartilhando seus conhecimentos que certamente seguirão conosco durante toda nossa carreira; e em especial gostaríamos de agradecer aos orientadores Karen Andrade e Dercílio Volpi Júnior por todos os ensinamentos e conhecimentos transmitidos, que sem sombra de dúvidas agregaram ainda mais valor à ideia de negócio.

Evidenciamos também a nossa gratidão aos nossos familiares que nos apoiaram e incentivaram durante todo o período do curso, igualmente a todos os integrantes do grupo Meraki Eventos pelo comprometimento, dedicação e competência perante o desenvolvimento deste trabalho.

“Nos tornamos mais fortes ao enfrentarmos voluntariamente aquilo que impede o nosso progresso.”

Jordan Peterson

RESUMO

O setor de eventos representa uma parcela considerável do PIB brasileiro, movimentando a economia e propiciando uma maior empregabilidade à população brasileira. Em vista disso, o objetivo do projeto consiste em identificar a viabilidade da abertura de uma empresa de assessoria e consultoria de eventos, bem como analisar os interesses latentes dos munícipes de Tupã. Diante do disposto, os elementos metodológicos utilizados a fim de atingir o objetivo, consistem na Análise de Mercado, na Pesquisa de Campo, na Análise de SWOT, no CANVAS e na Persona, com o propósito de evidenciar concorrentes, fornecedores e potenciais clientes. A pesquisa de campo, atrelada à análise de mercado, foi feita por meio de um formulário com seções para identificação dos tipos de comemorações, com a finalidade de identificar o tipo de festa ou evento que as pessoas no geral gostariam de contratar. Como resultado, ficou constatado maior interesse de clientes para eventos informais, entretanto como a região carece de empresas que forneçam serviços ao meio empresarial, decidiu-se por agregar pacotes de serviços específicos a este público. Ademais, foi elaborado o plano financeiro para validação das informações que promoverão a estrutura para abertura de uma empresa neste setor, no qual, foi verificado que para efetivação da mesma, o valor investido inicialmente deverá ser de R\$ 260.436,78, que promoveria um faturamento anual de R\$ 4.760.863,80, o montante quando diluído nos custos fixos e variáveis apresenta um lucro mensal de R\$ 1.454,94. Embora o rendimento pareça baixo, as perspectivas a longo prazo, desde que bem investidos poderão ser maiores, considerando que boa parte das empresas nos primeiros anos passam por adequações de oferta e demanda, bem como o valor do investimento inicial costuma ser abatido ao longo dos primeiros anos. Portanto, entende-se que há viabilidade para o empreendimento de uma empresa de assessoria e consultoria de eventos no município, uma vez que foi sinalizado a lacuna de escassez sobre fornecimento de serviços nesta modalidade atrelado a parcerias e que atendam, também, eventos corporativos.

Palavras-chaves: Aplicativo. Organização. Festas. Corporativo. Serviço.

ABSTRATC

The festivity sector represents an important piece of Brazilian GDP, moving the economy and propitious better employability for the Brazilian population. The objective of this project consists in identifying the viability of opening the company about festivity advisory and consultancy and analyzing the latent interests in Tupã city. The methodological elements used to achieve the objective consist of Market Analysis, Field Search, Swot Analysis, in Canvas, and Persona, with the purpose of evidence concurrent, suppliers, and client potentials. The field search with the Market Analysis was made through the forms with sections for identification of the commemoration type, with finality for identifying the type of festivity or party that people, in general, would like to deal with. The results, it was verified that the biggest interest of clients in informal events, however, the region needs companies that offer business services, so it was chosen to add packages of specific services for this public. Besides, it was elaborate the financial plan for validation of pieces of information that promote the structure for opening a company in this sector, in which it was verified that for the effectiveness of the company, the first invested value would be R\$ 260.436,78 that was promoted an annual billing of R\$ 4.760.863,80, the montant when dissolved on fixed costs and variables show a monthly profit of R\$ 1.454,94. While the performance show low, the perspectives in a long time when well invested would be bigger, considering that the bigger part companies in the first years through for adequations of offer and demands, well how the value the first investment be costume down on the time. So, it was understood that the viability for de undertaking to the company of advisory and consultancy of festivity in the city, once it was flagged the lacune of shortage about offer the services in this model, couple up with partnerships and that attend too, corporative events.

Keywords: Application. Organization. Parties. Corporate. Service.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Exemplo de layout do aplicativo.....	57
Figura 2 - Imagens referentes a algumas das estratégias promocionais (Revista).....	66
Figura 3 - Imagens referentes a algumas das estratégias promocionais (Instagram).....	66
Figura 4 - Imagens referentes a algumas das estratégias promocionais (Site).....	67
Figura 5 - Imagem ilustrativa da sede da empresa.....	69
Figura 6 - Imagem do piso inferior do salão Meraki Eventos.....	70
Figura 7 - Imagem do piso superior do salão Meraki Eventos.....	71

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Preços dos serviços oferecidos pela Meraki Eventos.....	59
Tabela 2 - Preços dos pacotes de eventos.....	61
Tabela 3 - Descrição dos pacotes simples.....	62
Tabela 4 - Descrição dos pacotes especiais.....	62
Tabela 5 - Descrição dos pacotes premium.....	63
Tabela 6 - Descrição dos pacotes empresariais.....	64
Tabela 7 - Relação dos dias da semana que serão atendidos eventos informais.....	72
Tabela 8 - Relação dos dias da semana que serão atendidos eventos corporativos.....	72
Tabela 9 - Relação dos serviços a serem realizados mensalmente.....	73

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Faixa etária do público informal.....	42
Gráfico 2 - Público de maior interesse.....	43
Gráfico 3 - Faixa de renda.....	43
Gráfico 4 - Frequência de organização de festas.....	44
Gráfico 5 - Costumes sobre organização de festas por conta própria.....	44
Gráfico 6 - Experiência em eventos com assessoria e consultoria.....	45
Gráfico 7 - Avaliação dos eventos com assessoria.....	45
Gráfico 8 - Realização de eventos com assessoramento especializado.....	46
Gráfico 9 - Qualidade do evento assessorado.....	47
Gráfico 10 - Tipos de eventos para solicitação de assessoramento.....	47
Gráfico 11 - Quantidade de funcionários.....	48
Gráfico 12 - Enquadramento jurídico.....	49
Gráfico 13 - Tempo de atuação de mercado da empresa.....	50
Gráfico 14 - Frequência de realização de eventos para os funcionários.....	51
Gráfico 15 - Proporção de pessoas que já frequentaram um evento corporativo.....	52
Gráfico 16 - Interesse na realização de eventos.....	52
Gráfico 17- Interesse de eventos para a contratação do assessoramento e consultoria.....	53

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 REVISÃO DE LITERATURA	15
2.1 Plano de negócios	15
2.2 Descrição da empresa	16
2.3 Fonte de recursos	18
2.4 Análise de mercado	19
2.5 Plano marketing	20
2.6 Plano operacional	21
2.7 Plano financeiro	22
2.8 Avaliação estratégica	22
3 METODOLOGIA DE PESQUISA	24
3.1 Cronograma	157
4 PLANO DE NEGÓCIOS	27
4.1 Descrição da Empresa	28
4.2 Fonte de Recursos	32
4.3 Análise de Mercado	32
4.3.1 Análise dos clientes	32
4.3.2 Análise dos concorrentes	34
4.3.3 Análise dos fornecedores	37
4.3.4 Pesquisa de mercado	42
4.3.4.1 Análise de pessoa física	42
4.3.4.2 Análise de pessoa jurídica (PJ) ou evento corporativo	428
4.4 Plano Marketing	54
4.4.1 Descrição dos Principais Produtos ou Serviços	54
4.4.2 Preço	59
4.4.3 Estratégias Promocionais	65
4.4.4 Estrutura de Comercialização	68
4.4.5 Localização da Empresa (ESTRUTURA - Cabonnet Tupã)	68
4.5 Plano Operacional	70
4.5.1 Layout ou Arranjo Físico	70
4.5.2 Capacidade Produtiva	72

4.5.3 Necessidade de Pessoal	75
4.6. Plano Financeiro	78
4.6.1 Estimativa dos investimentos.....	78
4.6.1.1 Estimativa dos investimentos fixos.....	78
4.6.1.2 Estimativa dos investimentos pré-operacionais.....	79
4.6.2 Estimativa do faturamento da empresa	79
4.6.3 Capital de giro.....	82
4.6.3.1 Estimativa do estoque inicial	82
4.6.3.2 Prazo médio de vendas.....	82
4.6.3.3 Prazo médio de compra	82
4.6.3.4 Necessidade média de estoque	83
4.6.4 Estimativa de custos variáveis.....	84
4.6.4.1 Estimativa dos custos de comercialização	84
4.6.5 Estimativa de custos fixos	85
4.6.5.1 Estimativa de mão de obra.....	85
4.6.5.2 Estimativa do custo com depreciação	85
4.6.5.3 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais.....	86
4.6.6 Demonstrativo de resultados do exercício – DRE	87
4.6.7 Ponto de equilíbrio.....	87
4.6.7.1 Margem de Contribuição	87
4.6.7.2 Ponto de Equilíbrio	87
4.7 Avaliação Estratégica	88
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	90
REFERÊNCIAS.....	92
APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL.....	97
APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO PARA PESQUISA DE MERCADO ..	100
APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA	
CANVAS	107
APÊNDICE D – QUADRO DE IDENTIFICAÇÃO DE PÚBLICO-ALVO – PERSONA	
CANVAS A.....	108
APÊNDICE E – QUADRO DE IDENTIFICAÇÃO DE PÚBLICO-ALVO – PERSONA	
CANVAS B.....	Erro! Indicador não definido.9

1 INTRODUÇÃO

Celebrar pertence ao costume do povo brasileiro, as comemorações normalmente estão associadas a momentos de conclusão, conquistas e confraternizações (MARTINS, 2020).

Vivenciar estes momentos requer uma ocasião especial, desse modo, é possível denominar esta experiência como evento. O termo evento pode ser caracterizado como um acontecimento previamente planejado, que ocorre em um mesmo tempo e lugar, tendo como objetivo celebrar acontecimentos importantes e significativos, e estabelecer contatos de natureza comercial, cultural, esportiva, social, familiar, religiosa e científica (SENAC, 2000; ZANELLA, 2003).

Para execução de um evento se faz necessário a união de diferentes segmentos: operacional (infraestrutura e espaço físico), logístico (equipamentos e materiais que compõem o ambiente físico) e pessoal (organização e coordenação do evento). Todo este processo necessita primeiramente da definição de um plano de negócios, para Trein (2019) “Um plano de negócio é o primeiro passo para que se inicie uma empresa, pois ele auxiliará a enxergar a visão atual e futura do novo empreendimento.”, orientando o planejamento de um processo para detalhamento das etapas envolvidas referente às questões de gestão, organização, promoção, coordenação, operacionalização, produção e assessoria (SEILHE, 2019).

Empresas relacionadas com a promoção de eventos, executam na maioria dos casos apenas um desses segmentos, fornecendo serviços de assessoramento ou consultoria a seus clientes. No país, atividades decorrentes do setor de eventos correspondem a 4% do PIB brasileiro, uma quantia considerável das riquezas do país que infelizmente devido a pandemia da *Covid-19*, acabou por ser um dos setores mais impactados (SILVA, 2022).

Todavia, o cenário desfavorável instigou mudanças, e para se desvencilhar da crise, empresários do ramo optaram por utilizar da tecnologia e internet a fim de otimizar processos e reduzir custos. Uma vez que, com os avanços tecnológicos da última década, a internet passou a possibilitar uma comunicação em escala planetária (MARTIN, 2014), alterando de forma significativa a maneira de se produzir, divulgar e vivenciar um evento.

Partindo desta explanação, o presente trabalho levantou o seguinte problema: Qual a viabilidade da abertura de uma empresa de assessoria e consultoria de eventos informais e corporativos no município de Tupã/SP?

Com base neste questionamento, observou-se que as atividades de planejamento, organização e promoção de eventos tornaram-se importantes fontes econômicas em todo o mundo, exigindo uma sólida estrutura para que todas as etapas sejam cumpridas, e os resultados atingidos de forma satisfatória. Além disso, a assessoria e a consultoria, enquanto mão de obra qualificada, garante a economia de tempo e recursos financeiros ao contratante.

Frente a isso, o objetivo geral do projeto de conclusão de curso é “Identificar a viabilidade da abertura de uma empresa de assessoria e consultoria de eventos no município de Tupã/SP”.

Com o intuito de atingir o objetivo geral, alguns objetivos específicos foram estabelecidos:

- Identificar o mercado a ser inserido, assim como potenciais concorrentes e fornecedores;
- Verificar a aceitação da modalidade dos serviços oferecidos em conjunto ao público, por meio de uma pesquisa de mercado;
- Definir a distribuição dos setores e recursos da empresa (*layout* físico), a capacidade comercial e de serviços e o pessoal necessário para o funcionamento do negócio;
- Analisar a viabilidade financeira (faturamento) da implantação do negócio;
- Desenvolver uma avaliação estratégica do negócio por meio das ferramentas S.W.O.T. e CANVAS.

Por conseguinte, o trabalho refere-se à criação de uma empresa que presta assessoria a eventos, pautado nos componentes trabalhados ao longo do curso técnico em administração, tais como as disciplinas de desenvolvimento de modelos de negócios, planejamento empresarial, estudo de desenvolvimento de ações de *marketing* e matérias correlatas que dispõe de assuntos os quais contemplam as propostas de elaboração de negócios, atendimento ao cliente e inovação no mercado.

O trabalho demonstra-se importante devido à escassez de empresas no ramo trabalhado, ausência de inovações que acompanhem as necessidades do mercado atual, interesse de setores afins, para trabalho em conjunto, e as consequências resultantes de uma pós pandemia. Além de preencher lacunas correlacionadas ao âmbito acadêmico e falta de literatura específica ao tema abordado.

Como o setor de eventos contribui com uma parcela considerável da economia, nele existe um bom potencial empreendedor, ao estimular a atividade de inovação, movimentando o comércio local, trazendo emprego e renda as cidades e a comunidade ao qual está inserido. O trabalho aproveitou as oportunidades, baseando-se no histórico e conhecimento do Município de Tupã neste ramo.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Para atingir o objetivo geral do trabalho de “identificar a viabilidade da abertura de uma empresa de assessoria e consultoria de eventos no município de Tupã/SP”, foi realizada uma revisão de literatura que serviu como base teórica para atingir o objetivo geral e específico do trabalho.

O trabalho foi estruturado com base em um Plano de Negócio, dessa forma, foi necessário realizar uma revisão segundo os conceitos acerca de um Plano de Negócio, que auxiliou na análise dos resultados. Dentre as definições que compreende um Plano de Negócio foram levantados por meio da pesquisa bibliográfica os seguintes pontos: descrição da empresa, fonte de recursos, análise de mercado, plano de *marketing*, plano operacional, plano financeiro e avaliação estratégica. Dessa forma, nos próximos tópicos e subtópicos foi descrito, com base na teoria, o que cada desses pontos citados compreende.

2.1 Plano de negócios

O empreendedorismo concerne na busca por aprendizado constante, de forma a valer-se da criatividade com intuito de gerar constante motivação para que o indivíduo se instigue e desenvolva suas potencialidades (BAGGIO, 2014).

As empresas para manterem-se no mercado de atuação, demandam além da criatividade um bom planejamento. O empreendedor que não o faz inicia por vezes

sem rumo definido, atentando-se apenas a atuação prática, esquecendo-se de todas as outras variáveis ao qual a empresa está inserida (TREIN, 2019).

Posto isto, com o objetivo de melhor fomentar o empreendimento, um bom empreendedor descreve para sua empresa um plano de negócios.

O Plano de Negócios consiste em um documento utilizado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustentam a empresa (DORNELAS, 2012). Trata-se basicamente de um instrumento de planejamento, em que as principais variáveis envolvidas em um empreendimento são apresentadas de forma organizada (SILVA, apud FILIPINE, 2004). No qual, é descrito os objetivos do negócio e quais passos devem ser dados para que estes objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas, e tornando-se caminho para que a mesma atinja o lucro (FARAH et al., 2008; SEBRAE, 2013).

Para o processo de empreendedorismo, o plano de negócio se apresenta como sendo de fundamental importância, uma vez que muitas empresas que estão em fase inicial de abertura tendem a sofrer por conta da falta de planejamento, o que acarreta a mortalidade precoce das mesmas (SANTOS, 2015). Segundo o Sebrae (2017, p.1) alguns fatores podem explicar o fechamento precoce de uma empresa:

Ao abrir a empresa, parte dos empreendedores não levanta informações importantes sobre o mercado como clientes, concorrentes e fornecedores, e mais da metade não realiza o planejamento estratégico antes do início das atividades do estabelecimento, o que pode ser prejudicial ao negócio. Planejar-se auxilia a precaver quaisquer imprevistos que surgirem pelo caminho.

Sendo assim, o plano de negócios trata-se do primeiro passo para que o empreendedor inicie sua empresa, pois ele o auxiliará a compreender a visão atual e futura do novo negócio. E por meio deste estudo, verificar toda a estrutura de funcionamento da empresa, desde o operacional até o financeiro, elaborando um planejamento de forma minuciosa e detalhada (TREIN, 2019).

2.2 Descrição da empresa

O processo empreendedor trata-se da sequência de etapas que conduzem uma pessoa a exercer a ação de empreender, ou seja, o caminho que deve ser percorrido a fim de que se atinja um determinado objetivo (SILVA; REISSMANN; MARTINELLI,

2018). Durante este o percurso, uma das primeiras etapas a serem desenvolvidas refere-se à descrição da empresa.

Segundo Santos (2016) a descrição de uma empresa tem como propósito apresentar um breve resumo da organização, sua história, status atual e projeções futuras. Para SEBRAE (2014), a descrição de um empreendimento opera na seguinte ordem:

- Descrição legal da empresa;
- Missão;
- Setores de atividades;
- Forma jurídica;
- Enquadramento tributário;
- Capital social;
- Fonte de recursos.

No que concerne à descrição legal da empresa, o plano de negócios (documento no qual deverá estar contido as informações do empreendimento), deverá conter: o nome da empresa, o número de inscrição no CNPJ- Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, tipo ao qual o empreendimento se enquadra (pequeno, médio ou grande porte) e a sua localização (SANTOS, 2016; SEBRAE, 2014).

Toda nova ideia de negócio necessita de uma missão. A missão tem como objetivo descrever o papel que a empresa desenvolve em seu mercado de atuação, e a razão da existência da organização, enfatizando as necessidades que ela irá atender de seus clientes por meio de seus produtos e serviços (SEBRAE,2014; IFAM, 2016).

Ao ser estabelecida a ideia de negócio e a missão da empresa, é imprescindível que se defina o setor(es) de atividade atuante (Agropecuária, Indústria, Comércio ou Prestação de Serviços). O setor de serviços, por exemplo, é composto por empresas cujas atividades não resultam na entrega de mercadorias, mas sim, no oferecimento do próprio trabalho ao consumidor (SEBRAE, 2014).

A forma jurídica e o enquadramento tributário referem-se à maneira como a empresa será tratada pela lei, assim como seu relacionamento jurídico com terceiros. E nada mais é que um conjunto de leis que determinará quais tributos devem ser

cobrados da empresa. No qual, as leis tributárias serão aplicadas de acordo com o faturamento da mesma (SEBRAE, 2014; RIBEIRO, 2021).

Para que qualquer negócio tenha início é necessário primeiramente de um capital, portanto, é sabido que capital social consiste no valor investido por cada sócio para começar um negócio, esse valor tem como objetivo funcionar como uma forma de “sustento” ao mantê-lo funcionando enquanto não se produz lucros. Bens financeiros, materiais e imateriais estão passíveis de serem utilizados como capital social (LEITE, 2022).

Além desta primeira fonte de recursos, para o desenvolvimento do negócio é necessário determinar quais serão os outros métodos adotados para obter o montante necessário para implantação da empresa. Segundo o manual do Sebrae publicado em 2014, para o início das atividades o empreendedor pode contar com recursos próprios de terceiros ou ambos, no qual, quando opta-se por utilizar de recursos próprios, todo o capital necessário deverá advir dos sócios, já quando opta-se pela utilização de recursos de terceiros busca-se por investidores ou instituições financeiras (SEBRAE,2014).

2.3 Fonte de recursos

A fonte de recurso de um negócio é o que a empresa precisará como meio para poder realizar sua atividade. As fontes podem advir de várias formas tais como: elementos terceiros através de financiamento ou por sociedade, onde os sócios aplicam o dinheiro de forma direta ou por meio de bens móveis. Como também, a utilização de capital próprio por parte dos proprietários para a abertura e a inicialização das atividades empresariais (SEBRAE,2014; ATITUDE, 2014).

Portanto, o montante de recursos utilizados para a abertura da empresa será exposto pelo capital social. Deste modo, caso a fonte de recursos escolhida seja por meio de sociedade será necessário a determinação de valor de investimento de cada sócio e seus devidos percentuais (SEBRAE,2014).

2.4 Análise de mercado

A análise de mercado é um dos fatores decisivos para se obter êxito em um plano de negócio.

Segundo o SEBRAE (2022, p.1) “Todo empreendedor necessita de um estudo detalhado sobre o mercado onde sua empresa está posicionada com o propósito de entender claramente o potencial de negócios e o que está acontecendo com seus concorrentes e clientes.”

O primeiro passo a ser feito é a pesquisa de clientes, e através dela possa ser possível determinar quais são seus clientes, onde se localizam, seus gostos e desejos.

É importante enfatizar que além desses fatores a análise de mercado está diretamente relacionada ao marketing da organização. É preciso conhecer de perto o ambiente onde o produto/serviço se encontra, sua concorrência e o perfil do consumidor (DORNELAS, 2008). É levado em conta alguns fatores:

- Análise da indústria/setor: Informações referentes a estrutura da indústria (tamanho, crescimento, práticas e termos estatísticos);
- Descrição do segmento de mercado: É definido a partir das características do produto/serviço, estilo de vida do consumidor (idade, sexo, renda, profissão, família, personalidade, etc.);
- Análise SWOT do produto/serviço: Avaliar os pontos fortes e fracos dos seus principais concorrentes, identificando assim as oportunidades e ameaças do seu negócio;
- Análise da concorrência: Refere-se à uma análise mais detalhada da concorrência, abrangendo as características do produto, qual sua estratégia de preço, onde está localizada a empresa, como ela faz sua propaganda e quanto gasta com isso, sua equipe gerencial e seu faturamento.

Ainda segundo o autor, pode-se afirmar que a análise de mercado é capaz de guiar e facilitar a tomada de decisão de um negócio, estimulando atitudes e estratégias mais seguras e assertivas para o sucesso e estabilidade da empresa (DORNELAS,2008).

Com esse intuito, ao analisar o mercado observa-se que o setor de eventos promove emprego e renda a milhares de pessoas e contribui com uma forte parcela da economia nacional, ao representar algo natural e valorizado na cultura brasileira, a troca de experiências (PEREIRA, 2023).

Em 2022, segundo a Associação Brasileira de Promotores de Eventos (ABRAPE) o setor obteve um crescimento de 400% quando comparado ao primeiro ano da pandemia (2020). No qual, o produto interno bruto (PIB) obtido foi correspondente a 4,32%, proporcionando a criação de 2 milhões de empregos somente entre janeiro e setembro de 2022. Beneficiando assim, diferentes segmentos direta ou indiretamente, como: produtoras, setor audiovisual, profissionais liberais, entre outros.

Via de regra, eventos sociais correspondem a maior parcela das atividades realizadas pelos profissionais que se dedicam a esse setor, como por exemplo casamentos que no último ano teve como expectativa movimentar a economia brasileira em 40 bilhões de reais (PUENTE; COUTO, 2022). Todavia o mercado corporativo também representa uma importante fonte de lucro e networking, revelando um aumento de 160% no calendário nacional de eventos deste segmento (BRASIL, 2022).

2.5 Plano marketing

Compreende-se como Plano de Marketing a definição de ações que a empresa adotará com o intuito de atingir um objetivo. Para Kotler e Keller (2006) o plano de marketing opera em dois níveis: estratégico e tático. No que diz respeito ao nível estratégico, ele atua na determinação do mercado alvo e proposta de valor que será oferecida. Diferentemente do nível tático que especifica as estratégias de marketing como produto, comercialização, determinação do preço, canais de venda e serviços, no qual, este último nível representa uma ferramenta importante dentro do plano e é descrita como “mix de marketing”.

O mix de marketing, portanto, trata-se de um conjunto de ferramentas que a empresa combina para produzir a resposta que deseja no mercado-alvo. Ele é composto por quatro variáveis específicas: produto, preço, praça e promoção. No qual, uma empresa produz um determinado bem ou serviço (produto), esse bem ou serviço é informado ao possível consumidor (promoção), o produto ou serviço ofertado

deverá então ser apresentado onde esteja ao alcance do consumidor (praça) e a empresa por sua vez deve cobrar um determinado valor sobre o produto ou serviço ofertado (preço) (SILVA, 2017).

Sendo assim, o plano de marketing deverá, portanto, identificar benefícios dos produtos e ou serviços oferecidos, e utilizar destas informações para verificar a viabilidade mercadológica de um determinado empreendimento, permitindo que o empreendedor identifique de maneira sistematizada, os aspectos principais que envolvem o ambiente externo e interno, como eles influenciam na tomada de decisão e conseqüentemente no sucesso da empresa. (AIDAR, 2011; GOHR; SANTOS, 2010).

2.6 Plano operacional

O planejamento operacional pode ser definido como uma idealização prática das propostas elaboradas no plano estratégico, pelo qual terão metas que poderão ser alcançadas com opções operacionais. Compreende-se por opções operacionais os recursos, os procedimentos, os produtos, os prazos e os responsáveis pela execução do plano (BUENO, 2018).

No plano de negócios, Bocchetti (2012) cita os principais pontos para elaboração de um plano operacional, sendo a localização do negócio; seu layout ou arranjo físico; a capacidade produtiva, comercial e serviços; os processos de produção e comercialização; bem como a necessidade de pessoal.

Para Bueno (2018) e Mendes (2016), o planejamento operacional constitui-se, primordialmente, da análise e compreensão dos objetivos, do planejamento do tempo e criação de um cronograma, bem como do planejamento orçamentário observando os recursos necessários e a avaliação de riscos e o monitoramento.

É possível também descrever o plano operacional como um detalhamento de atividades rotineiras, de curto prazo, onde se canaliza a atenção para a execução das atividades e o alcance de metas específicas. Ele está atrelado à precisão das decisões, pois a incerteza é menor quando comparado ao plano estratégico (MENDES, 2016).

2.7 Plano financeiro

Compreende-se por plano financeiro o processo pelo qual um indivíduo, ou mesmo uma empresa, organiza de maneira sistemática um conjunto de ideias e objetivos que envolvem, bem como o próprio termo indica, custos e valores. Dentro deste plano, o gerenciamento financeiro está atrelado ao planejamento empresarial (LUCION, 2005), no qual se tem o cálculo do quanto será necessário para investir em dada situação (OLIVEIRA, 2012).

É neste plano que serão reunidos todos os gastos gerados pela empresa e as receitas obtidas para avaliação ampla da situação e observação do saldo resultante, ou seja, o lucro. Outros pontos são relevantes para serem acompanhados, como o fluxo de caixa, o demonstrativo do resultado do exercício (DRE) e o financiamento (GOHR, 2010). Ainda, segundo o autor;

As decisões sobre investimentos são tomadas com base em informações qualitativas, quantitativas e experiências, que juntas fornecem elementos para elaborar a “Avaliação do Plano de Negócios (GOHR, 2010).

Segundo Donizete Cosme Oliveira (2012), faz-se necessário um planejamento metódico para avaliação de ocorrências futuras de financiamento observado os períodos e suas oscilações. De modo paralelo, um plano financeiro oferece a oportunidade de a empresa prever os possíveis cenários e questões que podem vir a influenciar nos negócios possibilitando a reflexão do planejamento financeiro com uma perspectiva angular (LUCION, 2005).

Quando desestruturado, um planejamento financeiro abre brechas para a falência das organizações devido às ausências em obrigações contratuais e inadimplências, tais como a falta de fundos suficientes para o pagamento de aluguel, quitação dos empréstimos e despesas variadas (OLIVEIRA, 2012).

2.8 Avaliação estratégica

A avaliação estratégica deve estar entre uma das primeiras etapas para dar o início a empresa, nele serão definidos os objetivos e estratégias que devem ser seguidos para a sobrevivência do empreendimento e posteriormente o seu sucesso (FERNANDES et al., 2020).

Assim, é um meio de aumentar o nível de conhecimento sobre o mercado que atua observando e estudando as suas necessidades a serem atendidas. Deste modo, melhorando a sua prestação de serviço e sua comercialização ao público, como também uma maior chance para se fortalecer perante a concorrência. (MENDES, 2016)

Portanto, devem ser utilizadas ferramentas estratégicas para esse processo de análise que são: Análise SWOT e CANVAS, que buscam oferecer panoramas de clientes e do ambiente de maneira geral. (DE MATTOS CONTABILIDADE, 2022).

A Análise SWOT, tem como o objetivo principal auxiliar o empreendedor a identificar as oportunidades e ameaças existentes no ambiente externo, como também visualizar suas forças e fraquezas. Assim, uma vez identificado esses fatores podemos definir os pontos que garantem maior sucesso no setor desejado, ou seja, os fatores - chaves de sucesso. (IFAM, 2016; TREIN, 2019).

A segunda ferramenta citada, o CANVAS, tem como objetivo proporcionar uma visão geral da empresa, a partir de um mapa visual que representa a dinâmica de funcionamento da empresa. (TREVISAN; FIALHO; CORONEL, 2018; GAVA, 2014). De acordo Trevisan, Fialho e Coronel (2018, p.42):

[...] A partir do Canvas é possível criar ou modificar um modelo de negócio, tendo em vista que ele ilustra ideias de forma prática e clara, permitindo uma compreensão do cenário atual e futuro da empresa. Ele auxilia o empreendedor no desenvolvimento das estratégias para sua organização, permite que se observe de forma clara como a empresa gera e entrega valor ao seu público-alvo. A grande inovação é a possibilidade de mapear todo o modelo de negócio em apenas uma imagem.

Posto isso, a ferramenta é dividida em nove blocos que são elas: Proposta de valor; Segmento de clientes; Canais; Relacionamento com os clientes; Recursos principais; Atividade - chave; Parcerias principais; Estrutura de custo; Fontes de receita.

Deste modo, ela se torna uma ferramenta que possibilita o empreendedor formular ideias e hipóteses, sendo acionadas no papel. (TREVISAN; FIALHO; CORONEL, 2018).

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

O presente trabalho abordará a viabilidade da implementação da empresa Meraki Eventos, o projeto consiste na proposta de elaboração de uma empresa organizadora de eventos, que prestará serviços de assessoria e consultoria referentes a festas informais e eventos corporativos.

A pesquisa estará direcionada a população de Tupã, município localizado na Alta Paulista, no oeste do estado de São Paulo. Com população estimada de 65.570 habitantes de acordo com o IBGE (2020), a cidade movimenta cerca de R\$ 1,9 bilhão de reais, sendo que 64,5% do valor adicionado advém do setor de serviços, seguido das participações da administração pública (13,6%), da indústria (13,6%) e da agropecuária (8,9%), cujo o último se deve à produção de amendoim no Estado como um dos maiores do Brasil, além disso, o município se destaca pela atividade no ramo de fotografias, sendo conhecido por ser Polo Regional da Fotografia de Formatura (CARAVELLAS, 2022).

Com caráter científico o trabalho tem por natureza ser aplicado, com objetivo exploratório. Quanto à abordagem os dados serão trabalhados de maneira qualitativa dado a situação de ser necessário a observação de elementos contábeis e estatísticos bem como análise subjetiva dos argumentos levantados na construção do trabalho.

Para tanto serão utilizadas ferramentas e métodos como aplicação de formulário, Canvas, Análise S.W.O.T., e pesquisa bibliográfica para obtenção de informações que sustentarão a proposta para o Plano de Negócio.

O formulário apresentará questões que abordarão as experiências, cultura e costumes bem como a intenção do público para ser evidenciado as necessidades e oportunidades. Com o objetivo de complementar, o presente trabalho utilizará o método Canvas que por sua vez vai caracterizar o indivíduo e desenvolver um modelo real para alcançarmos a idealização de um projeto promissor no mercado de eventos. A ferramenta de Análise S.W.O.T. terá como finalidade promover a compreensão do ambiente externo e interno para melhor visualização do setor no município estudado e revisão bibliográfica de artigos, periódicos e livros relacionados ao tema abordado.

Por meio do Quadro 01, é possível constatar uma síntese do caminho metodológico utilizado para o desenvolvimento do trabalho.

Quadro 01 – Síntese metodológica.

Síntese para estruturação do método científico	
Critérios de classificação	Atributos metodológicos
Tipo de conhecimento	Científico
Natureza da pesquisa	Aplicada
Objetivo	Exploratória
Abordagem	Quali-quantitativa
Técnicas e ferramentas de coleta de dados	Pesquisa bibliográfica Aplicação de formulário por meio do Google Forms
Amostra	-
Objeto de análise	Viabilidade da abertura de uma empresa
Foco de análise	Análise por meio da estruturação de um plano de negócio, com o enfoque em identificar se é viável a abertura da empresa Meraki Eventos no município de Tupã/SP
Sujeito de análise	Pessoas cujo as festas são populares ou informais; Empresários ou proprietários de comércios do município.
Forma de análise dos dados obtidos	Análise por meio de estatística descritiva (elaboração de gráficos)
	Utilização de índices financeiros
	Utilização de ferramentas como CANVAS e Análise S.W.O.T.
	Descritiva
	Subjetiva.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

No presente trabalho, a metodologia que será utilizada é uma pesquisa de campo via questionário online que tem por objetivo abranger o maior número de pessoas, em especial o nosso público-alvo, que são as Pessoas Físicas que desejam ou realizam eventos para comemorar momentos especiais em sua vida e Pessoas

Jurídicas, empresários que gostariam de aumentar o seu network, como também promover treinamentos e palestras para os seus funcionários. Será levantados questões para a coletas de informação como:

Pessoas Físicas: Idade, sexo, renda mensal, e suas experiencias e desejos referente a realização de um evento.

Pessoa Jurídica: Para esse público em especial pretendemos compreender as suas necessidades, vez que região que pretendemos atender a uma falta de serviços para esse público, o porte de sua empresa, o tempo que estão inseridos no mercado, como também, se houve alguma promoção de um evento para os seus funcionários, ou se já frequentou algum evento corporativo e até mesmo se á um desejo da parte da empresa para promover um evento corporativo.

Essa metodologia de pesquisa foi escolhida por ser um método via internet que facilita a sua disseminação, obtendo agilidade na apresentação de resultados.

Para sintetizar objetivamente a importância da internet na análise de dados, (FREITAS *et al.*, 2004) acrescenta:

A Internet oportuniza uma forma de coleta e de disseminação das informações nunca antes possível de ser realizada. Com ela, o pesquisador não está mais limitado pelas restrições de tempo, custo e distância, possuindo um acesso mundial praticamente instantâneo, com despesas mínimas. O tipo de questionário a ser administrado pode passar longe das tradicionais impressões, permitindo que o pesquisador utilize uma interface muito mais interativa e rica, seja na coleta ou na apresentação dos resultados. Com a internet, é possível conceber – para acesso remoto de usuários externos - apresentações multimídia com sons, imagens e vídeos, o que não era possível nas tradicionais formas de aplicação dos questionários.

Portanto, essa forma de pesquisa nos proporcionará um menor custos para sua aplicação, como também automatizar esse processo de catalogação de informações e tornar interativo as suas etapas para todos os envolvidos no projeto em seu desenvolvimento, desde a elaboração das questões a serem aplicadas até a elaboração de gráficos de análise. O retorno, o tempo, a riqueza de resposta e fácil comunicação através desse modelo de questionário será possível identificar qual caminho a empresa deve seguir. (FREITAS *et al.*, 2004)

3.1 Cronograma

Etapas	Meses				
	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun
Introdução					
Revisão de Literatura					
Plano de Negócios					
Fonte de Recursos					
Análise de Mercado					
Pesquisa de Mercado					
Plano de Marketing					
Plano Operacional					
Plano Financeiro					
Avaliação Estratégica					
Considerações Finais					
Apresentação					

4 PLANO DE NEGÓCIOS

O empreendedorismo concerne na busca por aprendizado constante, de forma a valer-se da criatividade com intuito de gerar constante motivação para que o indivíduo se instigue e desenvolva suas potencialidades (BAGGIO, 2014).

As empresas para manterem-se no mercado de atuação, demandam além da criatividade um bom planejamento. O empreendedor que não o faz inicia por vezes sem rumo definido, atentando-se apenas a atuação prática, esquecendo-se de todas as outras variáveis ao qual a empresa está inserida (TREIN, 2019).

Posto isto, com o objetivo de melhor fomentar o empreendimento, um bom empreendedor descreve para sua empresa um plano de negócios.

O Plano de Negócios consiste em um documento utilizado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustentam a empresa (DORNELAS, 2012). Trata-se basicamente de um instrumento de planejamento, em que as principais variáveis envolvidas em um empreendimento são apresentadas de forma organizada (SILVA, apud FILIPINE, 2004). No qual, é descrito os objetivos do negócio e quais passos devem ser dados para que estes objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas, e tornando-se caminho para que a mesma atinja o lucro (FARAH et al., 2008; SEBRAE, 2013).

Para o processo de empreendedorismo, o plano de negócio se apresenta como sendo de fundamental importância, uma vez que muitas empresas que estão em fase inicial de abertura tendem a sofrer por conta da falta de planejamento, o que acarreta a mortalidade precoce das mesmas (SANTOS, 2015). Segundo o Sebrae (2017, p.1) alguns fatores podem explicar o fechamento precoce de uma empresa:

Ao abrir a empresa, parte dos empreendedores não levanta informações importantes sobre o mercado como clientes, concorrentes e fornecedores, e mais da metade não realiza o planejamento estratégico antes do início das atividades do estabelecimento, o que pode ser prejudicial ao negócio. Planejar-se auxilia a precaver quaisquer imprevistos que surgirem pelo caminho.

Sendo assim, o plano de negócios trata-se do primeiro passo para que o empreendedor inicie sua empresa, pois ele o auxiliará a compreender a visão atual e futura do novo negócio. E por meio deste estudo, verificar toda a estrutura de funcionamento da empresa, desde o operacional até o financeiro, elaborando um planejamento de forma minuciosa e detalhada (TREIN, 2019).

4.1 Descrição da Empresa

Nome da Empresa: M. K Assessoria e Consultoria de Eventos LTDA - ME

Nome Fantasia: Meraki Eventos

CNPJ: 44.275.462/0001-88

Missão: Oferecer serviços de alta qualidade para o mercado de eventos corporativos e festas informais, por meio de um leque e flexível catálogo de serviços e produtos.

Visão: Ser a pioneira neste ramo de serviço na cidade de Tupã e região, e desta forma, ser referência e primeira opção de escolha na realização de eventos.

Valores: Transparência e comunicação são a base para qualquer relacionamento. Valorizamos o comprometimento com nossos clientes, buscando a excelência como forma de realizar sonhos.

Setor de Atividade

A empresa M.K Assessoria e Consultoria de Eventos LTDA concerne em uma empresa prestadora de serviços com enfoque no assessoramento e consultoria de eventos informais e corporativos.

Oferecendo suporte aos clientes referente a todas as etapas que englobam um evento, como: catalogação de fornecedores, local físico, equipe de audiovisual e decoração.

Forma Jurídica

A empresa trabalhará na Forma Jurídica - Empresa de Pequeno Porte (EPP) constituída por meio de uma Sociedade Limitada (LTDA) da qual objetivará um lucro anual de até R\$ 4.8 milhões (400.000,00 ao mês). Cada um possui um percentual de cotas e respondem pelas dívidas da empresa de forma proporcional a esta participação, ou seja, a responsabilidade é limitada.

Enquadramento Tributário

A empresa optou pelo seu enquadramento no Simples nacional, por ser um regime tributário diferenciado, simplificado e favorecido. Regulamentado através da Lei Complementar nº 123/2006, na qual estabelece as normas gerais para microempresa e empresas de pequeno porte. Assim, sendo a sua principal característica o recolhimento mensal mediante ao documento único de arrecadação de tributos.

Dados dos fundadores:

Fundador 01	
Nome: César Augusto De Souza Dos Santos	
Endereço: Rua dinamarca 55	Cidade/Estado: Tupã
E-mail: ka005cesar@gmail.com	Telefone: (14)997906923

Atribuição e Formação do Fundador 01

Coordenador de assessoria, cursando administração grau técnico, para gerenciar equipes, acompanhar e organizar eventos, atualizar o aplicativo para com os clientes.

Fundador 02	
Nome: Geovana Moura Gilioli	
Endereço: Rua João Capiotto	Cidade/Estado: Tupã
E-mail: geovanamoura033@gmail.com	Telefone: (14) 99770-1559

Atribuição e Formação do Fundador 02

Experiência como Auxiliar Administrativo com ênfase na parte fiscal como entrada e saída de notas fiscais. Portanto aproveitando as experiências que foram adquiridas durante último módulo do Curso de Técnico de Administração na Etec Prof. Massuyuki Kawano, a função exercida perante a empresa será com o cargo de Supervisora Financeira que tem por objetivo gerir a organização de gastos e ganhos na sociedade, preservando a saúde financeira da empresa como um todo, como também as dos seus devidos associados.

Fundador 03	
Nome: Isadora Ribeiro Martins	
Endereço: Prefeito Antônio Bombine Mesquita	Cidade/Estado: Quintana
E-mail: Isadora.isa16@hotmail.com	Telefone: 14 997284942

Atribuição e Formação do Fundador 03

Supervisora Administrativa e de Recursos Humanos; Experiência como auxiliar administrativo e auxiliar de controle de qualidade.

Fundador 04	
Nome: Luane Santos Silva	
Endereço: Irene Camargo Gomes	Cidade/Estado: Tupã
E-mail: luaneesantos@outlook.com	Telefone: (14) 99622-0290

Atribuição e Formação do Fundador 04

Gerente de Marketing e Comunicação- Com Qualificação Técnica de Nível Médio em Auxiliar Administrativo, a função exercida perante a empresa será com o cargo de Diretora de Marketing e Comunicação, que tem como objetivo identificar o mercado,

concorrentes, bem como os desejos do cliente alvo criando estratégias e agregando valor a prestação de serviço.

Fundador 05	
Nome: Nathany Cristina Fagundes Bozza	
Endereço: Rua Valdemar	Cidade/Estado: Tupã
E-mail: nfagundes3@gmail.com	Telefone: (14) 99677-9460

Atribuição e Formação do Fundador 05

Com o intuito de aproveitar a formação em engenharia de alimentos, será aplicado as habilidades desenvolvidas por meio das experiências trazidas no ramo administrativo e produtivo das indústrias, na função de Coordenador de Contratação de Parceiros e Fornecedores da Meraki, para contatar e estabelecer acordos dos quais a empresa irá se balizar para crescer e estabelecer suas atividades como setor de eventos em Tupã/SP.

Fundador 06	
Nome: Siméia Soares de Mattos Barbosa	
Endereço: Dr Adalcyr Roberto L P Silva	Cidade/Estado: Tupã
E-mail: simeiamattos@hotmail.com	Telefone: (14) 996218895

Atribuição e Formação do Fundador 06

Coordenador de contrato com clientes - Experiência com atendimento ao cliente, o papel desempenhado na empresa será diretamente em contato com ele, entendendo o que busca, as suas expectativas, o que espera do serviço e seu potencial, para assim oferecer e proporcionar a melhor experiência de compra.

Capital Social:

Nomes dos Fundadores	Valor do Capital Integralizado
Fundador 01- César Augusto de S. dos Santos	R\$ 55.000,00 (16,7%)
Fundador 02- Geovana Moura Gilioli	R\$ 55.000,00 (16,7%)
Fundador 03 -Isadora Ribeiro Martins	R\$ 55.000,00 (16,7%)
Fundador 04- Luane Santos Silva	R\$ 55.000,00 (16,7%)
Fundador 05- Nathany C. Fagundes Bozza	R\$ 55.000,00 (16,7%)
Fundador 06- Siméia Soares de Matos Barbosa	R\$ 55.000,00 (16,7%)
TOTAL	R\$ 330.000,00 (100%)

4.2 Fonte de Recursos

A empresa contará com os recursos advindos de capital próprio dos sócios, distribuídos em participações das quais somarão o valor de R\$ (trezentos e trinta mil reais) como também haverá a integração de 3 veículos utilitários particulares sendo 2 (dois) carros - Fiat Mobi no valor de R\$ 52.736,00 e 1 (uma) moto - Honda Biz 125 no valor de R\$ 14.484,00.

À medida da implantação, será possível avaliar a necessidade de novos stakeholders para investimentos e patrocínios no novo negócio. Neste instante, os valores levantados serão direcionados ao custeio de despesas fixas, pessoal, móveis, eletrodomésticos e eletrônicos, assim como marketing, combustível e capital de giro

4.3 Análise de Mercado

4.3.1 Análise dos clientes

A empresa Meraki Eventos trabalhará dois tipos de perfis para desenvolver os serviços ofertados (consultoria e assessoria de eventos).

Dentre eles pessoas físicas, das quais será explorado pessoas de faixa etária entre 20 e 50 anos, moradores de Tupã e região, que procuram por eventos formais e informais, com expectativa de vivenciar momentos inesquecíveis e únicos que surpreendam a si e seus amigos. E promover uma experiência inovadora na questão tecnológica através do aplicativo.

Como futuros clientes para este segmento de evento a empresa direcionará suas estratégias de divulgação e marketing principalmente ao público feminino, levando em consideração que o mesmo tende a se interessar mais pelo assunto, contudo também serão empregadas ferramentas a fim de captar outros públicos.

Com população estimada de 65.570 habitantes de acordo com o IBGE (2020), a cidade de Tupã movimenta cerca de R\$ 1,9 bilhão de reais, sendo que 64,5% do valor adicionado advém do setor de serviços, seguido das participações da administração pública (13,6%), da indústria (13,6%) e da agropecuária (8,9%) (Caravellas,2022). Desta forma, subentende-se que o público-alvo será principalmente pessoas do ramo de serviços e administração pública.

Para o estabelecimento de pacotes de serviços e ações promocionais será levado em consideração que segundo dados da FGV Social, referentes ao ano de

2020 a renda média da população tupãense gira em torno de R\$ 1.471,19 reais, posto isso, a empresa analisará formas de eventos que se encaixam nessa faixa de renda sem que se perca o padrão e a qualidade.

Já os eventos destinados às pessoas jurídicas, serão ofertados basicamente a empresários e proprietários de indústrias de exportação e comércio local, como também, empresas de diversos setores do município de Tupã que estejam estabilizados no mercado ou até mesmo buscando serem visualizados por meio de eventos corporativos que atendam às suas necessidades e interesse, prestigiando sua história.

Neste grupo de mercado foi observado a baixa atuação de empresas que ofertam este tipo de serviço em proporção a quantidade de empresas constituídas no varejo da cidade, cerca de 2 mil, além dos setores metalúrgico, moveleiro, indústrias alimentícias e de implementos agrícolas (FECOMERCIO-SP, 2017).

Desta forma, será proporcionado a esse público-alvo uma experiência de maior segurança e qualidade de organização durante a promoção de um evento com foco em sua empresa, sócios ou investidores. Promovendo o aumento do *network* dessa comparação, podendo assim, usufruir de novas relações profissionais no futuro.

O levantamento dos dois públicos em questão, foi realizado através da análise do método de Persona, conforme imagens nos apêndices D e E, cuja características abordadas são de personagens fictícios de pessoas prospectadas, analisando seus hábitos, vontades e preferências, para o oferecimento dos nossos serviços.

4.3.2 Análise dos concorrentes

	*Qualidade do Produto/ Serviço	Preço (reais)	Condições de Pagamento	Atendimento	Serviços Oferecidos
Cerimonial Camila Garbin e Biro Lima (Tupã)	5 estrelas	Pode variar dependendo da demanda de serviços agregados ao contrato. A partir de 1.600,00 - 2.900,00	Pagamento antecipado de 15% sobre o valor do contrato (quitação até um dia antes do evento), parcelamento por mês em acordo com o cliente, pix ou à vista.	Casamentos, bodas, formaturas, aniversários, inauguração de empresas e shows.	Cerimonialista; Acompanhamento por meio de reuniões e visitas técnicas com o cliente; Amplo contato com fornecedores para indicações; Disponibilização de equipe para o evento.
Elisângela Gasparotto Cerimonial (Marília)	5 estrelas	Pode variar dependendo da demanda de serviços agregados ao contrato. A partir de 500,00.	Pagamento antecipado de 50% em seguro à data do evento (quitação até uma semana antes do evento), depósito, pix ou à vista.	Casamentos, debutantes e aniversários.	Assessoria e cerimonialista; Contatos de fornecedores para indicações conforme as necessidades do cliente; Papelaria e lembrancinhas customizadas.
Gi Cerimonialista (Tupã)	5 estrelas	1.500,00 - 15.000,00	À vista, cartão, contratos com antecipação (quitação até a semana do evento).	Casamentos religiosos, civis, no exterior, ao ar livre, simbólicos, temáticos e ecológicos.	Cerimônia, papelaria, animação, decoração, acompanhamento do assessor e serviços complementares ao contratante (maquiagem e cabelo).

Rafaela & Junior Cerimonial (Osvaldo Cruz)	5 estrelas	Os valores são de acordo com as prestações de serviços. A partir de 1.400,00 - 3.000,00/4.000,00	Antecipação de 30% sobre valor no momento do contrato. Havendo a quitação até o dia do evento, poderá ser dividido no cartão, depósito ou pix.	Casamento, Debutantes, Bodas, Formaturas, Eventos corporativos, Workshop, Fórum	Produção do ambiente, Assessoria das festas, Parceiros, Pessoal próprio, Buffet, Decoração
Thaty Franco (Tupã)	5 estrelas	Os valores são tabelados de acordo com as prestações de serviço contratado.	A quitação total do contrato deve ser até 1 dia antes do evento. A forma de pagamento é definida pelo contratante: parcelado ou total.	Assessoria e cerimonial de eventos sociais: casamentos; formaturas; debutantes; bodas; aniversários; corporativos.	Assessoria e cerimonial; Acompanhamento na contratação dos prestadores de serviços; Reunião para definição de cortejos; Homenagens; Serviços de copa e bar; Seguranças; Auxiliares.

Conclusão da Análise dos Concorrentes: Para uma melhor análise, o grupo utilizou de empresas de Tupã e região (Marília e Osvaldo Cruz).

Sobre as avaliações de modo geral, pode ser observado uma boa reputação entre as pessoas do ramo e suas organizações por base em votações na plataforma Google. As demais informações foram obtidas pelo contato via telefone/Whatsapp para melhor fidelidade e credibilidade da pesquisa.

Em relação aos valores coletados o valor gasto na prestação dos serviços das empresas relatadas pode variar de R\$ 500.00 a R\$ 15.000 reais a depender da empresa escolhida e do tipo de serviço contratado.

As condições de pagamento variam de acordo com cada estabelecimento, no qual, na maioria dos casos, o pagamento pode ser feito à vista, via pix, ou parcelado com quitação na semana do evento.

Com base nos dados coletados correspondentes ao atendimento e serviços oferecidos, identifica-se que a maioria das empresas voltam suas atividades principalmente a eventos formais, como cerimônias de casamento.

No quesito inovação, algumas empresas buscam por atividades ou serviços que as diferencie dos concorrentes, desta forma buscam oferecer serviços que vão além da assessoria ao cerimonial e acompanhamento na contratação de fornecedores, como:

- Cerimonialista Tati Franco: organiza shows, eventos corporativos, coffee bar, fornecimento de seguranças e auxiliares;
- Gi cerimonialista: promove casamentos temáticos e simbólicos, agrega a seu trabalho os serviços de fotografia e preparação da noiva no dia do casamento;
- Elisangêla Gasparoto Cerimonial: Centraliza o trabalho em cerimônias menores, disponibiliza papelaria aromatizada de confecção própria aos clientes;
- Cerimonial Camila Garbin e Biro Lima: Organiza reuniões e visitas técnicas com fornecedores;
- Rafaela e Junior Cerimonial: Organiza Workshop, Fóruns e disponibiliza pessoal próprio para o desenvolvimento das atividades no dia do evento.

Conclusão: Dentre todas as empresas analisadas a que mais se assemelha a proposta do projeto de conclusão de curso que fomenta a criação de uma empresa organizadora de eventos com enfoque em assessoria e consultoria, sendo um concorrente direto, seria a empresa Cerimonial Camila Garbin e Biro Lima que fornece a seus clientes reuniões e visitas técnicas com fornecedores, propondo um trabalho mais minucioso, quando comparado às outras empresas. Essa proposta de serviço deixa o cliente confiante perante a contratação dos serviços terceirizados, promovendo economia de tempo e recursos financeiros.

Todavia, durante a análise das informações foi detectada uma lacuna quanto a concorrentes que promovam eventos informais, principalmente aqueles voltados ao ambiente residencial e corporativo. Com a pandemia do novo coronavírus, os hábitos da população alteraram-se significativamente e atualmente muitas pessoas dão preferência a pequenas reuniões quando comparado a grandes eventos, surgindo assim uma nova oportunidade de negócio que pode ser melhor explorada no desenvolvimento do projeto.

4.3.3 Análise dos fornecedores

Ordem	Nome do Fornecedor	Descrição do Item	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização do Fornecedor
ALIMENTOS						
1	Deolinda	Salgados assados e fritos.	R\$ 75,00	à vista, cartões.	7 dias	Tupã
2	Forninho	Salgados assados, fritos, lanches frios.	R\$ 80,00	à prazo, cartões	7 dias	Tupã
3	Graziela Volpi	Doces decorativos de acordo com o tema.	R\$130,00	à vista	7 dias	Quatá
4	Salgados Finos	Salgados assados, fritos, doces e bolos.	a partir de R\$ 80,00	à vista, cartões	7 dias	Tupã
5	Du Cheff	Pizzas	a partir de R\$ 69,90	à vista, cartões	7 dias	Tupã
6	Romas Buffet	A equipe está preparada para desenvolver qualquer estilo de menu, desde o tradicional até o mais inovador, oferecendo pratos elaborados com os melhores ingredientes sem renunciar à apresentação.	Preço desde R\$5.000 para eventos com mínimo de 200 pessoas a 1000	50% a vista e o restante nas vésperas do evento	-	Tupã

BEBIDAS						
1	Serv Festa	Refrigerante, Cerveja	R\$ 8,00 a garrafa de 600ml R\$ 3,00 de 350ml R\$ 6,99 refrigerantes de 2l	50% antes do evento	após o pagamento 50% restante	Tupã
2	Distribuidora de Bebidas Tamoios	Bebidas alcoólicas e não alcoólicas	R\$ 10,00 a garrafa de 600ml R\$ 4,50 de 350ml R\$ 7,50 refrigerantes de 2l			Tupã
3	Equibalados	Serviço de bebidas e fornecimento	conforme demanda estipulada			Tupã
4	Germânia	Chopp	R\$ 11,90 o litro			Tupã
5	Água doce cachaçaria	Chopp e cachaças	R\$ 13,99 o litro do chopp			Tupã
DECORAÇÕES						
1	Vinicius Decora	móveis e tecidos personalizados	R\$ 530,00	à vista	após o pagamento	Quatá
2	Margarida festas	móveis, tecidos e demais suprimentos (kit pegue e monte)	R\$ 650,00	à vista	após o pagamento	Tupã
ENTRETENIMENTO						
1	Cia Criativa	Teatro, personagens, de acordo com tema	R\$ 7.000,00	contrato com antecipação de pagamento	pagamento após o evento 50% restante	Catanduva

2	Ritmos Dance	Proporciona recreação, valsa de debutante, casamento e dança com as 15 madrinhas	R\$ 300,00 a 700,00	contrato com antecipação de pagamento	pagamento após o evento 50% restante	Tupã
LOCAL						
1	Alvorada	Ambiente totalmente climatizado. Espaço moderno, sofisticado, funcional e agradável. E amplo estacionamento. Para locação. mobiliário (520 cadeiras, 10 mesas de vidro, 30 mesas quadradas, 35 redondas e 1 de vidro para bolo)	R\$ 5.000,00	contrato com antecipação de pagamento	após o pagamento 50% restante	Tupã
2	Portal das estrelas	Ambiente totalmente climatizado. Espaço moderno, sofisticado, funcional e agradável. E amplo estacionamento.	R\$ 3.000,00	contrato com antecipação de pagamento parcial	no dia do evento 50% restante	Tupã- iacri
3	Buckfest	Ambiente totalmente climatizado. Espaço moderno, sofisticado, funcional e agradável. E amplo estacionamento. Para locação. mobiliário (520 cadeiras, 10 mesas de vidro, 30 mesas quadradas, 35 redondas e 1 de vidro para bolo)	De R\$ 1.600,00 a R\$ 4.440,00	Parcelado, à vista com desconto, porém o pagamento deve ser efetuado integralmente com uma semana de antecedência.	De acordo com a contratação do cliente.	Tupã
PRODUÇÃO EM GERAL (TECNOLOGIA, GRÁFICA, PERSONALIZADOS, FOTOGRAFIA)						
1	Kiria Vaz	Eterniza com qualidade o momento mais especial da sua vida.	R\$ 420,00	à vista	20 dias	Quatá

2	Dacruz Fotos	Retrata com qualidade e eficiência o dia mais incrível de sua vida	R\$ 100,00 a R\$ 500,00	à vista	15 dias	Tupã
3	Roque Reis	Cria memórias para o dia mais importante da sua vida através de foto filmagem	R\$ 3.000,00 a 12.000,00	pagamento parcial	60 dias após o evento	Tupã
4	Pietro Henrique	Estrutura de iluminação, tvs e telão de led	R\$ 800,00 a 1.000,00	contrato com antecipação de pagamento	pagamento após o evento 50% restante	Tupã
5	RB Candles	Velas aromatizados, kits personalizados	R\$ 35,00 a R\$ 120,00	à vista ou a prazo no cartão	7 dias	Tupã

Conclusão da Análise dos Fornecedores: A equipe optou por ramificar os fornecedores em áreas específicas por se tratar de um conjunto dos quais serão um meio para a realização da prestação de serviço para os clientes, uma vez que será utilizado de catalogação para elaboração da lista de parceiros que irão ofertar insumos e serviços. Avaliação conforme os ramos:

- Alimentos: para este grupo é possível observar que o custo mínimo dos produtos ofertados é de R\$ 50,00 chegando até mesmo à R\$ 5.000,00 para eventos com mínimo de 200 convidados. Buscou-se inserir ramos variados para atendimento de serviços com leque de cardápio. As condições de pagamento podem ser por meio de cartão ou à vista e, no caso especial do Romas Buffet, devido a proporção do suporte, há uma antecipação do pagamento antes da efetivação do serviço. A maioria trabalha com prazo mínimo de 7 dias para programação e agendamento do serviço.
- Bebidas: os fornecedores de Tupã, em geral, entregam produtos similares, sendo que a captação de diversos deles se dá pela necessidade de não depender de somente um parceiro para entrega do produto.
- Decorações: em relação aos fornecedores deste grupo, o valor cobrado pela prestação de serviço não sofre grandes variações, entretanto Margarida Festas, oferece uma variedade de serviços.

- Entretenimento: Com relação ao segmento de entretenimento há poucas empresas que desempenham o serviço na região, sendo ideal expandir o catálogo com fornecedores de cidades mais distantes ou até mesmo de outro estado.
- Local: Além do local próprio, a Meraki contará com outros locais em seu portfólio, para melhor atender as necessidades dos clientes conforme suas preferências e planos. Portanto buscou-se locais com variações de espaço, estrutura e preço.
- Produção em geral: acerca deste setor, pode-se afirmar que, os fornecedores citados entregam a eternização do seu momento importante, e lembranças que farão seu convidado lembrar de sua festa. Em relação ao pagamento, existem preços variados a fim de oferecer serviços de qualidade sendo acessível a qualquer cliente.

Conclusão: Dentre as informações coletadas é possível concluir que em relação aos fornecedores há uma oferta maior de serviços relacionados a alimentação, local e bebidas. Já aqueles que desempenham serviços de decoração e entretenimento encontram-se limitados. Desse modo, a empresa deverá procurar por parceiros de outras cidades da região.

Ele se estende para a produção em geral, no qual há muitos profissionais referentes à área de fotografia, fator que pode ser explicado devido à grande influência do setor no município, entretanto carece-se de empresas que forneçam serviços referentes à personalizados, tecnologia e entretenimento, sendo de extrema importância ampliar o catálogo a fim de atender os anseios dos clientes.

Em relação às condições de pagamento, elas variam de acordo com cada segmento ao qual o fornecedor se encaixa. Na maioria dos casos, o pagamento pode ser feito à vista, via PIX, parcelado ou por meio de uma entrada antecipada (para eventos maiores).

Posto isso, fica evidente a necessidade de se obter uma maior variedade de fornecedores, tanto para atender as particularidades dos clientes, quanto para garantir mais opções de um mesmo serviço para a empresa.

4.3.4 Pesquisa de mercado

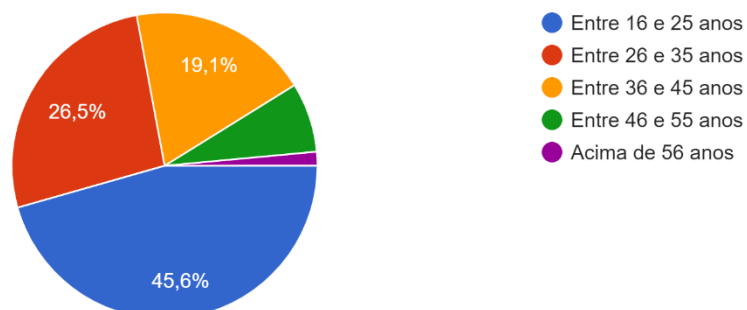
Com intuito de compreender a aplicabilidade e aceitação do projeto, realizou-se uma pesquisa para levantamento de opiniões no município de Tupã, a respeito de “*eventos com Consultoria e Assessoramento*”. O formulário de pesquisa foi elaborado sob divisão entre pessoas físicas e pessoas jurídicas, com 19 questões, sendo este aplicado entre as datas de 30 de março a 23 de abril de 2023, o modelo do questionário e sua estrutura é apresentado no APÊNDICE B.

Durante o período de realização da pesquisa, obteve-se 91 respostas sendo, 68 referentes às pessoas físicas e 23 de pessoas jurídicas, para o devido aproveitamento e compreensão dos resultados, analisou-se cada uma das questões levantadas, apresentando-as conforme a divisão do público, desta forma, facilitando a caracterização dos públicos e também a identificação da utilização dos serviços.

4.3.4.1 Análise da pessoa física

Ao analisar as pessoas físicas, buscou-se informações como: faixa etária, gênero e renda, com intuito de caracterizar os respondentes, conforme apresentado no Gráfico 01.

Gráfico 1 - Faixa etária do público informal.

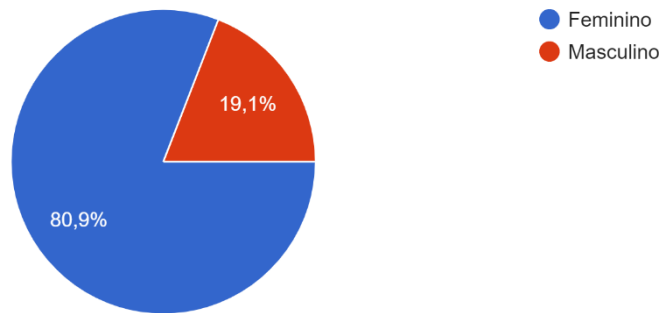


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Pode-se atribuir a porcentagem de idades ser maior no público de 16 a 25 anos ao fato de a pesquisa ter sido entregue primeiramente aos alunos da instituição, além disso, outro aspecto que pode ter relação com essa categoria, é o motivo do público

mais jovem ter mais facilidade com o meio tecnológico. Verificou-se também a identificação do gênero dos respondentes, conforme o Gráfico 02.

Gráfico 2 - Público de maior interesse.

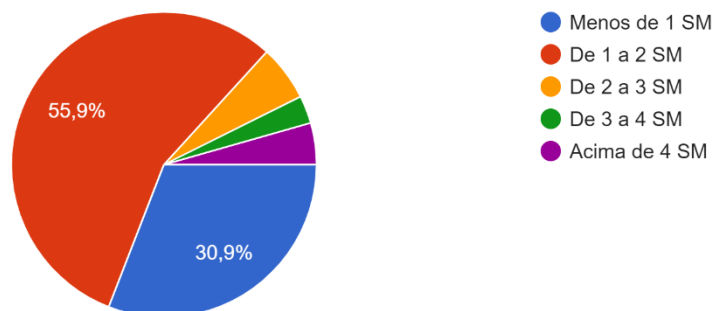


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

O público questionado durante a pesquisa foi de 80,9% de mulheres e 19,1% homens. Esse valor pode estar relacionado ao fato que mais mulheres tiveram acesso ao link da pesquisa, ou o interesse ser maior do público feminino por este tipo de assunto.

A empresa Meraki Eventos, deve levar esse dado em consideração principalmente na hora de realizar a divulgação da empresa ou eventos, no qual o marketing poderá ser voltado mais a esta categoria, como também, explorar meios para atingir o público masculino. No Gráfico 03, levantou-se informações referente ao valor de renda do respondente.

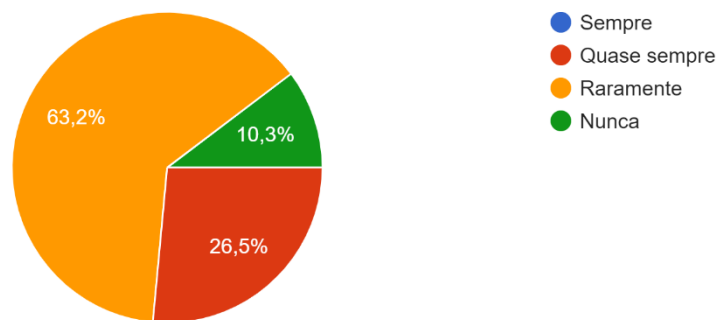
Gráfico 3 - Faixa de renda.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Referente a essa pergunta, é possível observar que a faixa de renda está entre menos de 1 salário-mínimo e 1 a 2 salários-mínimos, assim pode-se analisar quais formas de eventos se encaixam nessa faixa sem perder a qualidade, ou até mesmo questionar se essas pessoas com renda mensal estreita, estão dispostas a gastar em uma assessoria de evento. No Gráfico 04, foi questionada a frequência de organizações de festas dos respondentes.

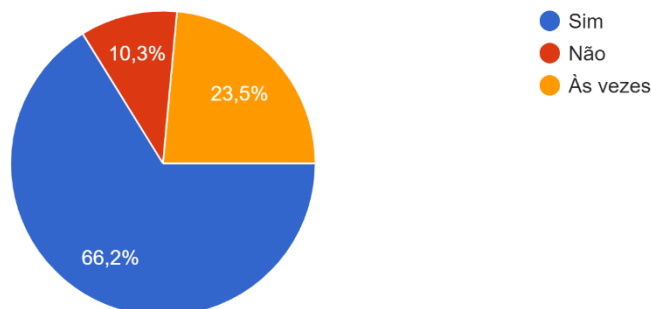
Gráfico 4 - Frequência de organização de festas.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Pode-se usar essa pergunta como ponto de referência do público-alvo e de como usar métodos de marketing, para atrair pessoas que raramente ou nunca tem costume de organizar festas, mudando essa perspectiva, abrangendo futuros clientes. No Gráfico 05, foram levantadas informações referentes aos costumes de organizações de festas dos respondentes.

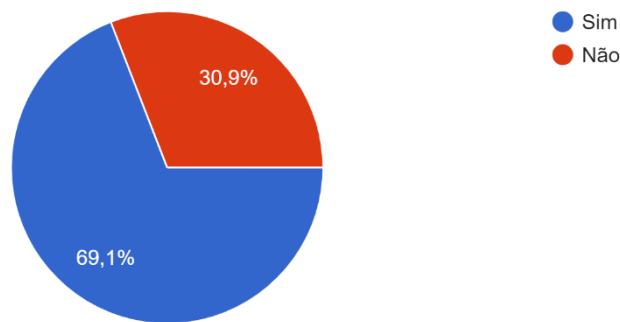
Gráfico 5 - Costumes sobre organização de festas por conta própria.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

A maioria das pessoas que responderam ao questionário, 66,2%, realizaram eventos por conta própria. Levando esses dados em consideração, será necessário criar estratégias que instiguem as pessoas a consumir este tipo de serviço e o enxergar como essencial. No Gráfico 06, levantou-se informações referente às suas experiências em eventos realizados com a assessoria e consultoria.

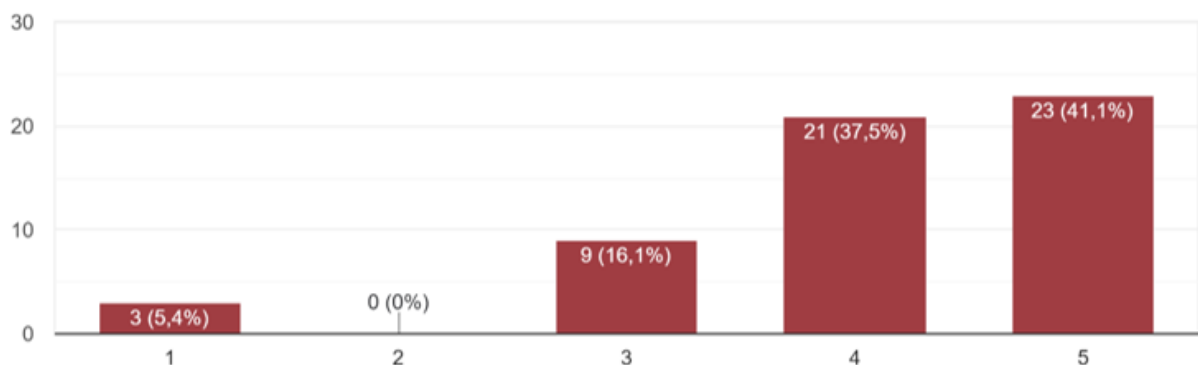
Gráfico 6 - Experiência em eventos com assessoria e consultoria.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

A questão obteve 69,1 % das respostas com afirmação positiva, o fato se deve provavelmente, porque muitos dos questionados já participaram de eventos de formatura ou casamento que normalmente requerem de assessoria. Portanto, no Gráfico 07 foram levantadas informações de avaliação dos eventos com assessoramento de acordo com as experiências dos respondentes.

Gráfico 7 - Avaliação dos eventos com assessoria.

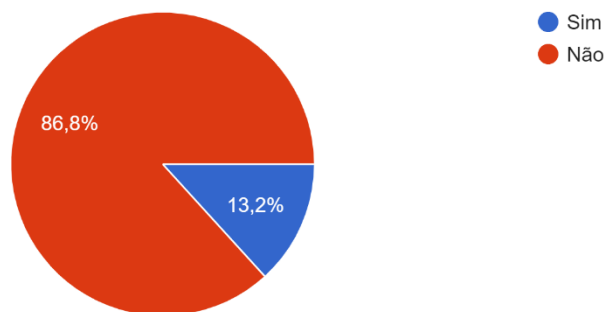


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Nesta questão, o público no qual havia participado de algum evento assessorado, avaliou a experiência em uma escala de 1 a 5, sendo 1 "Muito ruim" e 5 "Muito bom", das pessoas que presenciaram um evento com assessoramento, avaliaram positivamente sua experiência 78,6% (Muito bom/ Bom), todavia se for comparado com as avaliações Regulares e Muito ruins, observa-se que uma determinada parcela das pessoas não ficaram plenamente satisfeitas.

Sendo assim, como empresa, é necessário identificar quais fatores as pessoas levam em consideração para avaliar negativamente sua experiência em um evento assessorado e dessa forma propor soluções. Também foi questionado aos respondentes em relação a realização de festas com um assessoramento especializado, conforme o Gráfico 08.

Gráfico 8 - Realização de eventos com assessoramento especializado.

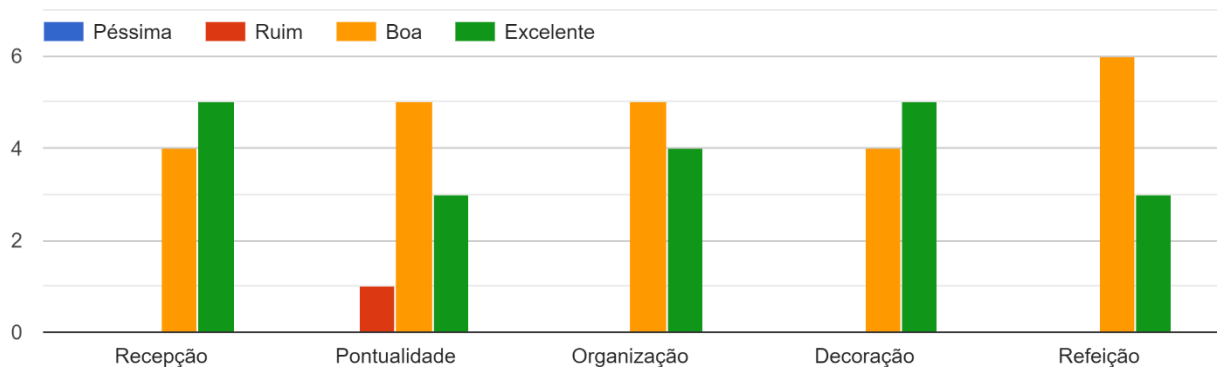


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

A maioria das pessoas nunca realizaram um evento com assessoramento (86,8%), o fato pode estar relacionado a uma cultura local, de executar por conta própria sua festa, ou por vezes as pessoas associarem esse tipo de serviço a grandes eventos, no qual, haveria um custo elevado, não sendo condizente com seu orçamento.

Ao levar em consideração essas possibilidades, a empresa Meraki Eventos, deve criar estratégias que desmistificam estes pré-conceitos, e que torne de fato a experiência possível para diferentes classes sociais. Verificou-se também, a qualidade de eventos assessorados que o respondente frequentou, conforme demonstrado no Gráfico 09.

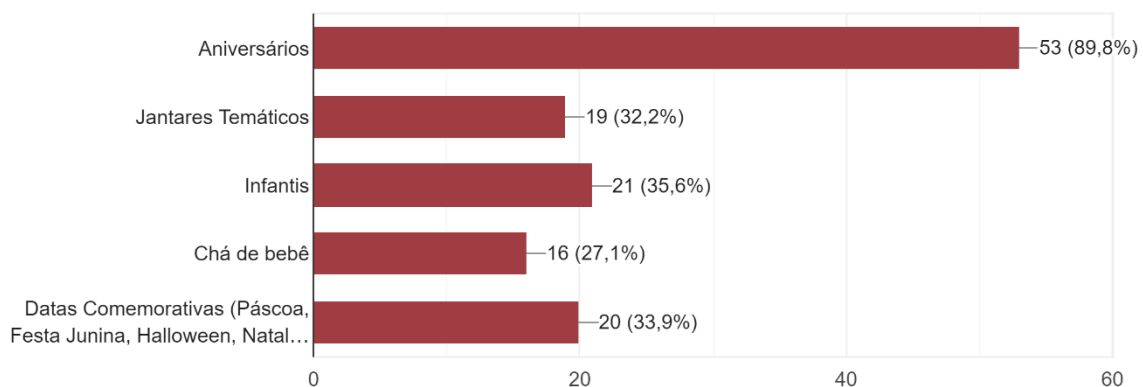
Gráfico 9 - Qualidade do evento assessorado.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

No geral, as pessoas que responderam ao questionário avaliaram positivamente o evento a que participaram, todavia é possível observar que o quesito pontualidade obteve índice menor se comparado com as outras respostas. A empresa Meraki Eventos, diante do exposto deve buscar executar esse quesito com excelência e eficiência, a fim de obter um diferencial diante das empresas concorrentes. No Gráfico 10, é levantado informações referentes aos tipos de eventos que o respondente solicitaria um assessoramento.

Gráfico 10 - Tipos de eventos para a solicitação de assessoramento.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Pode-se verificar que os eventos escolhidos pelos participantes da pesquisa são, em sua maioria, festas habitualmente planejadas e organizadas, sendo elas aniversários e festas infantis. Porém, é importante ressaltar que os eventos como datas comemorativas e jantares temáticos, ainda que não habituais, obtiveram pontos relevantes, revelando à pesquisa a disposição e o interesse daqueles que solicitaram, também, o assessoramento.

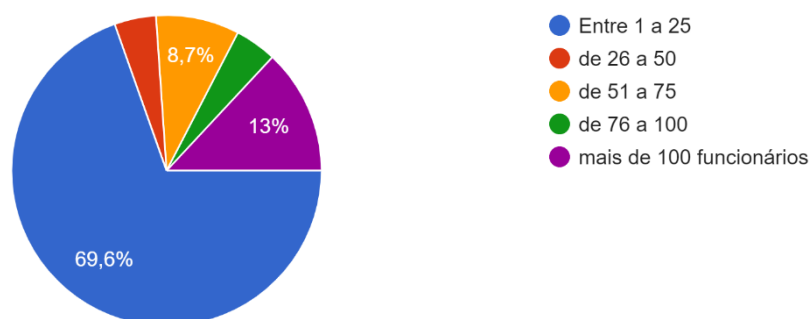
4.3.4.2 Análise de pessoa jurídica (PJ) ou evento corporativo

Desse modo, a Empresa Meraki não somente pretende prestar serviços de assessoria e consultoria de eventos para as Pessoas Físicas, que somente realizam eventos com caráter informal. Mas também, para Pessoas Jurídicas, empresários e empresas da região de Tupã, que pretendem ou desejam realizar eventos para seus colaboradores e sócios de suas organizações.

Portanto, as análises abaixo são resultado de dados que foram obtidos através da aplicação do questionário para as Pessoas Jurídicas, no qual, cada questão levantada tem como objetivo compreender a estrutura de sua empresa, bem como visão dela em relação a realização de eventos corporativos.

Assim, o Gráfico 11, dispõe do levantamento de informações em relação a quantidades de funcionários da empresa do respondente.

Gráfico 11 - Quantidade de funcionários.



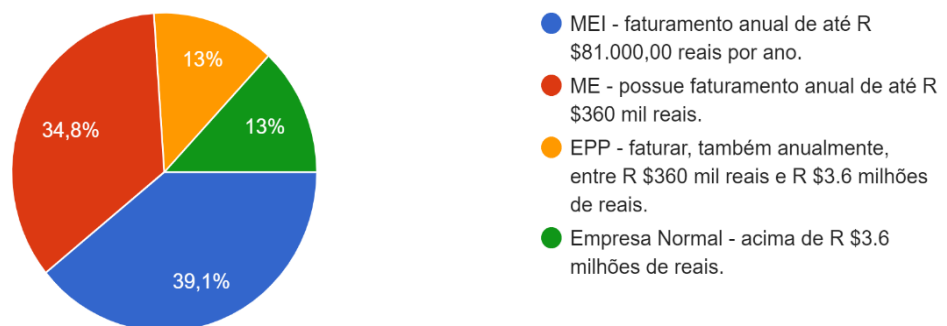
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

A primeira questão abordada no questionário nos informa, por meio do resultado predominante, que os indivíduos dos quais responderam a linha de Pessoas

Jurídicas têm em sua empresa entre 01 a 25 funcionários. Isso é devido à estrutura das empresas disponíveis em Tupã, sendo um município pequeno, cuja movimentação empresarial se dá, em sua maior parcela, pelo comércio central de pequenas lojas e serviços. A segunda maioria se deve às indústrias encontradas nas rodovias da cidade com produções na cadeia alimentícia e nos demais ramos.

Pensando em atender o público corporativo, a Meraki Eventos buscará compreender nas elaborações dos eventos bem como em local próprio, meios dos quais as empresas poderão oferecer a seus clientes, fornecedores e funcionários um ambiente e experiência distinta sobre a rotina empresarial e as propostas que almejam. No Gráfico 12, verificou-se o enquadramento jurídico da empresa.

Gráfico 12 - Enquadramento Jurídico



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

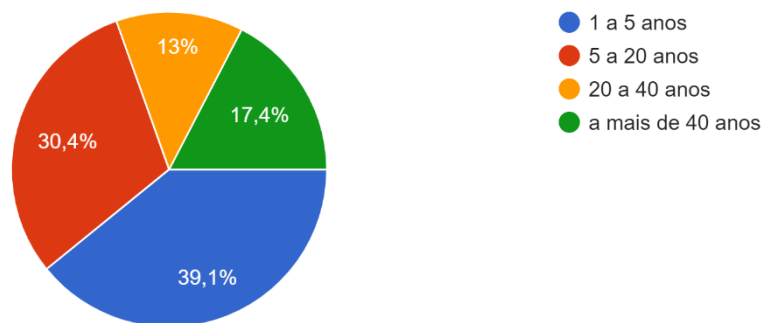
A partir dessa questão podemos observar que 39,1% são empresas que a forma jurídica é MEI (Faturamento de R\$81.000,00 ano) e 34,8% ME (Faturamento de 360.000,00 ano), podemos analisar que as duas formas jurídicas são as principais escolhas dos empreendedores, principalmente pelas suas vantagens no campo fiscal ou tributário. O que direciona a empresa Meraki ao seu planejamento e estudo de como deve ser feita a abordagem com essas empresas, no caso da MEI deve-se demonstrar a esse empreendedor que investir na realização de um evento, que deverá ser voltado para os seus consumidores, terá um aspecto positivo em seus negócios.

Como também as Microempresas (ME), será importante expressar a esse empreendedor os pontos positivos que a empresa irá conquistar com a realização do

de um evento para os seus funcionários, sócios e até mesmo para os seus consumidores. Em contrapartida, a porcentagem menor com 13% corresponde as EPP e Empresa Normal, o que leva a empresa Meraki Eventos a observar que empresas de grande porte, com um ganho maior, em nossa região estão em menor quantidade.

Sendo assim, pode-se analisar que uma estratégia para alcançar essas empresas seria o estudo de toda a sua história no ramo que ela atua, entender as suas necessidades e o que ela almeja para o seu futuro, e demonstrar que por meio de realizações de eventos corporativos para seus sócios e colaboradores como também treinamento para os seus funcionários, pode ser conquistado uma nova etapa da história da empresa no meio social em que ela está localizada e convivendo. Também se levantou informações referente ao tempo de atuação da empresa no mercado, conforme o Gráfico 13.

Gráfico 13 - Tempo de atuação de mercado da empresa.



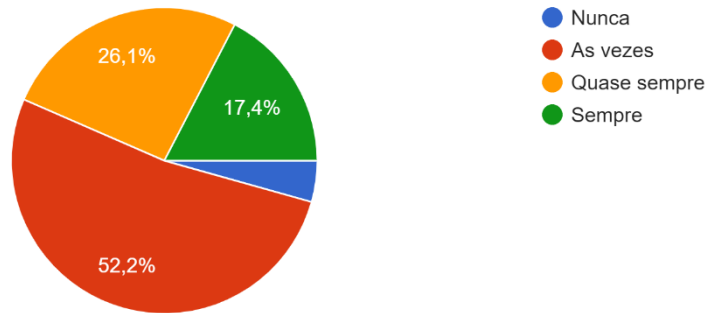
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Dentre as respostas é possível observar que a maior parte das pessoas que responderam ao questionário possuem uma empresa com menos de cinco anos no mercado (39.1%), seguidas de empresas com 5 a 20 anos de fundação (30,4%). Posto isso, a empresa Meraki Eventos poderá voltar estratégias para captar clientes nesses dois grandes públicos, e eventualmente promover outras abordagens para empresas mais velhas no mercado.

Para isso, a empresa buscará conhecer mais a fundo as empresas e gestores, bem como compreender suas expectativas e necessidades perante a execução deste

tipo de evento. Assim, verificou-se no Gráfico 14 qual a frequência de realização de eventos ofertados aos funcionários.

Gráfico 14 - Frequência de realização de eventos para os Funcionários.

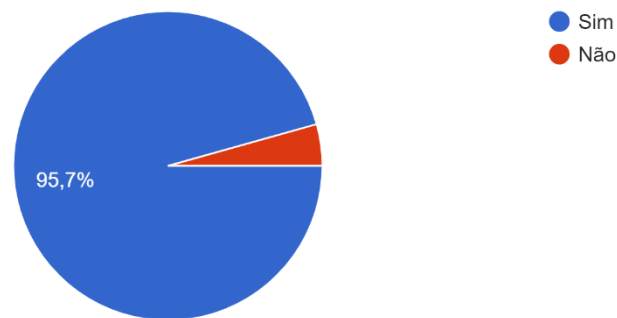


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Em relação a frequência de execução de eventos corporativos, cerca de 52,2% das respostas evidenciam que os empreendedores realizam “as vezes” algum tipo de evento a seus colaboradores, seguido de 26,1 “quase sempre” e 17,4% com “sempre”, apenas 1 resposta que corresponde a 4,3% afirma nunca promover algum tipo de evento. Logo, a empresa Meraki Eventos precisará buscar por meios que instiguem os empreendedores a tornar essa prática cada vez mais frequente em suas empresas.

Para isso, campanhas nos meios de comunicação podem ser elaboradas pautadas em dados confiáveis que evidenciem como eventos corporativos agregam no desempenho dos colaboradores, e proporcionam consequentemente melhores resultados as organizações, além de agregar a este tipo de informação pacotes personalizados que possam ser atrativos as empresas, induzindo-as a contratarem o serviço. Posteriormente no Gráfico 15, é levantado informações referentes à quantidade de pessoas que frequentarem um evento corporativos.

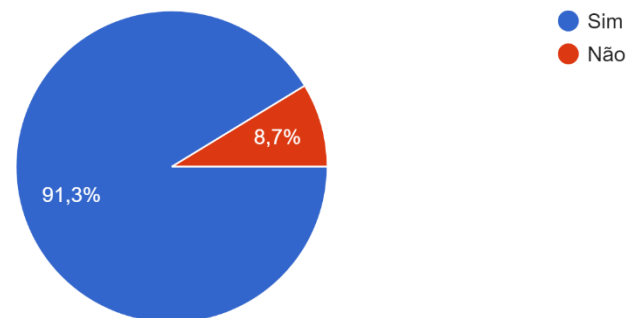
Gráfico 15 - Proporção de pessoas que já frequentaram um evento corporativo



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Também podemos observar que 95% das pessoas que responderam a pesquisa já foram convidados a participarem de algum evento corporativo, ressaltando assim a importância da ideia de negócio, ao proporcionar esse tipo de serviço para uma empresa local. Assim, no Gráfico 16 verificou-se o interesse na realização de eventos por parte desse público.

Gráfico 16 - Interesse na realização de eventos.



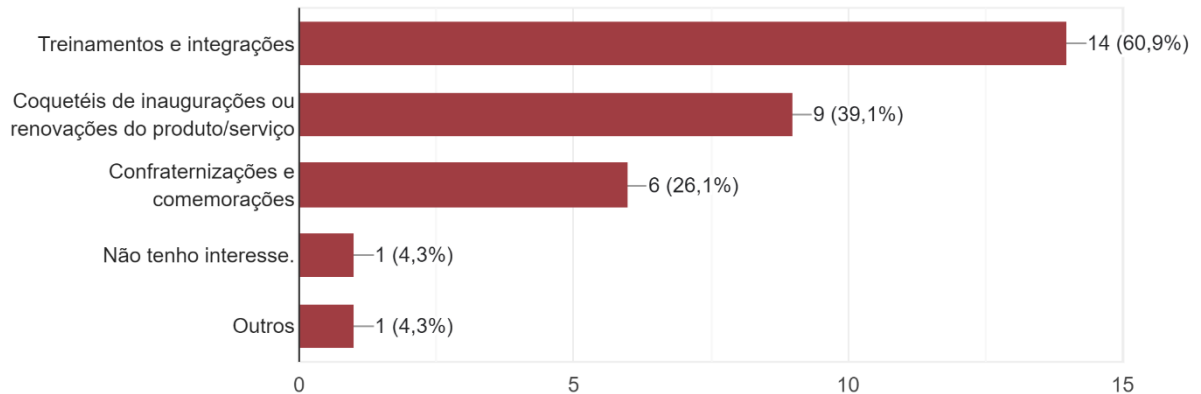
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Ao analisar o gráfico acima observa-se que, 91,3% das pessoas que responderam à pesquisa e que se enquadram na categoria “empreendedores” possuem interesse em realizar um evento assessorado para seus colaboradores. Enquanto 8,7% não possuem interesse em realizar eventos nesta categoria.

Diante disso, a empresa Meraki Eventos buscará captar possíveis clientes jurídicos por meio de pacotes promocionais, sorteios e divulgações visando despertar

interesse e vontade de contratar os serviços que oferecemos. Portanto no Gráfico 17, é abordado os tipos de eventos que esse público teria interesse para a contratação do assessoramento e consultoria.

Gráfico 17 - Interesse de eventos para a contratação do assessoramento e consultoria.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

De acordo com o gráfico acima, podemos analisar que a maioria das pessoas gostariam de realizar assessoramento para treinamentos e integrações assim como coquetéis de inauguração ou renovações do produto/serviços, sendo assim, a Meraki Eventos deverá buscar oferecer variedade para esse tipo de serviço, outra parcela não tem interesse em contratar nossos serviços.

Para tanto, a empresa buscará ofertar opções para maior alcance de público, considerando que, dentro dos 23 entrevistados obteve-se a seguinte sugestão: “...consultoria para organizar a festa de confraternização completa do fim de ano ...”, bem como sugerido por um possível cliente, faremos com que as opiniões e intenções sejam sempre bem-vindas a fim de enriquecer os serviços oferecidos.

Assim, o que podemos analisar e concluir através da aplicação do questionário aos dois públicos - alvos, Pessoas Físicas e Pessoas Jurídicas, que: em relação a esse público-alvo (Pessoa Física), pode-se analisar que há um grande costume na realização de eventos por conta própria, o que se dá pelo fato de enxergarem a contratação de um assessoramento ou consultoria de eventos como algo de grande valor monetário.

Mas, em contrapartida, grande parcela desse público já teve uma experiência positiva com grandes eventos como casamentos e formaturas, que foram realizados através do assessoramento e consultoria. Posto isso, pode-se concluir que é possível integrar e alcançar esse público, através de ações de marketing e pacotes especiais de contratação de assessoramento e consultoria para eventos que representam maior interesse das pessoas, que de acordo com o resultado da pesquisa se dá pela realização de aniversários.

Já em relação a esse público (Pessoa Jurídica), pode-se concluir que na região de Tupã a grande parcela de empreendedores não tem o costume de realizar eventos corporativos em suas empresas com frequência, mas o interesse por parte desse público para promoção de Treinamentos e Integrações empresariais fica evidente de acordo com os dados obtidos.

Portando, a Meraki Eventos terá como objetivo principal através de seus serviços, evidenciar a esses empresários os ganhos que serão obtidos através da promoção de um evento corporativo, sendo eles ganhos monetários ou ganhos em eficiência e qualidade do ambiente organizacional. E desta forma ao prestar esse serviço a Meraki Eventos se beneficiaria com a captação e fidelização de novos clientes.

4.4 Plano Marketing

4.4.1 Descrição dos Principais Produtos ou Serviços

Partindo do princípio que a empresa trabalhará de forma ampla com dois perfis de cliente, os serviços e produtos disponibilizados pela mesma tem como objetivo atender de forma específica cada um desses perfis.

Desta maneira, como proposta de serviços serão oferecidos catálogo com fornecedores, aplicativo e ambiente (salão e auditório).

- Catálogo de fornecedores:

O serviço funcionará em parceria com fornecedores, o objetivo consiste na criação de um catálogo com parceiros, de forma a oferecer consultoria a clientes que desejam apenas o serviço de mediação com os fornecedores, ou o oferecimento de

pacotes personalizados a clientes que além da consultoria anseiam também pelo assessoramento.

- Através de uma pequena taxa mensal (semestral) ou anual, será disponibilizado um catálogo com os melhores produtos, preços e condições para os clientes. Para os parceiros, será uma grande oportunidade de aumentar o consumo dos seus produtos, conquistando novos clientes para sua marca, fortalecendo uma maior amplitude na divulgação, pois quanto maior for o consumo, mais seu produto será visto e conhecido.
 - Para os clientes essa parceria será extremamente importante, pois já terão em suas mãos os melhores produtos e preços, com garantia de qualidade, além da otimização do seu tempo.
- **Aplicativo:**

O produto consiste na criação de um aplicativo para celular, a ferramenta permitirá uma maior liberdade ao cliente de expressar seus desejos, proporcionando uma experiência diferente, ao promover uma ferramenta na qual o cliente terá maior controle sobre o serviço que foi acordado, acompanhamento e o andamento das etapas referentes ao processo do evento, bem como na possibilidade de fazer intervenções quando possível, tornando a organização e planejamento ágil e interativa.

Para pessoas que contratarem serviços informais, o aplicativo abordará os seguintes tópicos:

- Lista de confirmação dos convidados;
- Lista de presentes;
- Galeria de fotos para inspiração;
- Acompanhamento das etapas de execução do evento;
- Chat de conversa diretamente com o assessor responsável;
- Dicas do assessor (sugestões para o evento);
- Descrição do perfil dos funcionários da empresa e contato;
- Descrição da empresa.

Ao baixar o aplicativo as pessoas terão acesso a página inicial que contará com a logo da empresa, na parte superior esquerda haverá um atalho com opções de navegação (acompanhamento do evento, dicas do assessor, galeria de fotos, funcionários e “saiba mais sobre a empresa”), já a parte superior esquerda contará com um ícone, no qual, ao cliente ao clicar, será direcionado a efetuar o login (o usuário e senha serão disponibilizados ao cliente após assinatura do contrato). Ainda na página inicial, no canto inferior direito haverá um espaço destinado para que as pessoas entrem em contato com a empresa.

As pessoas que obtiverem o login, terão o acesso para as opções: acompanhamento do evento e dicas do assessor, desbloqueadas.

Na opção acompanhamento do evento, o cliente terá acesso: lista de convidados (podendo verificar quem já confirmou presença), lista de presentes, etapas/ andamento do evento, fale com o assessor (nessa opção, as mensagens enviadas pelo cliente, serão prontamente direcionadas ao aplicativo do assessor durante o horário comercial, e deverão ser respondidas em no máximo 30 minutos). E por último haverá a opção notificações, nesta opção o cliente receberá mensagens de texto diretamente no aplicativo e via SMS com toda alteração realizada no contrato e os boletos de pagamento.

Em dicas do assessor, haverá dicas direcionadas ao perfil do cliente e tipo de evento escolhido, onde o assessor responsável disponibilizará sugestões de decoração, lembrancinhas e convites.

As alterações em qualquer das opções citadas só poderão ser realizadas pelo cliente através de um código gerado pelo assessor, com datas e prazos estabelecidos por ele. Caso o cliente perca o prazo, valerá o que foi acordado em contrato.

Figura 1 - Exemplo do layout do aplicativo



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Já para clientes que optaram por eventos corporativos, o aplicativo abordará:

- Acompanhamento das etapas de execução do evento;
- Calendário do cronograma dos eventos;
- Galeria de fotos com eventos já realizados;
- Chat de conversa diretamente com o assessor do evento;
- Dicas do assessor (sugestões para o evento);
- Descrição do perfil dos funcionários da empresa e contato;
- Descrição da empresa.

Semelhante a versão para cliente de eventos informais, ao cliente de eventos corporativos será disponibilizado o mesmo layout inicial, ou seja, ao baixar o aplicativo as pessoas terão acesso a página inicial que contará com a logo da empresa, na parte superior esquerda haverá um atalho com opções de navegação (acompanhamento do evento, calendário do cronograma dos eventos, dicas do assessor, galeria de fotos, funcionários e “saiba mais sobre a empresa”), já a parte superior esquerda contará com um ícone, no qual, ao cliente ao clicar, será direcionado a efetuar o login e semelhante ao de clientes informais (o usuário e senha só serão disponibilizados após assinatura do contrato).

As pessoas que obtiverem o login, terão além dos tópicos citados anteriormente, também o acesso às opções: acompanhamento do evento e dicas do assessor.

Na opção acompanhamento do evento, o cliente contará:

- Cópia do contrato acordado;
- Datas e prazos para execução de cada etapa.
- Notificações (cliente receberá mensagens de texto diretamente no aplicativo e via SMS com toda alteração realizada no contrato e os boletos de pagamento).
- Fale com o assessor (as mensagens enviadas pelo cliente, serão prontamente direcionadas ao aplicativo do assessor durante o horário comercial, e deverão ser respondidas em no máximo 30 minutos).

Em dicas do assessor, haverá dicas direcionadas ao público corporativo, onde o assessor responsável disponibilizará sugestões de como organizar cursos, palestras, semanas de treinamento e comemorações.

Sobre a opção de calendário do cronograma dos eventos, o empresário ou responsável da empresa terá total autonomia para programar e agendar seus próximos eventos, apontando as ocasiões que serão prestigiadas por seus colaboradores ou clientes.

Por outro lado, a Meraki Eventos também poderá utilizar deste agendamento para ter um plano a seguir sobre o processo contratado. As alterações em qualquer das opções citadas só poderão ser realizadas pelo cliente através de um código gerado pelo assessor, com datas e prazos estabelecidos por ele. Caso o cliente perca o prazo, valerá o que foi acordado em contrato.

- Ambiente (salão e auditório)

A fim de promover comodidade e praticidade, e pensando em especial no público corporativo, no local físico a empresa disponibilizará dois ambientes.

O primeiro será constituído de um salão no qual poderão ser realizados coffee break, coquetéis e pequenas comemorações. O ambiente contará com acesso à

internet, sistema de iluminação e de som, mesas e cadeiras já inclusas no aluguel do espaço.

Já o segundo refere-se ao auditório, o local contará com um ambiente climatizado com acesso à internet, telão de led para exibição de apresentações, sistema de iluminação e som, tablets, suporte para banners, microfones e pranchetas.

Os ambientes poderão ser alugados juntos ou separados, haverá também a possibilidade de alugar apenas o espaço sem a necessidade da contratação dos serviços de assessoramento e ou consultoria inclusos, todavia nessa condição só se será disponibilizado o espaço físico, cadeiras, mesas, tablets, suporte para banners, microfones e pranchetas não serão ofertados.

4.4.2 Preço

Seguindo a pesquisa de “Análise de Concorrentes”, a oferta dos serviços e local próprio levantados, terão os seguintes valores:

Tabela 1 - Preços dos serviços oferecidos pela Meraki Eventos.

Serviço/Produto	Preço	Observação
Assessoria	R\$ 120,00	/hora
Consultoria	R\$ 90,00	/hora
Parceiros fornecedores	de R\$ 500,00 a R\$ 850,00	% por período de vigência
Local próprio	R\$ 800,00	Salão
	R\$ 450,00	Auditório

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Referente ao valor estipulado para o serviço de assessoria, será compreendido o tempo de mão de obra de cada pessoa da equipe para o desempenho das atividades de organização e monitoramento do evento.

Sobre o valor da consultoria, inclui-se cada visita ou reunião para planejamento dos eventos e o contato com os fornecedores contratados para o devido alinhamento ao fornecimento dos seus serviços. No momento do contrato com os parceiros para a inserção deles no catálogo da Meraki Eventos, será dado a garantia de visualização, propaganda e validação de qualidade por meio de auditorias para padronização do serviço, portanto, será cobrado uma taxa de efetivação para este fornecedor pertencer

ao nosso quadro de parceiros (à carteira de catálogo) pelo período estipulado em comum acordo, sendo mensal/semestral ou anual.

A empresa contará com uma estrutura para recepção de festas informais ou corporativas com o custo do aluguel sobre o dia agendado. Os pacotes abaixo foram divididos em Simples, Especial e Premium, para clientes de festas informais tais como jantares temáticos, aniversários e comemorações em geral; e empresarial, para o setor comercial e industrial cujo objetivo seja elaborar eventos promocionais, comerciais ou corporativos. Tais valores levaram em consideração os serviços e produtos oferecidos pelos fornecedores da “Tabela de Análise de Fornecedores”.

Tabela 2 - Preços dos pacotes de eventos.

Pacote	Descontos	Serviços/Produtos	Quantidade	*Preço R\$	**Comissão máxima (30%)
Simple	5%	Consultoria, Alimentação, Bebidas Local	até 50 pessoas	1.559,75	2.027,68
Simple <i>UP</i>			até 100 pessoas	3.459,40	4.497,22
Simple <i>ALL</i>			mínimo de 200 pessoas	6.515,00	8.469,50
Especial <i>BASIC</i>	10%	Consultoria, Assessoria, Alimentação, Local, Bebidas	até 50 pessoas	1.796,80	2.335,84
Especial <i>MEDIUM</i>			até 100 pessoas	5.525,60	7.183,28
Especial <i>PLUS</i>			mínimo de 200 pessoas	7.070,35	9.191,46
<i>Premium</i>	15%	Assessoria, Consultoria, Local, Bebidas, Alimentação, Entretenimento, Decoração, Fotografia	até 50 pessoas	2.684,80	3.490,24
<i>Premium PLATINUM</i>			até 100 pessoas	9.259,50	12.037,35
<i>Premium GOLD</i>			mínimo de 200 pessoas	13.360,00	17.368,00
Empresarial <i>COFFEE</i>	20%	Assessoria, Consultoria, Suporte Técnico, Decoração, Palestrante, Alimentação, Bebidas	até 50 pessoas	1.337,85	1.739,21
Empresarial <i>PANELIST</i>			até 100 pessoas	4.885,00	6.350,50
Empresarial <i>CONFRA</i>			mínimo de 200 pessoas	17.798,50	23.138,05

*O preço é dado pela média em quantidade de pessoas conforme escala.
 **Valor acrescido da porcentagem de comissão. Este será o preço declarado em contrato para com os clientes, e será por meio dele que a empresa dará os descontos mencionados.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Tabela 3 - Descrição dos pacotes simples

<i>Simple</i>	<i>Simple UP</i>	<i>Simple ALL</i>
R\$ 90,00 de consultoria	R\$ 90,00 de consultoria	R\$ 90,00 de consultoria
R\$ 375,00 de 5 centos de salgados de R\$ 75,00	R\$ 900,00 de 12 centos de salgados de R\$ 75,00	R\$ 1.875,00 de 20 centos de salgados e 5 centos de lanchinhos de R\$ 75,00
R\$ 120,00 de bolo*	R\$ 450,00 de bolo e doces	R\$ 650,00 de bolos e doces
R\$ 174,75 de 25 refrigerantes de R\$ 6,99	R\$ 419,40 com 60 refrigerantes de R\$ 6,99	R\$ 900,00 com 120 bebidas de R\$ 7,50
R\$ 800,00 de aluguel do salão Meraki.	R\$ 1.600,00 de aluguel do salão Buckfest.	R\$ 3.000,00 de aluguel do Portal das Estrelas.
*Preço mínimo cobrado para bolos.		

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Tabela 4 - Descrição dos pacotes especiais

<i>Especial BASIC</i>	<i>Especial MEDIUM</i>	<i>Especial PLUS</i>
R\$ 90,00 de consultoria	R\$ 90,00 de consultoria	R\$ 90,00 de consultoria
R\$ 120,00 assessoria	R\$ 215,00 assessoria	R\$ 345,00 assessoria
R\$ 400,00 de 5 centos de salgados de R\$ 80,00	R\$ 2.850,00 de 5 centos de salgados de R\$ 80,00 e 7 centos de esfihas de R\$ 3,50 a unidade	R\$ 2.375,00 de 15 centos de salgados e 10 centos de lanches de R\$ 95,00
R\$ 175,00 de bolo e doces	R\$ 395,00 de bolo e doces	R\$ 550,00 de bolos e doces personalizados
R\$ 211,80 com 20 refrigerantes de R\$ 6,99 e 24 garrafinhas de cerveja de R\$ 3,00	R\$ 375,60 com 40 refrigerantes de R\$ 6,99 e 32 garrafinhas de cerveja de 3,00	R\$ 710,35 com 65 refrigerantes de R\$ 6,99 e 32 garrafas de cerveja de 8,00
R\$ 800,00 de aluguel do salão Meraki.	R\$ 1.600,00 de aluguel do salão Buckfest.	R\$ 3.000,00 de aluguel do Portal das Estrelas.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Tabela 5 - Descrição dos pacotes *premium*

<i>Premium</i>	<i>Premium PLATINUM</i>	<i>Premium GOLD</i>
R\$ 90,00 de consultoria	R\$ 90,00 de consultoria	R\$ 90,00 de consultoria
R\$ 120,00 assessoria	R\$ 215,00 assessoria	R\$ 345,00 assessoria
R\$ 800,00 de 10 pizzas de R\$ 80,00	R\$ 1.500,00 de 100 pratos de 15,00 por cabeça (cardápio massa)	R\$ 5.000,00 de buffet para para mín. de 200 pessoas
R\$ 180,00 de bolo	R\$ 400,00 de bolos e doces personalizados	R\$ 625,00 de bolos e doces personalizados
R\$ 164,80 com 15 refrigerantes de R\$ 6,99 e 5 barris de chopp de R\$ 11,99 o litro	R\$ 454,50 com 35 refrigerantes de R\$ 6,99 e 15 torres de chopp de R\$ 13,99 o litro	R\$ 600,00 com 75 refrigerantes de R\$ 7,50, 32 garrafas de cerveja de R\$ 8,00
R\$ 530,00 de decoração	R\$ 1.020,00 de decoração	R\$ 2.400,00 de decoração
R\$ 800,00 de aluguel do salão Meraki.	R\$ 480,00 fotografia	R\$ 300,00 de entretenimento
	R\$ 3.500,00 de 100 velas aromatizadas no valor de R\$ 35,00 a unidade	R\$ 1.000,00 fotografia
	R\$ 1.600,00 de aluguel do salão Buckfest	R\$ 3.000,00 de aluguel do Portal das Estrelas.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Tabela 6 - Descrição dos pacotes empresariais

Empresarial <i>COFFEE</i>	Empresarial <i>PANELIST</i>	Empresarial <i>CONFRA</i>
R\$ 90,00 de consultoria	R\$ 90,00 de consultoria	R\$ 90,00 de consultoria
R\$ 120,00 assessoria	R\$ 215,00 assessoria	R\$ 345,00 assessoria
R\$ 375,00 de 5 centos de salgados de R\$ 75,00	R\$ 960,00 de 12 centos de salgados de R\$ 80,00	R\$ 5.000,00 de buffet para mín. de 200 pessoas
R\$ 152,85 com 15 refrigerantes de R\$ 6,99, 5 litros de sucos de R\$ 8,00 e 2 garrafas de café de 4,00	R\$ 362,50 com 35 refrigerantes de R\$ 7,50, 10 sucos de R\$ 8,00 e 5 garrafas de café de 4,00	R\$ 943,50 com 65 refrigerantes de R\$ 7,50, 25 sucos de R\$ 8,00 e 32 garrafas de cerveja de R\$ 8,00
R\$ 150,00 de decoração	R\$ 295,00 de decoração	R\$ 420,00 de decoração
R\$ 450,00 de aluguel do auditório Meraki.	R\$ 1.800,00 de suporte técnico	R\$ 3.000,00 de suporte técnico
	R\$ 800,00 de aluguel do salão Meraki.	R\$ 3.000,00 palestrante
		R\$ 5.000,00 de aluguel do Alvorada.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Os descontos serão atribuídos a depender da quantidade de serviços agregados no acordo de contrato, bem como sobre pagamento a prazo ou à vista (limitado ao tabelado).

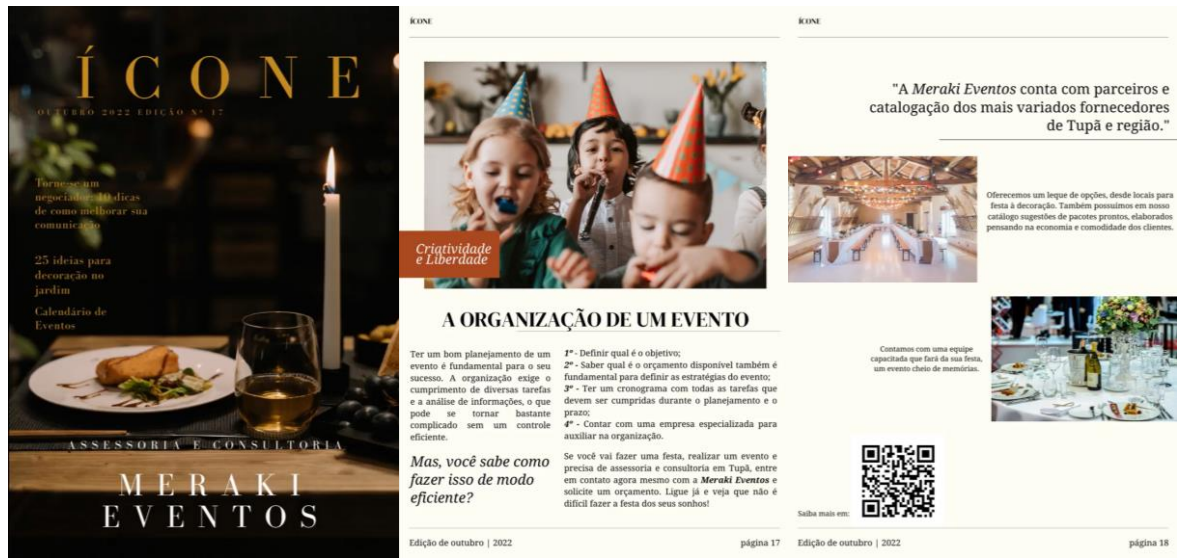
Os valores de descontos serão aplicados considerando o valor integral calculado sobre os serviços terceirizados mais 30% de comissão. Por exemplo, se o cliente optar pelo pacote Especial *BASIC* de 1.796,80, será considerado para cálculo de contrato o valor líquido de R\$ 2.335,84. Por meio deste valor utilizaremos das propostas de descontos de 5% a 10% para fechamento das propostas (Especial *BASIC*). A empresa se limitará a uma comissão mínima dos serviços de 10%.

4.4.3 Estratégias Promocionais

Com o objetivo de apresentar, informar e promover uma sensação de necessidade e desejo sobre o serviço, algumas estratégias promocionais serão adotadas:

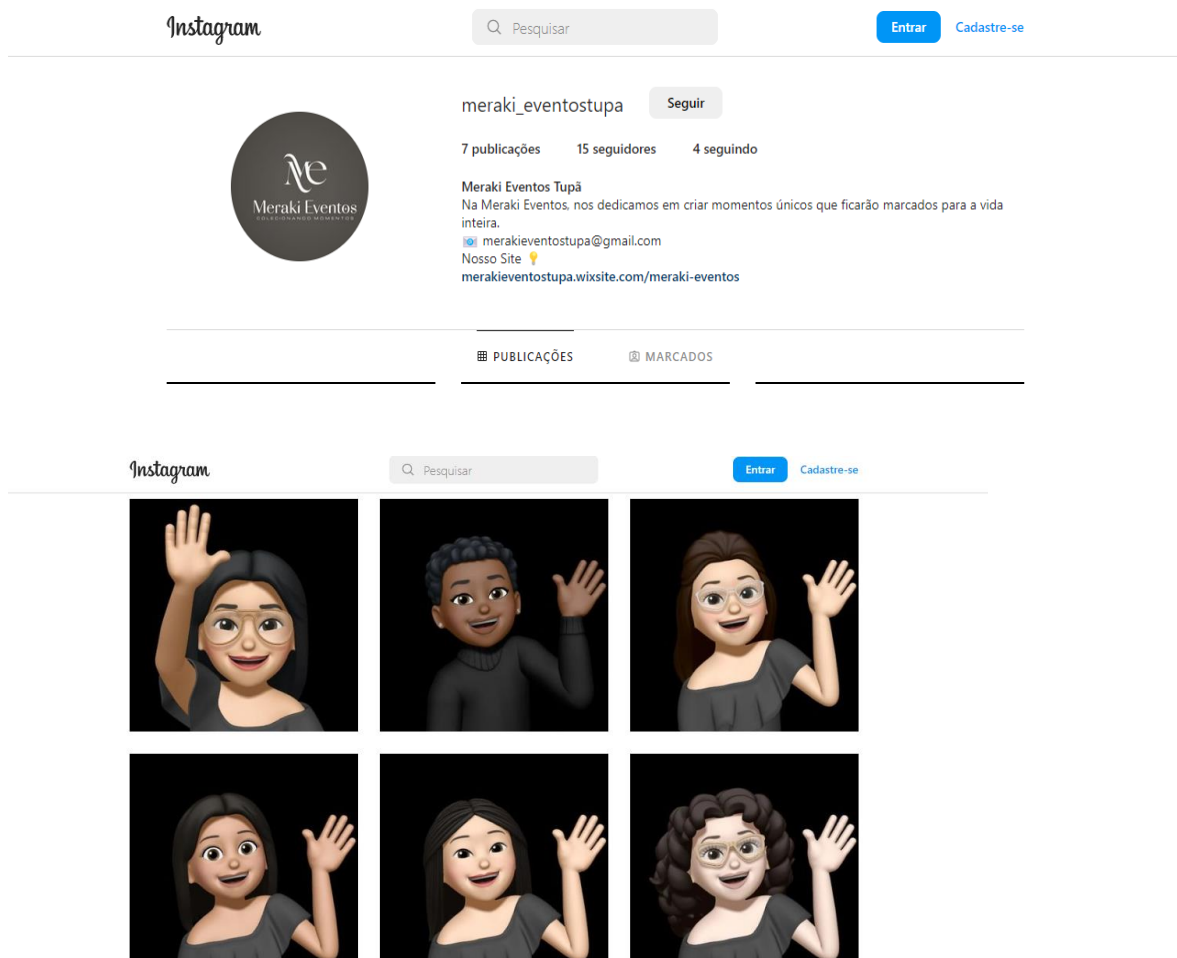
- Instagram: para este público que pode ser composto tanto de pessoas físicas como jurídicas, todavia voltando às estratégias para um público mais jovem, a empresa fará o uso de flyers de apresentações, vídeos e postagens com os colaboradores, posts de eventos realizados assim como os bastidores dele;
- Facebook: também será utilizado flyers de apresentação, vídeos e postagens com os colaboradores, posts de eventos realizados assim como os bastidores dele, porém a plataforma e as estratégias adotadas serão voltadas à captação de um público com mais idade;
- Revista: a revista será utilizada com o intuito de atrair ambos os públicos, para isso serão elaboradas a cada edição uma matéria para pessoas interessadas em eventos informais e outra para eventos corporativos, o intuito da escolha desse tipo de ferramenta é o de captar clientes que não tem o costume de usar as redes sociais com frequência;
- Vídeo institucional: atenderá ambos os públicos, seu maior objetivo é que o cliente conheça a empresa, sua missão, visão e valores, promovendo um sentimento de empatia e confiança no serviço prestado;
- Site: funcionará como uma estratégia mais formal, o conteúdo será organizado para o público em geral, nele serão apresentadas matérias sobre eventos de forma geral, dicas de decoração, tendências, informações referentes a empresa como (missão, visão, valores, endereço e telefones), galeria com eventos realizados e avaliações de clientes.

Figura 2 - Imagens referentes a algumas das estratégias promocionais (revistas).



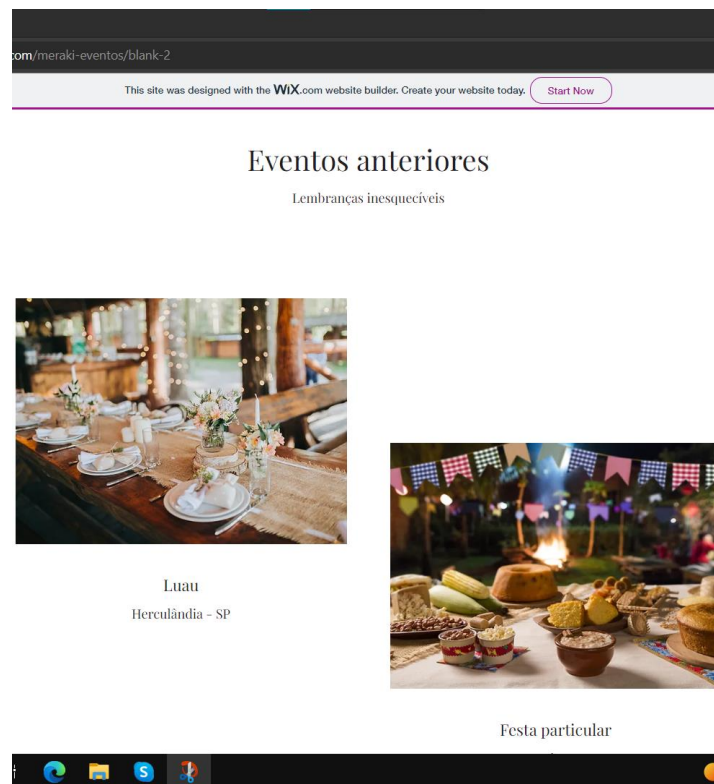
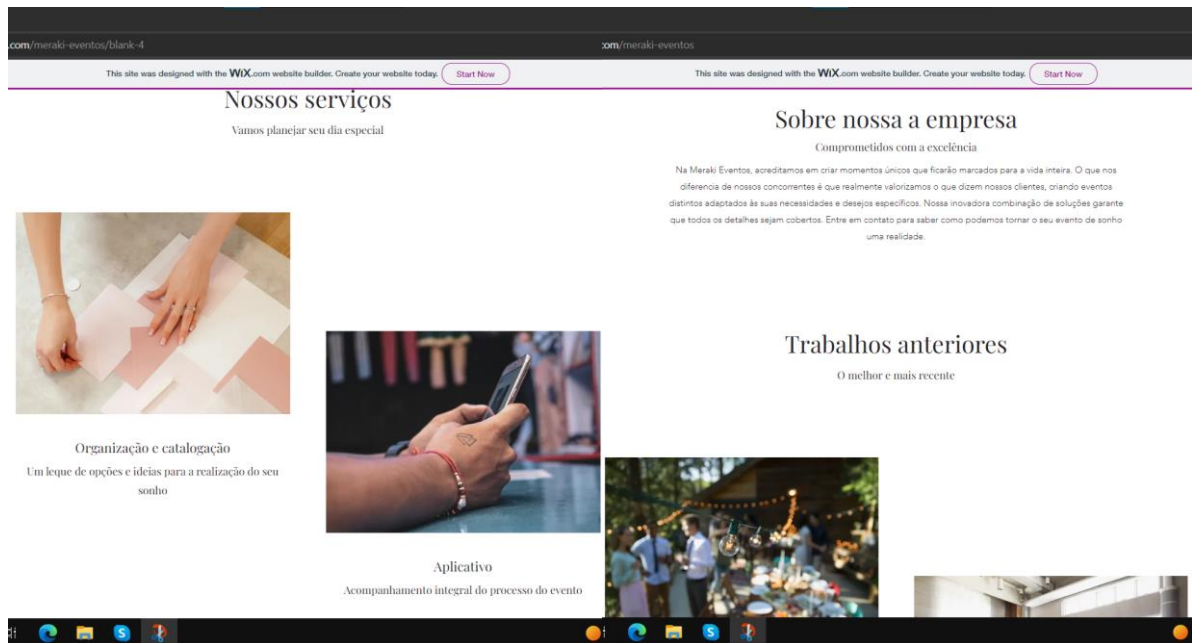
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Figura 3 - Imagens referentes a algumas das estratégias promocionais (Instagram)



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Figura 4 - Imagens referentes a algumas das estratégias promocionais (Site)



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

4.4.4 Estrutura de Comercialização

Como fonte de estrutura de comercialização, a empresa utilizará de ferramentas como: Google meu negócio, site, plataforma marketplace (casamentos.com), Instagram, e-mail, aplicativo, local físico e assessor de eventos.

Dessa forma, os clientes em geral poderão obter o primeiro contato com a empresa através de diferentes plataformas de divulgação, a escolha por diferentes métodos de comunicação justifica-se, uma vez que será trabalhado com públicos de segmentos distintos, no qual essa abordagem permitirá alcançar diferentes pessoas.

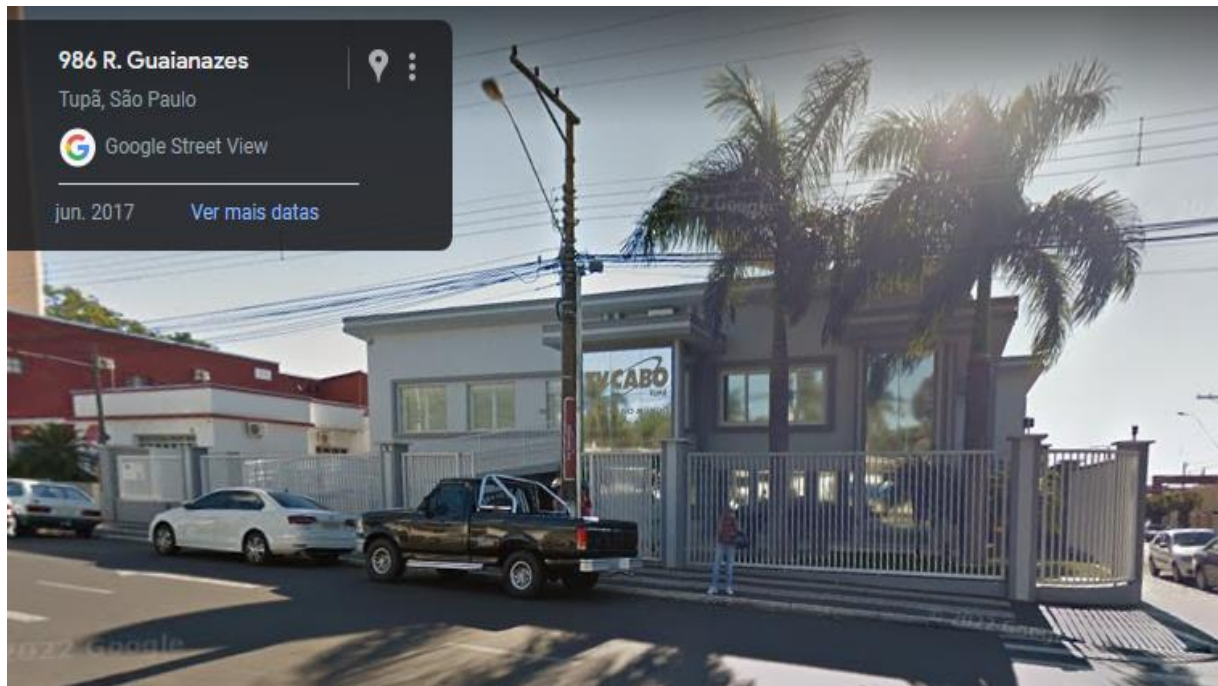
Em um primeiro momento, para captar clientes (pré-venda), serão utilizadas como ferramentas: plataforma google meu negócio, marketplace (casamentos.com), site, e-mail, Instagram e local físico. Após o primeiro contato com o cliente, que poderá ser feito pelas ferramentas anteriores, o processo de venda será realizado tanto no local físico, quanto por meio dos assessores que se reunirão presencialmente ou virtualmente com o cliente.

Como ferramenta de pós-venda e suporte técnico o cliente contará com o aplicativo, que auxiliará tanto no contato com os responsáveis pelo evento quanto na resolução de possíveis intercorrências.

4.4.5 Localização da Empresa (ESTRUTURA - Cabonnet Tupã)

A escolha da localização, busca englobar o anseio por uma estrutura que comporte a ideia do negócio (auditório e salão) e que ao mesmo tempo funcione como vitrine para captação de futuros clientes.

Figura 5 - Imagem ilustrativa da sede da empresa.



Fonte: Google Maps, 2017.

Endereço da Empresa: Praça da Bandeira,30	
Bairro: Centro	Cidade/Estado: Tupã/SP
Telefone/Fax: (14) 3441 - 1234	

Desta forma, optou-se por uma região central, de fácil acesso, tanto para munícipes quanto para pessoas vindas de outras cidades. A Cabonnet (foto referencial acima), em se tratando de um ponto misto por ser um prédio que pode operar, ou como comercial ou como residencial, sua estrutura se torna convidativa tanto pela construção em vidro quanto pelo modelo projetado.

O local encontra-se em uma região no coração do município (centro), bem iluminado, sinalizado, seguro e com facilidade para estacionar. Além de oferecer serviços de hotelaria nas proximidades, o que poderia beneficiar situações, como de eventos corporativos que recebam convidados de outras cidades ou estados.

Outros salões de eventos são encontrados nas extremidades da cidade e, portanto, este ponto seria um dos diferenciais do Projeto, além de que a Matriz da cidade se localiza logo à frente, na própria Praça da Bandeira cujo ponto é palco para recepção de eventos da cidade como feiras e comemorações em geral.

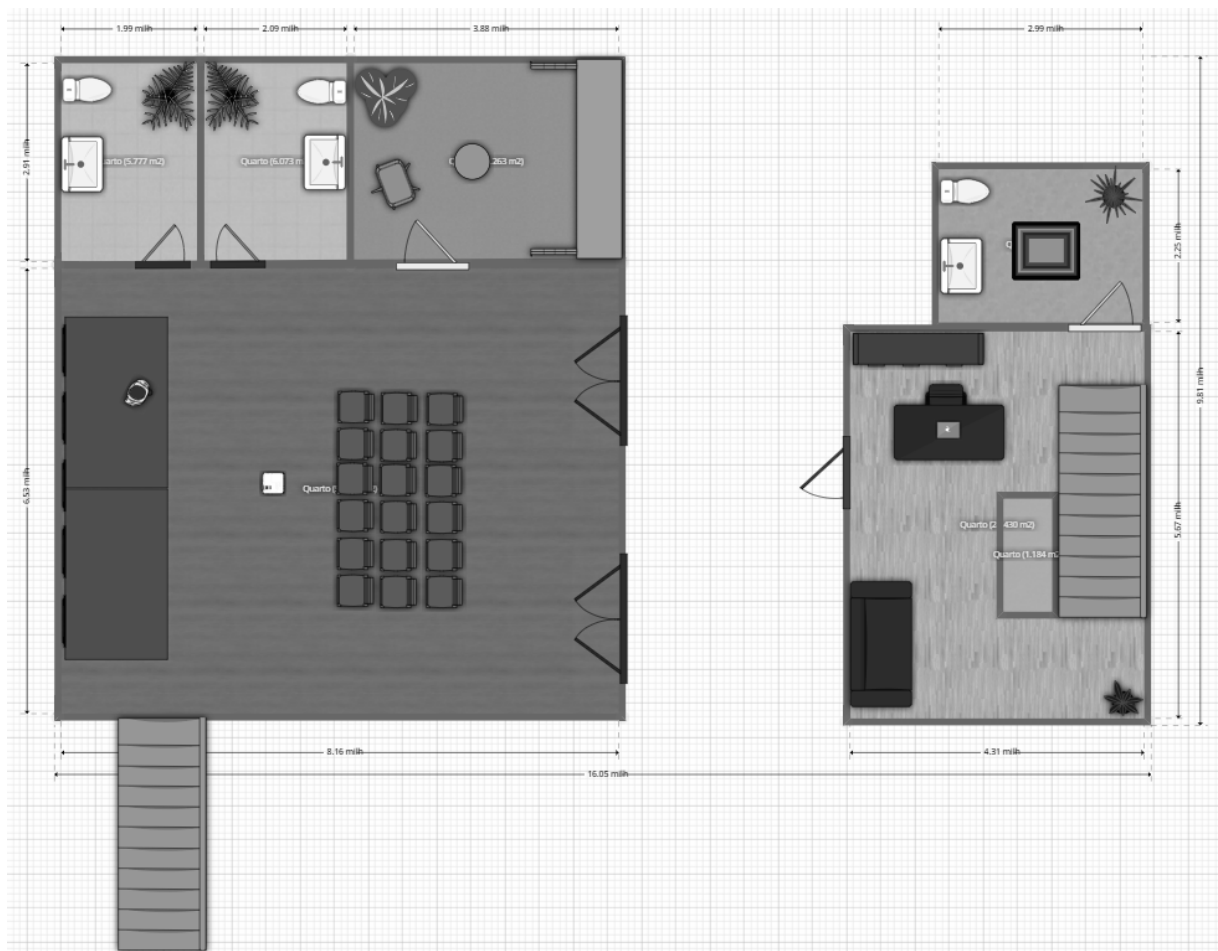
4.5 Plano Operacional

4.5.1 Layout ou Arranjo Físico

A Meraki Eventos contará com um local no qual cobrirá dois ambientes, uma vez que a proposta da empresa é atender o clima organizacional e festas informais dos mais variados gostos.

Dentro deste objetivo e aproveitando a ideia da localização para construção da instalação, formulou-se o seguinte layout:

Figura 6 - Imagem do piso inferior do salão Meraki Eventos.

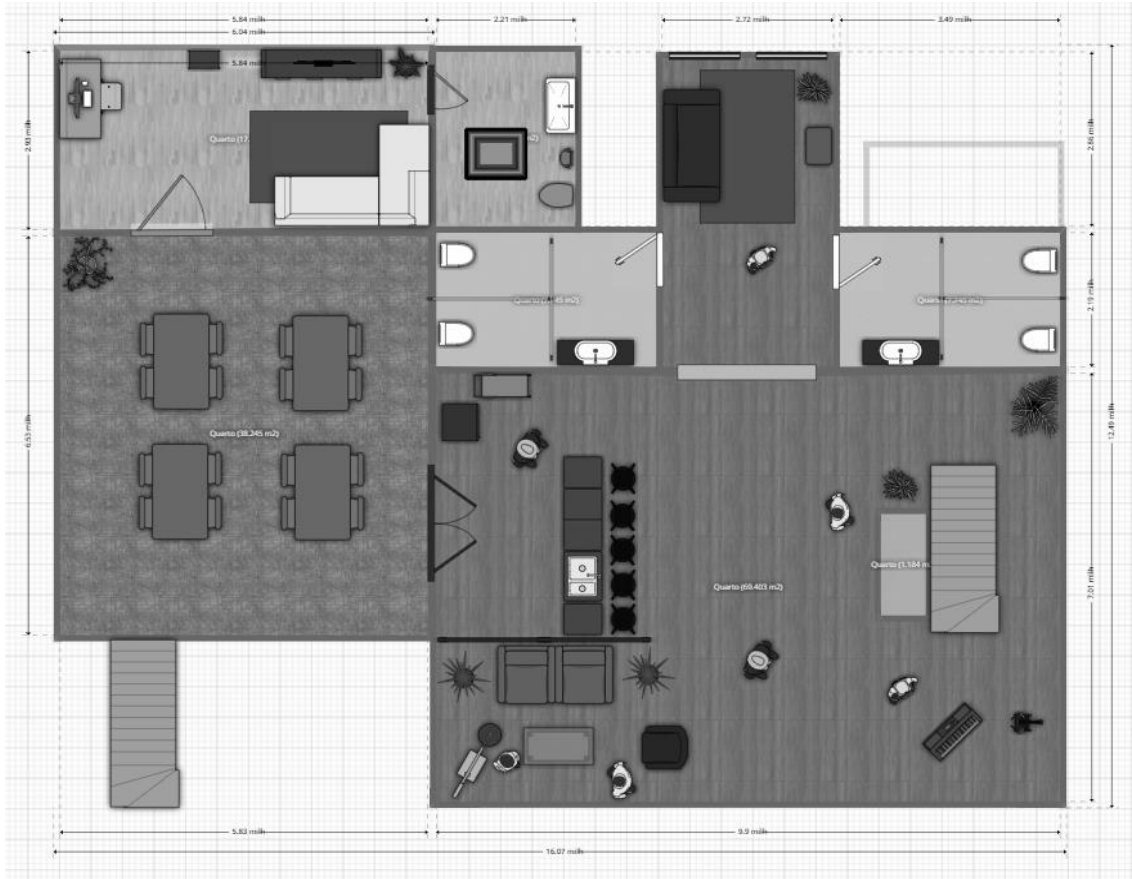


Fonte: Próprios autores, 2023.

O piso inferior será constituído pela recepção (ao lado direito) com acesso ao piso superior e elevador para mobilidade das pessoas com deficiências ou situações especiais. Ao lado esquerdo terá um auditório para eventos corporativos com espaço para cadeiras e suporte técnico. Além disso, como parte da estrutura, haverá

banheiros separados e uma sala para o *backstage* cuja função será para que os palestrantes possam ter um lugar separado para se acomodarem e se prepararem para o evento.

Figura 7 - Imagem do piso superior do salão Meraki Eventos.



Fonte: Próprios autores, 2023.

O piso superior atenderá o *layout* para eventos informais, com variabilidade do espaço e aproveitamento de áreas internas e externas. Para este caso, também haverá ambiente de *backstage* para confraternizações com *shows* (onde os músicos e cantores poderão se instalar) ou entretenimentos. Os convidados poderão circular entre ambientes com música, bar, assentos privativos e área ao ar livre.

Nos pisos apresentados, a organização para que haja festas simultâneas fora demonstrada através dos acessos por escadas, sejam elas por dentro do escritório ou por fora. Ainda sobre a logística, o auditório terá duas portas das quais terão fluxo de entrada e saída para individualidade e segurança na movimentação do pessoal.

4.5.2 Capacidade Produtiva

A capacidade de serviço e comercialização da empresa será planejada em escalas da natureza do evento e proporção em volume de produção inicial.

Para tanto, as informações foram organizadas em serviços semanais sendo informal e corporativo, para depois ser fixado a carga mensal conforme tabelas abaixo:

Serviços semanais:

Tabela 7 - Relação dos dias da semana que serão atendidos eventos informais.

Dia	Período
Qua, qui, dom	Manhã (09:00 – 12:00)
Qua, qui, dom	Tarde (13:00 – 19:00)
Sex, sab	Noite (22:00 – 02:00) + hora acrescida

Fonte: Próprios autores, 2023.

Tabela 8 - Relação dos dias da semana que serão atendidos eventos corporativos.

Dia	Período
Qua, qui	Manhã (09:00 – 12:00)
Qua, qui	Tarde (13:00 – 19:00)

Fonte: Próprios autores, 2023.

Na quarta-feira, quinta-feira e domingo, a empresa atenderá em dois períodos (manhã e tarde), ou seja, será possível realizar até 15 eventos dentro da carga horária estipulada (corporativos e informais) na semana – 54 horas totais - tendo tempo estimado de 03 horas para cada evento.

No período do fim de semana, a sexta-feira e o sábado será dado prioridade a atendimentos de eventos informais cujo horário demarcado se dá por meio de demanda da natureza da festa (noite). Serão 4 horas por evento sendo 08 horas totais - totalizando 17 eventos semanais.

Serviços mensais:

Tabela 9 - Relação dos serviços a serem realizados mensalmente.

MÊS - ESCALA					
Sem	Período	1	2	3	4
QUA	manhã	Palestra	Treinamento	Palestra	Treinamento
		Confraternização informal	Evento Temático	Coquetel corporativo	Palestra
	tarde	Coquetel informal	Treinamento	Evento Temático	Palestra
		Palestra	Confraternização corporativo	Palestra	Coquetel corporativo
QUI	manhã	Palestra	Treinamento	Palestra	Treinamento
		Coquetel informal	Confraternização corporativo	Palestra	Coquetel informal
	tarde	Treinamento	Palestra	Evento Temático	Treinamento

		Confraternização corporativo	Treinamento	Aniversário	Coquetel informal
SEX	noite	Aniversário	Coquetel informal	Confraternização corporativo	Casamento
SAB	noite	Casamento	Aniversário	Jantar Temático	Confraternização informal
DOM	manhã	Evento Temático	Confraternização informal	Aniversário	Evento Temático
		Aniversário	Evento Temático	Coquetel corporativo	Confraternização informal
	tarde	Confraternização corporativo	Aniversário	Evento Temático	Aniversário
		Aniversário	Evento Temático	Confraternização informal	Aniversário

Fonte: Próprios autores, 2023.

A tabela acima foi dividida em cores para facilitar o entendimento, referente a classificação de cada serviço oferecido pela empresa, no qual, o significado de cada cor na tabela se dá por:

- Eventos destacados na cor verde para eventos informais
- Eventos destacados na cor azul para eventos corporativos.

De forma quantitativa, a empresa terá a possibilidade de realizar em média cerca de 68 eventos mensais (considerando 4 semanas no mês), dentre estes, 42 eventos informais e 26 eventos corporativos.

Os únicos dias do mês que não acontecerão eventos serão às segundas-feiras e terças-feiras. As segundas-feiras será destinado a folga dos funcionários, já as terças-feiras serão destinadas às reuniões com clientes (efetivados - contratos), treinamentos aos colaboradores e reuniões dos colaboradores internos para alinhamento das atividades mensais.

4.5.3 Necessidade de Pessoal

Cargo	Função	Qualificação Necessária
Coordenador de contratos de Clientes	Supervisionar e coordenar as operações referentes à criação dos contratos, bem como a aprovação e fechamento dos mesmos.	<ul style="list-style-type: none"> ● Bacharel em direito. ● Experiência comprovada em direito societário (direito contratual, direito tributário e contabilidade). ● Capacidade analítica e forte atenção aos detalhes.
Gerente de marketing e comunicação	Gerenciar e coordenar ações de marketing, supervisionar o departamento e fornecer orientação e feedback aos outros profissionais, planejar ações para mídias e canais de comunicação, supervisionar campanhas de publicidade.	<ul style="list-style-type: none"> ● Bacharel em marketing ou áreas correlacionadas. ● Experiência comprovada como Diretor de Marketing. ● Excepcionais habilidades interpessoais e de comunicação. ● Conhecimento atualizado das boas práticas e técnicas de marketing on-line.

Supervisor administrativo e de RH	Dirigir, planejar, organizar e controlar as atividades, planos e programas das áreas administrativas e de recursos humanos da empresa.	<ul style="list-style-type: none"> ● Bacharelado em administração, recursos humanos ou área relacionada. ● Conhecimento de planejamento fiscal, orçamento e relatórios. ● Capacidade de tomada de decisão e resolução de problemas. ● Conhecimento da legislação e dos regulamentos trabalhistas
Supervisor financeiro	Planejar, organizar, dirigir e controlar as atividades financeiras da empresa, bem como analisar o resultado operacional e elaborar relatórios gerenciais demonstrando a eficácia da aplicação dos recursos e o desempenho econômico da empresa.	<ul style="list-style-type: none"> ● Bacharelado em contabilidade, economia, administração, ou área relacionada. ● Conhecimento avançado em pacote Office. ● Conhecimento de planejamento fiscal, orçamento e relatórios.
Coordenador de contratação de parceiros e fornecedores	Gerenciar a catalogação e contratação de parceiros e fornecedores, bem como o fechamento de contratos.	<ul style="list-style-type: none"> ● Ensino médio completo. ● Conhecimento avançado em pacote Office. ● Experiência prévia com atendimento ao público. ● Bom relacionamento interpessoal. ● Facilidade em promover mediações.
Assessor de eventos	Gerenciar os processos do evento, realizar o acompanhamento das etapas, contratação de fornecedores e assessoria aos clientes.	<ul style="list-style-type: none"> ● Ensino médio completo. ● Conhecimento básico em pacote Office. ● Experiência prévia com atendimento ao público.

		<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidade para trabalhar aos finais de semana e rodar turnos. • Habilidade de comunicação e negociação.
Serviços gerais	<p>Executar trabalhos de limpeza em geral, para manutenção das condições de higiene e conservação do ambiente. Promover limpeza das dependências da empresa</p> <p>incluindo a varredura de pisos, vidros, higienização dos banheiros, reposição de</p> <p>materiais (sabonete, papel higiênico, papel toalha, etc.), remoção de pó dos móveis e do lixo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nível Fundamental. • Dinamismo e pronto atendimento. • Agilidade física e manual.

4.6. Plano Financeiro

4.6.1 Estimativa dos investimentos

4.6.1.1 Estimativa dos investimentos fixos

A – Máquinas e Equipamentos – Produção / Prestação de serviço				
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Aparelho celular	6	R\$ 1.099,00	R\$ 6.594,00
2	Tablet	2	R\$ 710,99	R\$ 1.421,98
3	Data show	1	R\$ 3.959,10	R\$ 3.959,10
4	Computador	1	R\$ 1.589,91	R\$ 1.589,91
5	Notebook	4	R\$ 2.790,00	R\$ 11.160,00
6	Ar Condicionado	4	R\$ 2.149,00	R\$ 8.596,00
7	Mesas e cadeiras (salão)	12	R\$ 1.590,00	R\$ 19.080,00
8	Aparadores	3	R\$ 1.303,00	R\$ 3.909,00
9	Telão de led (auditório)	1	R\$ 8.091,00	R\$ 8.091,00
10	Suporte para banner (2,1m)	3	R\$ 64,90	R\$ 194,70
11	kit microfone 3 pçs	1	R\$ 469,00	R\$ 469,00
12	Pranchetas	10	R\$ 6,60	R\$ 66,00
13	Cristaleira	1	R\$ 1.664,00	R\$ 1.664,00
14	Jogo de xicara (c 12)	4	R\$ 79,48	R\$ 317,92
15	Jogo de taça (c 6)	9	R\$ 79,90	R\$ 319,60
16	Prato de sobremesa (c 50)	1	R\$ 203,00	R\$ 812,00
Subtotal				R\$ 68.244,21

B – Móveis e utensílios				
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Cadeira escritório	10	R\$ 189,89	R\$ 1.898,90
2	Poltrona	1	R\$ 760,00	R\$ 760,00
3	Mesa escritório	1	R\$ 1.320,50	R\$ 1.320,50
4	Balcão	1	R\$ 531,91	R\$ 531,91
5	Armários	1	R\$ 939,90	R\$ 939,90
6	Dispensa	1	R\$ 185,32	R\$ 185,32
7	Geladeira	1	R\$ 1.859,00	R\$ 1.859,00
8	Filtro de Agua	1	R\$ 372,00	R\$ 372,00
9	Cafeteira	1	R\$ 3.904,25	R\$ 3.904,25
10	Micro-ondas	1	R\$ 599,00	R\$ 599,00
11	Xícaras	2	R\$ 38,01	R\$ 76,02
12	Potes de mantimentos	1	R\$ 89,90	R\$ 89,90
13	Porta copos	1	R\$ 69,90	R\$ 69,90
14	Papel toalha	1	R\$ 78,99	R\$ 78,99

15	Papel Higiênico	2	R\$ 32,99	R\$ 65,98
16	Produtos de limpeza (água sanitária, detergente, esponja, pano, vassoura, rodo)	1	R\$ 118,70	R\$ 118,70
17	Produtos de higiene (sabonete, antisséptico)	1	R\$ 22,99	R\$ 22,99
18	Papelaria (canetas, agendas, resmas, clips, pastas, envelopes)	1	R\$ 702,79	R\$ 702,79
19	Ar condicionado	1	R\$ 1.319,00	R\$ 1.319,00
Subtotal				R\$ 12.370,78

C – Veículos				
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Carro	2	R\$ 52.736,00	R\$ 105.472,00
2	Moto	1	R\$ 14.484,00	R\$ 14.484,00
Subtotal				R\$ 119.956,00

4.6.1.2 Estimativa dos investimentos pré-operacionais

INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$
Despesas de legalização	R\$ 2.000,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 25.000,00
Divulgação	R\$ 5.000,00
Cursos e treinamentos	R\$ 650,00
Outras despesas	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 32.650,00

4.6.2 Estimativa do faturamento da empresa

Quanto ao estabelecimento dos cálculos referentes ao faturamento anual da empresa, será utilizado a multiplicação da quantidade de serviços oferecidos pelo preço de venda.

Para mensuração dos serviços oferecidos, será levado em consideração dados da capacidade produtiva, bem como sazonalidade na prestação dos serviços durante o ano. Sendo assim, segundo a capacidade produtiva a empresa é capaz de realizar cerca de 42 eventos informais e 26 corporativos, como coquetéis e confraternizações.

É sabido que os meses de maio, junho, novembro e dezembro são marcados por um número maior de festas e comemorações devido as data comemorativas, assim como janeiro, fevereiro, março, novembro e dezembro costumam ser meses em que as empresas realizam mais contratações, o mês de novembro por exemplo se integra aos meses descritos uma vez que compreende o período de safra do amendoim, importante promotor de empregos na cidade de Tupã. Logo, todos estes fatores serão levados em consideração para o estabelecimento de um número aproximado de serviços oferecidos mensalmente.

Já em relação ao preço de venda, para integração nos cálculos do faturamento, será realizada uma média quanto aos valores de cada tipo de pacote oferecido conforme a sua natureza. Como no exemplo:

Pacote Simples:

- <i>Simple</i>	R\$ 2.027,68
- <i>UP</i>	R\$ 4.497,22
- <i>ALL</i>	R\$ 8.469,50
	Total R\$ 14.994,40 / 3 → R\$ 4.998,13

Pacote Especial:

- <i>Basic</i>	R\$ 2.335,84
- <i>Medium</i>	R\$ 7.183,28
- <i>Plus</i>	R\$ 9.191,46
	Total R\$ 18.710,58 / 3 → R\$ 6.236,86

Pacote Premium:

- <i>Premium</i>	R\$ 3.490,24
- <i>Platinum</i>	R\$ 12.037,35
- <i>Gold</i>	R\$ 17.368,00
	Total R\$ 32.895,59 / 3 → R\$ 10.965,20

Pacote Empresarial:

- <i>Coffee</i>	R\$ 1.739,21
- <i>Panelist</i>	R\$ 6.350,50
- <i>Confra</i>	R\$ 23.138,05
	Total R\$ 31.227,76 / 3 → R\$ 10.409,25

ANO	MESES	Simples		Especial		Premium		Empresarial		QTD. VENDIDA	FATURAMENTO
			Preço*		Preço*		Preço*		Preço*		
		vendas	R\$ 4.998,13	vendas	R\$ 6.236,86	vendas	R\$ 10.965,20	vendas	R\$ 10.409,25		
2023	Jan	20	R\$ 99.962,60	20	R\$ 124.737,20	15	R\$ 93.552,90	20	R\$ 208.185,00	60	R\$ 526.437,70
	Fev	20	R\$ 99.962,60	15	R\$ 93.552,90	10	R\$ 62.368,60	20	R\$ 208.185,00	55	R\$ 464.069,10
	Mar	25	R\$ 124.953,25	15	R\$ 93.552,90	15	R\$ 93.552,90	10	R\$ 104.092,50	50	R\$ 416.151,55
	Abr	15	R\$ 74.971,95	20	R\$ 124.737,20	10	R\$ 62.368,60	10	R\$ 104.092,50	45	R\$ 366.170,25
	Mai	25	R\$ 124.953,25	20	R\$ 124.737,20	15	R\$ 93.552,90	10	R\$ 104.092,50	55	R\$ 447.335,85
	Jun	10	R\$ 49.981,30	15	R\$ 93.552,90	10	R\$ 62.368,60	10	R\$ 104.092,50	35	R\$ 309.995,30
	Jul	20	R\$ 99.962,60	10	R\$ 62.368,60	10	R\$ 62.368,60	10	R\$ 104.092,50	40	R\$ 328.792,30
	Ago	20	R\$ 99.962,60	15	R\$ 93.552,90	10	R\$ 62.368,60	10	R\$ 104.092,50	45	R\$ 359.976,60
	Set	10	R\$ 49.981,30	10	R\$ 62.368,60	10	R\$ 62.368,60	20	R\$ 208.185,00	40	R\$ 382.903,50
	Out	10	R\$ 49.981,30	10	R\$ 62.368,60	10	R\$ 62.368,60	10	R\$ 104.092,50	30	R\$ 278.811,00
	Nov	20	R\$ 99.962,60	15	R\$ 93.552,90	10	R\$ 62.368,60	10	R\$ 104.092,50	45	R\$ 359.976,60
Dez	25	R\$ 124.953,25	20	R\$ 124.737,20	10	R\$ 62.368,60	20	R\$ 208.185,00	65	R\$ 520.244,05	
TOTAL		220	R\$ 1.099.588,60	185	R\$ 1.153.819,10	135	R\$ 841.976,10	160	R\$ 1.665.480,00	565	R\$ 4.760.863,80

*valor de representação dos pacotes pela média de cada natureza.

4.6.3 Capital de giro

4.6.3.1 Estimativa do estoque inicial

A Meraki Eventos sendo uma empresa no setor de serviços, e operando por meio de fornecedores parceiros, não terá em sua estrutura estoques para matérias-primas devido a natureza das atividades, e, portanto, não haverá o controle destes insumos senão por meio dos custos levantados em “investimentos fixos” conforme item 4.6.1.

4.6.3.2 Prazo médio de vendas

PRAZO MÉDIO DE VENDAS	% de vendas	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA PONDERADA EM DIAS
À VISTA	50%	0	0
À PRAZO	35%	30	10,5
À PRAZO	15%	60	9
À PRAZO	0%	90	0
PRAZO MÉDIO TOTAL			19,5

Entende-se que, bem como apresentado em tabela, a empresa levará pouco menos de 20 dias para receber suas vendas realizadas a prazo, ou seja, o valor do serviço realizado em um mês será recebido dentro de um período compatível para abastecimento do que foi gasto.

4.6.3.3 Prazo médio de compra

PRAZO MÉDIO DE COMPRAS	% de vendas	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA PONDERADA EM DIAS
À VISTA	50%	0	0
À PRAZO	50%	30	15
PRAZO MÉDIO TOTAL			15

*a empresa leva 15 dias para pagar os contratos efetivados a prazo

Foi realizado um compilado de informações e adaptação para a modalidade da empresa, uma vez que não será trabalhado com a matéria-prima de fato, e compreende-se por compras, as parcerias feitas com os fornecedores por meio dos

contratos para que estes façam parte dos catálogos e propagandas. No qual, serão estabelecidos acordos por períodos semestrais ou anuais.

4.6.3.4 Necessidade média de estoque

Neste mesmo tópico será estabelecido a ideia de que a empresa não fará suas operações por meio de fornecimento direto de produtos/serviços, e portanto, não haverá a necessidade média de estoque.

Este mesmo raciocínio seguirá para os tópicos tratados no Plano Financeiro padronizado para empresas que oferecem produtos como no caso da tabela avaliativa de CUSTOS DE MATÉRIA PRIMA (POR UNIDADE) e CUSTOS DE MATERIAIS DIRETOS.

Para o capital de giro será necessário o valor de R\$ 27.215,79, conforme tabela abaixo.

CAPITAL DE GIRO	
CUSTO FIXO MENSAL	R\$ 6.041,43
CUSTO VARIÁVEL MENSAL	R\$ 79.903,16
CUSTO TOTAL DA EMPRESA	R\$ 85.944,59
CUSTO TOTAL DIÁRIO	R\$ 2.864,82
NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO (em dias)	10
TOTAL	R\$ 27.215,79

Portanto, para a manutenção do negócio no primeiro mês será necessário investimento de R\$ 260.436,78, provenientes de 100% de recursos próprios no valor de R\$ 449.956,00. Sobre este custo levantado é possível compreender que não será necessário investimento de recursos de terceiros.

DESCRIÇÃO DOS INVESTIMENTOS	VALOR (R\$)	(%)
INVESTIMENTOS FIXOS	R\$ 200.570,99	0,7701331273
CAPITAL DE GIRO	R\$ 27.215,79	0,1045005543
INVESTIMOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$ 32.650,00	0,1253663185
TOTAL	R\$ 260.436,78	

FONTES DE RECURSOS	VALOR (R\$)	(%)
RECURSOS PRÓPRIOS	R\$ 449.956,00	1
RECURSOS DE TERCEIROS	R\$ -	0
OUTROS	R\$ -	0
TOTAL	R\$ 449.956,00	

4.6.4 Estimativa de custos variáveis

4.6.4.1 Estimativa dos custos de comercialização

CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO			
DESCRIÇÃO	%	FATURAMENTO ESTIMADO	CUSTO TOTAL R\$
1. IMPOSTOS			
IMPOSTOS FEDERAIS			
SIMPLES	19,39%	R\$ 4.760.863,80	R\$ 923.131,49
IRPJ	0%	R\$ 4.760.863,80	R\$ -
PIS	0%	R\$ 4.760.863,80	R\$ -
COFINS	0%	R\$ 4.760.863,80	R\$ -
CSLL	0%	R\$ 4.760.863,80	R\$ -
IMPOSTOS ESTADUAIS			
ICMS	0	R\$ 4.760.863,80	R\$ -
IMPOSTOS MUNICIPAIS			
ISS- IMPOSTO SOBRE SERVIÇO	0	R\$ 4.760.863,80	R\$ -
SUBTOTAL 1			R\$ 923.131,49
2. GASTOS COM VENDAS			
COMISSÕES	0%	R\$ 4.760.863,80	R\$ -
PROPAGANDA	0,25%	R\$ 4.760.863,80	R\$ 11.902,16
TAXA DE ADM. DO CARTÃO	1%	R\$ 4.760.863,80	R\$ 23.804,32
SUBTOTAL 2			R\$ 35.706,48
TOTAL (SUBTOTAL 1 + 2)			R\$ 958.837,97
CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO (POR UNIDADE)			R\$ 1.697,06

4.6.5 Estimativa de custos fixos

4.6.5.1 Estimativa de mão de obra

Como a instituição da empresa será feita por seis sócios, grande parte do quadro de funcionários será ocupado pelos mesmos, em desempenho de atividades distintas, exceto para área de limpeza e organização haverá a contratação de uma pessoa para a atividade assim como demonstrado na tabela abaixo:

FUNÇÃO	Nº DE EMPREG.	SALÁRIO MENSAL (R\$)	% DE ENCARGOS SOCIAIS	ENCARGOS SOCIAIS (R\$)	TOTAL (R\$)
Serviços gerais	1	R\$ 1.315,00	39,37%	R\$ 517,72	R\$ 1.832,72
TOTAL					R\$ 1.832,72

4.6.5.2 Estimativa do custo com depreciação

O reconhecimento da perda do valor dos bens pelo uso é chamado de depreciação. Dentro do nosso estabelecimento será dado como Obras Civis o valor de R\$ 25.000,00 para a manutenção e abertura do negócio. Dos equipamentos de operação serão considerados os ar-condicionado disponíveis no salão e auditório da instalação, caracterizado como componente principal e que sofre a depreciação com o tempo, por último os veículos utilitários.

ATIVOS FIXOS	VALOR DO BEM (R\$)	VIDA ÚTIL EM ANOS	DEPRECIÇÃO ANUAL (R\$)
OBRAS CIVIS/REFORMAS	25.000,00	25	R\$ 1.000,00
EQUIPAMENTOS	6.447,00	5	R\$ 1.289,40
MÓVEIS E MÁQUINAS	0	10	R\$ -
VEÍCULOS	119.956,00	5	R\$ 23.991,20
OUTROS	0		
TOTAL			R\$ 26.280,60

4.6.5.3 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

A Meraki Eventos terá como custos fixos os gastos que não se alteram em função do volume de produção ou da quantidade vendida em um determinado período. Por exemplo, despesas com aluguel, energia, salários etc. Esses valores são custos fixos porque são pagos, normalmente, independentemente do nível de faturamento do negócio.

DESCRIÇÃO	CUSTO TOTAL MENSAL (R\$)
Aluguel	R\$ 6.500,00
Condomínio	R\$ -
IPTU	R\$ 950,00
Água	R\$ 319,90
Energia Elétrica	R\$ 600,00
Telefone	R\$ 119,00
Honorário do contador	R\$ -
Pró- Labore	R\$ 12.600,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 400,00
Salários + Encargos	R\$ 21.992,64
Material de limpeza	R\$ 115,00
Material de escritório	R\$ 120,00
Combustível	R\$ 700,00
Taxas Diversas	R\$ -
Serviços de terceiros	R\$ 1.800,00
Depreciação	R\$ 26.280,60
Outras despesas	R\$ -
TOTAL	R\$ 72.497,14
CUSTO FIXO (POR UNIDADE)	R\$ 128,31

Em síntese, é possível compreender que o custo fixo por unidade, ou seja, pelo serviço desempenhado em cada contrato demanda um valor de R\$ 128,31.

4.6.6 Demonstrativo de resultados do exercício – DRE

Para prever o resultado da empresa, verificando se ela irá operar com lucro ou prejuízo, foram analisados os seguintes critérios para obtenção do resultado operacional.

DESCRIÇÃO	R\$
RECEITA TOTAL COM VENDAS	R\$ 4.760.863,80
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS	R\$ 958.837,97
(-) CUSTOS COM MATERIAIS DIRETOS E/OU CMV (*)	R\$ -
(-) IMPOSTOS SOBRE VENDAS	R\$ 923.131,49
(-) GASTOS COM VENDAS	R\$ 35.706,48
SUBTOTAL	R\$ 3.802.025,83
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 887.425,01
CUSTOS FIXOS TOTAIS	R\$ 869.965,68
RESULTADO OPERACIONAL (LUCRO/PREJUÍZO)	R\$ 17.459,33

É possível verificar que a Meraki Eventos, observado a margem de contribuição e contabilizados os custos fixos totais, terá um lucro de R\$ 17.459,33 anual, sendo assim, havendo o retorno mensal de R\$ 1.454,94. Resultado este refletido por uma receita total de R\$ 4.760.863,80.

4.6.7 Ponto de equilíbrio

4.6.7.1 Margem de Contribuição

Margem de Contribuição	
Receita Total	R\$ 4.760.863,80
Custos Variáveis Totais	R\$ 958.837,97
Total	0,80

4.6.7.2 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio representa o quanto a empresa precisa faturar para pagar todos os custos em um determinado período.

Ponto de Equilíbrio	
Custo Fixo	R\$ 869.965,68
Total	R\$ 1.089.363,49

*valor para não ter nem lucro nem prejuízo

Isso quer dizer que é necessário que a empresa tenha uma receita total de R\$ 1.089.363,49 ao ano para cobrir todos os seus custos.

4.7 Avaliação Estratégica

	Fatores Internos (Controláveis)	Fatores Externos (Incontroláveis)
Pontos Fortes	Forças <ul style="list-style-type: none"> ● Padronização de atendimento e de parceria com os fornecedores (certificados por nós); ● Local próprio com ambientações diferentes; ● Aplicativo próprio 	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> ● Novas empresas e novos negócios no município; ● Tecnologias atreladas aos serviços para o enriquecimento das atividades (entretenimento)
Pontos Fracos	Fraquezas <ul style="list-style-type: none"> ● Pouco reconhecimento da marca/empresa; ● Baixa experiência e contatos fidelizados 	Ameaças <ul style="list-style-type: none"> ● Baixa demanda de contratos com empresas (setor corporativo) para o oferecimento de serviços de assessoria e consultoria; ● Fornecedores culturalmente conservadores e que não compreendam a ideia e o benefício do negócio em parcerias

Conclusão da Análise SWOT: Através da análise de SWOT foi possível observar que parte dos pontos fracos visualizados, tanto internamente quanto externamente, estão atrelados aos hábitos, culturas e consciência dos indivíduos sobre os serviços oferecidos pela empresa.

A parte crucial a ser trabalhada para a integração desta novidade será o marketing e estratégias de promoção, no sentido de disseminação, a respeito da ideia central da Meraki Eventos. Podendo ser explorada por meio de vídeos institucionais, relacionamento ativo para contato com potenciais clientes, entre outras maneiras de instigar os interesses latentes em cada pessoa/organização.

Nossas forças podem ser evidenciadas para que os clientes entendam que o nosso diferencial pode trazer benefícios importantes ao passo que o trabalho garantirá qualidade, padronização e confiança, porque o método de funcionamento é integrado e visa oferecer conforto para elaboração das festas e eventos. Além disso, o município está sempre crescendo com abertura de novos comércios bem como empresas e indústrias devido a região ser produtiva. Outro fator contribuinte para o investimento de novidades é o setor de tecnologia, presente em diversas áreas, poderá contribuir para que os nossos serviços sejam melhorados tanto em sistema quanto em entretenimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um bom desenvolvimento de um plano de negócios é fundamental na criação de uma empresa, pois possibilita conhecer, organizar e analisar o mercado ao qual pretende inseri-la, além de ser crucial no momento de decidir sobre os investimentos a serem realizados bem como seu retorno.

Perante o exposto, o presente projeto teve como objetivo identificar a viabilidade da abertura de uma empresa promotora de eventos no município de Tupã-SP, para isso foi desenvolvido um plano de negócios, no qual foram analisados diferentes segmentos do mercado de eventos a fim de se chegar a uma conclusão.

De maneira a identificar o público-alvo, assim como seus anseios, foi realizada uma pesquisa de mercado voltada tanto para o público de eventos informais, quanto para aqueles interessados em eventos corporativos. Por meio dela evidenciou-se que a demanda maior de clientes compreende os interessados em festas informais. Durante a pesquisa outro quesito levantado foi em relação a renda média dos respondentes que se assemelha ao que foi examinado durante a realização do referencial teórico, e corresponde a média de aproximadamente dois salários mínimos, fato esse levado em consideração para o desenvolvimento do preço dos pacotes de serviço ofertados a esse público.

A empresa que tem como objetivo fornecer serviços de assessoria e consultoria a seus clientes, por meio de pacotes personalizados dos quais a mão de obra necessária se dará pela terceirização dos serviços. Evidenciou a partir da análise de concorrentes que nenhuma empresa na região presta serviço idêntico, apenas uma se assemelha a proposta de negócio ao fornecer aos clientes reuniões e visitas técnicas com fornecedores.

Posto isso, com intuito de trazer inovação ao setor, buscou-se pela criação de um aplicativo para o acompanhamento das etapas do evento pelo cliente, bem como a integração a sua estrutura de dois ambientes (salão e auditório), oferecendo uma melhor acomodação e ao mesmo tempo contribuindo como mais uma fonte de renda para a empresa.

Em relação ao plano financeiro, as informações reunidas evidenciam um alto valor a ser faturado pela empresa em seu primeiro ano, embora seu lucro final se apresente baixo, a mesma terá a princípio, fatores que influenciam a sua instabilidade pois o investimento inicial contribui para que os custos se mantenham ao nível das

contribuições, ou seja, valores páreos para suprir as suas necessidades para pagar as despesas básicas.

Foi observado que os prazos de venda e compra, nesta sequência apresentaram uma necessidade de movimentação de 20 dias para ser recebido o valor dos contratos com os clientes e de 15 dias para pagamento dos fornecedores/parceiros.

Sobre o capital de giro, a necessidade no período de 10 dias é de R\$ 27.215,79, ou seja, os custos deverão ser escoados proporcionalmente para não haver incompatibilidade de despesas. Outro fator importante notado, foi que uma grande parte do custo que mais pesou sobre as contas estava atrelado aos custos fixos que podem ser identificados pelo ambiente locado, pró-labore dos sócios e a mão de obra contratada.

Desse modo, permite-se concluir que empresas que desejam seguir com um plano de negócios semelhante devem por exemplo trabalhar com uma capacidade produtiva maior, ou agregar um valor de comercialização aos pacotes estabelecidos, de forma a aumentar o lucro mensal do empreendimento para gerar maior seguridade no caixa.

Conclui-se então que a Meraki Eventos possui uma estrutura com potencial para absorver as demandas do município e região, e economicamente viável, com a possibilidade de render bons retornos financeiros.

REFERÊNCIAS

ADAIR, Marcelo Marinho. **Modelo de Plano de Negócios**. 2011. EAESP- Escola de Administração de Empresas de São Paulo. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/leticiaaquino10/modelo-de-plano-de-negocios>. Acesso em: 06 mar. 2023.

ATITUDE e Negócios: Modelo de Plano de Negócios. Modelo de Plano de Negócios. 2014. Elaborado por Atitude e Negócios. Disponível em: <http://atitudeenegocios.com/comoabrirumaempresa>. Acesso em: 20 nov. 2022.
IFAM - Instituto Federal do Amazonas - Campus Manaus Centro. **Modelo de plano de negócios**. 2016. Disponível em: <http://200.129.168.193:18000/ayty/wp-content/uploads/2014/09/MODELO-DE-PLANO-DE-NEGOCIOS-mod-CERNE-2016.pdf>. Acesso em: 01 dez. 2022.

BAGGIO, A.F.; BAGGIO, D.K.. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, v. 1, p. 2538, 2014.

BUENO, Lídia Maria de Castro Luciano. **Aumento da Produtibilidade no Segmento Agronegócio com Foco no Planejamento Operacional**. 2018. 19 f. TCC (Graduação) - Curso de Especialização em Gestão da Cadeia de Suprimentos e Logística, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2018.

BRASIL, Feiras do. O Calendário **Feiras do Brasil 2023 é lançado com cerca de 900 feiras e eventos programados para o próximo ano**. 2022. Disponível em: <https://www.feirasdobrasil.com.br/destaques.asp?codigo=1137>. Acesso em: 17 fev. 2023.

CAMPOS, Luiz Cláudio de A. Menescal. **Eventos: oportunidades de novos negócios**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2000. 173 p.

CLÁUDIA FABIANA GOHR (Mato Grosso do Sul). Universidade Federal da Grande Dourados (ed.). **PLANO DE NEGÓCIOS**. Dourados: Editora Ufgd, 2010. 140 p.

De Mattos, Contabilidade. **Plano de Negócios**. E-Book Grátis, 2022.
SILVA, Ana Cláudia; REISSMANN, Carlos Rodolfo; MARTINELLI, Luís Alberto. **Empreendedorismo e Plano de Negócios**. Curitiba-PR. Universidade Positivo. 2018. E- book.

DICIO: Dicionário Online de Português. **Dicionário Online de Português**. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/>. Acesso em: 31 out. 2022.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo Transformando Ideias em Negócio**. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

FARAH, Osvaldo Elias. **Empreendedorismo Estratégico: criação e gestão de pequenas empresas** / Osvaldo Elias Farah, Marly Cavalcanti, Luciana Passos Marcondes. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

FERNANDES, Ana Fabia Ribeiro *et al.* **PLANEJAMENTO E EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO SOBRE OS RECURSOS EMPRESARIAIS NECESSÁRIOS PARA A CRIAÇÃO DE UM EMPREENDIMENTO.** 2020. 26 f. TCC (Graduação) - Curso de Tecnologia em Gestão Comercial, Instituto Federal Goiano - Câmpus Avançado Ipameri, Ipameri, 2020.

FREITAS, Henrique; MUNIZ, Raquel Janissek -; MOSCAROLA, Jean. **Uso da Internet no processo de pesquisa e análise de dados.** 2004. 13 f. TCC (Doutorado) - Curso de Gestão, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre - RS, 2004. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/4801/000504797.pdf>. Acesso em: 01 abr. 2023.

GABRIEL WALTER GONZALEZ BOCCHETTI (Santa Catarina). Universidade do Sul de Santa Catarina (org.). **Plano de Negócios:** plano operacional e plano de marketing. Palhoça: Unisulvirtual, 2012. 60 p.

GAVA, Éverton Maragoni. **CONCEPÇÃO E ANÁLISE DE MODELOS DE NEGÓCIOS POR MEIO DO BUSSINES MODEL CANVAS.** 2014. 73 f. Monografia (Especialização) - Curso de MBA em Gestão Empresarial, Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2014. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/2457/1/%c3%89verton%20Marangoni%20Gava.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2022.

GOHR, Fabiana, SANTOS, Luciano. **Plano de Negócios.** edição única. Dourados-MS : Editora UFDG, 2010. E-book.
SEBRAE. **Sete passos para analisar o seu mercado.** *In:* Sebrae. São Paulo, 5 de outubro de 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/7-passos-para-analisar-o-seu-mercado,602a4d4efe960610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 20 de novembro de 2022.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing.** 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LEITE, Vitor. **O que é capital social de uma empresa? Como definir este valor?.** *In:* Nubank. [SL], 13 de outubro de 2022. Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/capital-social/>. Acesso em: 27 de novembro de 2022.

LUCION, Carlos Eduardo Rosa (Rio Grande do Sul). Universidade Federal de Santa Maria (ed.). **PLANEJAMENTO FINANCEIRO. Revista Eletrônica de Contabilidade - Periódicos Ufsm,** Santa Maria, v. 1, n. 3, p. 143-160, maio 2005.

MARTIN, Vanessa. **Manual Prático de Eventos:** gestão estratégica, patrocínio e sustentabilidade. São Paulo: Elsevier, 2014. 280 p. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt->

BR&lr=&id=QmHjBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=manual+pratico+de+eventos&ots=qNG2_Pq54r&sig=8486UM9obBgrrJKDEshd9bo_btc#v=onepage&q=manual%20pratico%20de%20eventos&f=false. Acesso em: 11 out. 2022.

MARTINS, Priscila. **Festejar**: O momento de aliviar tensões e celebrar o bem-estar. 17 de fevereiro de 2020, às 11:25. Disponível em: <<https://www.folhape.com.br/noticias/festejar-o-momento-de-aliviar-tensoes-e-celebrar-o-bem-estar/130833/>> Acesso em: 10 de outubro de 2022, às 09:30.

MENDES, Lorrane Santana. **Proposta de Planejamento Operacional para Otimização de Procedimentos: Estudo de Caso em uma Empresa de Pequeno Porte Produtora de Bucha Vegetal**. 2016. 33 f. TCC (Graduação) - Curso de Gestão do Agronegócio., Faculdade Unb Planaltina, Universidade de Brasília - Unb, Brasília, 2016.

MOTA, Lucas. Polo comercial atrai a vizinhança. **Comércio & Serviços**, São Paulo, volume 52, p. 30 a 31, set/out, 2017. Disponível em: https://www.fecomercio.com.br/upload/file/2017/08/28/cs_52_tela.pdf. Acesso em 19 nov. 2022.

NEVES, João Otávio *et al.* **VIABILIDADE E ANÁLISE PARA ABERTURA DA EMPRESA PAX EVENTOS CORPORATIVOS NA CIDADE DE SÃO JOSÉ DO RIO PRETO – SP**. 2017. Disponível em: <file:///C:/Users/geovani/Downloads/41-Texto%20do%20Artigo-105-1-10-20171010.pdf>. Acesso em: 05 mar. 2023.

OLIVEIRA, Donizete Cosme (São Paulo). Faculdade de Jaguariúna (ed.). **A Importância do Planejamento Financeiro**. *Revista Intellectus*, Jaguariúna, v. 20, n. 8, p. 75-83, jun. 2012. Trimestral.

PAIXÃO, Aline Seilhe Ramos da. **O PLANO DE NEGÓCIO COMO FERRAMENTA PARA MITIGAÇÃO DA MORTE PRECOCE DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS**: o caso da empresa a.p. eventos ltda assessoria de eventos. 2019. 76 f. TCC (Graduação) - Curso de Bacharel em Administração, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/11095/TCC%20ALINE%20SEILHE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 20 out. 2022.

PEREIRA, Felipe. **Eventos: O mercado** vive um momento de retomada. O Mercado vive um momento de retomada. 2023. Disponível em: <https://www.whow.com.br/eventos-mercado/>. Acesso em: 17 fev. 2023.

PUENTE, Beatriz; COUTO, Camille. **Casamentos em 2022 deve movimentar R\$40 bilhões, aponta plataforma de festas**. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/casamentos-em-2022-devem-movimentar-r-40-bilhoes-aponta-plataforma-de-festas/>. Acesso em: 27 fev. 2023.

RELKE, Carolina Luiz Camillo; GONÇALVES, Hellen Caroline Serra; FERREIRA, Jaqueline de Souza; OLIVEIRA, Lucimara Aparecida Bonfim de; PINTO, Roseli Lorenzi. **Visare Eventos**:: assessoria, praticidade e otimização do tempo. 2018. 51 f.

TCC (Graduação) - Curso de Curso Técnico em Administração, Escola Técnica Estadual Professor Massuyuki Kawano, Tupã, 2018.

RIBEIRO, Matheus. **O que é o enquadramento tributário e qual a melhor opção.** In: Rede Jornal Contábil. [SL], 9 de novembro de 2021. Disponível em: <https://www.jornalcontabil.com.br/o-que-e-enquadramento-tributario-e-qual-a-melhor-opcao/>. Acesso em 26 de novembro de 2022.

SANTOS, Paulo Cesar Barbosa. **Análise de Viabilidade: Plano de Negócios da Brooklyn Sports.** 2015. 68 f.. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) -Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2015.
ROSA, Cláudio Afrânio. **Como Elaborar um plano de Negócios.** Brasília: SEBRAE, 2013. E-book.

SANTOS, Philipe do Prado. **Manual de Elaboração do Plano de Negócios.** 2016. Disponível em: <https://philipepradoengenharia.files.wordpress.com/2016/03/estrutura-do-plano-de-negc3b3cios.pdf>. Acesso em: 06 mar. 2023.

SEBRAE. **Entenda o motivo do sucesso e fracasso das empresas.** In: Sebrae. São Paulo, 30 de outubro de 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/bis/entenda-o-motivo-do-sucesso-e-do-fracasso-das-empresas,b1d31ebfe6f5f510VgnVCM1000004c00210aRCRD>.

Secretaria-Executiva do Comitê Gestor do Simples Nacional. **Perguntas e Respostas Simples Nacional.** 2013. Disponível em: <http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Arquivos/manual/PerguntaoSN.pdf>. Acesso em: 05 mar. 2023.

SILVA, Rogério. **Abalado pela pandemia, o setor de eventos precisa de apoio.** Exame. Disponível em: <https://exame.com/bussola/abalado-pela-pandemia-setor-de-eventos-precisa-de-apoio/>. Acesso em: 17 de outubro de 2022, às 15:30.

SILVA, Thales. **Estudo de Viabilidade: Plano de Negócio da Empresa Agroecológica Piatá.** 2017. 52 f.. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) -Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2017.

TREIN, Thainá Cardoso. **PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA LOLLI FESTAS E EVENTOS.** 2019. 150 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade de Caxias do Sul, Canela, 2019.

TREVISAN, Laís Viera; FIALHO, Camila Borges; CORONEL, Daniel Arruda. Proposta de Implantação das Ferramentas Canvas e Análise de Swot em uma Empresa de Pequeno Porte. **Inteligência Competitiva**, Santana de Parnaíba, v. 8, n. 3, p. 36-52, set. 2018. Disponível em: <http://www.inteligenciacompetitivarev.com.br/ojs/index.php/rev>. Acesso em: 19 nov. 2022.

WREGGE, Maria. **Custos na Consultoria**. Disponível em:
<https://www.abas.org/abasinforma/157/paginas/09.htm>. Acesso em 19 nov. 2022.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de Organização de Eventos**: planejamento e operacionalização. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 364 p.

APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL

Sociedade Limitada

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE: M. K Assessoria e Consultoria de Eventos LTDA - ME

1. **César Augusto De Souza Dos Santos**, brasileiro, Tupã/SP, solteiro, 09/12/2004, assistente pessoal, CPF 516.301.638-56, Registro Gerais (RG) 62.539.186-X, SSP/SP. Com moradia eminente em Tupã/SP, Dinamarca, 55, Vila Europa, 17604-390 e,
2. **Geovana Moura Gilioli**, brasileira, Tupã-SP, solteira, 21/03/2004, atua na empresa Tupanparts Importadora e Distribuidora de Autopeças em Tupã/SP no setor administrativo, CPF 242.046.828-71, Registro Gerais (RG) 64.816.170-5, SSP/SP. Com moradia eminente em Tupã/ SP, João Capioto, 71-A, Parque Ipiranga, 17.602-040 e,
3. **Isadora Ribeiro Martins**, brasileiro, Pompeia-SP, solteira, 16/05/2004, auxiliar de controle de qualidade, CPF 471.472.328-60 , Registro Gerais (RG) 57.675.123-6, SSP/SP. Com moradia eminente em Quintana/SP, Prefeito Antônio Bombine Mesquita, 181, Parque Quintana, 17670-000 e,
4. **Luane Santos Silva**, brasileira, Tupã/SP, solteira, 21/02/1997, estudante de nível técnico, CPF 446.217.518-24, Registro Gerais (RG) 55.528.661-7, SSP/SP. Com moradia eminente em Tupã/SP, Irene Camargo Gomes, 130, Vila São José, 17.602-170 e,
5. **Nathâny Cristina Fagundes Bozza**, brasileira, Tupã/SP, solteira, 17/01/1997, auxiliar administrativa na empresa Iglesias Soluções Financeiras, inscrita no CPF nº 464.642.388-09, RG nº 56.997.289-9 SSP/SP, residente e domiciliada na rua Valdemar nº 012 - Vila Lahoz, em TUPÃ/SP - CEP 17602-050 e,
6. **Siméia Soares de Mattos Barbosa**, brasileira, Tupã SP, casada, regime comunhão parcial de bens, 30/06/1986, vendedora, inscrita no CPF 336.953.718-46, RG n 41.831.966-2, SSP/SP, residente e domiciliada na rua Dr Adalcyr Roberto Lopes P da Silva em Tupã/SP-CEP 17610-430.

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Meraki Eventos, e terá sede e domicílio na Praça da Bandeira, 30, prédio comercial, centro, Tupã/SP, Unidade Federativa, 17600-380.

2ª O capital social será R\$ 330.000,00 (trezentos e trinta mil reais) dividido em 6 quotas de valor nominal R\$ 55.000,00 (cinquenta e cinco mil reais), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

César Augusto De Souza Dos Santos, com 1 (um) R\$ 55.000,00.

Geovana Moura Gilioli, com 1 (um) R\$ 55.000,00

Isadora Ribeiro Martins, com 1 (um) R\$ 55.000,00.

Luane Santos Silva, com 1 (um) R\$ 55.000,00.

Nathany C. Fagundes Bozza, com 1 (um) R\$ 55.000,00.

Siméia Soares de Matos Barbosa, com 1 (um) R\$ 55.000,00.

3ª O objeto será um empresa que prestará os serviços de assessoria e consultoria de eventos para microrregião, que contará em seu catálogo fornecedores selecionados através de uma vasta avaliação realizada pela empresa. Com foco em dois perfis de públicos alvos: Pessoa Física e Pessoa Jurídica, com o objetivo de melhor atendê-los, a empresa utilizará como forma de atendimento presencial e online contando com o auxílio de um aplicativo que permitirá que o cliente acompanhe o andamento de seu evento. Assim, buscando de forma individualizada atender as necessidades e desejos de ambos, para que os mesmos alcancem o seu objetivo seja no quesito afetivo ou empresarial.

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 10/07/2023 e seu prazo de duração é indeterminado.

5ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

7ª A administração da sociedade caberá Nathany Cristina Fagundes Bozza com os poderes e atribuições de Diretora de Contratação de Parceiros e Fornecedores autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

8ª Ao término da cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados.

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designará administrador(es) quando for o caso.

10 A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

11 Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de “pro labore”, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12 Falecendo ou interdito qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s)

remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade resolva em relação a seu sócio.

13 O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

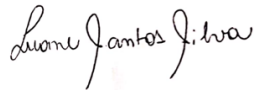
14 Fica eleito o foro de Tupã/SP para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 6 vias.

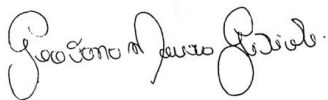
Tupã/SP, 29 de maio de 2023.



aa) César Augusto De Souza Dos Santos



aa) Luane Santos Silva



aa) Geovana Moura Gilioli



aa) Nathany C. Fagundes Bozza



aa) Isadora Ribeiro Martins



aa) Siméia Soares de Matos Barbosa




Visto:

(OAB/SP)

Nome: Arnaldo Silva Santos

APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO PARA PESQUISA DE MERCADO

Perguntas Respostas 91 Configurações



Seção 1 de 6

Projeto Meraki Eventos - Consultoria e Assessoria

Esta pesquisa é parte do projeto de Trabalho de Conclusão de Concurso da ETEC Prof. Massuyuki Kawano do Técnico em Administração, orientado pelo Prof. Dercilio Volpi Júnior. Na qual, tem por objetivo identificar o público alvo do nosso município quanto à implementação de uma empresa de assessoria e consultoria, destinados à festas informais e/ou eventos corporativos. Para quaisquer dúvidas sobre o Projeto, disponibilizamos o e-mail do prof. orientador derciliojunior@etec.sp.gov.br

Após a seção 1 Continuar para a próxima seção

Seção 2 de 6

Identificando o cliente

Neste momento a pesquisa tomará direcionamento conforme a demanda do público alvo

O seu atendimento de consultoria e/ou assessoria de eventos seria para: *

Eventos Corporativos (reuniões, palestras, coffee breaks, treinamentos)

Festas Informais (aniversários diversos, jantares temáticos, datas comemorativas)

Após a seção 2 Continuar para a próxima seção

Seção 4 de 6

FESTAS INFORMAIS

Descrição (opcional)

Qual a sua idade? *

Entre 16 e 25 anos

Entre 26 e 35 anos

Entre 36 e 45 anos

Entre 46 e 55 anos

Acima de 56 anos

Sexo *

Feminino

Masculino

Qual a sua faixa de renda? *

(SM - SALÁRIO MÍNIMO R\$ 1.320,00)

- Menos de 1 SM
- De 1 a 2 SM
- De 2 a 3 SM
- De 3 a 4 SM
- Acima de 4 SM

Com que frequência você costuma organizar festas? *

- Sempre
- Quase sempre
- Raramente
- Nunca



Você costuma planejar suas festas ou eventos por conta própria? *

- Sim
- Não
- Às vezes

Você conhece ou já foi a um evento organizado por uma empresa de assessoria? *

- Sim
- Não

Com base na resposta anterior, responda:

EM UMA ESCALA DE 1 A 5, COMO FOI SUA EXPERIÊNCIA?

- | | | | | | | |
|------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Muito ruim | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Muito bom |

Já realizou um evento com consultoria e assessoramento? *

- Sim
- Não



Seção 3 de 6

EVENTOS CORPORATIVOS

Descrição (opcional)

Quantos funcionários sua empresa tem? *

Entre 1 a 25

de 26 a 50

de 51 a 75

de 76 a 100

mais de 100 funcionários

Qual a forma jurídica da sua empresa? *

MEI - faturamento anual de até R \$81.000,00 reais por ano.

ME - possui faturamento anual de até R \$360 mil reais.

EPP - faturar, também anualmente, entre R \$360 mil reais e R \$3,6 milhões de reais.

Empresa Normal - acima de R \$3,6 milhões de reais.

A quanto tempo estão no mercado? *

- 1 a 5 anos
- 5 a 20 anos
- 20 a 40 anos
- a mais de 40 anos

Com que frequência costuma organizar eventos para seus colaboradores e/ou clientes? *




- Nunca
- As vezes
- Quase sempre
- Sempre

Já foi convidado para um evento corporativo? *

- Sim
- Não



Tr

Tem interesse em realizar um evento para sua empresa? *

Sim

Não

Qual tipo de evento você gostaria de contratar para assessoramento/consultoria? *

Treinamentos e integrações

Coquetéis de inaugurações ou renovações do produto/serviço

Confraternizações e comemorações

Não tenho interesse.

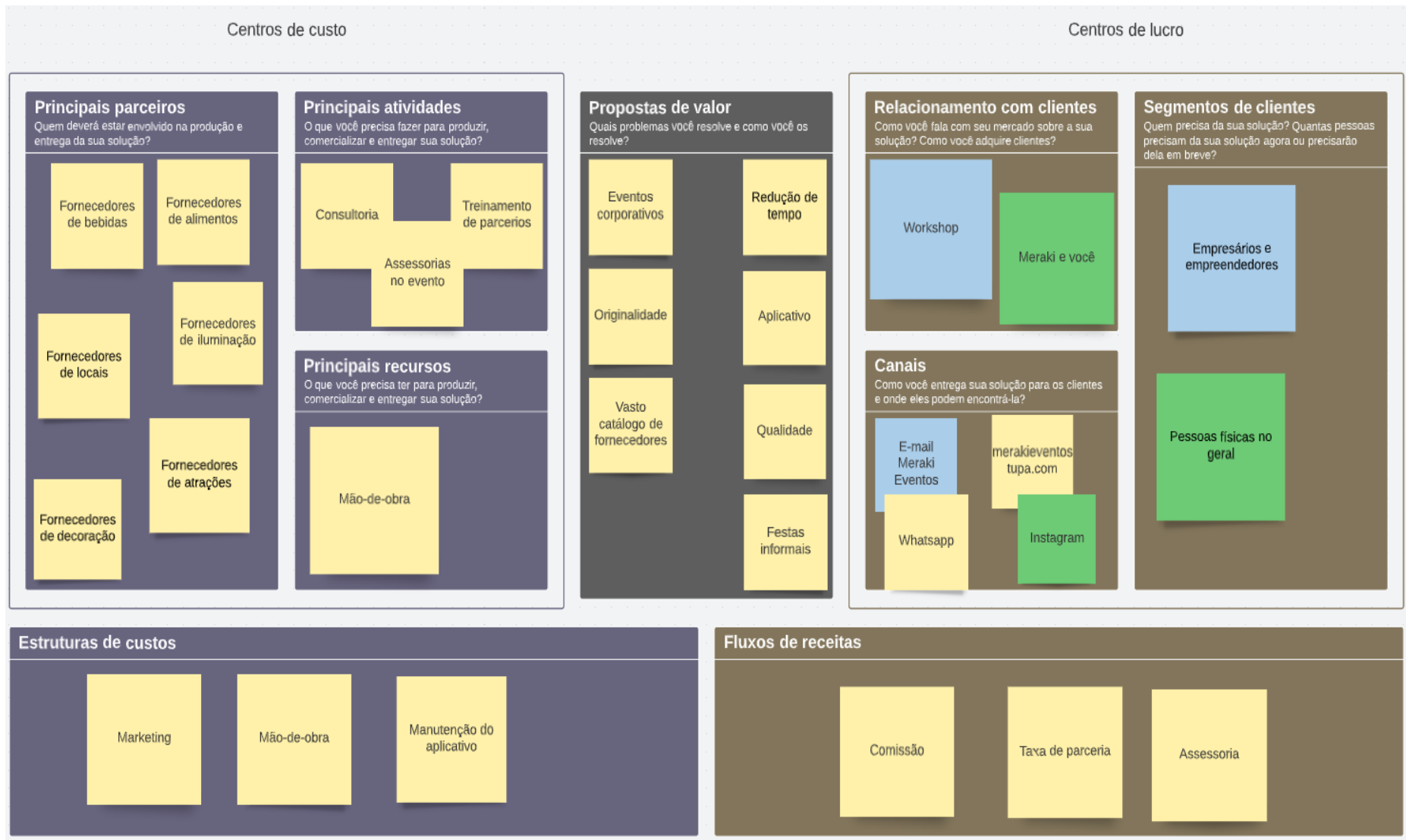
Outros

Se outros, nos informe qual tipo:

Texto de resposta curta

Após a seção 3 Enviar formulário ▼

APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS



APÊNDICE D – QUADRO DE IDENTIFICAÇÃO DE PÚBLICO-ALVO – PERSONA CANVAS A

PERSONAL CANVAS

Tipo de Persona Cliente que visa eventos informais

Autor Meraki Eventos

Data 01/11/2022

<p>Prioridade <input checked="" type="checkbox"/> Primária <input type="checkbox"/> Secundária</p>  <p>“ A vida é muito curta pra fazer o que não gosta. ”</p>	<p>Personalidade</p> <p>EXTROVERTIDO <input checked="" type="checkbox"/> INTROVERTIDO <input type="checkbox"/></p> <p>SENSITIVO <input checked="" type="checkbox"/> INTUITIVO <input type="checkbox"/></p> <p>PENSAR <input checked="" type="checkbox"/> SENTIR <input type="checkbox"/></p> <p>JULGAR <input checked="" type="checkbox"/> PERCEBER <input type="checkbox"/></p> <p>PASSIVO <input checked="" type="checkbox"/> ATIVO <input type="checkbox"/></p>	<p>Especialidade Técnica</p> <p>IT E INTERNET <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>SOFTWARES <input type="checkbox"/></p> <p>MOBILE E APPS <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>REDES SOCIAIS <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>INTERNET DAS COISAS E REALIDADE VIRTUAL <input type="checkbox"/></p>	<p>Como me contactar</p> <p>ANÚNCIOS TRADICIONAIS E MALA DIRETA (CORREIO) <input type="checkbox"/></p> <p>ANÚNCIOS DIGITAIS E E-MAIL <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>BLOG E/OU MÍDIAS SOCIAIS <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>BOCA A BOCA <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>EVENTOS/LUGARES FÍSICOS <input checked="" type="checkbox"/></p>
<p>Nome <u>Joana da Silva Ribeiro</u></p> <p>Idade <u>20</u></p> <p>Ocupação <u>Educadora Física</u></p> <p>Local <u>Tupã - SP</u></p> <p>Status <u>Solteira</u></p>	<p>O que me envolve/ma desperta interesse</p> <p>INCENTIVO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>MEDO <input type="checkbox"/></p> <p>CONQUISTA <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>CRESCIMENTO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>PODER <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>SOCIAL <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>Objetivos</p> <p>Busca pelo sucesso profissional e pessoal; Vivenciar momentos inesquecíveis e únicos; Ter anseios e necessidades acolhidos e compreendidos; Oferecer aos meus familiares e clientes</p>	<p>Pontos de dor</p> <p>Sintonia e comunicação fluída no momento do atendimento; Relacionamento e acolhimento das ideias propostas</p> <p>Escassez de empresas/fornecedores com produtos e serviços que atendam as particularidades (gosto, estilo, necessidade)</p>
<p>Biografia</p> <p>Graduada em Educação Física, atualmente atuo como personal trainer com especialidade em bariátricos. Sempre fui ativa nos esportes e busco desenvolver o máximo do meu potencial e de meus clientes. Prezo pelo cultivo de bons relacionamentos. Priorizo reuniões familiares e poder comemorar os sucessos da vida.</p>	<p>Marcas/apps/ Influencers favoritos</p> <p>Havaianas; Shein; Natura; Apple</p> <p>Kardashians; Shopee; GKay; Carol Sampaio</p> <p>Dispositivos e plataformas</p> <p>Netflix; Globoplay</p>	<p>Razão principal para usar o seu serviço/produto</p> <p>Variedade e opções; Praticidade; Comodidade</p> <p>Status perante o meio social/popularidade;</p>	<p>Fator decisivo</p> <p>Reputação e referência no mercado; Qualificação do serviço prestado</p> <p>Tratamento; Confiança; Acessibilidade; Acolhimento</p>

APÊNDICE E – QUADRO DE IDENTIFICAÇÃO DE PÚBLICO-ALVO – PERSONA CANVAS B

PERSONAL CANVAS

Cliente que deseja realizar eventos
Tipo de Persona corporativos

Autor Meraki Eventos

Data 01/11/2022

<p>Prioridade <input type="checkbox"/> Primária <input checked="" type="checkbox"/> Secundária</p>  <p>“ Devemos crer que somos dotados de alguma coisa, e que essa coisa deve ser atingida a qualquer custo. ”</p>	<p>Personalidade</p> <p>EXTROVERTIDO <input type="checkbox"/> INTROVERTIDO <input type="checkbox"/></p> <p>SENSITIVO <input type="checkbox"/> INTUITIVO <input type="checkbox"/></p> <p>PENSAR <input type="checkbox"/> SENTIR <input type="checkbox"/></p> <p>JULGAR <input type="checkbox"/> PERCEBER <input type="checkbox"/></p> <p>PASSIVO <input type="checkbox"/> ATIVO <input type="checkbox"/></p>	<p>Especialidade Técnica</p> <p>IT E INTERNET <input type="checkbox"/></p> <p>SOFTWARES <input type="checkbox"/></p> <p>MOBILE E APPS <input type="checkbox"/></p> <p>REDES SOCIAIS <input type="checkbox"/></p> <p>INTERNET DAS COISAS E REALIDADE VIRTUAL <input type="checkbox"/></p>	<p>Como me contactar</p> <p>ANÚNCIOS TRADICIONAIS E MALA DIRETA (CORREIO) <input type="checkbox"/></p> <p>ANÚNCIOS DIGITAIS E E-MAIL <input type="checkbox"/></p> <p>BLOG E/OU MÍDIAS SOCIAIS <input type="checkbox"/></p> <p>BOCA A BOCA <input type="checkbox"/></p> <p>EVENTOS/LUGARES FÍSICOS <input type="checkbox"/></p>
<p>Nome <u>José Henrique Alves Oliveira</u></p> <p>Idade <u>45</u></p> <p>Ocupação <u>Diretor Geral</u></p> <p>Local <u>Tupã - SP</u></p> <p>Status <u>Casado</u></p>	<p>O que me envolve/ma desperta interesse</p> <p>INCENTIVO <input type="checkbox"/></p> <p>MEDO <input type="checkbox"/></p> <p>CONQUISTA <input type="checkbox"/></p> <p>CRESCIMENTO <input type="checkbox"/></p> <p>PODER <input type="checkbox"/></p> <p>SOCIAL <input type="checkbox"/></p>	<p>Objetivos</p> <p>Oferecer aos colaboradores da empresa experiências cuja o reflexo será no respeito e orgulho de fazer parte da organização.</p> <p>Prestigiar e poder mostrar o devido reconhecimento por meio de comemorações e festividades.</p> <p>Poder envolver os funcionários com coffee breaks e palestras para desenvolvimento profissional e pessoal de maneira planejada e estruturada.</p>	<p>Pontos de dor</p> <p>Escassez de empresas com qualificação da mão de obra para atendimento sobre as necessidades apresentadas</p> <p>Proposição de ideias inovadoras; Interesse em buscar meios de engate e melhores formas para o trabalho</p>
<p>Biografia</p> <p>Nascido em Tupã, me formei em Administração aos 22 e atualmente sou empresário no ramo de Logística. Com uma matriz em Tupã e outras duas filiais pela região, desenvolvo palestras para auxiliar as empresas a se envolverem neste campo, apontando a importância dele na cadeia de produção.</p> <p>Sou pai de 3 filhos e marido. No âmbito profissional também considero todos meus familiares pois é com eles que a nossa organização alça voos cada vez mais altos</p>	<p>Marcas/apps/ Influencers favoritos</p> <p>Aramis Dell Apple BMW</p> <p>Jeff Bezos Urubatan Helou e Milton Petri</p> <p>Dispositivos e plataformas</p> <p>TOTVS PROTHEUS; Amazon Prime</p>	<p>Razão principal para usar o seu serviço/produto</p> <p>Status para com os clientes e parceiros</p> <p>Opções e soluções para demonstrar como a empresa e o negócio funcionam; Meio de prospectar clientes de forma prática e cômoda</p>	<p>Fator decisivo</p> <p>Confiança; Padronização de processos; Acompanhamento e cuidado</p> <p>Qualidade; Reputação e referência no mercado</p>