

***“A mente que se abre a uma nova ideia jamais volta ao seu tamanho original”
Albert Einstein***

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus por nos permitir chegar até aqui, após uma intensa jornada, agradecemos também ao nosso professor orientador Rodrigo Médici Cândido, por seu empenho em auxiliar o grupo em cada etapa deste Projeto e concluir essa caminhada.

Eu, Antonia Marina, antes de qualquer coisa agradeço a Deus, minha fonte de toda força e inspiração. Quero agradecer a todas as pessoas que contribuíram de forma direta e indireta para que este projeto fosse concluído, em especial a minha família pelo constante apoio emocional, aos meus professores que ao longo do curso transmitiram seus conhecimentos e ajudaram na construção da minha formação profissional, aos meus colegas com quem dividi dúvidas, aflições e alegrias também, e principalmente as minhas colegas que participaram deste grupo de trabalho, que ao longo deste ano de 2016 doaram seus esforços para que fosse possível finalizar este projeto.

Eu, Herica Mayara, agradeço antes de tudo a Deus por possibilitar que meu caminho até aqui tenha sido trilhado da melhor maneira possível. Agradeço muito aos meus pais, meus irmãos e meu namorado pelo apoio e pela constante motivação para que eu chegasse até aqui, pelas inúmeras vezes que não me deixaram desistir, agradeço também minha amiga Raquel pelo companheirismo que foi essencial para que eu pudesse seguir adiante no decorrer do curso, agradeço aos professores que fizeram parte do meu aprendizado durante esses 4 anos e agradeço também ao meu grupo por toda dedicação e desempenho para que chegássemos a conclusão desse trabalho.

Eu, lasmin Santos, agradeço primeiramente a Deus que me abençoou com saúde e perseverança para seguir até o fim. Sou grata a minha mãe Leuda e meu pai Marcos, que sempre me incentivaram e investiram tanto em mim. O apoio dos meus familiares sempre foi essencial em tudo que me propus a fazer. Hoje gostaria de compartilhar essa conquista com estes a quem tanto amo e respeito.

Eu, Raquel Maria, agradeço primeiramente a Deus pela oportunidade de chegar a realização de mais um sonho, agradeço ao meu esposo Anderson por ter me incentivado e apoiado, minha filha Julia pela paciência e apoio, e também a minha família por ter me dado força nesse período, agradeço ao meu grupo por todo esforço

e dedicação neste trabalho e especialmente a Herica por ter me acompanhado durante esses 4 anos.

Eu, Tatiane Izidorio, agradeço a Deus por concluir mais essa etapa da minha vida, agradeço também meus pais por todo apoio dispensado a mim, pela motivação e inspiração e agradeço ao meu grupo por cada momento que passamos na realização deste trabalho, por toda compreensão, paciência e disponibilidade a que se propuseram para a conclusão deste projeto.

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem por objetivo desenvolver um modelo de negócio e demonstrar a viabilidade de investimento na abertura do Day Care Pequenos Sonhadores, localizado no bairro Chácara Santo Antonio, zona sul de São Paulo, onde a prestação de serviços estará voltada para atender as famílias com crianças de 6 meses a 4 anos de idade que buscam um lugar seguro e especializado em cuidado infantil.

Diversas pesquisas e análises foram realizadas para obter-se o baseamento teórico necessário para elaboração do projeto. Estas foram realizadas em órgãos como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas), IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) que auxiliaram para definição do público-alvo, marketing, dentre outros.

O mercado em que a empresa atua é competitivo, uma vez os pais inseridos no mercado de trabalho, buscam a todo momento novas alternativas para cuidado e supervisão de seus filhos no horário comercial e fora dele. Por isto, a busca da vantagem competitiva se faz necessária, um diferencial com relação aos demais concorrentes. O Day Care Pequenos Sonhadores traz uma proposta diferente de cuidado infantil, um local que proporciona conforto, segurança, comodidade, aprendizado e supervisão, com a opção de flexibilização dos horários e dias que melhor se adequem a rotina de seus clientes, com a possibilidade de extensão para o período noturno e também aos fins de semana.

Neste plano de negócios será explicada a descrição da empresa, perfil do público-alvo, forma jurídica, estratégias promocionais, plano de recursos humanos, plano operacional e planejamento financeiro do Day Care Pequenos Sonhadores.

Palavras – chave: Plano de Negócios; cuidado infantil; creche; day care.

ABSTRACT

The present work aims to develop a business model and demonstrate the feasibility of investing in the opening of the Pequenos Sonhadores Day Care center, located in the neighborhood Chácara Santo Antonio in the southern region of São Paulo, where services will be rendered directly towards families whose children range from 6 months to 4 years of age who seek a safe and specialized place in child care.

Several researches were done and also analysed in order to obtain a necessary theoretical basis for the elaboration of the project. These were carried out through organization such as SEBRAE (Brazilian Service of Support to Micro and Small Enterprises), IBGE (Brazilian Institute of Geography and Statistics) which both aided in defining the target, marketing strategy, and other aspects.

The market pool in which the company wishes to operate is competitive, once the parents go back to work, the aforementioned parents will be looking for new alternatives in care and supervision for their children during the business and non businesses hours. For this reason, the search for a competitive edge or advantage, if you will, becomes imperative, in other words a differential to stand out in relation to the competition. The Pequenos Sonhadores Day Care has a different proposal regarding child care, becoming a place that provides comfort, security, convenience, learning and supervision, with the added options of flexible schedules and days which best fit the customer's routine, moreover with the possibility of extending to the night period as well as weekends.

Throughout this business plan many components shall be explained such as the company's description, it's target's profile, legal compliances, promotional strategies, human resources, operational and financial planning of the Pequenos Sonhadores Day Care.

Key words: Business Plan; Child care; creche; Day care center.

Lista de ilustrações

Figura 1: Crianças lendo.....	26
Figura 2: Contrato.....	29
Figura 3: Representação gráfica das Cinco Forças de Porter	50
Figura 4: Definição de marketing e processo de marketing.....	65
Figura 5: Níveis de produtos.....	67
Figura 6: Logo Mercado Livre	81
Figura 7: Logo Lojas Americanas	81
Figura 8: Logo Proes Brinq.....	82
Figura 9: Logo Mobly	82
Figura 10: Logo Tricae.....	83
Figura 11: Logo <i>Saraiva</i>	84
Figura 12: Logo Netflix.....	84
Figura 13: Logo Casas Bahia	85
Figura 14: Logo Magazine Luiza.....	85
Figura 15: Logo Lojas Americanas	86
Figura 16: Logo Mazag.....	87
Figura 17: Logo Jovem Pan.....	88
Figura 18: Logo Aerotex	88
Figura 19: Logo ADT.....	89
Figura 20: Logo <i>Kalunga</i>	89
Figura 21: Logo Meiv	90
Figura 22: Logo Lime Locker	91
Figura 23: Logo Creche Segura.....	91
Figura 24: Logo Portal Educação	92
Figura 25: Logo Gimba	92
Figura 26: Logo Abertura Simples	92
Figura 27: Logo Capital Documentos.....	93
Figura 28: Logo Tenda Atacado	93
Figura 29: Estratégia de empurrar e puxar:	95
Figura 30: Principais configurações de canal	110
Figura 31: Organograma Clássico	121

Figura 32: Organograma Circular	122
Figura 33: Organograma Radial	123
Figura 34: Organograma da empresa.....	124
Figura 35 - Pirâmide das necessidades de Maslow.....	135
Figura 36: Local da empresa	141
Figura 37: planta do Pequenos Sonhadores andar térreo	142
Figura 38: Piso térreo em 3 D.....	142
Figura 39: planta do Pequenos Sonhadores andar superior.....	144
Figura 40: Segundo andar administração.....	144
Figura 41: Fluxograma de processo do Day Care	147

Lista de tabelas

Tabela 1: Código de Classificação da empresa Pequenos Sonhadores Day Care.....	28
Tabela 3: Alíquotas de empresas do setor de serviços	39
Tabela 4: Enquadramento tributário.	42
Tabela 5: Capital Social	44
Tabela 6: Matriz SWOT	47
Tabela 7: Classificação Salarial (ABEP)	61
Tabela 8: Tipos de bens de consumo e táticas utilizadas.....	69
Tabela 9: Cronograma da Day Care	75
Tabela 10: Propagandas dos 5 anos:	104
Tabela 11: Preços dos pacotes fornecidos pelos concorrentes.....	106
Tabela 12: Preços oferecidos pela Day Care	107
Tabela 13: Formas de distribuição de serviços:.....	108
Tabela 14: Pesquisa Salarial	126
Tabela 15: Cargo de Auxiliar de Limpeza	126
Tabela 16: Cargo de Recepcionista.....	127
Tabela 17: Cargo de Agente de Segurança.....	127
Tabela 18: Cargo de Auxiliar de Creche	128
Tabela 19: Cargo de Auxiliar de Cozinha	128
Tabela 20: Cargo de Cozinheira	129
Tabela 21: Cargo de Pedagoga.....	129
Tabela 22: Faixas Salariais.....	130
Tabela 23: Contribuição salários e alíquotas INSS.....	132
Tabela 24: Capacidade de produção total.	148
Tabela 25: demanda de vendas de pacotes por ano.....	149
Tabela 25: Investimento Total.....	151
Tabela 26: Investimentos Fixos	151
Tabela 27: Investimentos Financeiros	152
Tabela 28: Investimentos Pré-Operacionais	153
Tabela 29: Custos Fixos Mensais - 1º ao 6º mês	154
Tabela 30: Custos Fixos Mensais – 7º ao 12º mês.....	155

Tabela 31: Custos Fixos do 1º ao 5º ano.....	155
Tabela 32: Estimativa de faturamento do 1º ao 6º mês:	157
Tabela 33: Estimativa de faturamento do 7º ao 12º mês:	157
Tabela 34: Estimativa de faturamento do 1º ao 5º ano	158
Tabela 35: Custos dos serviços do 1º ao 6º mês.....	160
Tabela 36: Custos do 7º ao 12º mês	161
Tabela 37: Custos do 1º ao 5º ano	161
Tabela 38: Folha de pagamento 1º ano.....	162
Tabela 39: Folha de pagamento 2º ano.....	163
Tabela 40: Folha de pagamento 3º ano.....	163
Fonte: os autores.....	163
Fonte: os autores.....	164
Tabela 42: Folha de pagamento 5º ano.....	164
Tabela 43: Depreciação.....	165
Tabela 44: Fluxo de caixa do 1º ao 6º mês.....	169
Tabela 45: Fluxo de caixa do 7º ao 12º mês.....	170
Tabela 46: Fluxo de caixa do 1º ao 5º ano	171
Tabela 47: Demonstrativo de Resultado de Exercício	173
Tabela 48: Payback.....	174
Tabela 49: Ponto de Equilíbrio Contábil.....	174
Tabela 50: Prazo de retorno do investimento	175
Tabela 51: Taxa de oportunidade	176
Tabela 52: Valor presente líquido	177
Tabela 53: Taxa interna de retorno.....	177
Tabela 54: Cronograma	178

Lista de abreviações e Índices

ABEP	Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa
Almoç.	Almoço
AMA	American Marketing Association
ANS	Agência Nacional de Saúde
ART	Artigo
Ativ.	Atividade.
Bichin.	Bichinho
Brinqu.	Brinquedoteca
CC	Código Civil
Chonh.	Conhecendo
CLT	Consolidação das Leis do Trabalho
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
Coch.	Cochilo
COFINS	Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social
CPF	Cadastro de Pessoa Física
CPP	Contribuição Previdenciária Patronal
CPV	Ciclo de Vida do Produto
CSLL	Contribuição Social Sobre Lucro Líquido
CVM	Comissão de Valores Mobiliários
DAS	Documento de Arrecadação do Simples Nacional
EI	Empreendedor Individual
EIRELI	Empresa Individual de Responsabilidade Limitada
EPP	Empresa de Pequeno Porte
FGTS	Fundo de Garantia por Tempo de Serviço
FIOCRUZ	Fundação Oswaldo Cruz
Hor.	Horários
IBOPE	Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística
ICMS	Imposto Sobre Circulação de Mercadorias E Serviços
INEP	Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas
INSS	Instituto Nacional de Seguro Social
IPi	Imposto sobre Produtos Industrializados

IPPI	Índice Paulista da Primeira Infância
IRPJ	Imposto de Renda de Pessoa Jurídica
ISS	Imposto Sobre Serviço
LTDA	Limitada
ME	Microempresa
MEI	Microempreendedor Individual
MI	Microempreendedor
MPS/MF Fazenda	Portaria dos Ministros de Estado Previdência Social e da
Natur.	Natureza
Parqu.	Parquinho
Pasep	Programa de Formação do Patrimônio do Servidor
PAT	Programa de Alimentação do Trabalhador
Público	
PIB	Produto Interno Bruto
PIS	Programa de Integração Social
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
Recrea.	Recreação
RFB	Receita Federal do Brasil
RIR	Regulamento do Imposto de Renda
RMSP	Região Metropolitana de São Paulo
RH	Recursos Humanos
S/A	Sociedade Anônima
SEADE	Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados
SWOT	strengths, weaknesses, opportunities e threats
SINE	Sistema Nacional do Emprego

Sumário

1.	INTRODUÇÃO.....	16
2.	SUMÁRIO EXECUTIVO	17
3.	PLANO GERAL E ESTRATÉGICO.....	20
	3.1 Modelo de negócio.....	21
	3.1.1. Descrição	21
	3.1.2. Justificativa	23
	3.1.3. Missão.....	24
	3.1.4. Visão	24
	3.1.5. Valores.....	25
	3.2 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA.....	26
	3.2.1 Dados do empreendimento.....	27
	3.2.2. Setor de atividade	27
	3.2.3 Forma Jurídica	29
	3.2.4 Enquadramento tributário.....	33
	3.2.5. Capital social.....	43
4.	PLANO DE MARKETING	45
	4.1 Análise SWOT	46
	4.2 Análise Competitiva de Michael Porter	49
	4.3 Estudos dos Clientes (Público Alvo)	56
	4.3.1 Segmentação.....	57
	4.3.2 Perfil do Público-alvo	60
	4.3.3 Tamanho e Potencial da demanda	61
	4.4 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E/OU SERVIÇOS ...	64
	4.5 ESTUDO DOS CONCORRENTES.....	75
	4.6. ESTUDO DOS FORNECEDORES	80
	4.6.1. Fornecedores de móveis, utensílios, brinquedos e playground infantil	80
	4.6.2. Fornecedor de livros, revistas e apostilas	83
	4.6.3. Fornecedor dos desenhos e filmes infantis.....	84

4.6.4. Fornecedores de eletrodomésticos, eletro portáteis e eletrônicos	85
4.6.5. Fornecedor de utensílios domésticos / cama, mesa e banho	86
4.6.6. Fornecedores de Publicação (Marketing) e fornecedor gráfico.....	86
4.6.7. Fornecedor de Sistema de segurança	88
4.6.8. Fornecedor de Materiais	89
4.6.9. Reforma	90
4.6.10. Montagem e Manutenção da Horta	90
4.6.11. Nutricionista	90
4.6.12. Lavanderia	91
4.6.13 Cursos.....	91
4.6.14. Material de Limpeza.....	92
4.6.15. Assessoria para Abertura de empresa e obtenção de licenças.....	92
4.6.16. Fornecedor de alimentos.	93
4.7 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS.....	94
4.7.1 Propaganda	96
4.7.2 Publicidade	96
4.7.3 Promoção de venda	97
4.7.4 Merchandising.....	98
4.7.5 Relações Públicas.....	98
4.7.6 Marketing Direto.....	99
4.7.7 Venda Pessoal.....	99
4.7.8 Marketing digital	100
4.7.9 Cronograma de ações.....	104
4.8 ESTRATÉGIA DE PREÇO.	104

4.9 ESTRUTURA DE DISTRIBUIÇÃO.....	108
4.9.1 Tipos de Canais de distribuição	110
5. PLANO DE RECURSOS HUMANOS	112
5.1. Estrutura de gestão.....	113
5.1.1. Atribuições	113
5.1.2. Qualificações.....	115
5.2 ORGANOGRAMA.....	120
5.3. MODELO DE CARGOS E SALÁRIOS.....	124
5.3.1. Estrutura e política salarial.....	130
5.4. POLÍTICA DE BENEFÍCIOS, MOTIVAÇÃO E RETENÇÃO	131
5.5 PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DE PESSOAL.....	136
5.5.1 Desenvolvimento de pessoal do Day Care Pequenos Sonhadores	138
6. PLANO OPERACIONAL.....	140
6.1 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO	140
6.2 LAYOUT E ARRANJO FÍSICO.....	141
6.3 PROCESSO DE PRODUÇÃO E/OU COMERCIALIZAÇÃO.....	145
6.4 CAPACIDADE DE PRODUÇÃO E/OU COMERCIAL.....	148
7. PLANEJAMENTO FINANCEIRO.....	150
7.1. ESTIMATIVA DO INVESTIMENTO TOTAL.....	150
7.1.2. Estimativa dos investimentos fixos.....	151
7.1.3. Estimativa dos investimentos financeiros.....	152
7.1.4. Estimativa dos investimentos pré-operacionais	152
7.1.5. Estimativa dos custos fixos mensais.....	153
7.2 ESTIMATIVA DE RECEITA	156
7.3. ESTIMATIVA DE CUSTOS VARIÁVEIS.....	158
7.3.1 Estimativa de mão de obra	162
7.3.2. Estimativa de custo com depreciação.....	165
7.4 FLUXO DE CAIXA (CASH-FLOW)	168
7.5 DEMOSNTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)	172
7.5.1 Elaboração da DRE	172
7.6. ANÁLISE DE VIABILIDADE.....	173

8. PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO.....	178
10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	181
11. ANEXOS.....	192
12. APÊNDICES	232

1. INTRODUÇÃO

Projeto apresentado para o curso da Administração da Unisa, que tem por finalidade criar um Plano de negócios Viável e embasado em pesquisas reais e atuais, como estudo populacional, dados do setor, público alvo, concorrentes, fornecedores, localização estratégica, e demanda desejada. Através destas pesquisas será possível dimensionar os Planos de Marketing, Recursos Humanos e Financeiro, onde então será medido o investimento necessário, retorno do investimento e provisão de gastos dos próximos 5 anos, buscando a perenidade e longevidade da empresa.

Este projeto prevê a criação do Day Care Pequenos Sonhadores, um espaço onde os pais poderão deixar seus filhos com segurança e tranquilidade, que irá diferenciar-se das demais creches, disponibilizando horários flexíveis, além de planos diversificados e atendimento aos sábados, gerando assim conforto e comodidade para os seus clientes, bem como o atendimento de suas necessidades.

A elaboração deste plano de negócio se deu pela percepção do crescimento da mulher no mercado de trabalho, onde ela tem passado de apenas dona de casa para mulher de negócios. É o que as pesquisas nos provam; 18 segundo a População Economicamente Ativa (PEA) o número de mulheres no mercado de trabalho passou de 2,5 milhões para 40,7 milhões nos últimos 60 anos, um crescimento de 16,3 vezes, enquanto os homens somam um crescimento de 3,6 vezes. Já o IBGE (2010) traz a estatística que prova que a mulher está cada vez mais ativa na economia, 37,3% das 50 milhões de famílias com domicílios particular tem a mulher como responsável. E por esse motivo é cada vez maior a necessidade de se encontrar um local com horário flexível, seguro e com qualidade no atendimento, onde elas possam deixar as crianças sem preocupação.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

A empresa Pequenos Sonhadores Day Care será uma organização prestadora de serviços relacionados a cuidados de crianças com idade entre 6 meses e 4 anos, exercendo suas atividades para atender aos pais que necessitam de um local seguro e apropriado para deixar seus filhos, enquanto fazem suas atividades, o day care atenderá tanto aos pais que deixam seus filhos esporadicamente para realizar algum compromisso eventual, quanto aqueles que precisam deixar diariamente e até em horários estendidos, o que não é oferecido por creches convencionais.

O foco principal do negócio é zelar e cuidar de crianças, e proporcionar a elas durante o tempo de permanência no local atividades que desenvolvam uma boa interação social e também desenvolvimento psicomotor tudo através de atividades com música, leitura e brincadeiras.

Todas as atividades realizadas contarão com profissionais devidamente capacitados para as suas respectivas funções e farão com que a empresa cresça progressivamente o nível de excelência de seu atendimento.

Os principais clientes do day care serão pessoas de todas as faixas etárias, casadas ou solteiras pertencentes as classes B e A, com crianças de até 4 anos de idade.

Sua localização na rua Senador Milton Campos, nº 2.527, Chácara Santo Antônio-São Paulo/SP, será privilegiada por conter ao seu redor um grande número de residências de alto padrão e também empresas.

O montante de capital que será investido para abertura da empresa será no valor de R\$ 400.000,00 sendo investido R\$ 80.000,00 de cada uma das 5 sócias, a empresa espera obter no primeiro ano um faturamento médio mensal de R\$132.342,89 e um lucro na média de R\$ 366.030,93 em 5 anos, obtendo em até 1 ano 6 meses e 20 dias o retorno do investimento do capital.

Sendo uma Sociedade Limitada, a empresa terá seu enquadramento tributário sob o regime do Simples Nacional. Sua abertura será com recursos próprios dos sócios e não contará com capital de terceiros.

O diferencial da empresa perante as demais do mercado é oferecer aos seus clientes a disponibilidade de atendimento em horários estendidos e também aos sábados, além dos pais poderem monitorar as atividades dos filhos dentro do day care

através das câmeras de segurança, os planos oferecidos aos clientes serão ajustados de acordo com a necessidade deles, e tudo isso trará valor ao cliente e sua percepção do serviço trará um reforço positivo, tendo em vista que a missão da empresa será cumprida.

Descrição dos empreendedores

Os empreendedores do Day Care, tem perfis que irão contribuir significativamente para o andamento da empresa, o empreendimento composto por cinco sócias sendo elas a presidente da empresa, a diretora de gestão de pessoas, a diretora financeira, a diretora operacional e a diretora de marketing.

Herica Mayara da Silva - 23 anos, solteira - sem filhos, bacharel em Administração de empresas, dinâmica, flexível e comunicativa, será a presidente da empresa, responsável legal, seu bom dinamismo em gerenciar pessoas e processos será essencial para o andamento do negócio e contara de maneira intrínseca juntamente com suas sócias para que tudo flua de maneira positiva, objetivando o crescimento progressivo da empresa.

Raquel Maria dos Santos Passos - 25 anos, casada, uma filha, bacharel em Administração, tem vivencia na parte financeira, com conhecimento em lançamentos, e emissão de documentos fiscais, gerenciamento de contas a pagar e a receber, tem senso de urgência e bom dinamismo. Atuara como diretora financeira da empresa, tem bom discernimento para trabalhar com números e afins, tomara decisões juntamente com a presidência e as outras diretorias envolvidas, será responsável também pelo fluxo de caixa da empresa.

Antonia Marina Silva Mota - 27 anos, solteira, sem filhos, bacharel em Administração, inglês nível básico, atua na área administrativa do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, na Coordenadoria de Gestão de Pessoal. Será responsável pelo processo de admissão e demissão de funcionários, gestão de políticas de treinamento e desenvolvimento e de recrutamento e seleção de pessoal, supervisão da elaboração da folha de pagamento realizada pela contabilidade contratada.

Tatiane Izidorio do Nascimento - 23 anos, solteira, sem filhos bacharel em Administração, já atuou como técnica operacional no Cartório Eleitoral, é prestativa, tem afinidade com o gerenciamento de pessoas e atuara na gestão da área operacional, trabalhando diretamente com o aperfeiçoamento das atividades da empresa, sendo responsável por gerir os colaboradores em toda as partes relacionadas ao funcionamento da empresa, trabalhando em conjunto com as outras diretorias.

lasmin Santos Tomaz - 28 anos, solteira, sem filhos, bacharel em Administração e em Direito, inglês avançado pela University of Chicago, tem uma visão criativa e inovadora e atuara a gestão da área de marketing, criando propagandas, promoções e pacotes que irão atrair o público para a organização, sua interação com as demais áreas da empresa é essencial para o andamento e divulgação do negócio.

3. PLANO GERAL E ESTRATÉGICO

Após a decisão de iniciar um determinado negócio o próximo passo indicado será o desenvolvimento de um plano de negócio para o empreendimento em que se deseja investir. Neste documento conterà informações como a descrição clara do (s) produto (s) ou serviço (s) que será (ão) ofertado (s) aos clientes, bem como os objetivos estabelecidos, as estratégias que serão adotadas, as metas a serem alcançadas e as ações que serão realizadas. Esta é uma importante ferramenta de planejamento e controle que dá suporte para os gestores servindo como norte no momento de tomar decisões estratégicas contribuindo assim para o sucesso de uma organização.

Sabemos que por mais bem elaborado que possa ser um planejamento sempre haverá necessidade de alterações, pois a realidade pode ser imprevisível e diferir do esperado. Sendo assim um plano de negócio deve ser dinâmico, sofrendo ajustes conforme as mudanças internas e externas forem acontecendo.

Segundo Bangs (2002) por meio da elaboração de um plano de negócio será possível identificar áreas de forças e fraquezas, localizar necessidades que passariam despercebidas de uma outra forma, reconhecer oportunidades precocemente e planejar o alcance das metas comerciais. Também auxilia na identificação de problemas e de suas origens.

Oliveira (2014) afirma que "o planejamento estratégico pressupõe a necessidade de um processo decisório que ocorrerá antes, durante e depois de sua elaboração e implementação na empresa."

Na sequência será desenvolvido o plano de negócio para a empresa Pequenos Sonhadores Day Care Ltda., contendo a descrição do negócio proposto, dos objetivos pretendidoS, das estratégias escolhidas e demais informações pertinentes a este projeto.

3.1 Modelo de negócio

Este projeto de desenvolvimento de um modelo de negócio tem por objetivo demonstrar a viabilidade de investimento na abertura da empresa Pequenos Sonhadores Day Care Ltda., que atuará no setor de serviços, onde a sua atividade será a prestação de serviços voltados para atender as famílias com crianças de 6 meses a 4 anos de idade que buscam um lugar seguro e especializado em cuidados com crianças pequenas.

Além de um espaço físico bem estruturado a empresa trabalhará com profissionais capacitados de diferentes áreas de atuação formando uma equipe harmoniosa, onde um profissional complementa o trabalho do outro. A rotina de cada criança será programada de acordo com sua idade contendo atividades que auxiliarão no desenvolvimento psicomotor e de interação social dos pequenos. A alimentação conterà um cardápio rico em valor nutricional com o acompanhamento de profissionais competentes.

Outro fator de grande importância que a organização tratará como prioridade será a garantia de segurança e total transparência em relação a todos os procedimentos de rotina que serão adotados para assegurar o bem-estar das crianças. Para isso será instalado um sistema que possibilitará o acompanhamento em tempo real pelos pais e responsáveis de onde estiverem.

O estabelecimento da Pequenos Sonhadores Day Care operará não somente em horário comercial e dias úteis, mas irá estender suas atividades por outros períodos e aos sábados. Serão oferecidos pacotes diferenciados possibilitando aos clientes a opção de escolha por aquele que melhor atenda às suas necessidades.

3.1.1. Descrição

O Day Care Pequenos Sonhadores, leva em consideração, que atualmente a vida cotidiana está cada vez mais atribulada, com muitos compromissos profissionais e pessoais, com isso, casais que tem filhos pequenos já não conseguem estar presentes em tempo integral em suas vidas.

A empresa vem com a proposta inovadora de cuidado infantil, que vai além do que a sociedade espera, nos diferenciando das tradicionais creches que já estão no

mercado. O Day Care, é uma extensão dos lares das famílias brasileiras. Um local que proporciona conforto, segurança, comodidade, aprendizado e supervisão, com a opção de flexibilização dos horários e dias que melhor se adequem a rotina de nossos clientes, com a possibilidade de extensão para o período noturno e também aos sábados

Será oferecido profissionais treinados e especializados, alocados em um recinto com muita segurança e higiene, trazendo o melhor conforto para as crianças e confiança e comodidade para seus pais. Além disso, a estrutura do negócio contará com pedagogas especializadas no cuidado e ensino infantil. Auxiliares com vasta experiência e treinamento adequado, prezando pela saúde e bem-estar da criança, interagindo com brincadeiras que ao mesmo tempo que leva a diversão também desenvolve os conhecimentos primários dos pequenos que estão em fase de aprendizagem. O espaço será todo adaptado de acordo com a faixa etária das crianças, com salas temáticas, disponibilizando brinquedos, fantasias, músicas e livros.

A empresa terá uma horta que estimula a interação e a aprendizagem sobre natureza. Também haverá o espaço para a culinária, onde as crianças poderão se divertir conhecendo e misturando os ingredientes. Ao final, poderão degustar o que elas mesmas criarem. Tudo em um clima de descontração e supervisão constante.

Toda a alimentação será servida e elaborada por nutricionistas com produtos saudáveis e de qualidade. Alimentos que possuem todos os nutrientes necessários para o bom crescimento e desenvolvimento das crianças, considerando as necessidades nutricionais de cada faixa etária.

O Day Care funcionará de segunda a sexta das 6:00 às 20:00, com possibilidade de extensão até as 22:00. Aos sábados das 8:00 às 14:00 com possibilidade de extensão, de acordo com a necessidade do cliente. O serviço pode ser utilizado por crianças que não estejam matriculadas regularmente, podendo ser usado esporadicamente, quando os pais acharem conveniente. A ideia é promover maior comodidade e confiança as famílias, para que vejam a Pequenos Sonhadores como uma extensão de seus lares.

O público alvo será, famílias de classe média/alta com filhos de 6 meses a 4 anos de idade, que possuem uma rotina corrida e estressante, que queiram um local

seguro e confiável para deixar seus pequeninos e ao mesmo tempo buscam flexibilidade de horário e datas que se adequem à suas necessidades e estilo de vida.

3.1.2. Justificativa

Com a inserção das mulheres no mercado de trabalho o perfil das famílias brasileiras vem mudando muito nos últimos anos. Se antes o papel da mulher estava associado apenas a obrigações domésticas e a responsabilidades ligadas a criação dos filhos do casal, hoje seu papel é bem semelhante ao do homem, prover recursos financeiros para o sustento da casa.

Segundo informações do Ministério do Trabalho e Previdência Social a participação da mulher no mercado de trabalho cresce a cada ano. A Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) divulgou que em 2004 havia 12,5 milhões de trabalhadoras com carteira assinada, sendo que em 2014 esse número quase dobrou chegando a 21,4 milhões, 43,25% do total.

Todo ano a *Great Place to Work*, consultoria multinacional especialista em qualidade de ambientes de trabalho, mede o balanço entre gênero, e no ano de 2015 constatou que subiu o percentual de participação de mulheres nas 130 melhores empresas para trabalhar no Brasil. Segundo a *Great Place to Work* entre 2005 e 2015 a parcela feminina no total de funcionários subiu de 34% para 50%, e de 20% para 41% nos cargos de chefia.

Devido a essa nova realidade cresceu a procura por serviços particulares de cuidados com crianças nos seus primeiros anos de vida. Foi pensando em suprir esta demanda que surgiu a ideia de abertura de um negócio especializado em atender esse tipo de público, trazendo diferencial em relação ao que já existe no mercado. O intuito do projeto de criação da empresa Pequenos Sonhadores Day Care Ltda. é oferecer um serviço que resulte no aumento da qualidade de vida das pessoas oferecendo soluções práticas para problemas cotidianos e ao mesmo tempo sendo um negócio rentável para seus sócios.

3.1.3. Missão

Proporcionar comodidade aos pais que precisam de um ambiente confiável para deixar seus filhos a qualquer hora do dia ou até mesmo em períodos noturnos. Tendo certeza de que estarão sendo bem assistidos.

Chiavenato (2005), descreve missão mencionando os principais objetivos dentro de uma organização:

A missão funciona como o propósito orientador para as atividades da organização e para aglutinar os esforços dos seus membros. Serve para clarificar e comunicar os objetivos da organização, seus valores básicos e a estratégia organizacional. Cada organização tem a sua missão própria e específica. A missão pode ser definida em uma declaração formal e escrita, o chamado credo da organização, para que funcione como um lembrete periódico a fim de que os funcionários saibam para onde e como conduzir o negócio.

Segundo Honorato (2004)

Entende-se por missão a reflexão do cenário atual e as perspectivas futuras, concernentes a produto, mercado, tecnologia, crenças e valores, entre outros, que juntamente com a política que se pretende seguir fornece os meios para que se atinja uma posição de supremacia sobre a concorrência. A missão da empresa deve ser orientativa e não restritiva. Ela estabelece a direção central da empresa, apontado para a destinação de recursos e identificação de oportunidades. Não se pode defini-la sem levar em conta a vocação e a cultura interna da empresa. Deve também ser flexível diante das mudanças do mercado e das novas filosofias de gerenciamento.

Ogden (2002), cita como a missão pode interferir no retorno financeiro da empresa.

A declaração de missão é simplesmente a razão pela qual a empresa ou organização existe. Ela pode incluir uma série de metas ou objetivos que a organização deseja atingir ou pelos quais se empenha e, geralmente, se propõe a dar um retorno financeiro aos interessados na empresa ou organização.

3.1.4. Visão

Ser referência no segmento de cuidado infantil, com a construção de uma imagem sólida, tendo como prioridade três princípios indispensáveis para o desenvolvimento: CUIDAR, EDUCAR, BRINCAR. No período de 5 anos visamos nosso crescimento no mercado de atuação com abertura de mais uma unidade.

Chiavenato (2009), explica a importância da visão dentro das organizações:

Geralmente, a visão está mais voltada para aquilo que a organização pretende ser do que para como ela realmente é. Dentro dessa perspectiva, muitas organizações colocam a visão como projeto que elas gostariam de ser dentro de certo prazo de tempo e qual o caminho futuro que pretendem adotar para chegar lá. O termo visão é geralmente utilizado para descrever um claro sentido do futuro e a compreensão das ações necessárias para torna-lo rapidamente um sucesso. A visão representa o destino que a empresa pretende transformar em realidade.

Porra e Collins (1998), menciona que grandes empresas possuem visão:

Os grandes navegadores sempre sabem onde fica o Norte. Sabem aonde querem ir e o que fazer para chegar a seu destino. Com as grandes empresas acontece a mesma coisa: elas têm visão. É isso que lhes permite administrar a continuidade e a mudança simultaneamente.

3.1.5. Valores

Cuidado: Zelar pelo bem físico e emocional de todas as crianças.

Educação: Assegurar o desenvolvimento intelectual e psicomotor, bem como a interação e negociação de sentidos e valores das crianças que estiverem aos nossos cuidados.

Transparência: Agir com total clareza quanto a alimentação, métodos de trabalho e supervisão de todas as crianças, oferecendo aos pais um sentimento de tranquilidade e confiança.

Porra e Collins (1998) comentam como grandes empresas possuem visão e podem mudar continuamente:

Os grandes navegadores sempre sabem onde fica o norte. Sabem aonde querem ir e o que fazer para chegar a seu destino. Com as grandes empresas acontece a mesma coisa: elas têm visão. É isso que lhes permite administrar a continuidade e a mudança simultaneamente.

3.2 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A empresa terá como razão social o nome Pequenos Sonhadores Day Care Ltda. Com localização na Chácara Santo Antônio, São Paulo, SP, atingindo os bairros do Brooklin, Chácara Flora e Santo Amaro.

Os serviços prestados pela Pequenos Sonhadores Day Care serão em um ambiente amplo, acolhedor e seguro, onde cada criança recebe estimulação adequada ao seu desenvolvimento e necessidades. Desenvolvendo um trabalho adequado a cada faixa etária, visando o desenvolvimento global da criança. Para maior tranquilidade dos pais, será fornecida uma agenda especial onde é passada toda a rotina da criança, e um relatório semestral para que os pais fiquem sabendo do desenvolvimento de seu filho, abrangendo aspectos físicos, emocionais e sociais.

Figura 1: Crianças lendo



Fonte: Revista Crescer da Globo.

A empresa será composta por cinco sócias que possuirão quotas no capital social de forma igualitária, com responsabilidade dividida entre todas e com limite ao valor do capital social integralizado por cada uma delas.

Conforme a projeção de receita anual, superior a R\$ 360,000,00 e igual ou inferior a R\$ 3.360.000,00, será enquadrada como uma empresa de pequeno porte (EPP).

O enquadramento tributário da empresa será no Simples Nacional, dados os benefícios fiscais promovidos ao porte estabelecido.

3.2.1 Dados do empreendimento

Razão Social: Pequenos Sonhadores Day Care Ltda.

Nome Fantasia: Pequenos Sonhadores Day Care

Nomes dos Sócios: Antonia Marina Silva Mota, Herica Mayara da Silva, Iasmin Santos Tomaz, Raquel Maria dos Santos Passos, Tatiane Izidorio do Nascimento.

Logradouro: Rua Senador Milton Campo nº 2.527 **Bairro:** Chácara Santo Antônio.
Cidade/Estado: São Paulo/SP CEP:04708-040

E-mail: comercial@pequenossonhadores.com.br

Site: www.pequenossonhadoresdaycare.com.br

3.2.2. Setor de atividade

Vasconcellos (1998) define economia como “a ciência social que estuda a maneira pela qual os homens decidem empregar recursos escassos, a fim de produzir diferentes bens e serviços e atender às necessidades de consumo. ”

A economia brasileira está dividida em três tipos de setores de atividades: setor primário, setor secundário e setor terciário. Cada um deles possui características específicas.

Mendes (2009) define os fatores característicos de cada setor, sendo a terra o fator principal no primário, o capital no secundário e o fator trabalho no terciário.

Setor Primário

É aquele onde a produção está relacionada a exploração de recursos naturais, sendo assim um setor vulnerável, pois depende de fatores ambientais, como o clima por exemplo. São exemplos de atividades do setor primário: a agricultura, pecuária, mineração, pesca, a caça, o extrativismo vegetal e mineral. Este setor fornece as matérias-primas utilizadas pelo setor secundário.

Setor Secundário

Este setor tem por atividade transformar matéria-prima em produtos industrializados (automóveis, roupas, alimentos industrializados, eletrônicos, máquinas, casas, etc.). Na transformação de matéria-prima são utilizadas tecnologias que agregam valor ao produto final.

Setor Terciário

Ao invés de produtos tangíveis são fornecidos aos consumidores serviços que satisfazem as suas necessidades. Entre as atividades que fazem parte deste setor estão: saúde, serviços de informática, seguros, telecomunicações, turismo, serviços administrativos e bancários, educação, transporte, etc.

Existe uma classificação para os diferentes tipos de atividades desenvolvidas em cada setor, Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE, que tem por objetivo padronizar os códigos de identificação de cada unidade produtiva. Dentro desta classificação há ainda uma divisão em subclasses. A atribuição de definição e atualização das subclasses é de responsabilidade da Subcomissão Técnica para a CNAE-Subclasses.

Tendo como base as características que definem cada setor, conclui-se que a empresa Pequenos Sonhadores Day Care se encontra enquadrada no setor terciário da economia, tendo a seguinte classificação no CNAE:

Tabela 1: Código de Classificação da empresa Pequenos Sonhadores Day Care.

Hierarquia
Seção: P EDUCAÇÃO
Divisão: 85 EDUCAÇÃO
Grupo: 851 EDUCAÇÃO INFANTIL E ENSINO FUNDAMENTAL
Classe: 8511-2 EDUCAÇÃO INFANTIL - CRECHE
Subclasse: 8511-2/00 EDUCAÇÃO INFANTIL - CRECHE
Notas Explicativas:

Esta subclasse compreende:

- as atividades de instituições de ensino que se destinam ao desenvolvimento integral da criança, em geral, de até 3 anos de idade

Esta subclasse compreende também:

- as instituições assistenciais que abrigam crianças portadoras de necessidades especiais.

Esta subclasse não compreende:

- as atividades de ensino pré-escolar em escolas maternais e jardins-de-infância, preferencialmente, para crianças de 4 e 5 anos de idade (8512-1/00)

Fonte: adaptação IBGE.

3.2.3 Forma Jurídica

O tipo de sociedade (definição e caracterização da escolha da forma jurídica da empresa) vai determinar o modelo de funcionamento desde a abertura, tendo implicações tanto para os sócios como para o futuro projeto.

Figura 2: Contrato



Fonte: Site Mister Frio

As sociedades empresárias podem ser constituídas segundo os tipos legalmente previstos, que estão regulados nos artigos 1.039 a 1.092 do Código Civil.

Sociedade Limitada

Na sociedade limitada, a responsabilidade é restrita pelo valor das quotas de ações dos acionistas, ou seja, valor ainda não totalmente integralizado do capital social.

Se um dos sócios já integralizou suas quotas, mas ainda existem sócios que ainda não o fizeram, todos poderão ser solidariamente demandados por esse valor em branco. Quando todo capital for realizado se finda a possibilidade de voltar-se contra os sócios e seu patrimônio.

A contratualidade desse tipo de sociedade dispensa as formalidades próprias como, por exemplo, as formalidades próprias da sociedade anônima, portanto, a relação na sociedade limitada por ser contratual e não institucional, dá uma margem de liberdade maior entre os sócios.

Classificação da Sociedade

A sociedade por quotas de responsabilidade limitada tanto pode ser civil como mercantil, não se aplicando a ela a norma das sociedades anônimas, que afirma que qualquer que seja o objeto, a anônima é sempre mercantil.

Contrato Social

As sociedades por quotas de responsabilidade limitada devem ser constituídas obedecendo aos preceitos dos arts. 300 a 302 do CC. Lê-se no art. 2º do Decreto 3.708 que: “O título constitutivo regular-se-á pelas disposições dos arts. 300 e 302 e seus números do código comercial, devendo estipular ser limitada a responsabilidade dos sócios à importância total do capital social”. A sociedade é constituída por um contrato, público ou particular e a contribuição dos sócios poderá ser em dinheiro ou em bens.

A sociedade terá denominação ou firma social, de acordo com o permissivo do art. 3º do Decreto 3.708. A firma ou razão social, quando não individualizar todos os sócios conterá firma ou nome de um deles. O Registro de Comércio exige que o nome seja encerrado pela expressão “limitada” (por extenso) ou “Ltda.”.

Alteração do Contrato Social

Estatui o art. 115 do Dec. 3.708 que: “Assiste aos sócios que divergirem da alteração do contrato social e a faculdade de se retirarem da sociedade, obtendo o

reembolso da quantia correspondente ao seu capital, na proporção do último balanço aprovado. Ficam, porém, obrigados às prestações correspondentes às quotas respectivas, na parte em que essas prestações forem necessárias para o pagamento das obrigações contraídas, até a data do registro definitivo da modificação do estatuto social”

Sociedade Anônima

Na sociedade anônima, a responsabilidade do sócio será limitada ao preço de ação subscrita ou adquirida. (Art. 1º). A responsabilidade do acionista será o valor integralizado ou que falta integralizar, individualmente, diferentemente do que ocorre com as limitadas.

Classificação:

S/A de Capital Aberto: Negociação pública de ações e demais valores mobiliários, na Bolsa de Valores ou mercado de Balcão e, portanto, sua constituição depende de autorização da CVM.

S/A de Capital Fechado: Negociação particular entre acionistas, não opera mercado de valores e sua constituição não depende de autorização da CVM.

Características

As sociedades anônimas possuem as seguintes características peculiares:

- Têm o capital dividido em ações;
- A responsabilidade do sócio acionista é limitada ao preço das ações subscritas.
- Estas são as suas características principais, muito embora secundariamente se possa aditar a estas características como, por exemplo, a possibilidade de a ela pertencerem incapazes, menores, sem a ocorrência de nulidade para ela, o fato de ser sempre mercantil também.

Denominação da Sociedade

A sociedade, muito seja “anônima”, tem uma denominação, seguida das expressões “sociedade anônima” ou “Companhia”, por extenso ou abreviadamente. É possível que o nome do fundador, acionistas ou pessoa que, por qualquer outro modo, tenha ocorrido para o êxito da empresa, possa aparecer na denominação; poderá mesmo haver uma homenagem aos criadores, ao inventor como, por exemplo, “Máquinas de Calcular Pascal S/A.” ou, ainda, “Companhia Gutemberg de Serviços Gráficos”.

Natureza Jurídica

A sociedade anônima é uma pessoa jurídica e de direito privado, consoante assente no art. 16, II, do Código Civil. Ela é privada pela sua forma, independentemente de seu objeto. Mesmo que a sua finalidade sejam atos civis, como a compra e venda por exemplo, ela é sempre comercial pela sua forma.

Objeto Social

O objeto social é o fim comum, colimado pelos acionistas. Pode a sociedade anônima ter qualquer objeto, não contrário a lei, à ordem pública e aos bons costumes. Qualquer que seja o seu objeto a companhia será sempre mercantil, não podendo se inscrever no Registro Civil.

Sociedade Simples

É a espécie de sociedade personificada que irá explorar a sua atividade de forma não empresarial, ou seja, sem profissionalismo ou de modo não organizado. A sociedade simples ao ser constituída poderá, ou seja, é facultado adotar um dos tipos societários regulados pelo código civil, exceto sociedade por ações. Caso a sociedade simples opte por não adotar nenhum tipo societário específico, ela será regida pelas regras que lhe são próprias (art. 997 a 1.038, do CC) e que atribuem responsabilidade ilimitada aos seus sócios.

As sociedades simples também exercem atividade econômica, porém, não se verifica tal organização de bens materiais e imateriais, pelo contrário, o trabalho não é organizado, quase autônomo, sendo desempenhado por cada um dos sócios sem conexão maior com a atuação dos demais. Sociedades cooperativas são sempre sociedades simples.

Forma Jurídica da Pequenos Sonhadores Day Care

Baseando-se no conteúdo teórico apresentado, ficou definido que a empresa Pequenos Sonhadores Day Care será uma Sociedade Limitada, para que a responsabilidade seja distribuída aos sócios de acordo com suas quotas, sendo que a mesma terá uma das sócias como administradora, estando o mesmo indicado no contrato social. Esta será responsável por desempenhar todas as funções administrativas da empresa. Ela conduzirá o dia a dia do negócio no que diz respeito às finanças, assinando documentos, respondendo legalmente pela sociedade, realizando empréstimos e outras ações gerenciais.

3.2.4 Enquadramento tributário

A Receita Federal disponibiliza 4 tipos de enquadramento tributário, sendo eles:

- Lucro Presumido

De acordo com a Receita Federal a empresa cuja receita bruta total tenha sido igual ou inferior a R\$78.000.000,00 (setenta e oito milhões de reais), no ano-calendário anterior, ou a R\$6.500.000,00 (seis milhões e quinhentos mil reais) multiplicado pelo número de meses em atividade no ano-calendário anterior; que não estejam obrigadas à tributação pelo lucro real em função da atividade exercida ou da sua constituição societária ou natureza jurídica.

O imposto de renda com base no lucro presumido é determinado por períodos de apuração trimestrais, encerrados em 31 de março, 30 de junho, 30 de setembro e 31 de dezembro de cada ano-calendário.

Os percentuais aplicáveis de presunção de lucro sobre a receita bruta para compor a base de cálculo referentes aos setores que utilizam o lucro presumido.

Tabela 2: Porcentagens aplicadas a receita bruta

Atividades	Percentuais %
Atividades em geral (RIR/1999, art. 518)	8,0
Revenda de combustíveis	1,6
Serviços de transporte (exceto o de carga)	16,0
Serviços de transporte de cargas	8,0
Serviços em geral (exceto serviços hospitalares)	32,0
Serviços hospitalares e de auxílio diagnóstico e terapia, patologia clínica, imagenologia, anatomia patológica e citopatológica, medicina nuclear e análises e patologias clínicas	8,0
Intermediação de negócios	32,0
Administração, locação ou cessão de bens e direitos de qualquer natureza (inclusive imóveis)	32,0

Fonte: Receita Federal

- Lucro Real

Nos acervos da Receita Federal a legislação a expressão “lucro real” significa o próprio lucro tributável, e distingue-se do lucro líquido apurado contabilmente. De acordo com o art. 247 do RIR/1999, lucro real é o lucro líquido do período de apuração ajustado pelas adições, exclusões ou compensações prescritas ou autorizadas pela legislação fiscal. A determinação do lucro real será precedida da apuração do lucro líquido de cada período de apuração com observância das leis comerciais.

As pessoas jurídicas poderão apurar o imposto de renda com base no lucro real, presumido ou arbitrado, determinado por períodos de apuração trimestrais encerrados em 31 de março, 30 de junho, 30 de setembro e 31 de dezembro de cada

ano-calendário. A pessoa jurídica sujeita à tributação com base no lucro real poderá, opcionalmente, pagar o imposto de renda mensalmente, determinado sobre base de cálculo estimada. Nessa hipótese, deverá fazer a apuração anual do lucro real em 31 de dezembro de cada ano-calendário.

O art. 14 da Lei nº 9.718/1998, por sua vez, elenca as pessoas jurídicas obrigadas a promoverem a apuração do IR pelo lucro real, são elas:

I – cuja receita total, no ano-calendário anterior seja superior ao limite de R\$ 48.000.000,00 (quarenta e oito milhões de reais), ou proporcional ao número de meses do período, quando inferior a 12 (doze) meses; (redação dada pela Lei nº 10.637, de 2002);

II – cujas atividades sejam de bancos comerciais, bancos de investimento, bancos de desenvolvimento, caixas econômicas, sociedades de crédito, financiamento e investimento, sociedade de crédito mobiliários, empresas de arrendamento mercantil, cooperativas de crédito, empresas de seguros privados e de capitalização e entidades de previdência privada aberta;

O artigo de Eduardo Borges, especializado na área tributária publicado no portal Sebrae informa a diferença entre Lucro Presumido e Lucro Real.

Para as empresas que adotam o regime do Lucro Presumido, a apuração do IRPJ e da CSLL tem por base de cálculo uma margem de lucro pré-fixada pela legislação, de acordo com a atividade da empresa. Nesse caso, fica dispensado o cálculo do lucro efetivamente auferido em sua atividade, exceto o derivado de situações específicas (ex.: ganho de capital, ganhos com aplicações financeiras etc.).

Na atividade comercial, por exemplo, a margem de lucro presumida é de 8% da receita bruta. Na prestação de serviços, a margem é de 32%. Assim, mesmo que a empresa tenha obtido uma margem de lucro maior, a tributação recairá apenas sobre a margem pré-fixada.

Por outro lado, se a margem de lucro efetiva for inferior à pré-fixada, os tributos acima também serão calculados sobre a margem presumida. Neste ponto, uma decisão precipitada do empreendedor pode acarretar recolhimentos desnecessários de tributos.

De outra forma, se optar pelo regime do Lucro Real, o empreendedor deverá calcular o IRPJ e a CSLL sobre o lucro efetivamente auferido (com os ajustes – adições, exclusões e compensações – previstos na legislação).

Nesse caso, não havendo uma margem de lucro presumida, se a empresa apurar prejuízos ao longo do ano, ficará dispensada do recolhimento desses tributos.

Bases de cálculo

As opções acima também influenciam a forma de cálculo do PIS e da COFINS (que são contribuições sociais incidentes sobre a receita bruta), pois, dependendo do regime adotado para a apuração do IRPJ e da CSL (Lucro Presumido ou Lucro Real), essas contribuições sociais serão apuradas por um dos seguintes regimes: cumulativo ou não-cumulativo.

Para as empresas que adotam o Lucro Presumido, o PIS e a COFINS deverão ser apurados pelo regime cumulativo dessas contribuições, no qual a alíquota total é de 3,65% sobre o faturamento e não há direito ao abatimento de créditos.

Por outro lado, as empresas que adotam o Lucro Real, com algumas exceções, deverão calcular o PIS e a COFINS pelo regime não-cumulativo. Nesse caso, a alíquota total é de 9,25% sobre o faturamento e, do valor apurado, a empresa poderá descontar créditos calculados com base em diversos fatores (ex: valor dos insumos adquiridos, montante da depreciação de ativos, consumo de energia elétrica etc.).

Por fim, vale destacar que a opção pelo Lucro Real também acarreta, para o empreendedor, a obrigação de apresentar à Receita Federal diversas declarações e controles que não são exigidos das empresas que optam pelo Lucro Presumido. Os gastos adicionais para o atendimento dessas exigências (ex.: pessoal, sistemas, e consultoria externa) devem ser adequadamente dimensionados, por ocasião da opção por um desses regimes, evitando-se surpresas desagradáveis.

Fonte: autoria de Eduardo Borges sócio do escritório Prado Borges Advogados, especializado na área tributária.

- Lucro Arbitrado

Consta na Receita Federal que o arbitramento de lucro é uma forma de apuração da base de cálculo do imposto de renda utilizada pela autoridade tributária ou pelo contribuinte. É aplicável pela autoridade tributária quando a pessoa jurídica deixar de cumprir as obrigações acessórias relativas à determinação do lucro real ou presumido, conforme o caso. Quando conhecida a receita bruta, e, desde que ocorrida qualquer das hipóteses de arbitramento previstas na legislação fiscal, o contribuinte poderá efetuar o pagamento do imposto de renda correspondente com base nas regras do lucro arbitrado.

Ocorridas quaisquer das hipóteses que ensejam o arbitramento de lucro, previstas na legislação fiscal, poderá o arbitramento: 1) ser aplicado pela autoridade fiscal, em qualquer dos casos previstos a legislação do imposto de renda; 2) ser adotado pelo próprio contribuinte, quando conhecida a sua receita bruta.

A tributação feita com base no lucro arbitrado será manifestada mediante o pagamento da primeira quota ou da quota única do imposto devido, correspondente ao período de apuração trimestral em que o contribuinte, pelas razões determinantes na legislação, se encontrar em condições de proceder ao arbitramento do seu lucro.

- Simples Nacional

A Receita Federal informa que o Simples Nacional é um regime compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

Abrange a participação de todos os entes federados (União, Estados, Distrito Federal e Municípios).

É administrado por um Comitê Gestor composto por oito integrantes: quatro da Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB), dois dos Estados e do Distrito Federal e dois dos Municípios.

Para o ingresso no Simples Nacional é necessário o cumprimento das seguintes condições:

- Enquadrar-se na definição de microempresa ou de empresa de pequeno porte;

- Cumprir os requisitos previstos na legislação;
- Formalizar a opção pelo Simples Nacional.
- Características principais do Regime do Simples Nacional:
- Ser facultativo;
- Ser irrevogável para todo o ano-calendário;
- Abrange os seguintes tributos: IRPJ, CSLL, PIS/Pasep, COFINS, IPI, ICMS, ISS e a Contribuição para a Seguridade Social destinada à Previdência Social a cargo da pessoa jurídica (CPP);
- Recolhimento dos tributos abrangidos mediante documento único de arrecadação - DAS;
- Disponibilização às ME/EPP de sistema eletrônico para a realização do cálculo do valor mensal devido, geração do DAS e, a partir de janeiro de 2012, para constituição do crédito tributário;
- Apresentação de declaração única e simplificada de informações socioeconômicas e fiscais;
- Prazo para recolhimento do DAS até o dia 20 do mês subsequente àquele em que houver sido auferida a receita bruta;
- Possibilidade de os Estados adotarem sublimites para EPP em função da respectiva participação no PIB. Os estabelecimentos localizados nesses Estados cuja receita bruta total extrapolar o respectivo sublimite deverão recolher o ICMS e o ISS diretamente ao Estado ou ao Município.

Alíquotas e Partilha do Simples Nacional - Receitas decorrentes da prestação de serviços

Tabela 3: Alíquotas de empresas do setor de serviços

Receita Bruta em 12 meses (em R\$)	Alíquota	IRPJ	CSLL	COFINS	PIS /Pasep	ISS
Até 180.000,00	4,50%	0,00%	1,22%	1,28%	0,00%	2,00%
De 180.000,01 a 360.000,00	6,54%	0,00%	1,84%	1,91%	0,00%	2,79%
De 360.000,01 a 540.000,00	7,70%	0,16%	1,85%	1,95%	0,24%	3,50%
De 540.000,01 a 720.000,00	8,49%	0,52%	1,87%	1,99%	0,27%	3,84%
De 720.000,01 a 900.000,00	8,97%	0,89%	1,89%	2,03%	0,29%	3,87%
De 900.000,01 a 1.080.000,00	9,78%	1,25%	1,91%	2,07%	0,32%	4,23%
De 1.080.000,01 a 1.260.000,00	10,26%	1,62%	1,93%	2,11%	0,34%	4,26%
De 1.260.000,01 a 1.440.000,00	10,76%	2,00%	1,95%	2,15%	0,35%	4,31%

De 1.440.000,01 a1.620.000,0	11,51%	2,37%	1,97%	2,19%	0,37%	4,61%
De 1.620.000,01 a 1.800.000,00	12,00%	2,74%	2,00%	2,23%	0,38%	4,65%
De 1.800.000,01 a 1.980.000,00	12,80%	3,12%	2,01%	2,27%	0,40%	5,00%
De 1.980.000,01 a 2.160.000,00	13,25%	3,49%	2,03%	2,31%	0,42%	5,00%
De 2.160.000,01 a 2.340.000,00	13,70%	3,86%	2,05%	2,35%	0,44%	5,00%
De 2.340.000,01 a 2.520.000,00	14,15%	4,23%	2,07%	2,39%	0,46%	5,00%
De 2.520.000,01 a 2.700.000,00	14,60%	4,60%	2,10%	2,43%	0,47%	5,00%
De 2.700.000,01	15,05%	4,90%	2,19%	2,47%	0,49%	5,00%

a 2.880.000,00						
De 2.880.000,01 a 3.060.000,00	15,50%	5,21%	2,27%	2,51%	0,51%	5,00%
De 3.060.000,01 a 3.240.000,00	15,95%	5,51%	2,36%	2,55%	0,53%	5,00%
De 3.240.000,01 a 3.420.000,00	16,40%	5,81%	2,45%	2,59%	0,55%	5,00%
De 3.420.000,01 a 3.600.000,00	16,85%	6,12%	2,53%	2,63%	0,57%	5,00%

Fonte: Receita Federal

A Lei Complementar 123/2006 classifica as características de Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, conforme informa no caput I e II, artigo 3º, respectivamente:

Art. 3º Para os efeitos desta Lei Complementar, consideram-se microempresas ou empresas de pequeno porte, a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário a que se refere o art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), devidamente registrados no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, conforme o caso, desde que:

I - no caso da microempresa, a partir, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais); e

II - no caso da empresa de pequeno porte, a partir, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais).

Outro tipo de empresa que pode utilizar o regime de tributação pelo Simples Nacional é o Empresário Individual. Para ser classificado nesse enquadramento tributário, deve ter um lucro anual com o teto máximo de R\$60.000,00, e pode somente ter um titular. Não é necessário ter um CNPJ, o empresário registra a empresa com seu CPF, e responde de forma ilimitada pelos seus débitos, ou seja, os patrimônios da empresa e do empresário não são distintos.

Conforme tabela seguinte mostra a classificação das empresas MEI, ME, EPP e os seus respectivos enquadramentos jurídicos:

Tabela 4: Enquadramento tributário.

TIPOS DE EMPRESAS	Enquadramento / Faturamento Anual				Sócio / Titular	Opções Tributárias	Onde Formalizar	Observações
	MEI	ME	EPP	Normal				
Empresário Individual	Até R\$ 60 mil	/	/	/	Um Titular	Simples Nacional	Portal do empreendedor	O titular responde de forma ilimitada pelos débitos do negócio. Os patrimônios da empresa e do empresário se misturam.
	/	Até R\$ 360 Mil	Até R\$ 3,6 Milhões	Por opção ou faturamento acima de R\$ 3,6 Milhões	Um Titular	Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real	Junta Comercial	
EIRELI	/	Até R\$ 360 Mil	Até R\$ 3,6 Milhões	Por opção ou faturamento acima de R\$ 3,6 Milhões	Um Titular	Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real	Junta Comercial	O empresário responde sobre o valor do capital social da empresa. Capital Social de 100 vezes o salário mínimo vigente.
Sociedade Limitada	/	Até R\$ 360 Mil	Até R\$ 3,6 Milhões	Por opção ou faturamento acima de R\$ 3,6 Milhões	Dois ou mais sócios	Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real	Junta Comercial	Os sócios respondem sobre o valor do Capital Social da empresa. Sem valor mínimo de capital.

Fonte: Qual a diferença entre MEI, EI, ME e EPP? – Site: Capital Social contabilidade e gestão

Enquadramento Jurídico da Pequenos Sonhadores Day Care

Com base na pesquisa acima relatada, o enquadramento jurídico da empresa Pequenos Sonhadores Day Care, será sobre o regime Simples Nacional, já que será uma EPP de Sociedade Limitada, com o faturamento anual de até R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais)

As vantagens de aderir ao regime do Simples Nacional é a arrecadação de impostos em um único documento, que são os IRPJ, CSLL, PIS/Pasep, COFINS, IPI, ICMS, ISS e a Contribuição para a Seguridade Social destinada à Previdência Social a cargo da pessoa jurídica (CPP), facilitando nos cálculos contábeis. Além disso o recolhimento é feito mensalmente e suas alíquotas são bem menores, comparado com os regimes de lucro real e presumido.

3.2.5. Capital social

Para Gonçalves (2012)

O capital social é o primeiro patrimônio da empresa e corresponde à soma das integralizações feitas pelos sócios. Nas sociedades de pessoas, de acordo com o art. 1.055, § 1º, todos os sócios respondem solidariamente pela exata estimação dos bens conferidos ao capital social, até 5 anos da data do registro da sociedade.

Peixoto (1958, p. 122) descreve que

O capital representa a soma das contribuições dos sócios, tendo duas funções primordiais: interna e externa. Internamente, serve para fixar as relações patrimoniais entre os sócios, regulando suas participações nos riscos e lucros da sociedade. Externamente, o capital representa a garantia de terceiros.

Segundo Gonçalves (2012)

Toda e qualquer sociedade necessita de um ou alguns administradores, os quais respondam juridicamente pela empresa e sejam responsáveis pela condução de sua atividade produtiva. Em regra, as atividades dos administradores regem-se pelas normas do mandato (art. 1.011, § 2º). Os administradores são responsáveis pela manifestação de vontade da pessoa jurídica. Eles atuam em nome dela. Buscam, portanto, sempre o melhor resultado para a empresa, que não se confunde com suas próprias vontades (deles, administradores), nem com a vontade dos sócios.

De acordo com Gonçalves (2012) “O capital social está dividido em cotas iguais ou desiguais, cabendo uma ou diversas a cada sócio, o que faz com que ele tenha maior ou menor controle do capital social, na proporção do número de cotas que possui (art. 1.055) ”

Em relevância ao que foi exposto acima o capital social da empresa Pequenos Sonhadores Day Care, será dividido igualmente entre os sócios, com mesmos valores de quotas, porém a responsabilidade administrativa será arremetida a sócia Herica Mayara Silva, representado conforme tabela a seguir:

Tabela 5: Capital Social

Sócios	Nomes	Valor (R\$)	% de Participação
Sócio 1	Antonia Marina Silva Mota	80.000,00	20 %
Sócio 2	Herica Mayara da Silva (administradora)	80.000,00	20 %
Sócio 3	Iasmin Santos Tomaz	80.000,00	20 %
Sócio 4	Raquel Maria dos Santos Passos	80.000,00	20 %
Sócio 5	Tatiane Izidorio do Nascimento	80.000,00	20 %
	Total do Capital Social	400.000,00	100 %

Fonte: Autores

4. PLANO DE MARKETING

Segundo Las Casas (2009, p.15), Marketing pode ser definido da seguinte forma:

“Marketing é a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de trocas orientadas para a criação de valor dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos de empresas ou indivíduos através de relacionamentos estáveis e considerando sempre o ambiente de atuação e o impacto que essas relações causam no bem-estar da sociedade.”

Conclui que marketing é a busca pela relação mútua entre empresa e consumidor, buscando não apenas a venda de um bem ou serviço, mas sim, a satisfação total das necessidades e desejos de seus clientes.

Cobra (1992), salienta que a função do marketing de identificar as necessidades dos consumidores e colocar no mercado produtos ou serviços que satisfaçam as mesmas, e melhore a qualidade de vida das pessoas.

Ambrósio (2007) define que:

O planejamento de marketing é um processo muito importante, de intenso raciocínio e de coordenação de pessoas, informações, recursos financeiros e materiais cujo foco central é a verdadeira satisfação do consumidor. Planejar, em marketing, é pensar nos inúmeros detalhes que compõem uma operação empresarial e articular todos esses elementos. Para Ambrósio juntamente com o planejamento do marketing, deverá existir o plano de marketing que é um documento que resume o planejamento. É interessante observar que o plano é a formalização do planejamento, é a fotografia do planejamento de marketing, o retrato do raciocínio que ocorre na mente do planejador ou da equipe de planejamento. Essa fotografia comunica a toda empresa, as ideias que surgiram e foram analisadas no planejamento. Em síntese, o plano de marketing estimula e favorece a todos na organização, de modo que apontem a mesma direção.

O capítulo de plano de marketing irá tratar de assuntos essenciais para que o andamento do negócio seja bem elucidado, com as perspectivas futuras bem apuradas, para isso irá passar por diversas fases tais como: análise SWOT, análise competitiva de Michael Porter, estudo dos clientes, segmentação, tamanho e potencial da demanda, estudo dos fornecedores e concorrentes, e as estratégias para promoção, preços e distribuição dos serviços. Todas elas devem ser minuciosamente analisadas para que haja êxito para a organização em geral, ou seja, cada tópico desse vai dimensionar a empresa para suas tomadas de decisões para curto e longo prazo.

4.1 Análise SWOT

Guindani (2012) define que a proposta da análise SWOT é conduzir um exame geral da posição corrente da organização para que ela possa ter um direcionamento para o futuro. Essa análise envolve olhar para as forças e as fraquezas do ambiente interno e as oportunidades e ameaças do ambiente externo.

Uma empresa possui forças através das coisas pelas quais é conhecida, que geram riqueza, reputação e fazem com que os consumidores voltem ou com que outras empresas copiem.

Por outro lado, uma fraqueza é representada pelas coisas que uma empresa faz mal, com as quais é ineficaz ou pelas quais tem uma reputação ruim. Também inclui fatores que causam perdas, disputas e reclamações.

As oportunidades são a direção do negócio: é uma consideração do ambiente de negócios dos mais variados e criativos ângulos.

Já as ameaças vêm das atividades dos concorrentes e da incapacidade de aproveitar as oportunidades.

MATRIZ SWOT

Tabela 6: Matriz SWOT

Positivos	Negativos
<p style="text-align: center;">Forças</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Profissionais Capacitados. ○ Horário Flexível. ○ Atendimento nas Férias Escolares. ○ Ambiente dinâmico, atrativo e aconchegante. ○ Atividades diversificadas. ○ Acompanhamento Nutricional e Pedagógico. ○ Localização Privilegiada. ○ Monitoramento On-line. 	<p style="text-align: center;">Fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Falta de experiência na área. ○ Alto custo com profissionais qualificados. ○ Alto investimento na Divulgação do negócio.
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Mercado novo, poucos concorrentes. ○ Alta demanda da procura. ○ Custo Menor que profissionais Individuais. 	<p style="text-align: center;">Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Alta do desemprego. ○ Insegurança dos pais.

Fonte: Autores

Análise SWOT da Pequenos Sonhadores Day Care

A Análise SWOT, ou *strengths, weaknesses, opportunities e threats* que significam respectivamente: forças, fraquezas, oportunidades e ameaças é uma ferramenta usada para analisar o ambiente interno e externo de uma organização, onde se tem como base as forças e fraquezas internas, e as ameaças e oportunidades

externas, buscando através de seu correto diagnóstico, melhorar o desempenho da organização, e aumentar sua capacidade competitiva no mercado de atuação.

- **Forças**

O grande diferencial da empresa será trabalhar com horário flexível, de acordo com a necessidade de seus clientes, respeitando-se o horário de funcionamento do estabelecimento. Entende-se por flexibilidade o atendimento aos sábados, férias e nas escolares. Isso porque a empresa busca atender à necessidade dos pais que necessitam de horários diferenciados, em decorrência, do tempo de trabalho, ou até mesmo para aqueles que desejam um tempo para si e para o seu par.

Para que as crianças e seus pais sintam-se seguros, a “Pequenos Sonhadores” terá um espaço dinâmico, atrativo e aconchegante, com atividades diversificadas e acompanhamento total de profissionais altamente capacitados, como pedagogos, que irão montar toda a rotina de diária das crianças de acordo com cada faixa etária.

Além disso, o Day Care “Pequenos Sonhadores”, conta com uma localização privilegiada, formada por um número grande de residências de alto padrão e também polos empresariais.

As crianças serão monitoradas por sistemas de segurança para garantir a segurança das mesmas e trazer tranquilidade aos responsáveis, que poderão acessar as câmeras do local, através de *login* e senha, pessoais, e monitorar os pequenos em tempo real, essa é uma forma, de mostrar a transparência e segurança do Day Care “Pequenos Sonhadores”

- **Oportunidades**

A “Pequenos Sonhadores” irá atuar em um mercado ainda em construção no Brasil, pois, não há muitas creches com horários flexíveis e opção de atendimento aos sábados, o que se torna uma oportunidade de crescimento na área, já que há uma grande procura por parte dos pais, por lugares com esse perfil de flexibilidade de horário.

O custo menor em relação a uma babá particular, também se torna uma oportunidade dentro do mercado, já que para ter esse tipo de serviço é necessário arcar com todos os custos de um funcionário, inclusive os encargos trabalhistas e jornada de 44 horas semanais, que ao ser ultrapassada é configurada como hora extra, o que gera mais custos para os pais das crianças.

- **Ameaças**

Em consequência da crise econômica, pela qual o Brasil passa atualmente, o número de desempregados cresce a cada dia, atingindo índices históricos, o que pode levar o Day Care, a ter uma queda na sua procura e demanda.

Outro fator negativo a ser levado em consideração, é a insegurança dos pais em deixar seus filhos em um ambiente novo e sem um histórico a ser consultado, ou até mesmo por um período de tempo longo o que pode levar a aderência gradual no mercado, já que não é comum no Brasil, espaços com essas características de horários estendidos, o que pode demorar a ser gerido pelos usuários.

- **Fraquezas**

A falta de experiência e referência na área pode ser tornar uma fraqueza da empresa, como também os altos custos com a contratação de pessoas qualificadas na área, com sistema de segurança, que precisa ser da mais alta confiança para que haja falha zero e com a divulgação da empresa, que no início precisará de alto investimento, para então atingir o seu objetivo.

4.2 Análise Competitiva de Michael Porter

Todo produto ou serviço, já inserido ou que ainda pretende ser lançado no mercado, deve passar por uma profunda análise para se saber o quão atrativo é o negócio de acordo com sua rentabilidade. Evitando assim investimentos em algo que não trará os resultados desejados.

Um das ferramentas que podem ser utilizadas nesta tarefa é a análise das cinco forças competitivas concebidas por Michael Porter. Segundo Porter (1989) estas

cinco forças determinam a atratividade de uma indústria porque influenciam nos preços, nos custos e no investimento necessário das empresas em um negócio. Quando as cinco forças são favoráveis, rendimentos atraentes sobre o capital investido são alcançados por muitos competidores. Mas poucas empresas apresentam muita lucratividade por longos períodos quando uma ou mais das cinco forças exercem intensa pressão. A partir desta afirmação podemos concluir que as cinco forças competitivas tanto podem representar uma ameaça para a sobrevivência das corporações como podem contribuir diretamente para o sucesso de um negócio. Sendo elas:

- * Novos Entrantes
- * Fornecedores
- * Substitutos
- * Concorrentes
- * Compradores

A relação entre cada força competitiva está representada na figura seguinte:

Figura 3: Representação gráfica das Cinco Forças de Porter



Fonte: Wikipédia.

Na sequência um detalhamento das cinco forças competitivas:

- **Ameaça de novos entrantes**

A empresa deve considerar a entrada de potenciais rivais, que podem entrar no mercado para concorrer com seus produtos de forma efetiva.

Hooley, Piercy e Nicoulaud (2011, p.56) “Os novos entrantes podem utilizar tecnologia existentes da indústria ou podem tentar revolucionar o mercado por meio de avanços. De fato, a substituição tecnológica pode vir de novos entrantes ou de empresas existentes que passam a fazer as coisas de maneira nova”.

Segundo o autor existem barreiras que quando baixas, facilitam a entrada de novos concorrentes, tais barreiras são:

- Custos de entrada no mercado baixos.
- Canais de distribuição novos ou existentes disponíveis para uso.
- Pouca retaliação competitiva.
- Diferenciação entre os operadores baixa.
- Lacunas no mercado.

Churchill e Peter (2010) enfatiza que os casos de novos ingressantes no mercado são particularmente grandes quando o sucesso de empresas anteriores indica demanda por determinados produtos.

- **Poder de barganha dos fornecedores.**

Segundo Porter (1979): para uma empresa o fornecimento de matérias-primas, componentes e serviços pode ser uma fonte de poder. Porém os fornecedores podem exercer poder de barganha sobre algumas empresas, se caso houver: inexistência de bons substitutos para seus produtos, o produto do fornecedor ser diferenciado, existir custos elevados de transferência de fornecedores, demonstração de potencial na elaboração de melhor insumo (podendo, inclusive, avançar no terreno da fabricação e distribuição dos produtos a partir do insumo) etc. Os fornecedores podem aumentar os preços e reduzir a qualidade de mercadorias e serviços, o setor de negócios em questão não tem representatividade no faturamento deste fornecedor. Com estas questões em vista, cabe a empresa identificar a atual relação da empresa com seus principais fornecedores. Então quando a posição do fornecedor para barganhar é

muito forte, cria-se uma situação de dependência crítica para as empresas-cliente consumidoras de seu insumo.

O poder de negociação dos compradores tende a ser maior quanto mais difícil acesso aos canais de distribuição, decorrente da existência de grandes conglomerados econômicos aliada às significativas barreiras à entrada em determinado setor, conhecimento de mercado pertencente às empresas estabelecidas, contratos com fornecedores, barreiras legais e regulatórias, ponto comercial, produtos comprados a indústria não forem diferenciados, grau de concentração dos clientes superar o da indústria vendedora, o custo de mudança de fornecedores for fraco economias de escala, e fidelidade dos consumidores as redes instaladas. A opção de o próprio comprador fabricar o produto é financeiramente viável.

- **Ameaça de produtos substitutos**

Sabe-se que nos dias de hoje a competição entre as empresas está cada vez mais acirrada, motivada por causas como globalização, aperfeiçoamento e surgimento de novas tecnologias, bem como clientes cada vez mais exigentes. O conjunto destes elementos torna o mercado dinâmico que exige das empresas rápidas respostas a mudanças de comportamento dos consumidores, caso contrário correm um grande risco de verem seus produtos ou serviços se tornarem obsoletos e serem substituídos por novos.

Para Porter (1989) a possibilidade de surgimento de substitutos de um negócio é um dos cinco fatores que devem ser analisados para medir as forças competitivas de um empreendimento em relação a elementos do ambiente externo que interferem diretamente na rentabilidade da empresa, na medida que influenciam nos preços que as empresas podem cobrar. Para ele existem os Determinantes da Ameaça de Substituição que são: desempenho do preço relativo dos substitutos, custos de mudança e propensão do comprador a substituir.

Rivalidade entre concorrentes

Uma das maiores dificuldades da empresa entrante em seu ramo são os concorrentes, pois irá competir com empresas já estáveis em seu negócio, com isso enfrentará uma jornada difícil para conquistar a confiança de consumidores.

Conforme Hooley (2011, p. 54) explica, as 5 condições que medem a rivalidade entre concorrentes:

Quando as empresas possuem o tamanho equilibrado de participação no mercado, elas tendem a ter uma competição mais acirrada, com altos investimentos em publicidade, produtos com pouca variação de preços entre eles e a necessidade de lançamento contínuo de produtos.

No momento em que o mercado se encontra com baixo crescimento, isso faz com que os consumidores se tornem mais seletivos, conquistando a preferência de compra a empresa que lançar o melhor preço que se enquadra com a sua necessidade. Isso gera um alto índice de competitividade, ganhando a que se adaptar melhor a situação atual do mercado.

Quando há impedimentos de saída do ramo de seu negócio, se a empresa investiu uma grande quantidade de recursos financeiros ou com possíveis elevados custos com a demissão de pessoal é criado um empecilho psicológico no caso da mudança de nicho. Com essas barreiras de saída de mercado o empresário pensa, já que não é favorável o desligamento da empresa, então é mais vantajoso aprimorar cada vez mais o seu negócio tornando um concorrente cada vez mais forte.

Se o produto difere pouco em relação aos outros, os consumidores não encontrarão vantagens na troca do que é novo no mercado, aumentando ainda mais a concorrência com a busca intensa de diferenciação entre empresas do mesmo ramo.

No caso de o produto obter custos fixos maiores que os custos variáveis, e para supri-los é necessário um volume muito grande de vendas, assim deixando acirrada a concorrência na busca de cada vez mais consumidores.

Poder de barganha dos clientes

Para Kloter (2006) o que Michael Porter analisou ao criar as cinco forças competitivas é que o poder de barganha dos compradores cresce à medida que eles se organizam e se concentram, quando o produto representa uma parcela significativa dos custos do comprador, quando o produto não é diferenciado, quando os custos de mudança dos compradores são baixos, quando os compradores são sensíveis a preço devido as margens de lucro baixas, ou quando podem integrar estágios anteriores da cadeia produtiva. Para se proteger, as empresas devem selecionar compradores que possuam menor capacidade de negociação e de mudança de fornecedor. A melhor defesa consiste no desenvolvimento de ofertas superiores, que não possam ser rejeitadas por compradores de peso.

Análise de ambiente baseada nas 5 forças de Porter

Devido ao crescimento do setor, mediante a procura dos pais, em consequência principalmente do aumento das mulheres no mercado de trabalho, a ameaça de entrada de novos concorrentes é significativa, pois, torna-se assim um negócio com grande possibilidade de retorno que se espera do investimento, por esse motivo, além de trabalhar com horários diferentes a empresa irá investir em segurança, pois, acredita-se que os pais priorizam acima do horário onde as crianças fiquem também a segurança.

O empreendimento Pequenos Sonhadores não sofrerá com o poder de negociação dos fornecedores, pois os materiais adquiridos e alimentos serão comprados em pequenas quantidades e encontrados em supermercados e redes de papelarias e suprimentos.

Embora as necessidades dos clientes mudem ao passar do tempo, no momento são poucas as possibilidades de surgirem substitutos para os Day Cares, tendo em vista que este se apresenta como um serviço novo no mercado brasileiro. O modelo de Day Care já é uma substituição aos modelos de creches convencionais e aos serviços prestados por babás. Tendo algumas vantagens competitivas sobre esta como maior flexibilidade de tempo e custos mais baixos para os clientes respectivamente. Outra possibilidade de substituição seria as próprias mães voltarem

a ser responsáveis pelos cuidados dos filhos em tempo integral, mas esta tem uma chance bem remota de acontecer já que para isto teriam que abrir mão de suas carreiras e de todas as conquistas alcançadas no ambiente profissional.

Com a análise dessas condições a empresa não possui muitos concorrentes com serviço similar, a empresa oferece um serviço com o patamar de qualidade mais elevado comparado com o padrão de cuidados com crianças encontrados no mercado.

Atualmente o mercado se encontra em baixa em relação aos anos anteriores, com isso fazendo com que os pais extinguem o serviço de babás particulares por conta dos altos custos de contratação, pagando além do salário os custos sociais como fundo de garantia, férias, hora extra, entre outros. O Day Care oferece a mesma comodidade e segurança como se estivesse com uma babá particular, mas com a flexibilidade de utilização do serviço, tudo isso com o custo menor.

Um forte concorrente no ramo de cuidado de crianças são as creches, se essas empresas observarem que o serviço de Day Care é uma tendência vantajosa, podem aprimorar os seus estabelecimentos e transformar suas creches em Day Cares facilmente, e por já serem uma empresa renomada no ramo, podem adquirir uma grande parcela dos clientes potenciais.

O serviço de Day Care possui muitos diferenciais comparados com as creches comuns encontradas no mercado. Com a flexibilidade de horários, câmeras de segurança que os pais podem ver como estão seus filhos ao vivo online pelo computador, tornando o negócio muito mais atrativo e vantajoso.

Os custos fixos serão supridos com relação a quantidade de crianças necessários para poder equilibrar as contas, trabalhado com uma quantidade mínima segura de crianças na unidade.

Os consumidores tendem a fazer uma procura de um produto/serviço que leve em consideração o custo benefício, ou seja, os clientes da empresa Pequenos Sonhadores Day Care, tendem a equilibrar o que é oferecido de serviço com o valor cobrado, essa barganha pode ter como base os preços cobrados em creches particulares comuns que já existem em grande quantidade no mercado, independentemente dessa organização se diferenciar dos demais serviços de creche oferecidos, os clientes ainda irão tentar estabelecer comparações que façam com que hajam reajustes tanto nos preços como nos serviços disponibilizados.

Este tipo de troca tem como base entrar em um consenso entre os clientes e a organização, mesmo que suas necessidades irão ser supridas ainda relutam, e mesmo assim a empresa deve ser estruturada para que haja uma negociação favorável para ambos os lados, pois para a organização há pontos positivos que podem ser tirados desse contexto, pois assim a empresa passará a entender melhor o que os seus clientes almejam.

4.3 Estudos dos Clientes (Público Alvo)

A definição do público alvo talvez seja uma das partes mais críticas e importantes de um negócio, já que o cliente é a parte fundamental de uma empresa, afinal os serviços e produtos podem ser os melhores e mais excelentes do mercado, porém se não forem direcionados ao público certo, não trará os resultados esperados pelos empresários. Desta forma, pode-se concluir que um negócio de sucesso depende de uma boa estratégia em relação ao seu público ou mercado alvo, ou seja, quem serão os clientes da empresa e para quem estará voltada a estratégia, pois, só é possível desenvolver um posicionamento competitivo quando os alvos estão claramente identificados.

Para Day (1992) o mercado pode ser definido de duas maneiras, sendo elas, com base no cliente, que leva em consideração produtos e serviços que podem ser substitutos em espécie e atendem às mesmas necessidades e problemas do consumidor, e de outra forma o mercado pode ser definido por seus concorrentes, onde a atenção é voltada para aqueles que são capazes de atender semelhantemente às necessidades de um grupo de consumidores.

Deve-se levar em consideração, que público alvo não é a mesma coisa que setores ou produtos, mas sim grupos de consumidores com necessidades e problemas semelhantes.

4.3.1 Segmentação

Certo (2005), define segmentação de mercado como "o processo de dividi-lo em grupos de consumidores similares e selecionar o (s) grupo (s) mais adequado (s) para o atendimento da organização." Quando uma empresa decide desenvolver e levar ao mercado um determinado produto ou serviço, ela precisa ter bem claro em que pedaço deste mercado irá trabalhar, ou seja, qual segmento de mercado irá explorar e para qual público deseja ofertá-lo. Levando em consideração que os clientes possuem diferentes características, percepções e expectativas seria impossível que uma única empresa ofertasse algo que pudesse atender a todas as necessidades e desejos de todos os clientes existentes.

As estratégias do plano de marketing devem ser traçadas com base no perfil dos clientes que se deseja atender. Quando se sabe exatamente o que o cliente está buscando ao adquirir/consumir determinado produto/serviço fica mais fácil traçar o caminho para conquistá-lo.

Brangs (2002) afirma que o sucesso ou fracasso de um negócio depende do quanto ele consegue atender as percepções, desejos e expectativas do mercado. Por isso aprender quem são os clientes reais e potenciais, porque compram de você ou do outro e o que poderá ser feito para conseguir mais clientes, é a única opção.

"Seu plano de Marketing oferece uma maneira de definir, compreender e satisfazer seu mercado-alvo." (Bangs, 2002)

Ainda segundo Certo (2005), a definição de mercados em particular geralmente é feita por meio de pesquisas amplas, onde diversas bases são utilizadas em conjunto para segmentar esses mercados e definir perfis de consumidores. Basicamente são quatro bases de segmentação que dividem os mercados de consumo e industriais: geográfica, demográfica, psicográfica e de benefício.

A seguir as variáveis que estão envolvidas em cada uma destas bases:

Geográfica

- Região: Litoral Sul, Litoral Nordeste, Centro-Oeste, Centro-Sul, Serras, etc;
- Densidade demográfica: menos de 5.000, entre 5.000 e 19.999, de 20.000 a 49.999, etc;
- População: urbana, suburbana, rural;
- Clima: quente, frio;

1. Demográfica

- Idade: menos de 6, 6-12, 13-19;
- Sexo: masculino, feminino;
- Tamanho da família: 1-2, 3-4, + 5;
- Ciclo de vida familiar: jovens solteiros, jovens casados, sem filhos, com filhos jovens com menos de 6 anos, outros.

2. Psicográfica

- Classe social: baixa-baixa, baixa-alta, baixa-média, alta-média, baixa-alta, alta-alta;
- Estilo de vida: conservador, sofisticado, liberal;
- Personalidade: submisso, agressivo, extrovertido;

3. Cognitivo e comportamental

- Atitudes: positiva, negativa, neutra;
- Benefícios procurados: conforto, economia, prestígio;
- Fase de aptidão: desatento, atento, informado, interessado, desejoso, outros.

Segmentação da Pequenos Sonhadores Day Care

Para definir o segmento de atuação da empresa Pequenos Sonhadores Day Care foi utilizada a combinação das seguintes variáveis das bases:

Geográfica - Região

Inicialmente, os clientes que a empresa atenderá residem e/ou trabalham na Zona Sul da cidade de São Paulo - SP, mais especificamente nos bairros Chácara Santo Antônio e Brooklin.

Está região foi escolhida por ser composta de áreas comerciais e residenciais com grande trânsito diário de pessoas e muitas vias de acesso nas proximidades, como a Avenida Santo Amaro, Avenida Professor Vicente Rão, Avenida Roque Petroni Júnior entre outras, o que facilitaria para os pais levarem seus filhos até o local do Day Care, localizado próximo de suas casas ou a caminho de seus trabalhos.

Demográfica - Ciclo de vida da família e renda

Os clientes que contratarão os nossos serviços serão famílias ou pais solteiros com filhos na fase pré-escolar com idade de 6 meses a 4 anos, com renda média de R\$ 2.565,00 à R\$ 12.926,00.

Psicográfica - Classe social e estilo de vida

As pessoas que possuem uma renda de R\$ 2.565,00 à R\$ 12.926,00 mensal são classificadas como pertencentes as classes B e A.

A maior parte dos nossos clientes serão pessoas com estilo de vida agitado, com uma rotina diária marcada por muitos compromissos de trabalho e diversas atividades pessoais.

Cognitivo e comportamental - Benefícios procurados e taxa de uso

Os serviços serão voltados para pais que procuram um lugar que ofereça comodidade, conforto e segurança para seus filhos, em ocasiões esporádicas ou regularmente.

4.3.2 Perfil do Público-alvo

Para Hooley (2001), uma das decisões mais fundamentais que colocam perante uma empresa é a sua escolha do mercado ou dos mercados a que ela deve atender. Infelizmente muitas empresas entram em mercados sem ponderar se são ou não adequados a elas. Eles são escolhidos simplesmente porque parecem atraentes para os produtos ou serviços da empresa.

Para Hartline (2010), o gerente de marketing deve examinar as situações atual e futura com respeito aos consumidores nos mercados-alvo da empresa. Durante a análise, as informações coletadas deverão identificar: os consumidores atuais e potenciais da empresa, as necessidades predominantes dos consumidores atuais e potenciais, as características básicas dos produtos e dos concorrentes percebidas pelos consumidores como algo que satisfaz suas necessidades e mudanças previstas nas necessidades dos consumidores.

Ao avaliar os mercados-alvo da empresa, o gerente de marketing deve tentar entender todo comportamento relevante do comprador e as características de uso do produto. Um dos métodos pelos quais o gerente pode coletar essas informações é o Modelo 5W: Quem (*who*), o que (*what*), onde (*where*), quando (*when*) e porque (*why*). Organizações que sejam verdadeiramente orientadas para o mercado ou para o consumidor devem conhecer seus consumidores suficientemente bem, de modo a ter fácil acesso a informações que respondam essas perguntas. Caso contrário, a organização talvez precise conduzir pesquisas primárias de marketing para entender plenamente seus mercados-alvo.

Quem são os clientes atuais e potenciais?

Os potenciais clientes são pais com rotina normalmente atribulada, que precisam de uma alternativa segura e flexível para recorrer em ocasiões especiais,

como nos dias em que é preciso ir ao cabeleireiro, ao supermercado ou à reunião no meio da tarde, quando precisam deixar os pimpolhos sob os cuidados de profissionais treinados e confiáveis, por algumas horas. Também aqueles que precisam de supervisão para seus filhos em tempo integral.

O público-alvo da Pequenos Sonhadores, abrange principalmente mães e pais solteiros ou casados de todas as faixas etárias, que ocupam cargos como empresários, executivos, gerentes, secretárias, médicos, dentre outros.

Este público está presente nas regiões do Brooklin e Chácara Santo Antonio, pertencentes a classe B e A, consideradas com renda média de R\$ 2.565,00 à R\$ 12.926,00. Conforme tabela de classificação econômica da ABEP – Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa, com base nos dados do levantamento socioeconômico 2010 do IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística.

Tabela 7: Classificação Salarial (ABEP)

Classe	Pontos	Renda média familiar (Valor Bruto em R\$)
		2010
A1	42 a 46	12.926
A2	35 a 41	8.418
B1	29 a 34	4.418
B2	23 a 28	2.565
C1	18 a 22	1.541
C2	14 a 17	1.024
D	8 a 13	714
E	0 a 7	477

Fonte: ABEP (Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa), 2012

4.3.3 Tamanho e Potencial da demanda

De acordo com Maximiano (2006) a demanda caracteriza o comportamento dos compradores. A quantidade demandada de um bem ou serviço é a quantidade que os compradores desejam e podem comprar. A demanda de mercado é a somatório das quantidades individuais demandadas pelos membros de uma população.

Em uma pesquisa divulgada pela Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ) com base no Censo 2012 do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais

Anísio Teixeira (Inep), pode-se verificar que de 36,6% das matrículas em creches no Brasil ainda estão em instituições privadas nesta taxa encontram-se crianças com idades de 0 a 3 anos. Já 63,1%, estão sob a responsabilidade direta dos municípios, ou seja, são instituições públicas. Quando a faixa etária das crianças sobe para 4 e 5 anos as creches privadas passam a representar apenas 24,7% dessas vagas, o restante está dividido entre creches do estado e do município.

A empresa Pequenos Sonhadores vê em sua fatia de mercado uma demanda significativa no número de crianças que podem frequentar o que o espaço oferece, pois, além de proporcionar o que as creches convencionais oferecem, ainda irá agregar aspectos que muitas dessas creches deixam a desejar como o caso do horário de funcionamento além dos serviços disponibilizados.

Outro ponto importante que pode ser agregado na demanda da Pequenos Sonhadores é que muitos pais procuram por babás que possam estar presentes em períodos diferenciados, porém estas babás costumam cobrar o dobro do preço, como é um mercado em potencial crescimento ainda há a questão de salários e encargos que geram ainda maiores custos para os pais, além do aspecto da segurança que é o principal motivo de preocupação dos pais.

Analisando uma pesquisa divulgada pelo SEADE (Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados) feita pelo Índice Paulista da Primeira Infância (IPPI) em parceria com o Governo do estado de São Paulo e a Fundação Maria Cecília Souto Vidigal, referente à importância dos cuidados com as crianças pode-se verificar que ainda há certa defasagem quando o assunto é cuidados e educação infantil e que a compreender perfil dessa nova demanda é essencial para planejar melhor a expansão do atendimento às crianças. E que apresentar para os pais uma melhor opção de onde deixar suas crianças nos seus primeiros anos de vida demanda mais ainda aspectos de larga escala, pois estes serviços requerem um planejamento mais esboçado.

Esta pesquisa também coletou dados sobre a demanda por educação infantil (incluindo creches e pré-escolas) na Região Metropolitana de São Paulo (RMSP), caracterizando-a em diversas dimensões.

A população de crianças para atendimento da educação infantil compreende aquelas que frequentam creche ou pré-escola somadas às que não frequentam, mas

que estão à procura ou já procuraram vagas. A pesquisa, que é representativa para o conjunto de domicílios da RMSP com pelo menos uma criança com idade entre 0 e 5, constatou que, do total de 1,7 milhão de crianças de zero a cinco anos, 1,3 milhão (ou 75%) formam o público que demanda educação infantil. Assim, existe um conjunto importante de crianças (425 mil) que não frequentam educação infantil e não estão à procura de vagas.

Juntamente com dados analisados pela fundação SEADE, estimasse que no ano de 2017 a população pertencente a faixa etária de 0 a 4 anos de idade residente no distrito de Santo Amaro, onde está localizada o bairro da Chácara Santo Antônio seja projetado para um total de 3.617 crianças nessa faixa de idade.

Também em pesquisa realizada pelo Site UOL pode-se ter uma dimensão do que os pais acabam gastando com serviços de babás que muitas vezes é inviável para o que eles realmente procuram, e também faz uma relação do custo benefício com este tipo de profissional.

Hoje o que os pais mais buscam no mercado são babás com uma formação profissional adequada para cuidar dos seus filhos, porém quanto maior a formação, melhor e mais alta é a remuneração exigida. Essa é uma das premissas do atual mercado de babás no Brasil. A procura por profissionais que possuem o conhecimento de outros idiomas, cursos superior ou específico na área do desenvolvimento infantil têm crescido no segmento brasileiro, segundo Taluana Adjunto, dona da agência Elite Care. Pode-se concluir que com a melhor preparação dessas babás para o mercado de trabalho, mais os pais terão que gastar para que seus filhos possuam os cuidados adequados.

De acordo com a sócia da agência Alô Babá Renata Simonetti Marchetti, uma profissional com maiores qualificações pode ganhar até R\$ 3.000. “Uma babá mais qualificada, ou seja, com mais de cinco anos de experiência, que fale outro idioma e/ou tenha formação superior ficaria em torno de R\$ 1.500 a R\$ 1.800 para não dormir no emprego e entre R\$ 2.300 e R\$ 3.000 para dormir na residência em que irá trabalhar.

Embasados por essas pesquisas, a Pequenos Sonhadores Day Care entende que há uma oportunidade de negócio no segmento. Chegou-se a essa conclusão

porquê de acordo com os dados apresentados o crescimento no mercado de cuidados infantis, seja em creches, ou por babás é um mercado em potencial expansão e no contexto que a sociedade se encontra hoje, onde a segurança e a relação do custo benefício, são quesitos indispensáveis para a contratação de um serviço a empresa Pequenos Sonhadores vê nessa gama de mercado uma oportunidade para prestar seus serviços. O que a empresa procura levar para o mercado é mais que a junção do que é oferecido por creches convencionais e babás, dois segmentos em crescimento. A empresa procurar unir isso em um espaço agregando valor a seus serviços, com a customização dos mesmos para que a exigência do cliente seja atendida. Já que o número de crianças em instituições privadas está em expansão é oportuno que a Pequenos Sonhadores possa oferecer algo a mais para aqueles que pretendem matricular seus filhos nas creches particulares.

4.4 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E/OU SERVIÇOS

O composto de marketing ou mix de marketing é a junção de ferramentas táticas utilizada pelo marketing que são combinadas para adquirir uma determinada resposta do mercado-alvo. Essa ferramenta é utilizada para influenciar diretamente na demanda de seu produto. Esse composto é dividido por 4 variáveis: Produto, Preço, Promoção e Praça, que são chamados de 4Ps.

Produto: é o conjunto de bens e serviços que a empresa dispõe no mercado.

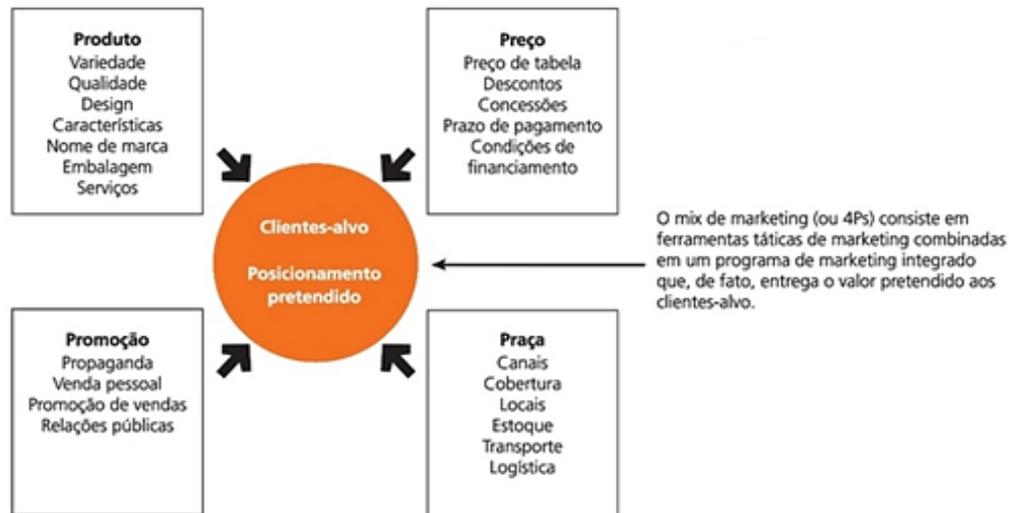
Preço: é o valor monetário que o cliente deve pagar para receber em troca o produto oferecido pela empresa.

Promoção: são métodos utilizados pelas empresas para enfatizar os pontos fortes de seus produtos para convencer seu público-alvo a adquiri-los.

Praça: local que a empresa está alocada para exercer suas atividades e utilizar como canal para ofertar seus produtos e/ou serviços para seu público alvo.

A seguir um diagrama demonstra como os 4Ps e suas variáveis influenciam no público-alvo. (Kotler e Armstrong, 2015, p. 58)

Figura 4: Definição de marketing e processo de marketing



Fonte: KOTLER, P. e ARMSTRONG, G., 2015, p. 58.

O que é produto

Segundo Luciano Crocco (2010) produto é algo ofertado no mercado para ser adquirida, usada ou apreciada.

Para Honorato (2004, pag. 172) produto é tudo que pode ser vendido para suprir os desejos e a satisfação de um cliente.

Todos os produtos são compostos por dois componentes, o tangível que é oferecido pela sua forma física, o que o consumidor consegue visualizar e apalpar, e o outro que é o serviço que pode vir juntamente com o que foi adquirido de forma intangível. Os produtos também podem ser intrinsecamente um serviço como ideias, instituições e consultorias.

O que é serviço

O serviço é considerado por muitos uma categoria independente, mas é também uma forma de produto que possui características que a diferencia, como a intangibilidade (não possui uma forma física), a inseparabilidade (não pode ser separado de seu prestador), a variabilidade (depende do local de atividade, de quem

fornece e de como é oferecido), a perecibilidade (o serviço não pode ser estocado). Todas essas variáveis constituem a forma de serviço. (Crocco, 2010, pag. 35)

Segundo a *American Marketing Association (AMA)*

Serviços são produtos intangíveis, ou pelo menos o são de forma substancial. Se totalmente intangíveis, são comercializados diretamente do produtor para o usuário, não podem ser transportados nem armazenados e são quase instantaneamente perecíveis. Os produtos de serviços são frequentemente difíceis de ser identificados, uma vez que passam a existir ao mesmo tempo em que são comprados e consumidos. São compostos de elementos intangíveis inseparáveis, geralmente envolvem a participação do cliente de alguma maneira importante, não podem ser vendidos no sentido de transferência de propriedade e não tem direito de posse. (Citação retirada do livro “Conhecendo Marketing, Honorato, 2004, pag. 194”)

Níveis de produto

Kotler e Armstrong (2003, p. 205) informam três níveis que o produto pode apresentar: benefício central, é o porquê de sua existência, o motivo pelo o qual o consumidor está adquirindo-o, esse compõe o primeiro nível. O produto básico é formado pelas suas principais características, engloba a qualidade que o produto oferece, nome da marca, design e embalagem, estabelecendo o segundo nível. O produto ampliado é o terceiro nível, envolve os serviços adicionais, como garantia, entrega, instalações e créditos.

A seguir uma demonstração de níveis de produtos:

Figura 5: Níveis de produtos



Fonte: Os autores

Classificação de produtos

Existem várias formas possíveis de classificar produtos, uma delas é considerando sua durabilidade, que tem como referência o tempo de vida do produto após ser adquirido pelo consumidor. Podendo ser classificados como, duráveis (resiste por muito tempo mesmo depois de várias utilizações, um automóvel por exemplo). Não duráveis (resiste pouco tempo, ou se extingue após poucas utilizações, por exemplo produtos alimentícios e higiênicos). E por último temos os serviços (diferente dos anteriores ele não possui uma durabilidade, ele deixa de existir ao final de sua execução). Outra classificação muito utilizada leva em consideração o tipo de consumidor que adquiri o produto, sendo ele bem de consumo ou bem empresarial, logo deverá saber quem irá utiliza-lo se é uma pessoa ou uma empresa. Dependendo de qual consumidor irá utiliza-lo ele será um bem de consumo ou um bem empresarial. (Crocco, 2010).

Bem de consumo

Segundo (Crocco, 2010, p. 36 à 38), os bens de consumo possuem quatro classificações:

- Bens de conveniência

São produtos facilmente comprados e diversas vezes, pois não agregam muito envolvimento. Normalmente são baratos e facilmente encontrados em vários pontos de vendas. Por exemplo, produtos de fins alimentícios, de limpeza e higiene cotidiana.

- Bens de compra comparada

São produtos que dependem muito da avaliação do consumidor, por que são comprados com menos frequência pela necessidade de verificar diversas características como adequação, estilo, preço, qualidade, dentre outros. O consumidor utiliza bastante de seu tempo em busca de informações para comparar com os produtos similares. Comumente possuem o preço mais elevado, utilizando de grande exposição visual com propagandas para atrair a preferência do consumidor. Neste tipo de bem existem duas subclassificações, bens de compra comparada homogênea, que são muito similares, dificultando a decisão do consumidor, e bens de compra comparada heterogênea, são bens que são da mesma classe, mas possuem características diferentes, fazendo com que o consumidor tenha dificuldades em avalia-las para a tomada de decisão.

- Bens de especialidades

É um produto que de alguma maneira o torna especial por possuir características únicas. Normalmente sua distribuição é limitada em poucas lojas, por ser um produto exclusivo, por isso é exigido muito esforço por parte do consumidor para sua aquisição. São produtos de artigo de luxo ou muitas vezes um produto muito específico para um público.

- Bens não procurados

São bens que são desconhecidos ainda pelo consumidor, ou apenas lembrado quando uma situação específica ocorre. Pode ser produtos novos no mercado ou produtos que não são essenciais para a vida do cliente, por isso a desconhecem.

O quadro a seguir esboça tipos de bens de consumo e as táticas de Marketing mais utilizadas por cada uma:

Tabela 8: Tipos de bens de consumo e táticas utilizadas:

Tipos de bens de consumo	Comportamento do consumidor	Preço	Distribuição	Comunicação
Bens de conveniência	Compra frequente e que exige pouca busca de informação e comparação. Baixo envolvimento	Geralmente baixo	Distribuição intensiva em muitos pontos de venda	Muita propaganda e divulgação em mídia de massa
Compra comparada	Compra menos frequente e que exige maior esforço na comparação entre marcas e outros atributos. Geralmente apresenta um envolvimento maior.	Médio	Distribuição mais seletiva em menor número de pontos de venda	Muita propaganda e venda pessoal por parte de fabricantes e revendedores
Especialidade	Compra de alto envolvimento, em geral exige fortes preferências de marcas	Geralmente alto	Distribuição exclusiva em poucos pontos de venda	Divulgação cuidadosa e em mídias selecionadas

Fonte: CROCCO, 2010, p. 38.

- Bens empresariais

Os bens empresariais são comprados para uso exclusivo na empresa, seja no auxílio para fabricação de seus produtos ou mesmo em na gestão de negócio. Esses bens são classificados em 3 tipos:

- Bens Materiais e peças

São adquiridos para utilização na linha de produção, que são matérias-primas e outros materiais e peças que compõem a produção.

- Bens de capital

São bens usados para a fabricação de outros bens, como instalações e máquinas, ou seja, o ativo fixo das indústrias.

- Bens de suprimentos e serviços

São bens comprados para auxiliar na execução das atividades empresariais, como matérias de escritório, serviços terceirizados como consultorias, contador, advogados, ou na fabricação como óleos lubrificantes, ferramentas e pregos.

Ciclo de vida do produto

Para Hooley (2011) o ciclo de vida do produto é uma ferramenta crucial para a visualização do desenvolvimento do seu produto no ambiente competitivo do mercado.

Todos os produtos chegam em seu limite em um determinado momento, até surgir uma alternativa melhor para o problema do cliente.

Grande parte dos produtos tem a trajetória do ciclo de vida semelhantes que são facilmente previsíveis.

Ao decorrer do tempo irá surgir no mercado oportunidades e desafios que impactará o produto ao transcorrer do ciclo de vida.

As empresas devem obter estratégias para adaptar-se à essas oscilações que poderá ocorrer ao longo de seu curso.

O ciclo de vida consiste em quatro fases a introdução, crescimento, maturidade e declínio.

- Introdução

O produto está iniciando no mercado, no começo de seu lançamento as vendas normalmente são mais lentas, pelo fato de que os clientes ainda o desconhecem e sua distribuição ainda é limitada.

Se o produto for uma novidade no mercado, que não foi explorado por ninguém, enfrentará pouca concorrência ou até mesmo nenhuma, isso fará com que a empresa seja pioneira e reconhecida entre os consumidores.

Já que a empresa tem um produto inovador e desperta a atenção dos clientes, isso faz com que atraia olhares de concorrentes que deseja essa parcela de mercado, surgindo assim produtos similares que chama a atenção dos consumidores. Com essa ameaça acontecendo a empresa deve construir uma estratégia já na fase de introdução para driblar esta situação.

- Crescimento

Nesta fase as vendas têm um aumento considerável à medida que atrai vários tipos de clientes que compram diversas vezes o mesmo produto. É nesta fase que os concorrentes iram perceber a aceitação do produto no mercado e seu potencial de lucros. Eles podem modificar o produto que está em ascensão ou até mesmo melhorar ou ingressar no mercado com próprios produtos similares ao seu.

Os concorrentes também podem utilizar de táticas de propaganda, enfatizando os atributos que seu produto tem de melhor para atrair a atenção do consumidor ou mesmo diminuir bastante o preço de venda.

- Maturidade

Esta é uma das fases que começa a desacelerar significativamente seu crescimento, estacionando em um estado linear. É um estágio que pendura mais que os anteriores, e um dos mais desafiadores. Uma fase que a maioria dos profissionais de marketing conhecem e tem que lidar com os outros produtos já maduros e consolidados no mercado. Esse é um estágio que exerce forte concorrência,

fragmentação do mercado e gera um grande declínio no lucro, devido a capacitação excessiva da indústria. Com esse cenário os concorrentes começam a abrir novos nichos inexplorados e também entrar em disputas de preços. Essa forte influência pode impactar nos concorrentes de menor porte por não conseguirem lidar com essa situação, assim muitos desistem e saem do mercado, tornam-se fornecedores para as grandes empresas ou até mesmo são compradas por elas para aumentar sua participação no mercado. Muitos dos que permanecem só conseguem utilizando de estratégias com vendas em grande volume com pouca margem de lucro em nichos de mercado. A maioria das empresas tentarão mudar a tendência e renovar seus CVPs, ou até mesmo criando novos seguimentos expandindo o seu mercado.

- Declínio

Nesta fase as empresas podem enfrentar o declínio lento ou rápido de suas vendas. Essa situação pode ser gerada por melhores soluções, como novas tecnologias melhorando um produto que já existia no mercado, o consumidor mudar sua preferência ou até mesmo uma forte concorrência, sendo ela nacional ou internacional.

Descrição de serviços do Pequenos Sonhadores Day Care

O Day Care terá pacotes com possibilidades de horas avulsas, meio período, período intermediário, período integral e com pacote mensal, assim o cliente pode escolher o que melhor se encaixar em sua rotina.

O cliente fará a matrícula de sua criança e se escolher um pacote mensal a criança irá normalmente durante o mês corrido, se escolher meio período o cliente fará um pacote que a criança irá somente nos dias determinados por ele que ficará na Day Care, com as opções de 4 à 6 horas diárias no meio período, o intermediário de 7 à 9 horas e o período integral de 14 horas. Tem ainda a opção de acrescentar horas avulsas integrando em nossos pacotes.

O horário de funcionamento será das 6:00 horas da manhã até as 20:00 horas com possibilidade prorrogar até as 22:00 horas da noite, de segunda a sexta e aos

sábados das 8:00 da manhã até as 14:00 horas. As crianças terão uma rotina, todos os dias começarão com o café da manhã, logo depois um cochilo, uma atividade, em seguida virá o almoço, ao longo do dia farão atividades diversas e em intervalos de 2 horas comerão uma fruta, de tarde tomarão um lanche, já ao final da tarde elas irão jantar e depois tomarão banho.

Com relação as atividades da empresa terão:

Atividades que estimulará a coordenação motora e mental das crianças.

- Recreação com desenhos, massa de modelar, colagem, dobradura, entre outras.

Atividades ao ar livre:

- Parquinho com balanços, gangorras, escorrega e caixa de areia.

Momento natureza:

- O espaço contará com uma horta com legumes e verduras que as crianças irão plantar com a ajuda das cuidadoras e observarão o ciclo de vida de suas plantações e quando chegar o momento de colher elas irão provar o que plantaram.

Estimulo de aprendizagem de línguas estrangeiras como o inglês e o espanhol.

- Será com atividades de canto, brincadeiras e leitura de livros.

Brinquedoteca:

- Local com vários brinquedos de montagem, bonecas, carrinhos, pelúcias, entre outros para as crianças brincarem.

Hora da leitura para estimular o interesse em livros, o desenvolvendo intelectual e sua imaginação, além de acalma-las:

- Será um espaço com puffs e poltronas para se aconchegarem em um espaço calmo e silencioso com disposição de vários tipos de livros que as cuidadoras irão ler.

Momento da música:

- Espaço que as crianças irão sentar em roda com uma música infantil e todos irão acompanhar. Todos cantarão juntos, estimulando a interação entre as crianças e desenvolvendo a fala correta

Momento da dança:

- Ficarão em um espaço com música e as crianças desenvolverão a sua coordenação motora quando tentarem acompanhar todos na dança. É a hora que todas as crianças irão dançar e pular juntas.

Hora da fantasia:

- Será um local com fantasias diversas masculinas e femininas a disposição das crianças, elas mesmas pegarão e vão se vestir sozinhas, assim desenvolvendo a sua independência.

As crianças terão um cronograma diário com atividades diversas cada dia com um diferencial. Conforme tabela seguinte:

Tabela 9: Cronograma da Day Care

Cronograma da Pequenos Sonhadores Day Care											
segunda-feria		terça-feria		quarta-feria		quinta-feria		sexta-feria		sábado	
Hor.	Ativ.	Hor.	Ativ.	Hor.	Ativ.	Hor.	Ativ.	Hor.	Ativ.	Hor.	Ativ.
08:00	café da manhã	08:00	café da manhã	08:00	café da manhã	08:00	café da manhã	08:00	café da manhã	08:00	café da manhã
09:00	coch.	09:00	coch.	09:00	coch.	09:00	coch.	09:00	coch.	09:00	coch.
10:00	comer fruta	10:00	comer fruta	10:00	comer fruta	10:00	comer fruta	10:00	comer fruta	10:00	comer fruta
10:40	conh. línguas	10:40	momen natur.	10:40	conhec. línguas	10:40	fantasia	10:40	momen. natur.	10:40	hora da dança
11:50	almoç.	11:50	almoço	11:50	almoç.	11:50	almoç.	11:50	almoç.	11:50	almoç.
13:00	brinq.	13:00	recrea.	13:00	recrea.	13:00	momen. música	13:00	brinqu.	13:00	dia com o bichin.
14:00	parqu.	14:00	momen música	14:00	parqu.	14:00	hora da dança	14:00	parqu.	14:00	hora da leitura
14:40	comer fruta	14:40	comer fruta	14:40	comer fruta	14:40	comer fruta	14:40	comer fruta		
15:00	coch.	15:00	coch.	15:00	coch.	15:00	coch.	15:00	coch.		
16:00	lanche	16:00	lanche	16:00	lanche	16:00	lanche	16:00	lanche		
17:00	recrea.	17:00	brinqu.	17:00	fantasia	17:00	brinque.	17:00	fantasia		
18:00	jantar	18:00	jantar	18:00	jantar	18:00	jantar	18:00	jantar		
19:00	banho	19:00	banho	19:00	banho	19:00	banho	19:00	banho		
20:00	hora da leitura	20:00	hora da leitura	20:00	hora da leitura	20:00	hora da leitura	20:00	hora da leitura		

Fonte: Autores

4.5 ESTUDO DOS CONCORRENTES

A existência de concorrência em um mercado faz com que as empresas estejam sempre em busca de melhorias que sejam um diferencial em relação ao que é oferecido pelo concorrente. Quanto maior for a oferta de produtos similares mais opções de escolhas o cliente tem, portanto, isso o tornará mais exigente e as empresas terão que apresentar maiores esforços para conquistar sua preferência, ou seja, para os clientes quanto maior for a concorrência maior a possibilidade de ganho de benefícios em suas aquisições, mas para as empresas maior concorrência demandará maiores investimentos e conseqüentemente menos lucros.

Certo (2005), afirma que as empresas, para atrair clientes e tirá-los dos concorrentes, utilizam estratégias que envolvem competição de preços, batalhas de propagandas, introdução de novos produtos e melhores serviços.

Para Porter (2004) analisar os concorrentes potenciais pode ser tão importante quanto analisar aqueles já existentes. Para ele os itens que devem fazer parte da análise da concorrência são:

Metas Futuras – Conhecer as metas permitirá fazer previsões sobre os concorrentes quanto a sua satisfação com a posição em que se encontra e com os resultados financeiros, para a partir de então analisar as possibilidades de esse concorrente alterar sua estratégia e medir seu poder de reação a eventos externos e a manobras de outras empresas.

Hipóteses – As hipóteses dos concorrentes se dividem em duas categorias principais:

- As hipóteses do concorrente sobre si próprio – Exemplo: uma empresa pode si ver como tendo a melhor força de venda do mercado;
- As hipóteses do concorrente sobre a indústria e as outras companhias que dela participam – Exemplo: as forças, os recursos ou as habilidades de uma empresa podem ser sub ou superestimados pelos concorrentes.

Estratégia do Concorrente - “o terceiro item desta análise é o desenvolvimento da estratégia atual de cada concorrente. ”

Capacidades – O passo final do diagnóstico na análise da concorrência é a avaliação realista das capacidades de cada concorrente. Sua capacidade de iniciar ou reagir a movimentos estratégicos e de lidar com acontecimentos ambientais ou que ocorram na indústria serão determinados por seus pontos fortes e fracos.

Segundo Bangs (2002), “o acompanhamento constante do mercado permitirá que você se mantenha à frente de sua concorrência, seja ela nova ou antiga.”

Ainda de acordo com Bangs (2002), a constante análise da concorrência permitirá identificar boas práticas adotadas pelos concorrentes bem como evitar os erros cometidos por eles. Para se concorrer de forma eficaz poderá ser necessário alterar estratégias ou operações existentes.

Estudo da concorrência da Pequenos Sonhadores Day Care

Para a análise da concorrência foi feita uma pesquisa em sites institucionais dos principais Day Cares localizados na cidade de São Paulo – SP, com o propósito de identificar as vantagens e desvantagens que a empresa poderá apresentar em relação aos seus concorrentes diretos. As variáveis analisadas nesta pesquisa foram a localização, horários disponibilizados, a metodologia aplicada, a estrutura do estabelecimento e principais diferenciais de cada empresa. Os principais concorrentes de Pequenos Sonhadores Day Care são:

❖ Espaço Crescer

O Day Care Espaço Crescer está localizado na Av. Paulo VI, 136 - Sumaré - São Paulo - SP - CEP: 01262-010 (antiga Av. Sumaré, 1898). A escola funciona das 7:00 às 19:00hs, disponibiliza os seguintes pacotes:

- Período Integral (12hs) - 7hs às 19hs
- Período Intermediário (9hs) - Manhã: 7hs às 16hs / Tarde: 10 às 19hs
- 1/2 Período (6hs) - 7hs às 13hs / Tarde: 13hs às 19hs "Obs. - Em todos os casos podem ser acrescentadas horas adicionais, exceto no Período Integral."

O Day Care Espaço Crescer é voltado para o cuidado de crianças desde os seus primeiros meses até cinco anos de idade, sendo dividido em berçário (crianças que têm de 3 a 18 meses) e educação infantil (crianças que têm 19 meses a 5 anos). A programação diária é elaborada de acordo com a faixa etária da criança com o intuito de desenvolver seus potenciais por meio de atividades motoras, de comunicação e expressão, raciocínio lógico e artes.

O seu quadro de profissionais é composto por pedagogas, berçaristas, além de assessoria de pediatra, fonoaudióloga e psicóloga.

A alimentação é acompanhada por uma nutricionista responsável e é elaborada de acordo com as necessidades dos pequenos sendo fornecida por outra empresa especializada em refeições para crianças pré-escolares.

O Day Care Espaço Crescer organiza festas temáticas com fantasias como: Festa de Halloween, Noite da Balada, Festa Junina, etc.

A estrutura é organizada de forma prática e segura com diversos brinquedos disponíveis para as crianças.

A escola também oferece educação física, música, teatro e cursos extras de judô, ballet e natação.

❖ School Be Do - *Child Care*

Endereço: R. Pedralva, 276 - Alto de Pinheiros, São Paulo - SP, CEP 05467020
School Be Do - Child Care é um Day Care bilíngue, além do português também utilizam a língua inglesa, voltado para crianças de 0 a 4 anos.

- Horário de Funcionamento: das 7:30h às 17:30h, com opção de hora extra.

Oferecem pacotes para 4 horas de cuidados, 7 horas e período integral, não havendo necessidade de matricular a criança, basta entrar em contato com a escola com poucos minutos de antecedência.

O estabelecimento dispõe de um espaço que foi planejado e projetado para receber crianças pequenas com o objetivo de proporcionar um ambiente seguro e acolhedor aos alunos.

A escola conta com profissionais especializados que introduzem no cronograma diário das crianças atividades que envolvem música, circo e culinária, inclusive as crianças podem se alimentar de produtos extraídos de hortas orgânicas cultivadas por eles mesmos.

Por acreditar que a infância tem grande importância na formação de um indivíduo, a escola busca desenvolver projetos relacionados ao conceito de sustentabilidade com o propósito de que os pequenos desenvolvam desde cedo uma consciência ambiental. Um exemplo disso é o incentivo dado para que as crianças criem brinquedos com materiais reciclados, inclusive o uniforme é feito de garrafas pet recicladas.

❖ Passatempo

Localização: Rua Otávio Tarquínio de Souza, 1269 - Campo Belo –
CEP-04613003 SP.

Atendem crianças e jovens de 1 ano e meio a 14 anos de idade.

Os pais podem contratar os serviços por uma ou mais horas sem necessidade de matrícula do filho (s) ou por meio de pacotes mensais com o número de horas que desejarem.

Horários de funcionamento:

De segunda-feira a sexta-feira: das 7h às 19h com possibilidade de extensão mediante agendamento prévio;

- Sábados: das 9h às 13h - também é possível estender o horário havendo prévio agendamento;
- Domingo e feriado – Somente com agendamento.

As atividades são programadas de acordo com a faixa etária da criança, e os pais podem escolher entre os tipos de serviços oferecidos aquele que atenda às suas necessidades. Os serviços disponíveis são:

- Recreação e laser – Jogos, materiais para artes plásticas, brinquedos pedagógicos, biblioteca, atividades nos computadores com softwares especiais para crianças e jovens;
- Apoio escolar - acompanhamento pedagógico, reforço escolar, orientação nas lições de casa e pesquisas, ajuda na fase de alfabetização etc.;
- Artes plásticas - diversas atividades envolvendo pintura;
- Consultoria educacional - orientação psicopedagógica, orientação familiar para pais, *School Hunter* (ajuda para escolher uma escola para a criança), personalização e criação de atividades culturais e de lazer para cada família, desenvolvimento de material pedagógico para arte – educação;
- Alfabetização até o 5º; 6º ao 9º ano e ensino médio.

No período de férias a escola organiza uma programação especial com oficinas de pintura em tela, arte com sementes, customização de agendas e cadernetas, decoração de móbile em acrílico entre outras.

A escola conta com profissionais especializados e bilíngues que orientam e supervisionam todas as atividades desenvolvidas, além de um espaço agradável e alegre, com diversos ambientes. A alimentação contém refeições e lanches, já inclusos nos pacotes.

4.6. ESTUDO DOS FORNECEDORES

Segundo Porter (2004), a estabilidade e competitividade dos fornecedores, do ponto de vista estratégico, é aconselhável comprar de fornecedores que irão manter ou melhorar sua posição competitiva em termos de produtos e serviços. Esse fator assegura que a empresa comprará insumos de qualidade / custo adequados ou superiores de modo a assegurar sua própria competitividade. De modo similar, a escolha dos fornecedores que continuarão em condições de atender às necessidades da empresa minimizará os custos com troca de fornecedores.

Para Porter (2004), os fornecedores podem exercer poder de negociação sobre os participantes de uma indústria ameaçando elevar preços ou reduzir qualidade dos bens e serviços fornecidos. Fornecedores poderosos podem conseqüentemente sugar a rentabilidade de uma indústria incapaz de repassar os aumentos de custos em seus próprios preços.

Com base no referencial acima, será apresentada a relação dos principais fornecedores que serão utilizados para o day care Pequenos Sonhadores.

4.6.1. Fornecedores de móveis, utensílios, brinquedos e playground infantil

Serão utilizados os fornecedores de móveis e utensílios e brinquedos para mobiliar o Day care Pequenos Sonhadores, garantindo o conforto e diversão das crianças que frequentam o espaço.

Mercado Livre



Figura 6: Logo Mercado Livre

MercadoLivre é uma empresa de tecnologia que oferece soluções de comércio eletrônico para que pessoas e empresas possam comprar, vender, pagar, anunciar e enviar produtos por meio da Internet.

O Mercado livre fornecerá o balcão para recepção e armário para salas de aula.

Lojas Americanas

LOJAS AMERICANAS

Figura 7: Logo Lojas Americanas

Lojas Americanas é uma empresa brasileira do segmento de varejo fundada em 1929 na cidade de Niterói, no Rio de Janeiro. A empresa conta com mais de 960 estabelecimentos de venda em todo o Brasil e também no Distrito Federal.

Este fornecerá as estantes para armazenamento de materiais.

Di Móveis

A Di Móveis é uma empresa séria e bem-conceituada que vem atuando no setor moveleiro há mais de 15 anos. Executa móveis de alta qualidade e ótimo acabamento, tanto no setor comercial quanto residencial. Além do mobiliário diferenciado, a Di Móveis oferece também aos seus clientes uma linha exclusiva de cadeiras, poltronas, banquetas e mesas de ícones do design, agregando ainda mais valor. A Di Móveis fará o fornecimento de mesas e cadeiras.

Proes Brinq



Figura 8: Logo Proes Brinq

A empresa Proes Brinq foi fundada em 2006 na cidade de São Paulo, tem a missão de levar produtos de qualidade das melhores marcas em brinquedos e playgrounds para seus clientes. Essa empresa fará o fornecimento de mesas e encostos para refeitório e todos os itens para composição do playground infantil.

Mobly



Figura 9: Logo Mobly

A Mobly é uma loja online especializada em móveis, artigos de decoração e itens para a casa, entregando seus produtos para o Brasil inteiro. A empresa iniciou suas atividades em outubro de 2011 e, desde então, tem crescido de forma impressionante. Hoje, ainda com poucos anos de vida, a Mobly já conquistou o posto de maior loja online de móveis e artigos de decoração do Brasil.

A Mobly fornecerá as poltronas.

Tricae



Figura 10: Logo Tricae

É um site de comércio eletrônico especializado na venda de produtos infanto-juvenis, sediado em São Paulo. A Tricae fará a o fornecimento de camas, berços, colchões e assentos para refeições.

Móbile Móveis

Móbile iniciou suas atividades em 1995, localizada na cidade de Jaboticabal, estado de São Paulo. Atualmente inauguraram uma filial e Ribeirão Preto uma das maiores cidades do Brasil e um grande polo de negócios. Contam com funcionários que fazem desta empresa uma organização séria e bem estruturada. A Móbile projeta móveis buscando qualidade e preços competitivos em todos os processos de produção. Tem como objetivo oferecer produtos sofisticados com tendências modernas para todos os ambientes.

O fornecimento de diversos móveis será feito por este fornecedor.

4.6.2. Fornecedor de livros, revistas e apostilas

Pensando no desenvolvimento intelectual e criativo das crianças, o day Care Pequenos Sonhadores utilizará todo material didático, livros, revistas e apostilas fornecidas pela livraria Saraiva, que possui um vasto e excelente acervo.

Saraiva



Figura 11: Logo Saraiva

A Saraiva é uma livraria fundada em 13 de dezembro de 1914 por Joaquim Inácio da Fonseca Saraiva, no centro da cidade de São Paulo. Em 2008 a livraria adquiriu a livraria Siciliano e passou a ter 20% do mercado livreiro do Brasil.

Ela fornecerá todos os livros de histórias para crianças, apostilas educativas, revistas de colorir e desenhar, matemática infantil, dentre as demais necessidades da Pequenos Sonhadores nesse aspecto.

4.6.3. Fornecedor dos desenhos e filmes infantis

Visando o entretenimento e aprendizado das crianças, o day care Pequenos Sonhadores escolheu a Netflix como fornecedor de filmes infantis e desenhos.

Netflix



Figura 12: Logo Netflix

A Netflix é um provedor global de filmes e séries de televisão via streaming, atualmente com mais de 75 milhões de assinantes. Fundada em 1997 nos Estados

Unidos, a empresa produz centenas de horas de programação original em diferentes países do mundo, querendo se aprimorar nos aplicativos e em novas programações.

A Netflix proverá os desenhos e filmes infantis adequados para todas faixas etárias das crianças assistidas pelo day care Pequenos Sonhadores. Garantindo assim, o entretenimento e aprendizado das mesmas.

4.6.4. Fornecedores de eletrodomésticos, eletro portáteis e eletrônicos

Para compra dos eletrodomésticos, eletro portáteis e eletrônicos, o day care Pequenos Sonhadores contará com grandes varejistas como Casas Bahia e Magazine Luiza. A escolha dos fornecedores foi baseada na qualidade, entrega rápida e flexibilidade no pagamento.

Casas Bahia



Figura 13: Logo Casas Bahia

Casas Bahia é uma popular rede de varejo de móveis e eletrodomésticos do Brasil.

Esta fornecerá computadores, impressoras, televisores, aparelhos telefônicos, smartphones, ar condicionados, geladeira, fogão dentre outros itens.

Magazine Luiza



Figura 14: Logo Magazine Luiza

É a nona maior empresa varejista do país, segundo ranking do Ibevar em 2013. Possui aproximadamente 750 lojas localizadas nos estados de São Paulo, Minas

Gerais, Paraná, Alagoas, Bahia, Mato Grosso do Sul, Goiás, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Ceará, Piauí, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Sergipe. Contando com mais de 25.000 funcionários é a terceira maior rede de lojas de departamentos do Brasil.

O day care Pequenos Sonhadores utilizará o Magazine Luiza para o fornecimento de banheira com trocador

4.6.5. Fornecedor de utensílios domésticos / cama, mesa e banho

O day care Pequenos Sonhadores contará com a Lojas Americanas para compra dos utensílios de cozinha e banheiro, roupas de cama e banho.

Lojas Americanas

LOJAS AMERICANAS

Figura 15: Logo Lojas Americanas

Lojas Americanas é uma empresa brasileira do segmento de varejo fundada em 1929 na cidade de Niterói, no Rio de Janeiro. A empresa conta com mais de 960 estabelecimentos de venda em todo o Brasil e também no Distrito Federal.

Esta fornecerá os jogos de cama, edredons, cobertores, travesseiros, colchas, toalhas de banho, cortinas, tapetes e capachos. Fornecerá os acessórios para composição dos banheiros. Também proverá todos os utensílios para cozinha como panelas, frigideiras, jogos de talheres, tigelas, pratos, xícaras, copos, taças e demais itens necessários para o preparo da alimentação das crianças e staff.

4.6.6. Fornecedores de Publicação (Marketing) e fornecedor gráfico

O Pequenos Sonhadores fará o uso do suporte de fornecedores gráficos, websites e revistas para que assim ocorra a divulgação dos serviços que o day care oferecerá.

W2 Websites

A W2 Website é uma agência especializada em soluções para internet que abrange lojas virtuais, desenvolvimento e criação de sites portáteis corporativos, soluções b2b. Sediada em São Paulo, a W2 atua no mercado atendendo clientes de todos os portes, sempre focando em trazer retorno ao investimento do cliente.

Com seu serviço de qualidade, será responsável pela criação do Website da empresa de forma eficiente e clara, informando seus serviços, diferenciais e cuidado no serviço prestado, fazendo com que o day care Pequenos Sonhadores atinja seu mercado alvo.

Mazag



Figura 16: Logo Mazag

A Mazag é uma empresa que possui relacionamento especial com o Google e com isso consegue dados relacionados ao seu mercado e público-alvo, além de apresentar novidades do marketing digital em primeira mão. A agência Mazag segue o padrão Google de qualidade, tanto no quesito resultado quanto no quesito relacionamento com o cliente.

A Mazag fará o marketing digital divulgando o Day Care no Google entre os primeiros procurados.

3 Torres Gráfica

A Gráfica 3 Torres, sediada na rua Manoel da Nóbrega, 1022, Centro Diadema, São Paulo, é especializada na criação e fornecimento de banners, cartões de visita, folhetos e cartazes. Por sua qualidade e personalização, será escolhida pelo day care Pequeno Sonhadores para o desenvolvimento de seus anúncios e materiais gráficos.

Jovem Pan



Figura 17: Logo Jovem Pan

Jovem Pan é uma rede de rádio comercial brasileira, com programação voltada ao jornalismo, entretenimento e transmissões esportivas, pertencente ao Grupo Jovem Pan.

Ela foi escolhida para realizar a parte de divulgação e propaganda no rádio.

4.6.7. Fornecedor de Sistema de segurança

O day Care Pequenos Sonhadores trabalhará com sistema de segurança, para monitorar a entrada de quem sai e entra do estabelecimento. Proporcionando total segurança às crianças e tranquilidade aos pais.

Aerotex



Figura 18: Logo Aerotex

A Aerotex, é especializada em equipamentos anti incêndio, e fornecerá itens como abrigo para mangueira, mangueira superflex, sprinkler, placa fotoluminescente, central de alarme de incêndio.

ADT Segurança



Figura 19: Logo ADT

A ADT será responsável pelo monitoramento do sistema de segurança no day care Pequenos Sonhadores.

4.6.8. Fornecedor de Materiais

Os fornecedores de materiais serão responsáveis pelo fornecimento de todos os itens de escritório e da área administrativa. Também dos materiais utilizados pelas crianças.

Kalunga



Figura 20: Logo Kalunga

A Kalunga é a maior rede brasileira de papelaria e materiais para escritório, seu segmento de televendas é uma disposição que facilitará as compras do day care. Será responsável por fornecer todos os materiais de escritório e aqueles utilizados pelas crianças, tais como, papéis sulfites, toners para impressoras, canetas, lápis de cor, canetinhas, tintas, cadernos, colas, tesouras, cartolina, dentro diversos.

4.6.9. Reforma

Meiv



Figura 21: Logo Meiv

A Meiv Engenharia e Construção é constituída por profissionais com mais de 25 de experiência em engenharia montagens industriais e construção. Desde sua fundação mantém a política de priorizar a satisfação e respeito aos seus clientes através da excelência nos projetos realizados, técnicas atuais e da preservação do seu capital humano. Desta forma estabelecem um relacionamento forte com seus clientes, procurando oferecer tecnologia, qualidade, agilidade, parceria, elevado padrão de execução e custo altamente competitivo.

A Meiv fará toda instalação de piso, pintura e drywall.

4.6.10. Montagem e Manutenção da Horta

Pro Humanitas

Fará a instalação de horta orgânica, plantando diversos tipos de verduras e legumes. Também realizará a manutenção e cuidado da mesma.

4.6.11. Nutricionista

Anutricionista.com.br

A *Anutricionista* é um website especializado em nutrição *com* informações sobre alimentação saudável, dietas, receitas, emagrecimento.

Eles farão a elaboração do cardápio do Day Care e acompanhamento nutricional.

4.6.12. Lavanderia

Lime Locker



Figura 22: Logo Lime Locker

A Limelocker é uma revolução no jeito de lavar roupa. Tem tecnologia e inovação para ter as roupas limpas com qualidade, agilidade e muita comodidade. Este fornecedor fará todo serviço de lavanderia do Day Care.

4.6.13 Cursos

Creche Segura



Figura 23: Logo Creche Segura

Empresa pioneira na formação em primeiros socorros, promoção da saúde e prevenção de acidentes com foco na saúde da criança e adolescente e no ambiente escolar.

Ministrará os cursos de primeiros socorros aos funcionários da Pequenos Sonhadores Day Care.

Portal Educação



Figura 24: Logo Portal Educação

Fornecerá todos os cursos pertinentes sobre educação infantil.

4.6.14. Material de Limpeza



Figura 25: Logo Gimba

O Gimba foi escolhido para fornecer todo material de limpeza do Day Care Pequenos Sonhadores.

4.6.15. Assessoria para Abertura de empresa e obtenção de licenças

Abertura Simples



Figura 26: Logo Abertura Simples

Criado há mais de 5 anos o site Abertura Simples tem o objetivo de facilitar a vida de quem está iniciando seu projeto como empreendedor. Especializados na abertura de empresas no Simples Nacional. Pensando nisso foi elaborado um sistema de preços e condições especiais.

Este fornecedor realizará a abertura de empresa do Pequenos Sonhadores Day Care.

Capital Documentos



Figura 27: Logo Capital Documentos

Com uma equipe altamente qualificada, sempre evoluindo se adaptando a novas tecnologias, a Capital Documentos conta com profissionais especialistas nos mais avançados softwares de arquitetura e engenharia.

Este fornecedor providenciará e dará suporte para obtenção dos alvarás e licenças necessárias para abertura e funcionamento da Pequenos Sonhadores.

4.6.16. Fornecedor de alimentos.

Pensando na qualidade da alimentação oferecida as crianças, o day care Pequenos Sonhadores utilizará somente alimentos frescos e com grande valor nutricional. Seus fornecedores deverão atender aos critérios de entrega e seleção e diversidade.

Tenda Atacado



Figura 28: Logo Tenda Atacado

O Tenda fará o fornecimento de todos os alimentos necessários para composição do cardápio do Day Care Pequenos Sonhadores.

4.7 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

Ferracciù (2007, p. 9) explica que,

Promoção de vendas define-se por si própria: é uma técnica de promover vendas. Promover implica fomentar, ser a causa, dar impulso, fazer avançar, provocar, diligenciar, desenvolver, originar, favorecer etc. Não implica propriamente vender, mas diligenciar, esforçar-se, empenha-se por meio de qualquer ideia ou ação para que isso aconteça. A promoção de vendas prepara o caminho para a execução das vendas, dando impulso a elas.

Os profissionais de marketing utilizam ferramentas de comunicação com o objetivo de aumento de vendas, de lucros e alcançar as metas estratégicas da empresa – conscientizar o consumidor, retê-los e obter posicionamento de mercado. É necessário deixar o consumidor sempre informado, persuadi-lo e lembra-los através de meios de comunicação com mensagens que despertam a atenção, de uma forma clara, que satisfaça e despertem o desejo e faça com que os motivem para comprar seus produtos e serviços. (Honorato, 2004)

Para uma empresa ter sucesso em vendas deve demandar esforços não só no aprimoramento de seus produtos e na disposição do melhor preço do mercado, mas também em sua forma de exposição de sua imagem, utilizando programas de comunicação integrada de marketing a fim de gerar desejo e vontade de adquirir o produto, contudo criando um relacionamento lucrativo com seus clientes. (Kotler, 2007)

Kotler e Armstrong (2003, p. 378) refere-se a duas estratégias de mix de promoção básica:

A promoção de pressão e a promoção de atração. Uma estratégia de pressão implica 'empurrar' o produto pelos canais de distribuição até o consumidor final. O fabricante direciona suas atividades de marketing (primordialmente venda pessoal e promoção dirigida ao comércio) aos membros do canal para induzi-los a trabalhar com produto e promove-los junto ao consumidor final. Quando usa uma estratégia de atração, o fabricante direciona suas atividades de marketing (primordialmente propaganda e promoção de vendas) ao consumidor final, para induzi-los a comprar produtos. Se a estratégia de atração tiver efeito, então os consumidores demandarão o produto dos membros do canal que, por sua vez, o demandarão dos fabricantes. Assim, usando a estratégia de atração, a demanda do consumidor 'puxa' o produto pelos canais.

Figura 29: Estratégia de empurrar e puxar:



Fonte: imagem retirada do site: slidershare. Aula de composto de marketing

Venda é o ato de induzir alguém a trocar algo – como dinheiro – por mercadoria ou serviço. Para os autores de marketing, a venda significa o encontro bem-sucedido do agente de oferta com o agente de procura. (Sandroni, 1989, p. 326)

Esse conceito relata que os consumidores agem com resistência ou mostram inércia e, portanto, devem ser estimulados a comprar mais; e que a corporação precisa estar equipada com um arsenal de ferramentas de vendas e promoção eficazes para incentivar cada vez mais o ato da compra. (Chiavenato, 2014)

Existe vários componentes de marketing que podem ser utilizados para a comunicação com o mercado. Os mais utilizados pelas empresas são basicamente: propaganda, publicidade, promoção de vendas, merchandising, relações públicas, marketing direto, venda pessoal e marketing digital que podem ser classificadas como promoção indireta ou promoção direta.

Os agentes de marketing podem utilizar de uma ou mais variáveis promocionais do composto de marketing para criar da melhor maneira a sua estratégia promocional. (Honorato, 2004)

4.7.1 Propaganda

Caracterizada como uma forma de comunicação em massa, que abrange uma grande quantidade de clientes. A maioria das pessoas que pensam em mensagens de marketing vem em mente a propaganda.

A PROPAGANDA é uma forma de comunicação impessoal, pago, veiculado em veículos de comunicação de massa com o propósito de informar, lembrar e persuadir o consumidor à ação de compra. (Honorato, 2004, p. 273)

Assim sendo a propaganda tem a função de informar fatos que devem ser conhecidos pelo mercado – novos produtos, serviços, inovações, alterações, entre outros – lembrar a existência de seu produto ou serviço para o consumidor e onde encontra-los, incentivar o consumidor a buscar novas informações, mudar de marca e comprar seus produtos ou serviços. (Honorato, 2004)

Para Cobra (2011, p. 444) a propaganda é toda e qualquer forma paga de apresentação não pessoal de ideias, produtos ou serviços através de uma identificação do patrocinador.

4.7.2 Publicidade

São incentivos não pessoais para desenvolver uma demanda de um produto ou unidade de negócio através de veículos de comunicação como rádio, televisão e outros meios, teoricamente com materiais não pagos pelo patrocinador. (Cobra, 2011)

Por ter característica de não paga, a publicidade tem que ser sempre desenvolvida de forma noticiável e crível, sempre através de fatos. Pode ser transmitida por comunicação interna (jornais, revistas, boletins da organização), ou por comunicação externa da empresa (relatórios, informativos), relações governamentais e com a empresa.

A publicidade pode ser aplicada de várias formas, podendo ser em: reportagens, entrevistas coletivas, *press-releases*, atividades e eventos. (Honorato, 2011).

4.7.3 Promoção de venda

É exercer estímulos e motivação ao consumo em um período determinado, gerado pelo tomador do produto, para obter rápidos aumentos de vendas. Na maioria das vezes é feito através de descontos, brindes ou outro método de ampliação de benefícios ou diminuição do preço. (Crocco, 2010).

Cobra (2011, p. 444), entende que promoção de venda é qualquer atividade que objetiva incrementar as vendas, do tipo não pessoal, mas que frequentemente inclui a propaganda.

Para (Hart, 1977):

Promoção de venda é qualquer atividade utilizada para promover vendas, de uma forma que não seja face a face, mas que em grande maioria inclua também a propaganda. No marketing de consumo, é utilizada para engloba qualquer gasto inferior da linha de propaganda, e tem conexão direta com o merchandising da loja.

Principais técnicas de promoção de vendas:

- | | |
|----------------|-----------------------|
| ⇒Sorteios | ⇒Coleções |
| ⇒Competições | ⇒Trocas |
| ⇒Vales-brindes | ⇒Vendas condicionadas |
| ⇒Bônus | ⇒Cuponagens |
| ⇒Feiras | ⇒Remarcações |
| ⇒Eventos | ⇒Liquidações |
| ⇒Festivais | ⇒Descontos |
| ⇒Patrocínios | ⇒Ofertas |
| ⇒Seminários | ⇒Premiações |
| ⇒Degustação | ⇒Concursos |
| ⇒Amostragem | |

4.7.4 Merchandising

É entendida como um conjunto de operações táticas, exercidas em pontos de venda, para ingressar no mercado o produto ou serviço certo, com a quantidade certa, com o preço certo, no tempo certo, com o impacto visual correto e com a exposição correta. Abrange a embalagem, técnicas de preço, displays, e ofertas especiais. Pode ser feita sem o apoio do vendedor, ou demonstradores ou por uma ação conjunta desses no ponto de venda, ou por canais de comunicação como televisões, cinema, revistas, entre outros. Contudo é o cenário do produto em seu ponto de venda. (Cobra, 2011)

Crocco (2010, p. 157) informa que

Merchandising (ou trade marketing) – comunicação e promoção de vendas dos produtos no ponto de venda, por meio de cartazes, displays, oblers, práticas de degustação e demonstrações podendo-se incluir técnicas de disposição e exposição do produto, influenciando diretamente a percepção do consumidor e a decisão de compra.

4.7.5 Relações Públicas

Está é uma área que tem um desenvolvimento independente em relação as demais atividades de marketing. Entre as vastas atividades que o setor de relações públicas desenvolve as que mais se destacam estão: comunicação da empresa, relações com a imprensa, *lobbying*, preservação da imagem da empresa. (Honorato, 2004)

Um segmento específico das relações públicas é o relacionamento da empresa com a imprensa de uma forma geral. Nesse caso, há a necessidade de um profissional adequado que é um jornalista, demandando a função de assessorar a empresa perante a imprensa. (Crocco, 2010)

Conforme diz Cobra (2011, p. 444):

Relações Públicas são um processo de informação, de conhecimento e de educação, com fim social e utilizando-se para tanto de técnica a fim de conseguir a boa vontade e a cooperação de pessoas com as quais uma entidade trata ou das quais depende.

4.7.6 Marketing Direto

São estratégias e ações de promoção (mas principalmente de vendas) através de comunicação direta entre o ofertante e o comprador potencial, com as vendas pessoais ou veículos de comunicação como mala direta e telemarketing. (Crocco, 2010)

Kotler (2006, p. 606) entende como marketing direto

O uso de canais diretos para chegar ao consumidor e oferecer produtos e serviços sem intermediários de marketing. Entre esses canais incluem-se mala direta, catálogos, telemarketing, TV interativa, quiosques, sites, e telefones e outros dispositivos móveis.

Os profissionais de marketing direto têm o objetivo de buscar respostas mensuráveis, basicamente um pedido do cliente. Muitas das vezes é chamado de marketing de pedido direto. Atualmente é muito utilizado por muitas empresas para formação de um relacionamento estável com o cliente. As corporações enviam cartões de aniversário, informações relevantes para o cliente e pequenos brindes para clientes selecionados. (Kotler, 2006)

4.7.7 Venda Pessoal

Em comparação com as outras ferramentas promocionais, a que obtém maior precisão é a venda pessoal. Por ter como característica uma variável de promoção direta, possibilita o profissional de marketing ajustar as mensagens às necessidades de informação do consumidor, e também focar-se nos potenciais de vendas mais favoráveis. Já as demais variáveis promocionais, as indiretas, por tratarem de abordagens impessoais, atingem muitos grupos de pessoas, e em grande maioria abrangem também clientes não potenciais.

A tarefa do vendedor não se limita somente ao fechamento de um negócio: sua função é muito mais do que isso, criando relacionamento com o cliente, realizando vendas com qualidade e desenvolvimento de *teamwork* (equipes de trabalho). (Honorato, 2004)

Kotler (2006) afirma que,

Todas as abordagens de treinamento em vendas tentam fazer o vendedor deixar de ser um tomador de pedidos passivo e se transformar em um caçador ativo de pedidos, que se empenha na solução dos problemas do cliente.

4.7.8 Marketing digital

Atualmente o mundo está inserido na era digital, tudo e todos estão conectados a acontecimentos que rodeiam o mundo tecnológico, as pessoas estão cada vez mais conectadas à internet, mudando até na maneira de comprar e estão optando pelas compras via internet. Isso faz com que as empresas fiquem atentas a essa tendência, contudo as corporações estão gerando estratégias de marketing digital, de acordo com as ações e opiniões que seus potenciais clientes informam na internet através de redes sociais, blogs e *Youtube*.

De acordo com Li (2009) esse acontecimento é estruturado por um tripé feito por pessoas, tecnologia e aspectos financeiros. As pessoas necessitam uma das outras e do apoio entre elas, e a tecnologia em prol da sociedade gerou as redes sociais. Devido ao tráfego crescente e constante na internet, os potenciais consumidores estão cada vez mais utilizando o seu tempo trafegando pelos sites principalmente os de compra.

Ressalta Li (2009, p. 47) que:

O poder real do Perfil Tecnográfico Social está aqui: por meio dele, podemos entender como as tecnologias sociais estão sendo adotadas por qualquer grupo de pessoas. Caso esse grupo seja composto por seus clientes, você pode usar o Perfil Tecnográfico Social para elaborar uma estratégia social adequada.

Crocco et all (2010) destaca as vantagens que são geradas quando se utiliza a internet como estratégia promocional:

Grande agilidade: em aspectos operacionais, a internet oferece grande agilidade, não necessitando de muito esforço para a troca de informações e às atualizações da página da empresa;

Baixo custo: tanto para manutenção e atualização da página quanto também para propaganda, o custo é muito reduzido, quando se compara aos meios tradicionais. A rapidez permite constante troca de anúncios com custos reduzidos.

Mensuração dos resultados: a tecnologia atual disponibiliza a coleta de uma infinidade de informações a respeito da comunicação realizada. Traz recursos que possibilita saber quais são as melhores páginas, a melhor forma e o melhor conteúdo para as mensagens, diferente de outras mídias, que as formas de mensuração são mais caras e complexas;

Personalização: como refere-se a instrumentos de alta tecnologia, o recurso de personalização da comunicação cresce consideravelmente, e constrói um sentimento de exclusividade ao cliente, assim gerando uma ampliação de relacionamento.

Banco de dados: a tecnologia atual, traz um recurso que mostra quem acessa determinada página, quanto tempo ficou e quais foram as áreas acessadas de maior interesse.

Estratégias Promocionais da Pequenos Sonhadores

Banners e folhetos

A empresa irá utilizar da estratégia de propaganda em locais estratégicos onde terá um fluxo considerável de clientes potenciais, como em clínicas pediátricas, dentistas, academias e em prédios constitucionais, através de banners informativos e folhetos explicativos que serão disponibilizados nesses locais com autorização prévia da coordenação local.

Nos banners serão colocadas informações como a localização, telefone, as mídias sociais da empresa e os diferenciais que o Day Care oferece aos pais e o conforto e segurança oferecidos aos seus respectivos filhos. Nos folhetos explicativos estará informando os pacotes que são ofertados, e as atividades exercidas no Day Care.

Com a utilização dos banners e folhetos será uma forma de divulgação onde muitas pessoas irão visualizar e ficar informadas sobre a empresa e poderão divulgar para pessoas próximas a elas que precisão de um serviço de cuidados de crianças.

Divulgação via internet

A Pequenos Sonhadores terá um site constitucional onde trará informações sobre a empresa explicando a diferença entre as creches tradicionais encontradas atualmente, comparando a flexibilidade de horários que a empresa oferece, trazendo conforto e comodidade para os pais, diminuindo a preocupação de onde deixar seus filhos em caso de alguma urgência que poderá ocorrer. Terá vídeos mostrando o interior da Day Care e explicação as atividades cotidianas que são oferecidas, o cardápio diário especificando a origem dos alimentos e que todos são selecionados por nutricionistas, de acordo com as necessidades nutricionais de cada faixa etária.

Com o site terá uma ideia de quantidade de clientes interessados pelo serviço e poderá ser criada uma estratégia adequada para a empresa. Será disposto uma enquete no site, que irá promover uma interação com os clientes, nela serão elaboradas perguntas sobre o que deverá conter no Day Care o que acham primordial, horários que mais utilizariam os serviços do Day Care, sugestões de quesitos de segurança, entre outras perguntas que ajudará a personalizar o local e o serviço de acordo com a opinião dos clientes.

Redes sociais

As mídias sociais serão o *Facebook* e o *Instagram*, onde será mostrado fotos dos ambientes e as atividades que as crianças exercem no local através de ambas as mídias. Pelo *Facebook* será promovido algumas promoções de venda. Também será colocado informações sobre bem-estar infantil, dicas para uma alimentação adequada para crianças de acordo com cada faixa etária e notícias que salientam a importância de atividades para o desenvolvimento intelectual e motor nessa fase de vida. Com a ajuda das mídias sociais a divulgação da empresa terá custos relativamente baixos, e como atualmente a maioria das pessoas estão conectadas nas redes sociais, portanto, consegue-se abranger uma quantidade de pessoas considerável com essa ferramenta.

Promoção em redes sociais

Através do *Facebook* será promovido promoções do tipo de que se houver uma determinada quantidade de curtidas na página será concedido vantagens, como descontos para os 100 primeiros que curtiram a página e também em casos de datas especiais que iremos divulgar uma promoção através dessas mídias.

Uma outra estratégia de promoção será disponibilizar 10% de descontos para cada pessoa que indicar e matricular seu filho na Day Care, com a quantidade máxima de 5 indicações, acumulando 50% de desconto que será concedida na mensalidade do mês seguinte. Com esse desconto aumentará a carteira de clientes da empresa através de indicações de usuários dos nossos serviços.

Anúncios no Google AdWords

Através desse canal irá ser divulgado o Day Care diretamente para os públicos alvos, que são mães que busca informações para o cuidado de seus filhos e que atualmente trabalham e tem seu dia-a-dia muito atarefado. Pelo Google AdWords as vantagens que o serviço oferece é ser encontrado por clientes no exato momento em que eles pesquisarem no Google pelo que a empresa oferece. Além disso, é pago somente quando eles clicarem para visitar site ou ligarem para empresa.

Anúncios na Rádio Jovem Pan

Anunciar através de rádio é uma maneira que a empresa encontrou para atingir seu público-alvo, pois ouvir rádio é algo que muitas pessoas fazem quando estão em seus veículos, pode-se pensar que se um dos prováveis clientes está em seu veículo parado no trânsito e necessita de tal serviço ou conhece alguém que está precisando desse serviço, é provável que esta propaganda desperte a atenção desta pessoa, portanto a empresa Pequenos Sonhadores utilizará este tipo de mídia para alcançar novos clientes também.

4.7.9 Cronograma de ações

O cronograma de ações informará quais serão as estratégias promocionais que a empresa irá executar ao decorrer de 5 anos, a tabela foi dividida anualmente com quatro trimestres, que somando-os dando o total de um ano. Algumas estratégias serão feitas ao decorrer de todos os trimestres de todos os anos e outras serão alternadas entre trimestres.

Tabela 10: Propagandas dos 5 anos:

Ações	2017				2018				2019				2020				2021			
	1º trim	2º trim	3º trim	4º trim	1º trim	2º trim	3º trim	4º trim	1º trim	2º trim	3º trim	4º trim	1º trim	2º trim	3º trim	4º trim	1º trim	2º trim	3º trim	4º trim
Banners e folhetos																				
Divulgação via internet																				
Redes Sociais																				
Google Adwords																				
Promoção em rede sociais																				
Anúncios na Rádio Jovem Pan																				

Fonte: Autores

O quadrante em cor cinza será o trimestre que iremos utilizar da estratégia de propaganda, a que se encontra em branco não utilizaremos estratégia promocional no trimestre referente.

4.8 ESTRATÉGIA DE PREÇO.

De acordo com a definição dada por Kotler (2012) o preço é o único elemento do mix de marketing que gera receita; os outros elementos geram custos. Os preços talvez sejam o elemento mais fácil de ajustar no plano de marketing. O preço também informa ao mercado o posicionamento de valor pretendido pela empresa para seu produto ou marca.

Para Stevens, Loudon, Wrenn e Warren (2001):

As decisões de preço ganharam importância nos últimos anos devido ao aumento da competição e a crescente preocupação em gerenciar o orçamento tanto da empresa quanto o doméstico pelo consumidor. Quando o de marketing é usado, ou seja, ocorre processo para reduzir a demanda de um produto ou serviço para adequá-la à capacidade de produção, o preço é uma variável que pode trazer uma resposta imediata do mercado. Pode não ser o fator determinante na decisão de um consumidor, mas é no mínimo um fator qualificador. É sempre um aspecto considerado pelos consumidores e, portanto, deve ser levado em conta pelos estrategistas de marketing.

Crocco, Telles, Gioia, Rocha e Strehlau (2006), enfatizam que:

O preço por um lado, o componente fundamental na avaliação que o comprador-alvo faz do custo envolvido na troca e, por outro, a variável que determina o resultado para a organização. Desse modo, ocupa lugar de importância crucial na relação de troca, pois é o fator decisivo na percepção de valor do cliente e no cumprimento dos objetivos organizacionais. Não necessariamente preços baixos significam uma avaliação privilegiada por parte do consumidor, já medida que outros fatores também são considerados na equação de valor. Em qualquer caso, porém a relevância no preço do desempenho mercadológico e financeiro de um produto merece atenção focalizada dos gestores.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Segundo Megliorini (2001), quando os produtos são fabricados, gera custos variáveis. Além desses custos, no momento de sua comercialização, os produtos desenvolvem certas despesas também variáveis como: comissões, fretes, taxas, seguros, etc.

Tendo assim, custos e despesas que ocorrem no ato de vender. Esses são as variáveis (despesas e custos).

O custeio variável consiste que nos produtos devem ser acoplados apenas os custos variáveis, ao contrário do custeio por absorção, em que, fora os custos variáveis, os produtos absorvem também os custos fixos. Enquanto no custeio por absorção pode-se afirmar que a lucro por produto, com isso, o preço de venda abatido os custos de produção, teremos o lucro, já no custeio variável isso não acontece. Nessa forma de custeio os produtos geram uma margem que é denominada como margem de contribuição.

A margem de contribuição é o valor restante do preço de venda, ou seja, do valor de venda de certo produto são retirados os custos e despesas por ele gerados.

Com isso, a obtenção da margem de contribuição segue conforme o cálculo:

$$MC = PV - (CV + DV)$$

MC = Margem de Contribuição

PV = Preço de Venda

CV = Custos Variáveis

DV = Despesas Variáveis

Estratégia de preços da Pequenos Sonhadores.

Tabela 11: Preços dos pacotes fornecidos pelos concorrentes:

EMPRESAS	Horas Avulsas	Meio Período (4 a 6 Horas)	Período Intermediário (7 a 9 horas)	Período Integral (12 horas)	Pacote mensal
Passatempo	R\$ 40,00				

EMPRESAS	Horas Avulsas	Meio Período (4 a 6 Horas)	Período Intermediário (7 a 9 horas)	Período Integral (12 horas)	Pacote mensal
School Be Do		R\$ 90,00	R\$ 130,00	R\$ 160,00	

EMPRESAS	Horas Avulsas	Meio Período (4 a 6 Horas)	Período Intermediário (7 a 9 horas)	Período Integral (12 horas)	Pacote Mensal
Espaço Crescer					R\$1.504,00 a R\$2.411,00

Tabela 12: Preços oferecidos pela Day Care:

EMPRESAS	Horas Avulsas	Meio Período (4 a 6 Horas)	Período Intermediário (7 a 9 horas)	Período Integral (14 horas)	Pacote Mensal
Pequenos Sonhadores	R\$ 48,00	R\$ 180,00	R\$ 250,00	R\$ 400,00	R\$ 1.500,00

De acordo com a análise de preços que foi estabelecida para a empresa, foi escolhido o método de margem de contribuição para os pacotes para horários flexíveis, mas no caso do pacote mensal foi decidido precificar baseado no valor do mercado, usando como referência os concorrentes diretos.

A empresa iniciará as suas atividades com uma média de preço acima de seus concorrentes potenciais. A estratégia de preço é entrar no mercado com um preço maior que os demais, para que possamos cobrir nossos custos e oferecer nossos serviços com total qualidade; no decorrer das atividades a empresa fará promoções e ajustará seus preços aos dos concorrentes, fazendo assim com que o público-alvo obtenha além de satisfação um preço justo, mas fazendo também com que o empreendimento não deixe de lucrar, além disso, o funcionamento será com duas horas a mais do que os Day Cares convencionais.

Serão beneficiados aqueles que necessitam de pacotes mensais, ou seja, aqueles pais que precisam deixar seus filhos durante longos períodos e que tem certa preferência pelo day care, do que uma creche convencional sem muita flexibilidade de horário.

A organização irá oferecer também um preço acessível para aqueles que necessitam deixar seus filhos em períodos eventuais, ou seja, aqueles pais que precisam ir em algum compromisso e não tem com quem deixar a criança, para isso a empresa irá contar com pacotes de horas avulsas, onde um valor pré-fixado será cobrado por hora.

Como representado nas tabelas os concorrentes fornecem pacotes diferentes um do outro, como estratégia competitiva a empresa terá uma maior variedade de pacotes para que os clientes possam escolher o que melhor se enquadra dentro suas necessidades.

No apêndice I informa como foi feito custeio de formação de valor de preço de venda, com o desenvolvimento de custos variáveis e a margem de contribuição dos pacotes.

4.9 ESTRUTURA DE DISTRIBUIÇÃO

A escolha do (s) canal (is) de distribuição é um ponto de extrema importância para uma empresa, pois, hoje vive-se em uma sociedade cada vez mais exigente e com tempo mais escasso, e é através destes que busca-se atender público alvo de forma eficiente, ou seja, no tempo e lugar certo.

Filho (2012, p.64) define Canal de distribuição no Setor de serviços:

Um canal de distribuição pode ser entendido como a estrutura através da qual o serviço flui em direção ao cliente ou usuário do serviço. Para desenharmos tal estrutura, é necessário considerarmos de que forma obteremos maior eficiência na distribuição. Em função da valorização do serviço pelo cliente ou usuário é que se determinará o canal. Assim se o cliente valorizar de maneira bastante satisfatória o serviço, ele poderá deslocar-se até a organização para receber o serviço; em outros casos, a organização prestadora de serviços se deslocará até o cliente ou usuário; e ainda existe a possibilidade de o serviço ser acessado a distância.

Como representa o quadro a seguir:

Tabela 13: Formas de distribuição de serviços:

Como ocorre a distribuição	Exemplos de serviços
Cliente vai à organização	<ul style="list-style-type: none"> ❖ cinema; ❖ cabeleireiro; ❖ agência lotérica; ❖ supermercados.
Ativação a distância	<ul style="list-style-type: none"> ❖ cursos pela internet; ❖ banco <i>online</i>; ❖ programa de televisão.
A organização vai ao cliente	<ul style="list-style-type: none"> ❖ serviços de táxi; ❖ serviços de jardinagem; ❖ serviços de encanador.

Fonte: FILHO, Edelvino Razzolini. Gestão de serviços para gestão comercial. Curitiba: IBPEX, 2010. (p.65)

- **Cliente vai à organização**

A localização da fábrica de serviços ou onde o serviço será disponibilizado assume grande importância quando o cliente deve estar presente, fatores como domicílio, local de trabalho ou até mesmo tráfego dos clientes potenciais devem ser levados em consideração na hora de determinar o local de atuação da empresa, é o que afirma Lovelock e Wirtz (2006).

Outro ponto importante segundo os autores é em relação à estratégia da empresa, se irá manter um único ponto de distribuição ou atender seus clientes em vários pontos diferentes.

Cobra (1992), também destaca a importância da localização da empresa que, é uma das mais eficazes ferramentas, para eliminação de insatisfações do consumidor, já que uma boa localização reduz o tempo de locomoção e custos psicológicos e físicos do consumidor, e ainda enfatiza que, uma localização inadequada pode levar o varejista a falência.

- **Ativação à distância**

Segundo Lovelock e Wirtz (2006, p.160) “Tratar com uma empresa de serviços por meio de transações a distância pode significar que o cliente nunca veja as instalações nem se encontre com o pessoal de serviços pessoalmente”.

Geralmente esse tipo de serviços é prestado através de canais de telecomunicações, mas, pode ser prestado também, por exemplo, com o envio de equipamentos para conserto a lojas de manutenção, que por sua vez, devolve ao cliente devidamente consertado.

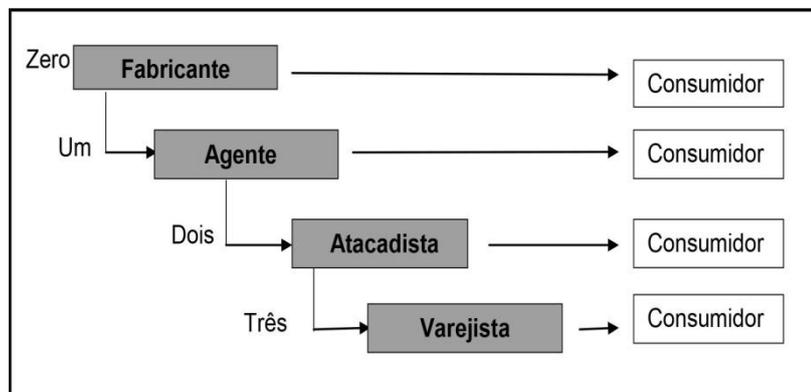
- **A organização vai ao cliente**

Para Lovelock; Wirtz e Hemzo (2011) essa característica de distribuição pode elevar o valor do serviço prestado e ocorre quando o cliente não tem tempo de ir ao prestador de serviços ou quando o objeto do serviço é inamovível. Esse tipo de serviço também é mais comum em relação a clientes corporativos.

4.9.1 Tipos de Canais de distribuição

Em relação aos canais de distribuição Stevens; Loudon; Wrenn e Warren (2001, p.175) afirmam que, "uma decisão básica no gerenciamento do sistema de distribuição é usar canais diretos ou indiretos para distribuir produtos. Em um canal direto, a fabricante lida diretamente com consumidor, enquanto no indireto, intermediários independentes são usados para chegar ao consumidor", como mostra a imagem a seguir:

Figura 30: Principais configurações de canal



Fonte: Luciano Crocco, Renato Telles. Ricardo Goia, Thelma Rocha, Vivian Strehlau. Conceitos de Marketing. São Paulo: Saraiva. 2006, (P.159).

Estrutura de distribuição do Day Care Pequenos Sonhadores

Analisando os conceitos explanados anteriormente a localização da Day Care Pequenos Sonhadores foi estrategicamente escolhida no bairro da Chácara Santo Antônio, por possuir facilidade de acesso, pois o bairro está ligado com algumas das principais ruas da região da zona sul de São Paulo e possui um grande número de comércios e serviços na região, fazendo assim com que os serviços estejam disponíveis no lugar certo e na hora exata. Abaixo matéria do site Tibério:

Além de contar com uma ótima infraestrutura de comércio e serviços, o bairro da Chácara Santo Antônio também possui outra Grande Vantagem, sua localização. O bairro é vizinho de importantes distritos da zona sul, como Santo Amaro, Brooklin, Morumbi e está bem próximo à marginal Pinheiros, que é uma das principais vias da cidade.

Além da Marginal Pinheiro, no bairro também estão às ruas da Paz, Américo Brasiliense, Alexandre Dumas e Verbo Divino. Estas São Consideradas

importantes polos financeiros e comerciais e também oferecem várias linhas de ônibus que passam na região.

A distribuição da Day Care será direta, pois, irá vender os serviços diretamente ao consumidor, o que é comum no setor de serviços, como descreve Crocco, Telles, Goia, Rocha e Strhlau (2010). A intangibilidade, principal aspecto dos serviços, implica que o consumo, na maioria das vezes, ocorre no ato da produção, embora a satisfação da necessidade esteja associada ao efeito produzido pelo serviço. Desse modo, a venda direta tende a ser configuração mais comum dos canais de marketing desse produto.

5. PLANO DE RECURSOS HUMANOS

Neste capítulo será abordado o plano de Recursos Humanos, uma área de extrema importância dentro da organização e que demanda grande atenção, pois, trata-se do plano para as pessoas que irão fazer com que todo planejamento da empresa tome forma.

Chiavenato (2016) define a administração de pessoas:

Administrar pessoas é, sem dúvida, o elemento central do trabalho de todo gestor. Embora a atividade gerencial seja dedicada a alguma área empresarial específica – como finanças, produção, marketing, etc. –, cada gestor precisa lidar com as pessoas de sua equipe para realizar com eficiência e eficácia a sua atividade, alcançar objetivos e entregar resultado. Em outras palavras, gerenciar significa fazer algo por meio das pessoas. Não há gestor que faça tudo sozinho. Ele sempre depende das pessoas que formam sua equipe e precisa delas para o trabalho solicitado pela organização. (p.1)

Chiavenato (2009, p.2) diz que as organizações precisam das pessoas que constituem as mesmas para atingir seus objetivos e missões.

Dessler (2003) enfatiza a importância do departamento de Recursos Humanos na área de serviços, já que os funcionários estarão na linha de frente, lhe dando diretamente com o cliente.

“Empresas de serviços têm pouco a vender além de seus bons serviços, o que se torna dependentes das atitudes e da motivação de seus funcionários – e da administração de RH.” Dessler, (2003, p.11).

Nos dias atuais, onde há uma competitividade elevada entre as empresas, o planejamento de recursos humanos torna-se cada vez mais essencial. Segundo Dessler (2003),

Pesquisadores descobriram que práticas progressivas de RH - como, facilitação do progresso da carreira, desenvolvimento de programas de orientação, treinamento e socialização para os novos funcionários e eliminação de condições no trabalho que inibem o desempenho das tarefas – melhoram os serviços ao cliente por parte dos funcionários assim como a qualidade desses serviços a partir do ponto de vista dos clientes. (p.11)

5.1. Estrutura de gestão

A estrutura de gestão da Pequenos Sonhadores Day Care visa o acompanhamento constante das atividades exercidas pelas pedagogas para garantir o melhor cuidado das crianças matriculadas, supervisão dos ambientes de alimentação e higiene utilizadas pelas mesmas, afim de alcançar constante aprimoramento da qualidade do serviço, com isso podendo organizar e avaliar as ações que deverão ser tomadas na empresa para que possa alcançar um serviço eficaz e eficiente.

A organização Pequenos Sonhadores será composta por cinco sócias, sendo cada uma responsável pelas áreas de Gestão de pessoas, Financeiro, Marketing e Operacional, e uma pela presidência da empresa.

5.1.1. Atribuições

Sócio 1: HERICA MAYARA DA SILVA

Cargo: Presidência

Departamento: Conselho

Categoria: Fiscalização geral

Responde a nível hierárquico: Estratégico

Descrição do cargo: Garantir um planejamento eficaz da organização.

Administrar a organização como um todo e auxiliar no desenvolvimento do orçamento anual da empresa.

Determinar os propósitos da organização e garantir que os padrões legais sejam cumpridos com ética por todos que atual na companhia.

Responder pelos resultados no negócio e direcionar a organização para a visão de futuro da organização.

Sócio 2- ANTONIA MARINA SILVA MOTA

Cargo: Diretora de Gestão de Pessoas

Departamento: Diretoria

Categoria: Gestão

Responde a nível hierárquico: Tático

Descrição do cargo: Esta Diretoria será responsável pela gestão do quadro de funcionários da empresa Pequenos Sonhadores Day Care, tendo como objetivo maior a garantia de um ambiente harmônico, propício para o desenvolvimento e aprimoramento das habilidades profissionais de seus colaboradores.

Será de sua competência a definição dos processos de recrutamento, seleção, admissão, e treinamento de pessoal, além de desenvolver políticas de salários e programas de desenvolvimento de pessoal; contribuirá com o assessoramento nas decisões de eventuais demissões; responsável pelo desenvolvimento de políticas e práticas que promovam o bem-estar de toda a equipe.

Realizará o acompanhamento das informações enviadas pela contabilidade em relação a elaboração da folha de pagamento dos funcionários;

Sócio 3: IASMIN SANTOS TOMAZ

Cargo: Diretora de Marketing

Departamento: Diretoria

Categoria: Gestão

Responde a nível hierárquico: Tático

Descrição do cargo: Pensar e esquematizar o plano de marketing da empresa, gerenciar verbas para campanhas e promoções, gerenciar e recrutar a equipe de marketing, mensurar retorno das ações de marketing, gerenciar estratégias, acompanhar o mercado e inovar.

Sócio 4: RAQUEL MARIA DOS SANTOS PASSOS

Cargo: Diretora Financeira

Departamento: Diretoria

Categoria: Gestão

Responde a nível hierárquico: Tático

Descrição do cargo: responsável pelo gerenciamento do departamento contábil e financeiro, desenvolve processos, procedimentos financeiros e normas internas. Administra setores de contas a pagar e receber, custos e controles internos. Planeja, controla, dirige e organiza as atividades financeiras da empresa para que possa ser cumprida os objetivos e metas estabelecidos no planejamento estratégico.

Elabora relatórios gerenciais para estabelecer a melhor estratégia e tomadas de decisões.

Sócio 5: TATIANE IZIDORIO DO NASCIMENTO

Cargo: Diretora Operacional

Departamento: Diretoria

Categoria: Gestão

Responde a nível hierárquico: Tático

Descrição do cargo: Supervisiona e gerencia as tarefas elaboradas pelos funcionários da empresa, delega tarefas, orienta e desenvolve o profissional para acompanhamento constante afim de elaborar relatórios operacionais.

Elabora estratégias para aperfeiçoamento constante do serviço prestado.

5.1.2. Qualificações

Segue os currículos dos sócios:

ANTONIA MARINA SILVA MOTA

Formação Acadêmica

- Bacharel em Administração de Empresas – Universidade de Santo Amaro – 2016
- Inglês nível Básico - Escola Wizard – 2012
- Cursos de Informática: Word, Excel, PowerPoint, Access e Corel Draw – Prime Cursos – 2015

Experiência Profissional

- Cargo Público de Assistente em Administração – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo – Coordenadoria de Gestão de Pessoal - janeiro de 2015- Atual

Atribuições:

"I - Planejar, organizar, executar ou avaliar as atividades inerentes ao apoio Técnico administrativo ao ensino;

II - Planejar, organizar, executar ou avaliar as atividades técnico administrativas inerentes à pesquisa e à extensão nas Instituições Federais de Ensino;

III - executar tarefas específicas, utilizando-se de recursos materiais, financeiros e outros de que a Instituição Federal de Ensino disponha, a fim de assegurar a eficiência, a eficácia e a efetividade das atividades de ensino, pesquisa e extensão das Instituições Federais de Ensino."

Cursos Pretendidos

MBA em Gestão Estratégica de Pessoas

Inglês Intermediário e Avançado

IASMIN SANTOS TOMAZ

Formação acadêmica

- Bacharel em Administração de empresas – Universidade de Santo Amaro – 2017
- Inglês avançado – University of Chicago – 2012
- Bacharel em Direito – Universidade Paulista – 2010

Experiência Profissional

- Secretária Diretoria Corporativa II – Ambev – janeiro 2014- Atual
Controle da agenda e compromissos do executivo, planejamento de viagens, despacho e conferência de documentos. Atendimento telefônico internacional, recepção de clientes, auxílio departamental. Acompanhamento e preparação de reuniões, realização de atas formais, pagamento de contas, organização de eventos.
- Sócia – Meiv Montagens Industriais e Construções Ltda. – outubro /2012 a janeiro/2014.

Realização de visitas comerciais, prospecção de novos clientes, elaboração de orçamentos, cotação e compras de materiais.

- Assistente Administrativa – Engemaf Montagens e Construções Ltda. – janeiro/2008 a março 2011

Execução de atividades administrativas, auxílio em contas a receber, elaboração de planilhas orçamentárias.

Competências pessoais

Comprometida, responsável, acessível, boa comunicação, senso de urgência, disponível a qualquer hora.

RAQUEL MARIA DOS SANTOS PASSOS

Formação Acadêmica

- Bacharel em Administração de Empresas – Universidade de Santo Amaro - 2016

Experiência Profissional

- Assistente administrativo – Marte Etiquetas - Outubro/2012

Lançamentos e emissão de notas fiscais, Contas a receber e a pagar, arquivo, admissões, Férias, Rescisões, apontamento de horas, lançamento em folha de pagamento, alterações cadastrais em folha de pagamento e homologações.

- Auxiliar administrativo – Marte Etiquetas – Setembro/2011

Emissão de notas fiscais de saída, acompanhamento de itinerário de entregas e arquivo de documentos.

- Auxiliar administrativo - Arthur Lundgren tecido S/A – novembro/2011

Responsável pela abertura e fechamento de caixa, tesouraria e serviços de atendimento e abordagem ao cliente para a venda de cartões e seguros da empresa.

Competências Pessoais

Observadora, comunicativa, responsável e bom desenvolvimento em equipe.

TATIANE IZIDORIO DO NASCIMENTO

Formação Acadêmica

- Curso de informática na Logus Informática de Word 2003; Excel 2003; Power Point 2003, Access 2003; Publisher 2003; HTML; Flash MX; Dreamweaver MX; Fireworks MX – 2010.
- Conhecimentos gerais em Word 2007, Excel 2007 e PowerPoint 2007.
- Técnico em administração de empresas - Etec Zona Sul (Centro Paula Souza) – 2012.
- Bacharel em administração de empresas - Universidade de Santo Amaro – 2016.

Experiência Profissional

- Estagiário Administrativo – Defensoria Pública do Estado de São Paulo – Maio/2016

Executar serviços, rotinas, controles e conferências nos processos relacionados aos serviços ligados ao departamento; auxiliar com documentos administrativos; auxiliar nos serviços gerais; oferecer suporte administrativo ao departamento; digitalização de documentos; atendimento ao público executando a triagem para posterior atendimento jurídico.

- Técnico Operacional - Cartório Eleitoral Zona 280° - outubro/2014

Ajudar nas preparações para a realização das eleições, programação e manutenção das urnas eleitorais, suporte técnico no dia de votação para eventuais erros envolvendo as urnas.

Cursos pretendidos

MBA em gestão de projetos

Pós-graduação em gestão de operações

Inglês avançado

HERICA MAYARA DA SILVA

Formação Acadêmica

- Bacharel em Administração de Empresas – Universidade de Santo Amaro - 2016
- Tecnólogo em Gestão de Recursos Humanos- Universidade de Santo Amaro (UNISA)-2014
 - Pacote Office
 - CONARH-Congresso Nacional de Recursos Humanos- 2013/2014
 - 16 ° Congresso de Iniciação Científica (UNISA 2013)
 - 17° Congresso de Iniciação Científica (UNISA-2014)
 - Recursos Humanos- FGV
 - Dinâmicas e testes na seleção –Fundação Bradesco
 - 17°Feira do Estudante –EXPO CIEE 2014
 - Workshop – Gestão de Pessoas
 - Tendências em Gestão de Pessoas- CIESP SUL

Experiência Profissional

- Assistente administrativo – RDA EQUIPAMENTOS -Julho/2014

Lançamentos e emissão de notas fiscais, Contas a receber e a pagar, apontamento de horas, lançamento em folha de pagamento, alterações cadastrais, emissão de pedidos.

- Assistente de Agendamento – Assist Solutions – Setembro/2012
Agendamento de visitas de consultores e BackOffice de pedidos

Competências Pessoais

Comunicativa, responsável, flexível, proativa, bom dinamismo profissional, boa comunicação verbal e escrita.

5.2 ORGANOGRAMA

Chiavenato (2010) define que o organograma (*organo= órgão+grama=gráfico*) é o gráfico que representa uma organização de uma empresa, ou seja, a sua estrutura organizacional. É um gráfico estatístico, isto é, corresponde a uma radiografia da empresa e mostra o seu esqueleto e sua constituição interna, mas não mostra o seu funcionamento e a sua dinâmica.

Para Prado (1982) o organograma pode ser definido como a representação das relações formais que ocorrem dentro de uma empresa, através das linhas de responsabilidades autoridade. O organograma define as provisões de controle que são estabelecidas para coordenação, podendo incluir ou não uma listagem dos principais deveres ou atividades delegadas a cada unidade ou posição.

Segundo a organizadora Llatas (2012) o organograma é um recurso gráfico que sintetiza os níveis hierárquicos de uma organização. Como o seu nome também indica, ele apresenta a estrutura orgânica da empresa, com ênfase sobre as relações de autoridade e subordinação entre departamentos.

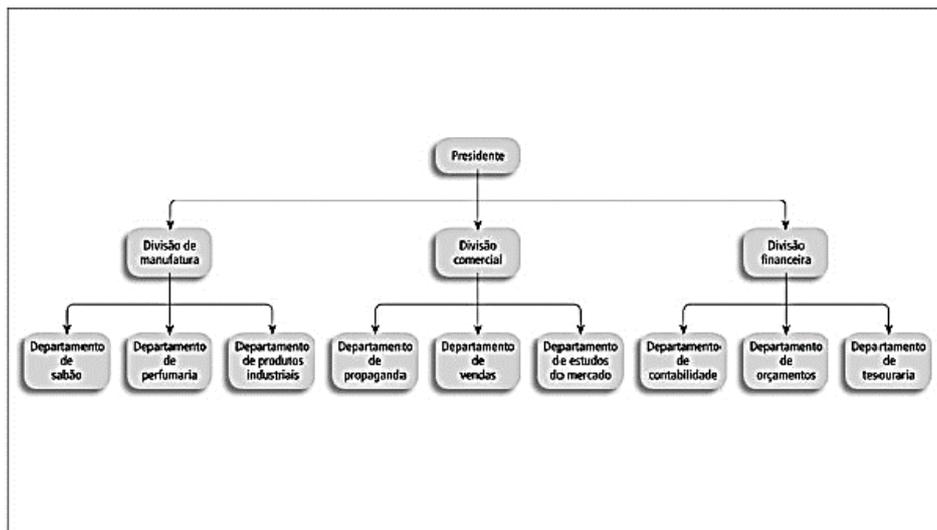
Pode-se elencar três tipos principais de organograma: o organograma clássico, o organograma circular e o organograma radial.

Organograma Clássico

Esse organograma tem como função principal deixar evidente a hierarquia da organização, é também o modelo de organograma que as empresas tradicionalmente mais adotam para apresentar a sua estrutura hierárquica. O seu foco principal está na visão da organização como um único contexto.

Como enfatiza Chiavenato (2010) esse organograma clássico é o mais utilizado de todos os organogramas. Contudo, por retratar a organização formal e burocrática, esse organograma está sendo considerado um gráfico ultrapassado e obsoleto. Os novos desenhos organizacionais estão rompendo as barreiras da organização tradicional.

Figura 31: Organograma Clássico



Fonte: CHIAVENATO, 2010 p.113

Organograma Circular

É um tipo de organograma muito utilizado por organizações com uma formação mais contemporânea, onde se centraliza no círculo a soberania máxima da empresa, ou seja, é onde geralmente está o presidente, ou seu dirigente máximo.

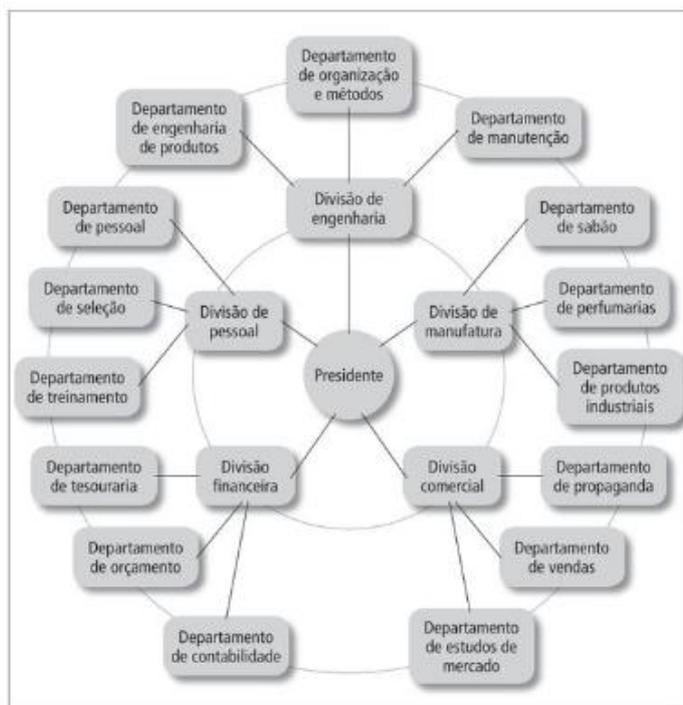
Mediante explanação de Chiavenato (2010) este organograma apresenta muitas vantagens, tais como:

- Permitir uma visualização rápida e integrada do desenho organizacional.
- Retratar a composição de todos os órgãos ou cargos da organização.
- Apresenta o relacionamento direto e indireto dentre órgãos e cargos.

Também apresenta algumas desvantagens:

- É estático: permite uma fotografia do desenho organizacional; não apresenta as mudanças passadas ou futuras da organização.
- Não indica os melhores relacionamentos diretos ou indiretos entre órgãos e cargos.
- Apresenta apenas posições, não indica a distribuição do poder.
- É apenas formal, não indica as relações informais dentro da organização.
- Está se tornando rapidamente obsoleto e ultrapassado em função das rápidas e profundas mudanças organizacionais que estão ocorrendo.

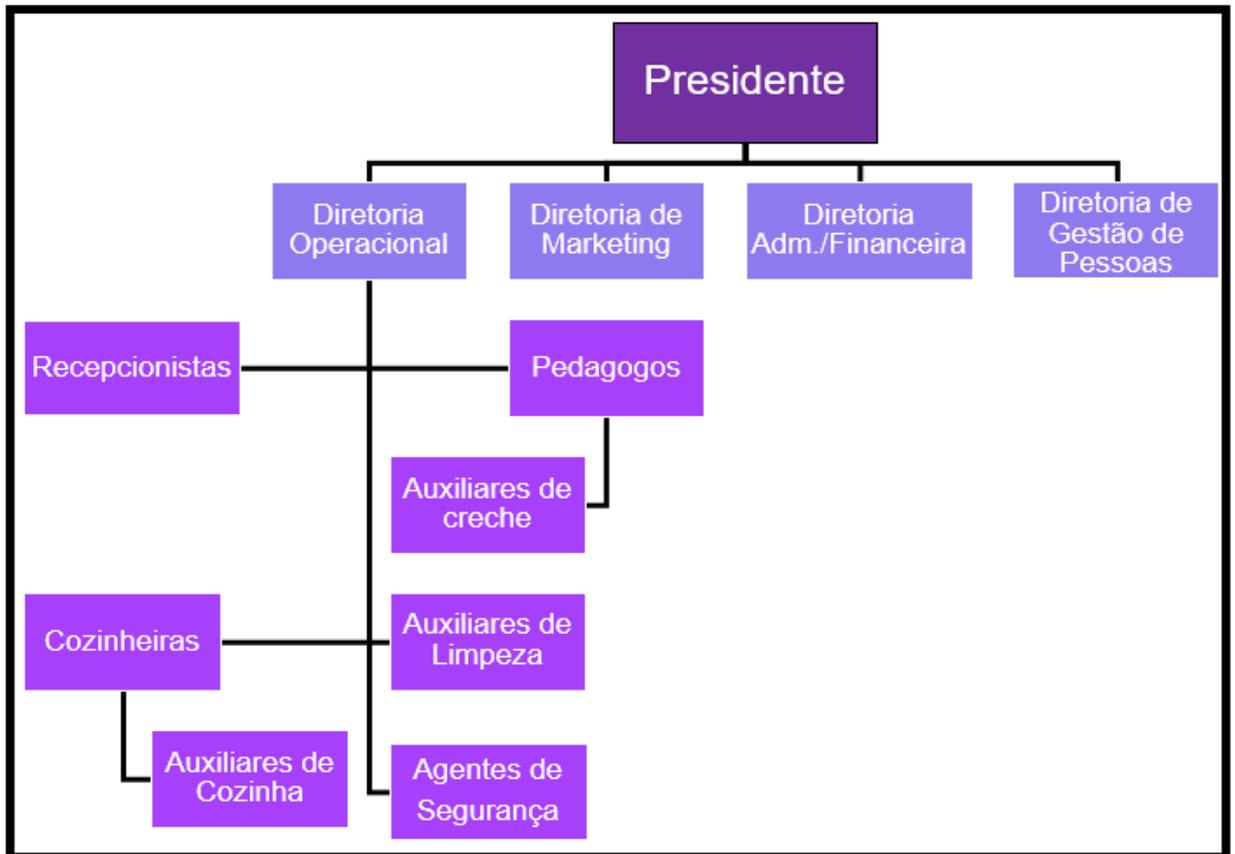
Figura 32: Organograma Circular



Fonte: CHIAVENATO, 2010 p.115

Organograma Pequenos Sonhadores Day Care.

Figura 34: Organograma da empresa



Fonte: os autores

5.3. MODELO DE CARGOS E SALÁRIOS

Para Pontes (2002), o salário é uma demonstração objetiva do quanto a empresa valoriza o trabalho de seu funcionário. Associado ao plano de carreiras, se bem administrado pelo departamento de Recursos Humanos da empresa, ele pode vir a ser não propriamente um fator de motivação, mas um fator que servirá de base aos fatores motivadores ligados ao cargo ocupado, à perspectiva de crescimento profissional e trabalho executado, estando estritamente ligado a esses.

A empresa deve ver o salário como função agregada de motivação e procurar utilizá-lo como instrumento a mais na compatibilização dos objetivos organizacionais e pessoais. Para que possa existir ambiente motivador no seio da organização, pessoas integradas e produtivas, são necessários planos adequados de Recursos Humanos. O plano básico, o carro-chefe, é, sem dúvida, o de cargos e salários, porque sem ele dificilmente os demais planos de desenvolvimento funcionam. Após a implantação do programa de cargos e salários é que devem ser implantados os planos de carreira, treinamento e desenvolvimento, avaliação de desempenho e potencial e planejamento de Recursos Humanos.

Para Zimpeck (1993), é o processo que consiste em determinar, pelo estudo e pela observação, os elementos ou fatos que compõem a natureza de um cargo e o tornam distinto de todos os outros existentes na organização: é a determinação das tarefas que compreendem um cargo, junto com a análise dos requisitos de escolaridade, experiência, responsabilidade, condições de trabalho e outros requisitos exigidos de seu ocupante para desempenhá-lo a contento.

A análise e descrição de cargos é a base fundamental de todo um sistema de administração de salários, pois, das informações que seu uso deriva é que é possível estabelecer critérios e técnicas de remuneração. E tudo isto simplesmente resulta do fato de que para valorizar cargos é preciso antes conhecê-los em todos os detalhes disponíveis.

A seguir a tabela com a média salarial nacional, segundo dados divulgados pelo SINE (Sistema Nacional de Empregos), para os cargos que farão parte da estrutura da empresa Pequenos Sonhadores Day Care, contendo informações como o cargo e valor do salário nas categorias: Trainee (até 2 anos de experiências), Júnior (de 2 a 4 anos de experiências), Pleno (de 4 a 6 anos de experiências), Sênior (de 6 a 8 anos de experiências) e Master (mais de 8 anos de experiências):

Tabela 14: Pesquisa Salarial

Pesquisa de média salarial - agosto 2016					
Cargos	Trainee	Júnior	Pleno	Sênior	Master
Auxiliar de Limpeza	R\$ 962,83	R\$ 1059,11	R\$ 1165,02	R\$ 1281,52	R\$ 1409,67
Recepcionista	R\$ 1073,54	R\$ 1234,57	R\$ 1419,76	R\$ 1632,72	R\$ 1877,63
Agente de Segurança	R\$ 1386,63	R\$ 1594,63	R\$ 1833,82	R\$ 2108,89	R\$ 2425,22
Auxiliar de Creche	R\$ 1160,99	R\$ 1335,14	R\$ 1535,41	R\$ 1765,72	R\$ 2030,58
Auxiliar de Cozinha	R\$ 1052,52	R\$ 1157,77	R\$ 1273,55	R\$ 1400,91	R\$ 1541,00
Cozinheira	R\$ 1404,2	R\$ 1544,62	R\$ 1699,08	R\$ 1868,99	R\$ 2055,89
Pedagoga	R\$ 1495,58	R\$ 1869,48	R\$ 2336,85	R\$ 2921,06	R\$ 3651,33

Fonte: adaptação SINE

A empresa Pequenos Sonhadores Day Care iniciará suas operações com os seguintes cargos:

Tabela 15: Cargo de Auxiliar de Limpeza

Denominação do cargo:	Auxiliar de Limpeza
Classe:	A
Departamento/Área:	Operacional
Subordinado à:	Diretora Operacional
Descrição do cargo:	Responsável pela manutenção da limpeza em todos os ambientes da empresa, incluindo móveis e objetos, realizar a reposição de material de higiene.
Especificações:	Boa disposição física, capacidade de organização, ter iniciativa e capacidade de cumprir ordens e determinações.
Quantidade Inicial	2

Fonte: os autores

Tabela 16: Cargo de Recepcionista

Denominação do cargo:	Recepcionista
Classe:	B
Departamento/Área:	Operacional
Subordinado à:	Diretora Operacional
Descrição do cargo:	Atendimento ao cliente presencial e telefônico, passar informações e esclarecer dúvidas, anotar recados e direcionar aos destinatários, receber malotes e processá-los.
Especificações:	Boa comunicação, noções básicas de informática, prestatividade e organização.
Quantidade Inicial	2

Fonte: os autores

Tabela 17: Cargo de Agente de Segurança

Denominação do cargo:	Agente de Segurança
Classe:	B
Departamento/Área:	Operacional
Subordinado à:	Diretora Operacional
Descrição do cargo:	Vigia dependências da empresa com a finalidade de zelar pela segurança das pessoas que transitarem no local e patrimônio, recepciona e controla a movimentação de pessoas na empresa.
Especificações:	Sexo masculino, experiência na área, habilidade de lidar com público
Quantidade Inicial	2

Fonte: os autores

Tabela 18: Cargo de Auxiliar de Creche

Denominação do cargo:	Auxiliar de Creche
Classe:	B
Departamento/Área:	Operacional
Subordinado à:	Diretora Operacional
Descrição do cargo:	Auxilia nos procedimentos diários de higiene, alimentação, sono e atividades pedagógicas das crianças.
Especificações:	Experiência na área, paciência, organização, habilidade em cuidados com crianças e boa condição física.
Quantidade Inicial	6

Fonte: os autores

Tabela 19: Cargo de Auxiliar de Cozinha

Denominação do cargo:	Auxiliar de Cozinha
Classe:	B
Departamento/Área:	Operacional
Subordinado à:	Diretora Operacional
Descrição do cargo:	Auxiliar o(a) cozinheiro(a) na preparação da alimentação lavando, cortando, ralando, descascando, separando alimentos e etc., sob a orientação do(a) cozinheiro(a), armazenar adequadamente os produtos alimentícios, cuidar da higiene do local.
Especificações:	Conhecimento básico de legislação sanitária, boas práticas de higiene, espírito colaborativo.
Quantidade Inicial	2

Fonte: os autores

Tabela 20: Cargo de Cozinheira

Denominação do cargo:	Cozinheira
Classe:	C
Departamento/Área:	Operacional
Subordinado à:	Diretora operacional
Descrição do cargo:	Preparar os alimentos servidos às crianças, conforme dieta elaborada por nutricionista.
Especificações:	Ensino Médio Completo, conhecimento de culinária em geral e experiência na área, conhecimento de legislação sanitária, disposição para cumprir ordens e determinações.
Quantidade Inicial	2

Fonte: os autores

Tabela 21: Cargo de Pedagoga

Denominação do cargo:	Pedagoga
Classe:	D
Departamento/Área:	Operacional
Subordinado à:	Diretora Operacional
Descrição do cargo:	Participa da elaboração e planejamento das atividades pedagógicas, escolhe materiais didáticos que serão utilizados, coordena e participa das atividades diárias relacionadas ao plano de aprendizagem e desenvolvimento das crianças, acompanha o trabalho dos auxiliares de creche, elabora relatórios de controle das atividades que desempenha.
Especificações:	Graduação em Pedagogia, sexo feminino, atenciosa, habilidade em lidar com crianças
Quantidade Inicial	2

Fonte: os autores

5.3.1. Estrutura e política salarial

A criação de uma estrutura e política salarial está relacionada a organização e definição de padrões para cargos e salários existentes dentro de uma instituição. Assim os gestores e colaboradores saberão com maior clareza como estão distribuídos os valores salariais e quais métodos e critérios foram adotados para defini-los.

A empresa Pequenos Sonhadores Day Care inicia suas operações com cargos estruturados em classes de A à D e em faixas salariais iniciando com nível 1 e chegando até o nível 5. Todos os colaboradores, independente da classe que pertence, iniciarão com a faixa salarial de nível 1 com progressões anuais para o nível seguinte de salário. Entre cada nível de salário foi adotado um ajuste de 10%, podendo ser modificado futuramente de acordo com as legislações trabalhistas que forem vigentes em cada ano. Já as classes contemplarão cargos que possuem uma média salarial semelhante.

Abaixo a tabela com a demonstração da estrutura e política salarial adotada pela empresa Pequena Sonhadores Day Care:

Tabela 22: Faixas Salariais

FAIXAS SALARIAIS					
CLASSES	NÍVEL 1	NÍVEL 2	NÍVEL 3	NÍVEL 4	NÍVEL 5
A	R\$ 1.000,00	R\$ 1.100,00	R\$ 1.210,00	R\$ 1.331,00	R\$ 1.464,10
B	R\$ 1.351,78	R\$ 1.486,96	R\$ 1.635,65	R\$ 1.799,22	R\$ 1.979,14
C	R\$ 1.462,12	R\$ 1.608,33	R\$ 1.769,17	R\$ 1.946,08	R\$ 2.140,69
D	R\$ 2.336,85	R\$ 2.570,54	R\$ 2.827,59	R\$ 3.110,35	R\$ 3.421,38

Fonte: os autores

5.4. POLÍTICA DE BENEFÍCIOS, MOTIVAÇÃO E RETENÇÃO

Política de Benefícios

Segundo Davis (1992), salário não substitui benefícios assim como estes não substituem aquele. Um independe do outro, porém, se completam quando falamos em remuneração global.

Salário é o pagamento por serviços prestados feito em moeda corrente, diretamente ao funcionário (mesmo que seja depositado em conta bancária), e diretamente relacionado com a quantidade do trabalho realizado. É remuneração indireta.

Benefícios são introduzidos, a critério da empresa, por sua única e exclusiva opção. É remuneração indireta. Na medida em que em que o benefício se torna lei, deixa de ser considerado como tal por parte da empresa e para todos os efeitos do exposto nesta obra. A somatória de ambos, salário e benefícios, é o que denominamos de remuneração global.

A forma de contratação dos colaboradores da empresa Pequenos Sonhadores será por meio de registro CLT (Consolidação das leis do trabalho) nesta categoria estão previstos benefícios obrigatórios impostos pelo Ministério do Trabalho.

Para Davis (1992) existe naturalmente uma correlação muito grande entre benefícios e serviços. Benefícios é também tudo aquilo que, não sendo salário, tem custo por parte da empresa, com alguma ou nenhuma participação financeira por parte do funcionário.

Política de Benefícios Pequenos Sonhadores

O empreendimento Pequenos Sonhadores pensou nos benefícios que oferecerá aos seus colaboradores para tentar ao menos suprir algumas de suas necessidades básicas para manter-se, e são estes: (1) vale-transporte, (2) vale-refeição, (3) convênio médico e odontológico, (4) previdência social, (5) FGTS, (6) férias acrescidas de 1/3 e (7) décimo terceiro salário.

Vale-transporte: Este é um benefício e obrigação legal que a Pequenos Sonhadores fornecerá a seus funcionários para utilização efetiva em deslocamentos

da residência/trabalho/residência, com utilização do sistema de transporte coletivo, seja urbano, intermunicipal ou interestadual. Este benefício é descontado na folha de pagamento com 6% sobre o salário nominal do colaborador conforme a portaria interministerial MPS/MF.

Vale-refeição: Será fornecido ao funcionário um vale-refeição com o valor de R\$ 18,00 por refeição. O valor será disponibilizado conforme os dias úteis do mês subsequente descontado em folha em até 20% conforme PAT (programa de alimentação do trabalhador), o valor real descontado em folha de pagamento será de R\$ 18,00.

Convênio médico e odontológico: Mesmo esses benefícios não sendo obrigatórios, de acordo com a resolução da Agência Nacional de Saúde (ANS), de 1º de junho de 2012, a empresa oferecerá os mesmos com custos mínimos para os colaboradores, serão descontados em folha conforme utilização dos serviços, onde os mesmos possam incluir cônjuges e filhos.

Previdência Social: É um direito social, previsto no art. 6º da Constituição Federal de 1988 entre os Direitos e Garantias Fundamentais, que garante renda não inferior ao salário mínimo ao trabalhador e a sua família. Como previsto por lei diante da contratação CLT, o Day Care Pequenos Sonhadores recolherá o percentual de 08% ou mais de seus colaboradores, para fins obrigatórios demonstrados na tabela abaixo:

Tabela 23: Contribuição salários e alíquotas INSS

SALÁRIO DE CONTRIBUIÇÃO (R\$)	ALÍQUOTA INSS
até 1.556,94	8%
de 1.556,95 até 2.594,92	9%
de 2.594,93 até 5.189,82	11%

Fonte: Guia Trabalhista

Com este percentual recolhido os colaboradores poderão usufruir dos seguintes benefícios: Aposentadoria por meio de contribuição, aposentadoria por

idade, aposentadoria especial, aposentadoria por invalidez, aposentadoria especial a pessoas com deficiência, auxílio-doença, auxílio-acidente, salário-família, salário-maternidade e décimo terceiro salário.

FGTS (Fundo de garantia do tempo de serviço): Foi criado com o objetivo de proteger o trabalhador demitido sem justa causa, mediante a abertura de uma conta vinculada ao contrato de trabalho. No início de cada mês os empregadores depositam em contas abertas na Caixa, em nome dos empregados, o valor correspondente a 8% do salário de cada funcionário. O FGTS é constituído pelo total desses depósitos mensais e os valores pertencem aos empregados que, em algumas situações, podem dispor do total depositado em seu nome. Todo trabalhador brasileiro com contrato formal de trabalho, tem direito ao FGTS, portanto a empresa não descontará na folha de pagamento, mas como previsto nos termos da Lei nº 1.180/05 a Pequenos Sonhadores deverá recolher o percentual estipulado, conforme informações no site da Caixa Econômica Federal.

Férias acrescidas de 1/3: De acordo com a legislação, após cada período de doze meses de trabalho ininterrupto, o funcionário adquire direito ao gozo de trinta dias de férias, dos quais um terço pode ser convertido em forma de abono pecuniário e os dois terços restantes efetivamente gozados em forma de descanso. Em qualquer dos casos, a Constituição assegura o direito a mais um terço sobre o montante apurado. O funcionário que optar por trinta dias de férias terá o seu correspondente a trinta dias de salário ao passo que, o funcionário que optar por vinte dias de férias terá o correspondente a quarenta dias de salário composto por: Vinte dias de férias, dez dias de abono pecuniário e dez dias trabalhados. Assim o funcionário que opta pelo recebimento do abono aumenta sua renda, no mês de férias, em um terço. A empresa garantirá esse benefício a todos os seus colaboradores.

Décimo terceiro salário: Segundo o site meu salário uol, o décimo terceiro salário, a gratificação de Natal foi instituída no Brasil pela Lei 4.090, de 13/07/1962, garante que o trabalhador receba o correspondente a 1/12 (um doze avos) da remuneração por mês trabalhado. Ou seja, consiste no pagamento de um salário extra ao trabalhador no final de cada ano. Tem direito à gratificação todo trabalhador com carteira assinada, sejam trabalhadores domésticos, rurais, urbanos ou avulsos. A partir de quinze dias de serviço, o trabalhador já passa ter direito a receber o décimo terceiro salário. Também recebem a gratificação os aposentados e

pensionistas do INSS. A Pequenos Sonhadores pagará a seus colaboradores o décimo terceiro salário sendo a primeira parcela contada e calculada a partir do primeiro dia de fevereiro até dezembro respectivamente no dia 31. O adiantamento deste benefício poderá ser concedido no caso de férias somente se o colaborador fizer o requerimento no mês de janeiro do ano vigente e por escrito conforme orientações do Guia Trabalhista (2011).

A Pequenos Sonhadores Day Care deseja manter seus colaboradores sempre motivados e satisfeitos, para que sua permanência dentro da empresa seja sempre produtiva e feliz. A empresa promoverá programas de incentivo e treinamentos motivacionais contínuos, sempre proporcionando um ambiente saudável, de forma que a rotina de trabalho de seus funcionários não afete suas vidas pessoais de forma negativa.

Motivação e retenção

As organizações devem ter preocupação máxima voltada à motivação e retenção de seus colaboradores, pois assim evitam a rotatividade de pessoal e o custo com treinamento de novos contratados.

Segundo Boog (2002), a motivação caracteriza-se pelo conjunto de percepções que o indivíduo tem sobre sua existência, como ele valoriza e gosta dos próprios pensamentos e comportamentos como sua autoestima propicia ações para sua felicidade, como ele mesmo reconhece seus atos e se valoriza.

Essa motivação interna, que se chama também vetor interno, é o principal aspecto de sua motivação. Podemos dizer que a motivação interna é o mecanismo intrínseco que “move” o indivíduo e que o mantém disposto e feliz permitindo sua evolução e senso de desenvolvimento. Esse primeiro vetor é mais importante, pois é a base da realização e da felicidade individual. Por mais que um ambiente possa gerar elementos externos de ampliação da motivação, o vetor interno é o que efetivamente vai alimentar a alma desse indivíduo e fará com que ele esteja plenamente satisfeito com sua vida.

O processo motivacional individual busca a manutenção do equilíbrio. Quando algo que acontece no ambiente é interpretado de forma surpreendente pelo indivíduo é o seu mecanismo motivacional que procura manter e recuperar o nível aceitável de

equilíbrio dinâmico que maximiza o prazer e minimiza o desprazer. A energia usada para acionar o sistema nasce da capacidade do indivíduo de se auto motivar, uma capacidade de natureza primitiva, instintiva, mas que pode também ser desenvolvida de processos planejados.

A empresa Pequenos Sonhadores entende que a motivação é pessoal, mas pode ser influenciada por objetivos e interesses coletivos as pessoas a irem em busca de algo que possa satisfazer suas vontades e que contribua de alguma forma para a realização de seus desejos, fica difícil motivar pessoas, até porque o ser motivado supera limites como se a pessoa estivesse sob efeito de algo superior, isso se dá quando a pessoa está centrada em seu objetivo maior levando a uma integração em busca de sua auto realização.

Para Vergara (2010), considera importante destacar a teoria de Maslow que desenvolveu tal teoria tomando como eixo a questão das necessidades humanas. Para ele, tais necessidades estão organizadas hierarquicamente e a busca de satisfazê-las é o que nos motiva a tomar alguma direção. Distingue dois tipos de necessidade: primárias e secundárias. As primeiras formam a base da hierarquia.

A figura abaixo representa as chamadas necessidades básicas do ser humano, segundo o tradicional modelo de pirâmide, que presume a satisfação do nível menos, para haver a permissão a satisfação do maior.

Figura 35 - Pirâmide das necessidades de Maslow



Figura 1: Pirâmide de Maslow

Fonte: <http://www.juvementodista.com.br/2012/05/as-necessidades-de-maslow.html#axzz4lg4aqYo3>

A organização Pequenos Sonhadores se preocupa com o desenvolvimento e motivação e retenção de seus colaboradores. E por isso, pensou nos seguintes programas:

Cada funcionário passará por um programa de integração, afim de incorporá-los ao ambiente de trabalho, colegas, estrutura física do Day Care e metodologia adotada para cuidado e ensino das crianças.

Programa de capacitação e formação técnica, destinadas aos funcionários que não possuem vasto conhecimento sobre as atividades. O intuito desse programa é fornecer o máximo de informações e instruções sobre as tarefas a serem executadas.

A empresa promoverá eventos festivos, bem como datas de aniversário dos colaboradores onde a diretoria com o aval da presidência comprará um bolo e doces para comemorar a data. Também organizará a celebração do aniversário do Day Care, festa de dia das crianças, onde o colaborador poderá levar seus filhos e cônjuge para conhecer seu local de trabalho e assim se familiarizarem com a Pequenos Sonhadores.

A empresa promoverá uma festa de fim de ano com sorteios e premiações para os colaboradores.

A Pequenos Sonhadores acredita na capacidade dos seus colaboradores e conseqüentemente em todo aparato de benefícios, desenvolvimento, treinamento e motivação dos mesmos. A ideia não é somente retê-los, mas mantê-los motivados, com sentimento de verdadeiros donos.

5.5. PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DE PESSOAL

É primordial para a empresa o desenvolvimento correto do colaborador para que possam executar suas tarefas sem erros e obter um produto ou serviço satisfatório como anteriormente planejado, além de oferecer um ambiente mais confortável para o funcionário a ponto de se sentir bem e seguro em exercer suas atividades na organização.

Para Chiavenato (2009) treinamento pode ser uma forma de desenvolvimento de força de trabalho juntamente com os cargos envolvidos. Ou mesmo gera um método correto de desempenho no cargo quando há uma educação geral, formando uma nivelção intelectual coletiva.

Outros autores referem-se a uma área genérica chamada desenvolvimento, e que é desdobrada em educação e treinamento: o treinamento significa o preparo da pessoa para o cargo, enquanto o propósito da educação é o de preparar a pessoa para o ambiente dentro ou fora de seu trabalho. (Chiavenato, 2009, pag. 38)

O treinamento é um método educacional que é executado em curto prazo sendo usado procedimentos sistemáticos para que a pessoa de nível não gerencial obtenha conhecimentos e habilidades técnicas para um determinado propósito. Em contrapartida o desenvolvimento é uma forma de aprendizado de longo prazo utilizando procedimentos sistemáticos e organizado para que o pessoal gerencial aprenda com uma forma genérica de execução de processos. (Chiavenato, 2009)

O treinamento pode englobar quatro tipos de mudança de atitudes e comportamentos segundo Chiavenato (2009) como:

1. Transmissão de informações: é um elemento indispensável na maioria dos programas de treinamento que é a transmissão do conteúdo, isto é, disseminar as informações básicas da empresa, que normalmente são informadas de uma forma genérica, como seus produtos e serviços, suas política e organização.

2. Desenvolvimento de habilidades: é crucial para o treinamento desenvolver habilidades que são ligadas diretamente com o desempenho direto do cargo atual ou uma possível ocupação futura.

3. Desenvolvimento ou modificação de atitudes: uma mudança de atitudes principalmente as negativas colaboram muito no desenvolvimento profissional do funcionário e o relacionamento entre colegas, ajudando também em sua motivação no meio corporativo. Nessa visão, o treinamento é muito eficaz na forma de mudança de atitudes pessoais e natureza da sociedade.

4. Desenvolvimento de conceitos: o treinamento pode gerar uma forma de elevação de nível da abstração e filosofia e de conceituação de ideias, seja com o intuito de facilitar a introdução de conceitos na pratica administrativa, seja para aumentar o nível de englobamento para que os gerentes possam pensar de uma forma mais ampla.

Para Chiavenato (2009) os tipos de treinamentos são:

Treinamento depois do ingresso no trabalho: esse treinamento é aplicado após o recrutamento do funcionário no trabalho, para que o treinamento seja aplicado de uma forma eficaz deverá ser um processo racional que obedeça a uma programação

e que desperte interesse para o funcionário e a empresa simultaneamente. Esse pode ser aplicado no local de trabalho ou em um local externo.

1. Treinamento no local do trabalho: o funcionário pode ser orientado por outro já treinado, supervisores ou especialista de *staff* que exercem função de instrutores. Não necessita de equipamentos sofisticados nem local específico. Esse método é muito utilizado pela sua praticabilidade, pois o funcionário trabalha e aprende ao mesmo tempo.

2. Treinamento fora do local de trabalho: esse método é mais utilizado para complementar o treinamento do que o treinamento inicial em si. Dessa forma o funcionário consegue focar-se completamente no que está sendo transmitido do que se estivesse trabalhando e aprendendo, pois não está envolvido com tarefas, uma das formas de treinamento são:

- Aulas expositivas;
- Filmes, *slides*, e vídeos informativos;
- Método do caso (estudos de casos);
- Simulação e jogos;
- Palestras e conferências;
- Seminários e *workshops*

3. Aulas expositivas: é uma das modalidades mais utilizadas para difundir informações. As aulas expositivas têm o aspecto positivo por propagar as informações para um grupo grande de pessoas de uma só vez. Esse modo consiste em transmitir a informação para ouvintes passivos com a possibilidade de os treinadores elaborarem perguntas relevantes ao que está sendo exposto, no entanto faz com que esses ouvintes tenham pouca ou nenhuma oportunidade de executar o que foi passado, assim tendo dificuldades na precisam do *feedback*.

5.5.1 Desenvolvimento de pessoal do Day Care Pequenos Sonhadores

O Day Care Pequenos Sonhadores visa trabalhar com seus colaboradores da melhor maneira possível, lhes proporcionando uma boa integração e um bom desenvolvimento. A princípio, a empresa pretende aplicar para seus funcionários

diversos tipos de treinamento dentro do próprio local de trabalho que é conhecido pelo termo inglês *On The Job Training*, ou seja, o treinamento dessas pessoas será realizado dentro do próprio local de trabalho, de acordo com um cronograma estabelecido pela área de gestão de pessoal, levando em consideração as atribuições do cargo de cada funcionário. Também haverá treinamentos realizados através de plataformas online e em outras instituições. Uma verba anual será destinada para a realização de diversos cursos e estes serão oferecidos de acordo com o calendário da empresa. Inicialmente ofereceremos os cursos abaixo:

O primeiro terá o tema: Brincar e o Aprender na Educação Infantil. Será realizado por meio de uma plataforma on-line custeada pela empresa com carga horária de 60 horas. Será direcionado aos profissionais de diversas áreas da educação, que estão em busca de novos desafios e querem obter maior aprendizado sobre o Brincar e o Aprender na Educação Infantil.

O Day Care Pequenos Sonhadores também prevê um curso de primeiros socorros e prevenção de acidentes para o time de pedagogas e auxiliares de creche, uma vez que estes funcionários desempenharão funções diretamente ligadas ao bem estar de nossos clientes. Este curso será realizado anualmente, por profissionais da saúde. Tem o intuito de orientar os colaboradores a reconhecer sinais e sintomas, acionar o serviço de emergência quando necessário e realizar ações simples para a preservação e valorização da vida até que a vítima seja atendida por equipe especializada.

6. PLANO OPERACIONAL

O plano operacional irá abranger pontos cruciais para o desenvolvimento do negócio, como a sua localização, layout e arranjo físico ilustrado com a planta do local.

O capítulo embasará também o fluxograma das operações da empresa, a capacidade produtiva, atendimento e organização elaborando a potência produtiva do negócio o mais eficaz possível para que possa ser mensurável e posteriormente analisada.

6.1 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

Para Martins (2005) a forma de encontrar o local ideal para uma empresa de serviços deve-se levar em consideração a existência de fácil acesso ao transporte e comunicação da região, a proximidade com seu concorrente direto, fácil comunicação com o cliente e a estrutura do local para atender o mesmo como um estacionamento.

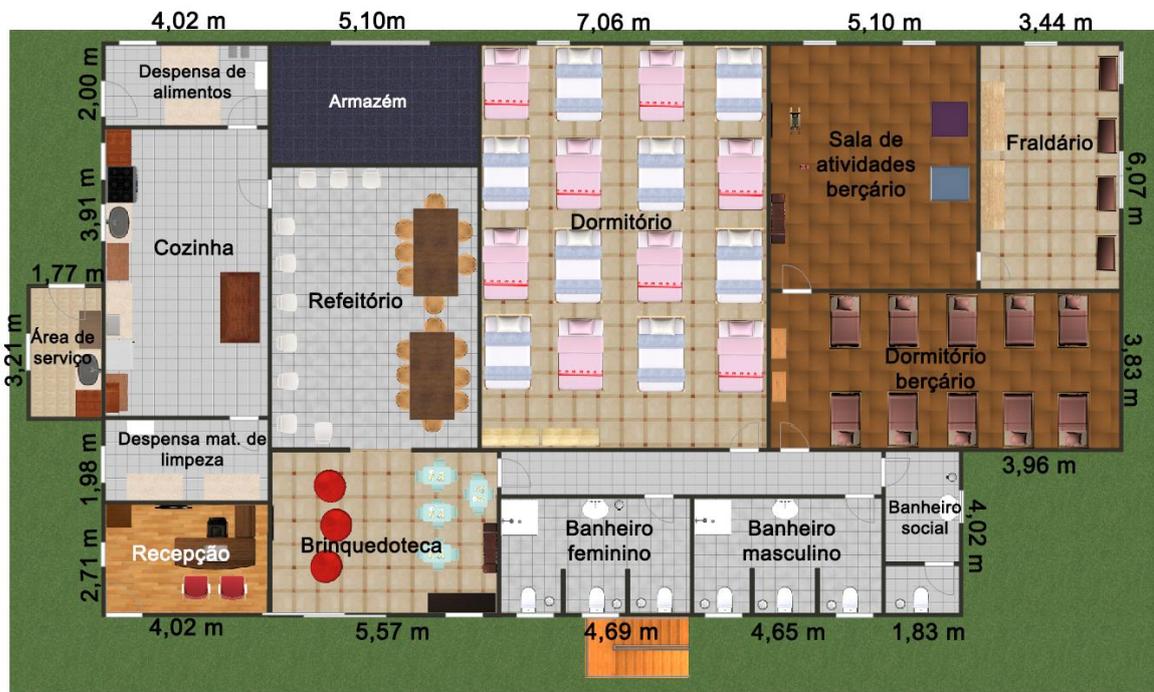
A Pequenos Sonhadores Day Care estará localizada na região da zona sul de São Paulo, precisamente no bairro da Chácara Santo Antônio – Rua Senador Milton Campo, 2.527, CEP: 04708-040 – São Paulo, com essa localização a empresa atingirá seu público alvo que são famílias de classe alta, especificamente das classes A e B, e abrange bairros da Chácara Santo Antônio e Brooklin como relatado nos tópicos de Segmentação e no de Público Alvo nas páginas 46 e 48 respectivamente. Há também a vantagem de fácil acesso da rua pelas Avenidas, Santo Amaro, Adolfo Pinheiro, Vereador José Diniz e Professor Vicente Rao.

O local também é muito benéfico pela tranquilidade das ruas com pouco tráfego de carros garantindo a segurança da transação das crianças no momento da entrada e saída, justamente por ser uma região residencial mesclado com comercial, com isso obtém uma grande retenção de residentes e trabalhadores locais, que são nosso público alvo.

O tipo de imóvel que será utilizado como local da empresa será um sobrado com área total de 320 m² e área, sendo o andar térreo usado para comportar as crianças e o superior para a administração, sala dos professores e a copa.

Abaixo segue a planta do andar inferior:

Figura 37: planta do Pequenos Sonhadores andar térreo



Fonte: Os autores

Figura 38: Piso térreo em 3 D



Fonte: Os autores

O térreo é onde as crianças serão acomodadas, contendo o dormitório onde 30 crianças de 1 a 4 anos irão dormir, o berçário que comportará 10 bebês de 6 meses a 11 meses, a brinquedoteca onde serão desenvolvidas as atividades como dança, leitura, assistir desenhos educativos, cozinha, refeitório, banheiros femininos e masculino, fraldário, sala de atividades berçário, dispensa de alimentos e de material de limpeza, área de serviço e a recepção, na área externa terá uma horta, o playground e duas mesas para fazer um picnic.

No térreo terá:

- Cozinha
- Dormitório
- Brinquedoteca
- Dispensa de alimentos
- Dispensa de matéria de limpeza
- Área de serviço
- Berçário
- Fraldário
- Refeitório
- Recepção
- Banheiros feminino e masculino infantil;
- Banheiro social;

O andar superior será usado pelos colaboradores da empresa.

Figura 39: planta do Pequenos Sonhadores andar superior



Fonte: Os autores

Figura 40: Segundo andar administração em 3 D



Fonte: Os autores

Neste andar será utilizado como a área administrativa, onde serão acomodados os funcionários do operacional e gerencial, organização de documentos e arquivos corporativos, pauta de reuniões, a sala pedagógica onde será elaborado a rotina das crianças e discutir sobre assuntos relevantes as crianças e profissionais,

Neste andar contém:

- Sala das diretorias de RH, marketing, financeiro, operacional.
- Sala de reunião;
- Almoxarifado;
- Banheiros femininos e masculino;
- Armário dos funcionários;
- Sala dos professores;
- Sala pedagógica;
- Sala de monitoramento.

6.3 PROCESSO DE PRODUÇÃO E/OU COMERCIALIZAÇÃO

O processo de comercialização e/ou industrialização demonstra o caminho que o produto ou serviço irá percorrer.

Segundo Lovelock e Wirtz (2006, p. 187)

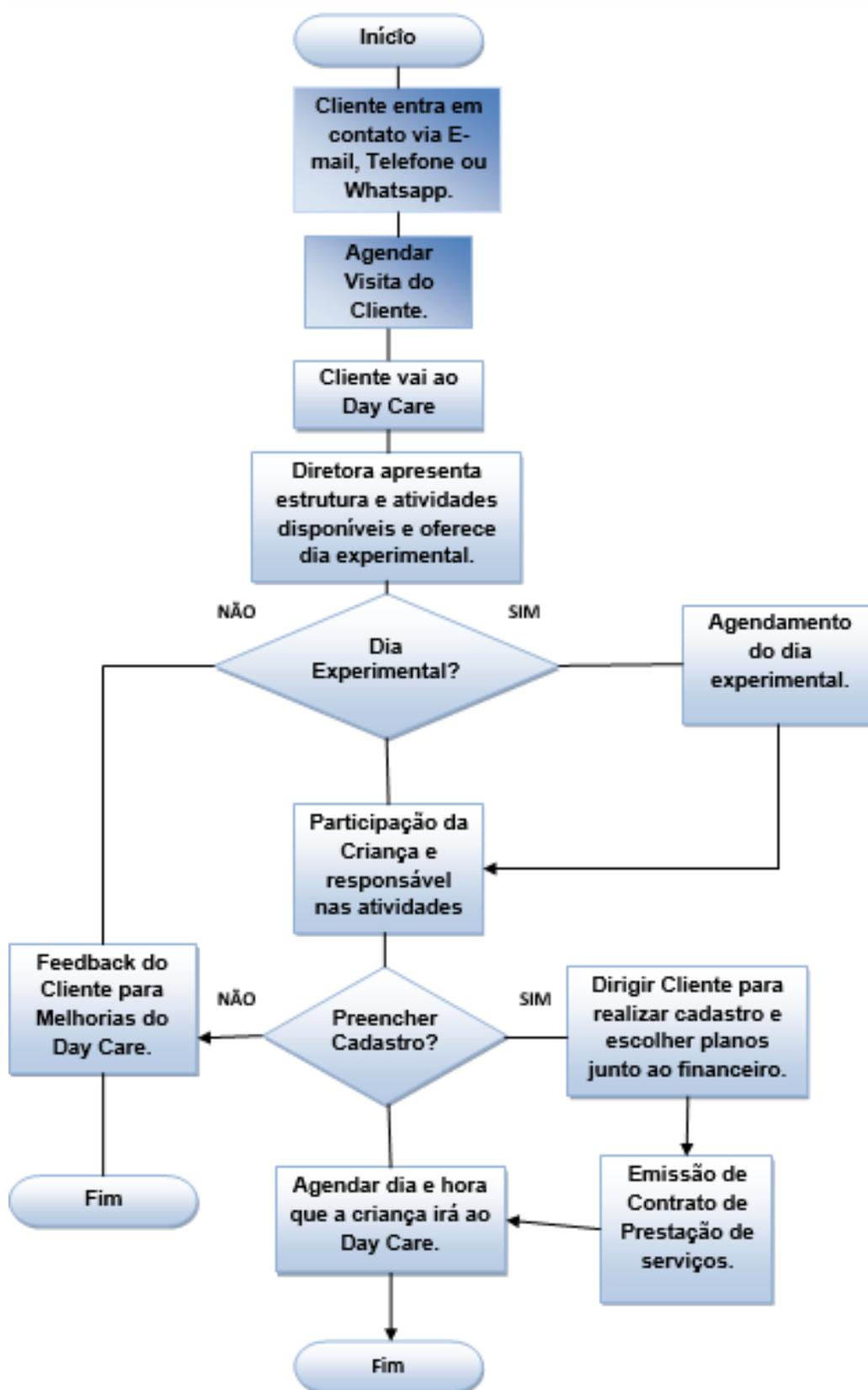
“Processos são a arquitetura de serviços e descrevem o método e a sequência em que funcionam sistemas operacionais de serviços e como eles se interligam para criar experiência e os resultados de serviços que os clientes valorizarão. ”

Abaixo demonstração da estrutura de distribuição dos serviços do Day Care:

- Através de prévio contato telefônico ou e-mail, o cliente fica informado sobre a Day Care e se interessa pelo serviço.
- Cliente dirige-se até a Day Care.
- Diretora apresenta a estrutura e atividades disponíveis e oferece dia experimental.
 - Se a resposta seja negativa, a diretora fará algumas perguntas a fim de melhorias, através do feedback do cliente e processo é finalizado.
 - Caso o cliente aceite, será agendado o dia experimental.

- Na data agendada a criança e o responsável participará das atividades da Day Care.
- Após o dia experimental o cliente decide se deseja cadastrar a criança para poder frequentar o Day Care.
- Se a decisão for negativa, a empresa receberá o feedback do cliente para melhoria e o processo é finalizado.
- Caso o cliente queira fazer o cadastro, ele é encaminhado para o financeiro, que então lhe mostrará os pacotes disponíveis e emitirá o contrato de prestação de serviço.
- A partir do cadastro realizado e contrato emitido, os responsáveis poderão agendar e deixar seus as crianças conforme a sua necessidade.

Figura 41: Fluxograma de processo do Day Care



Fonte: Os autores

6.4 CAPACIDADE DE PRODUÇÃO E/OU COMERCIAL

Cobra (1986) diz que o importante é que a empresa tenha condições de balancear a sua capacidade de produção para atender a demanda de um lado. E por outro lado tenha recursos financeiros e de marketing para estimular a demanda até o limite de sua capacidade de produção. O nível ótimo é aquele que estabelece um balanceamento entre capacidade de produção e de consumo (demanda).

De acordo com Certo (2003, p.447) há cinco passos para seguir nas decisões referentes a capacidade. São eles:

1. Medir a capacidade das instalações atualmente disponíveis.
2. Estimar a futura necessidade de capacidade com base em previsões de demanda.
3. Comparar a futura necessidade de capacidade e a capacidade atual a fim de determinar se é preciso aumentá-la ou reduzi-la.
4. Identificar maneiras de acomodar as alterações de capacidade de curto alcance (expansão ou redução).
5. Selecionar a melhor alternativa com base em uma avaliação quantitativa e qualitativa

Tabela 24: Capacidade de produção total.

Pedagogos disponíveis	3
Auxiliar de creche disponíveis	8
Bebês de 6 a 11 meses	10
Crianças de 1 a 2 anos e 11 meses	15
Crianças de 3 a 4 anos	15
CAPACIDADE TOTAL DE CRIANÇAS ATENDIDAS POR DIA	40

Fonte: Os autores

Nossa capacidade produtiva inicial será entre 15 a 25 crianças por dia, sendo que cada auxiliar de creche pode cuidar de até 15 crianças com idade acima de 1 ano,

no caso dos bebês, cada auxiliar pode ficar encarregada de 5 bebês. Ao decorrer dos anos seguintes a demanda terá um crescimento constante.

Tabela 25: demanda de vendas de pacotes por ano.

Nome do Produto	Preço de venda (Reais)	Vendas anuais de pacotes				
		ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Pacote horas avulsas	48	1.321	1.494	1.690	1.911	2.161
Pacote meio período (4 a 6 horas)	180	1.624	1.836	2.076	2.348	2.656
Pacote período intern. (7 a 9 horas)	250	1.655	1.872	2.117	2.394	2.708
Pacote período integral (14 horas)	350	1.480	1.674	1.893	2.141	2.421
Pacote mensal	1500	151	171	193	218	247

Fonte: os autores

Ano 1 terá um total de 6.231 pacotes vendidos, com uma média mensal de 600 crianças atendidas e 20 por dia;

Ano 2 terá um total de 7.047 pacotes vendidos, com média mensal de 588 pacotes vendidos e 23 crianças atendidas por dia;

Ano 3 terá um total de 7.970 pacotes vendidos, com média mensal de 665 pacotes vendidos e 26 crianças atendidas por dia;

Ano 4 terá um total de 9.013 pacotes vendidos, com média mensal de 752 pacotes vendidos e 29 crianças atendidas por dia;

Ano 5 terá um total de 10.193 pacotes vendidos, com média mensal de 850 pacotes vendidos e 33 crianças atendidas por dia.

A quantidade de crianças atendidas no dia pode variar em 5 crianças acima ou abaixo do valor demonstrado.

7. PLANEJAMENTO FINANCEIRO

Segundo Biagio e Batocchio (2012) as decisões empresariais são tomadas a partir de dados financeiros. A inclusão de um plano financeiro dentro de um plano de negócios procura demonstrar um conjunto de projeções abrangentes que possa refletir o desempenho futuro da empresa em termos financeiros e, quando bem preparada e fundamentado, transmitirá uma imagem futura de estabilidade e de ganhos digna de crédito, tornando-se um dos principais pontos de avaliação da atratividade do negócio.

Para Biagio e Batocchio (2012) dentro de um plano de negócios a elaboração de um plano financeiro deve compreender: balanço patrimonial, demonstração de resultados, plano de investimentos, fluxo de caixa, planilha de custos e plano de vendas.

O plano financeiro tem como principal foco avaliar todos os aspectos econômicos do Day Care Pequenos Sonhadores. Neste capítulo serão abordados tópicos como investimentos fixos, financeiros e pré-operacionais.

7.1. ESTIMATIVA DO INVESTIMENTO TOTAL

Para Gitman e Joehnk (2005) é simplesmente qualquer instrumento em que os fundos disponíveis podem ser colocados com a expectativa de que gerarão renda positiva e/ou que seu valor será preservado ou aumentado. Os retornos dos investimentos são recebidos de duas formas básicas: O rendimento corrente e o valor aumentado.

A seguir a tabela com a estimativa de investimento total necessário para abertura da empresa Pequenos Sonhadores Day Care:

Tabela 25: Investimento Total

INVESTIMENTOS		Valor Total	
1	Investimentos Fixos	R\$	72.296,47
2	Investimentos Pré-Operacionais	R\$	90.783,44
3	Investimentos Financeiros	R\$	236.920,09
TOTAL DE INVESTIMENTOS		R\$	400.000,00

Fonte: os autores.

7.1.2. Estimativa dos investimentos fixos

Segundo Biaggio e Batocchio (2012) São os gastos com aquisição e instalação de máquinas e equipamentos, obras e reformar, móveis e utensílios, veículos, centrais telefônicas, aparelhos eletrônicos e de informática, imóveis, salas, casas, lotes e galpões. Os investimentos fixos constituem também o patrimônio da empresa e podem ser vendidos e convertidos em dinheiro.

Segundo Gitman (2005) os ativos fixos quase sempre são denominados ativos rentáveis, já que oferecem a base para empresa obter lucro. Sem instalações e equipamentos a empresa não poderia produzir. Os ativos circulantes, como caixa, duplicatas a receber e estoque não possibilitam que a empresa obtenha lucro.

Abaixo segue a tabela com a estimativa de investimentos fixos necessários para a abertura do negócio:

Tabela 26: Investimentos Fixos

Investimentos fixos			
	Investimentos fixos	Quant.	Valor Total
1	Móveis	1	R\$ 29.168,41
2	Eletrônicos	1	R\$ 22.530,70
3	Eletrodomésticos	1	R\$ 4.153,10
4	Utensílios de cozinha	1	R\$ 925,05
5	Equipamentos de segurança	1	R\$ 5.384,42
6	Produtos para playground infantil	1	R\$ 10.134,79
sub total Investimentos Fixos			R\$ 72.296,47

Fonte: os autores.

O detalhamento das contas dos investimentos fixos poderá ser verificado nos anexos do 1 ao 15 deste trabalho.

7.1.3. Estimativa dos investimentos financeiros

Segundo Biagio e Batocchio (2012) qualquer empresa deve ter um plano de investimentos, pois isso reflete uma preocupação com o futuro.

Segundo Gitman e Joehnk (2005) investimento é qualquer investimento em que os fundos disponíveis podem ser colocados com a expectativa de que gerarão renda e que seu valor será preservado ou aumentado.

Na sequência a tabela com a estimativa dos investimentos financeiros da empresa analisada neste plano de negócio:

Tabela 27: Investimentos Financeiros

Investimentos Financeiros				
	Investimentos Financeiros	Quant.	Valor unitário	Valor Total
1	Capital Giro (Gastos 3º mês/ giro)	1	R\$ 236.920,09	R\$ 236.920,09
sub total dos Investimentos Financeiros				R\$ 236.920,09

Fonte: os autores.

O total de investimento financeiro seria uma reserva para cobrir os custos variáveis, os custos com mão de obra e gastos administrativos durante os 3 primeiros meses de operação da empresa, caso não houvesse nenhuma entrada de receita durante este período.

7.1.4. Estimativa dos investimentos pré-operacionais

Segundo Biagio e Batocchio (2012) são os gastos que o empreendedor efetua antes de sua empresa começar a funcionar, ou seja, antes de entrar em operação. Sendo uma empresa nascente, incluem-se os gastos com pesquisa de mercado, registro da empresa, pesquisa e desenvolvimento, despesas com profissionais para criação da logomarca, gastos com projetos, e com registro da marca junto ao INPI etc.

A seguir a tabela com a estimativa dos investimentos pré-operacionais necessários para a abertura do Pequenos Sonhadores Day Care:

Tabela 28: Investimentos Pré-Operacionais

	Investimentos Pré-operacionais	Quant.	Valor unitário	Valor Total
1	Plano de marketing (panfletos, anúncios em	1	R\$ 38.473,00	R\$ 38.473,00
2	Despesas com abertura de empresa	1	R\$ 5.169,43	R\$ 5.169,43
3	Instalação de câmeras	1	R\$ 260,00	R\$ 260,00
4	Reforma de imóvel	1	R\$ 38.187,18	R\$ 38.187,18
5	Criação de web site institucional	1	R\$ 1.600,00	R\$ 1.600,00
6	Serviço de montagem da horta	1	R\$ 1.650,00	R\$ 1.650,00
7	Pacote Office 2016	8	R\$ 199,00	R\$ 1.592,00
8	Livros e DVs Infantis	1	R\$ 438,04	R\$ 438,04
9	Serviço da nutricionista para elaboração de	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
10	Acessórios de cama e berço	1	R\$ 3.263,79	R\$ 3.263,79
sub total dos Investimentos Pré-				R\$ 90.783,44

Fonte: os autores.

O detalhamento das contas dos investimentos pré-operacionais poderá ser verificado nos anexos 16 ao 30 e apêndice D deste trabalho.

7.1.5. Estimativa dos custos fixos mensais

Os custos fixos são aqueles voltados a produção de um bem ou serviço que não variam de acordo com a quantidade produzida, ou, seja os valores são os mesmos independentemente do volume de produção de bens ou serviços da empresa, podendo esses gastos existirem mesmo que não seja produzido nenhum bem ou serviço

Para Megliorini (2007) os custos Fixos são aqueles que decorrem da manutenção da estrutura produtiva da empresa, independentemente da quantidade que venha a ser fabricada dentro do limite da capacidade instalada. Exemplos desse comportamento são o custo do aluguel e a depreciação.

Custos variáveis, são aqueles que aumentam ou diminuem conforme o volume de produção. São exemplos desse comportamento os custos da matéria-prima (quanto mais se produz, maior o uso de máquinas e equipamentos elétricos, conseqüentemente, maiores o consumo e o custo). Já o custo total é a somatória dos custos fixos e variáveis.

Megliorini (2007) também explica que os custos semifixos são os elementos de custos classificados como fixos, mas que se alteram decorrência de mudanças na capacidade de produção instalada

Abaixo seguem as tabelas com as estimativas dos custos fixos da empresa do 1º ao 5º ano:

Tabela 29: Custos Fixos Mensais - 1º ao 6º mês

CUSTOS FIXOS							
Nº	Saidas Fixas/Operacionais	1º MÊS	2º MÊS	3º MÊS	4º MÊS	5º MÊS	6º MÊS
1	Aluguel do imóvel	R\$ 9.400,00					
2	Água	R\$ 500,00					
3	Combo (Tv, Internet e Telefone Fixo)	R\$ 299,70					
4	Pacote para celular	R\$ 109,90					
5	Material Escritório	R\$ 937,72	R\$ 708,12				
6	Material Limpeza e Manutenção	R\$ 754,14					
7	Energia	R\$ 450,00					
8	Hospedagem Website	R\$ 30,00					
9	Manutenção Conta Corrente	R\$ 30,00					
10	Honorários Contabilidade	R\$ 975,44	R\$ 1.033,21	R\$ 1.093,12	R\$ 1.140,28	R\$ 1.204,79	R\$ 1.271,78
11	Mensalidade Netflix	R\$ 29,90					
12	Manutenção Horta	R\$ 450,00					
13	Manutenção Câmeras de Vigilância	R\$ 260,00					
14	Serviço Nutricionista	R\$ 100,00					
15	Lavanderia	R\$ 4.264,00					
16	Marketing	R\$ 7.537,50					
17	Treinamento e Desenvolvimento de Pessoal	R\$ 3.279,04					
18	Materiais Escolares	R\$ 444,28					
	Total dos Gastos Fixos	R\$ 29.851,62	R\$ 25.956,47	R\$ 26.016,38	R\$ 26.063,54	R\$ 26.128,05	R\$ 26.195,04

Fonte: os autores.

Tabela 30: Custos Fixos Mensais – 7º ao 12º mês

CUSTOS FIXOS							
Nº	Saidas Fixas/Operacionais	7º MÊS	8º MÊS	9º MÊS	10º MÊS	11º MÊS	12º MÊS
1	Aluguel do imóvel	R\$ 9.400,00					
2	Água	R\$ 500,00					
3	Combo (Tv, Internet e Telefone Fixo)	R\$ 299,70					
4	Pacote para celular	R\$ 109,90					
5	Material Escritório	R\$ 708,12					
6	Material Limpeza e Manutenção	R\$ 754,14					
7	Energia	R\$ 450,00					
8	Hospedagem Website	R\$ 30,00					
9	Manutenção Conta Corrente	R\$ 30,00					
10	Honorários Contabilidade	R\$ 1.326,37	R\$ 1.398,69	R\$ 1.473,87	R\$ 1.567,07	R\$ 1.648,42	R\$ 1.748,09
11	Mensalidade Netflix	R\$ 29,90					
12	Manutenção Horta	R\$ 450,00					
13	Manutenção Câmeras de Vigilância	R\$ 260,00					
14	Serviço Nutricionista	R\$ 100,00					
15	Lavanderia	R\$ 4.264,00					
16	Marketing	R\$ 7.537,50					
17	Treinamento e Desenvolvimento de Pessoal						
18	Materiais Escolares	R\$ 444,28					
	Total dos Gastos Fixos	R\$ 26.249,63	R\$ 26.321,95	R\$ 26.397,13	R\$ 26.490,33	R\$ 26.571,68	R\$ 26.671,35

Fonte: Os autores.

Tabela 31: Custos Fixos do 1º ao 5º ano

CUSTOS FIXOS						
taxa de 8,7% inflação (IPCA)						
Nº	Saidas Fixas/Operacionais	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
1	Aluguel do imóvel	R\$ 112.800,00	R\$ 122.613,60	R\$ 133.280,98	R\$ 144.876,43	R\$ 157.480,68
2	Água	R\$ 6.000,00	R\$ 6.522,00	R\$ 7.089,41	R\$ 7.706,19	R\$ 8.376,63
3	Combo (Tv, Internet e Telefone Fixo)	R\$ 3.596,40	R\$ 3.909,29	R\$ 4.249,39	R\$ 4.619,09	R\$ 5.020,95
4	Pacote para celular	R\$ 1.318,80	R\$ 1.433,54	R\$ 1.558,25	R\$ 1.693,82	R\$ 1.841,18
5	Material Escritório	R\$ 8.727,04	R\$ 9.486,29	R\$ 10.311,60	R\$ 11.208,71	R\$ 12.183,87
6	Material Limpeza e Manutenção	R\$ 9.049,68	R\$ 9.837,00	R\$ 10.692,82	R\$ 11.623,10	R\$ 12.634,31
7	Energia	R\$ 5.400,00	R\$ 5.869,80	R\$ 6.380,47	R\$ 6.935,57	R\$ 7.538,97
8	Hospedagem Website	R\$ 360,00	R\$ 391,32	R\$ 425,36	R\$ 462,37	R\$ 502,60
9	Manutenção Conta Corrente	R\$ 360,00	R\$ 391,32	R\$ 425,36	R\$ 462,37	R\$ 502,60
10	Honorários Contabilidade	R\$ 15.881,15	R\$ 17.262,81	R\$ 18.764,67	R\$ 20.397,20	R\$ 22.171,75
11	Mensalidade Netflix	R\$ 358,80	R\$ 390,02	R\$ 423,95	R\$ 460,83	R\$ 500,92
12	Manutenção Horta	R\$ 5.400,00	R\$ 5.869,80	R\$ 6.380,47	R\$ 6.935,57	R\$ 7.538,97
13	Manutenção Câmeras de Vigilância	R\$ 3.120,00	R\$ 3.391,44	R\$ 3.686,50	R\$ 4.007,22	R\$ 4.355,85
14	Serviço Nutricionista	R\$ 1.200,00	R\$ 1.304,40	R\$ 1.417,88	R\$ 1.541,24	R\$ 1.675,33
15	Lavanderia	R\$ 29.848,00	R\$ 32.444,78	R\$ 35.267,47	R\$ 38.335,74	R\$ 41.670,95
16	Marketing	R\$ 90.450,00	R\$ 98.319,15	R\$ 106.872,92	R\$ 116.170,86	R\$ 126.277,72
17	Treinamento e Desenvolvimento de Pessoal	R\$ 3.279,04	R\$ 3.564,32	R\$ 3.874,41	R\$ 4.211,49	R\$ 4.577,89
18	Materiais Escolares	R\$ 5.331,36	R\$ 5.795,19	R\$ 6.299,37	R\$ 6.847,41	R\$ 7.443,14
	Total dos Gastos Fixos	R\$ 302.480,27	R\$ 328.796,05	R\$ 357.401,31	R\$ 388.495,22	R\$ 422.294,30

Fonte: Os autores.

7.2 ESTIMATIVA DE RECEITA

Para o SEBRAE estimativa de receita é uma projeção de faturamento que a empresa poderá ter em sua abertura. Normalmente a estimativa de receita é muito utilizada para ilustrar como será seu faturamento para apresentar aos fornecedores para obter uma pré-visualização da futura empresa.

Um método de estimar o faturamento futuro da empresa mensal é multiplicar a quantidade de produtos oferecidos pelo valor do preço de venda, baseando-se em informações tiradas do mercado.

Para conseguir chegar em um valor coerente deve levar em consideração a estimativa de vendas dos produtos e serviços vendidos e seu valor de venda. Para isso elabore a venda individual de cada produto ou serviço que comercializar e em seguida deve calcular o total de todos os valores. Para que possa fazer isso considere:

O preço fornecido pelos concorrentes diretos;

Até quanto os seus clientes potenciais estão dispostos a pagar.

Como deve ser feito

Para a formação de previsão de vendas tem que levar em consideração as previsões de vendas pesquisadas pelo mercado potencial onde atua e sua capacidade produtiva. Elabore as previsões de vendas com o período mínimo de 12 meses.

Deve ter cautela quando for projetar suas receitas e verificar se há sazonalidade no ramo de atuação.

O preço de venda pode ser estimado com referência ao praticado no mercado. No entanto também pode ser precificado com base nos custos que a empresa contém.

Dessa maneira o preço de venda não é formado como algo fora da realidade do negócio, deverá ter coerência e ser desenvolvida por quem entende do empreendimento.

Tabela 32: Estimativa de faturamento do 1º ao 6º mês:

Nº	Nome do Produto	Preço de venda (Reais)	QUANTIDADE MENSAL VENDIDA					
			1º Mês	2º Mês	3º Mês	4º Mês	5º Mês	6º Mês
1	Pacote horas avulsas	48	83	87	92	96	101	106
2	Pacote meio período (4 a 6 horas)	180	102	107	112	118	124	130
3	Pacote período interm. (7 a 9 horas)	250	104	109	115	120	126	133
4	Pacote período integral (14 horas)	400	93	98	103	108	113	119
5	Pacote mensal	1500	8	9	10	10	11	12
RECEITA DE VENDAS DE CADA PRODUTO		Pacote horas avulsas	R\$ 3.984,00	R\$ 4.183,20	R\$ 4.392,36	R\$ 4.611,98	R\$ 4.842,58	R\$ 5.084,71
		Pacote meio período (4 a 6 horas)	R\$ 18.360,00	R\$ 19.278,00	R\$ 20.241,90	R\$ 21.254,00	R\$ 22.316,69	R\$ 23.432,53
		Pacote período interm. (7 a 9 horas)	R\$ 26.000,00	R\$ 27.300,00	R\$ 28.665,00	R\$ 30.098,25	R\$ 31.603,16	R\$ 33.183,32
		Pacote período integral (14 horas)	R\$ 37.200,00	R\$ 39.060,00	R\$ 41.013,00	R\$ 43.063,65	R\$ 45.216,83	R\$ 47.477,67
		Pacote mensal	R\$ 12.000,00	R\$ 13.500,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 16.500,00	R\$ 18.000,00
		Receita total	R\$ 97.544,00	R\$ 103.321,20	R\$ 109.312,26	R\$ 114.027,87	R\$ 120.479,27	R\$ 127.178,23

Fonte: Os autores

Tabela 33: Estimativa de faturamento do 7º ao 12º mês:

Nº	Nome do Produto	Preço de venda (Reais)	7º Mês	8º Mês	9º Mês	10º Mês	11º Mês	12º Mês
			1	Pacote horas avulsas	48	111	117	123
2	Pacote meio período (4 a 6 horas)	180	137	144	151	158	166	174
3	Pacote período interm. (7 a 9 horas)	250	139	146	154	161	169	178
4	Pacote período integral (14 horas)	400	125	131	137	144	151	159
5	Pacote mensal	1500	12	13	14	16	17	19
RECEITA DE VENDAS DE CADA PRODUTO		Pacote horas avulsas	R\$ 5.338,94	R\$ 5.605,89	R\$ 5.886,18	R\$ 6.180,49	R\$ 6.489,52	R\$ 6.813,99
		Pacote meio período (4 a 6 horas)	R\$ 24.604,16	R\$ 25.834,36	R\$ 27.126,08	R\$ 28.482,39	R\$ 29.906,51	R\$ 31.401,83
		Pacote período interm. (7 a 9 horas)	R\$ 34.842,49	R\$ 36.584,61	R\$ 38.413,84	R\$ 40.334,53	R\$ 42.351,26	R\$ 44.468,82
		Pacote período integral (14 horas)	R\$ 49.851,56	R\$ 52.344,14	R\$ 54.961,34	R\$ 57.709,41	R\$ 60.594,88	R\$ 63.624,62
		Pacote mensal	R\$ 18.000,00	R\$ 19.500,00	R\$ 21.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 25.500,00	R\$ 28.500,00
		Receita total	R\$ 132.637,14	R\$ 139.869,00	R\$ 147.387,45	R\$ 156.706,82	R\$ 164.842,16	R\$ 174.809,27

Fonte: os autores

Tabela 34: Estimativa de faturamento do 1º ao 5º ano

Nº	Nome do Produto	Preço de venda (Reais)	Vendas anuais de pacotes				
			ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
1	Pacote horas avulsas	48	1.321	1.494	1.690	1.911	2.161
2	Pacote meio período (4 a 6 horas)	180	1.624	1.836	2.076	2.348	2.656
3	Pacote período interm. (7 a 9 horas)	250	1.655	1.872	2.117	2.394	2.708
4	Pacote período integral (14 horas)	400	1.480	1.674	1.893	2.141	2.421
5	Pacote mensal	1500	151	171	193	218	247
RECEITA DE VENDAS DE CADA PRODUTO		Pacote horas avulsas	R\$ 63.413,83	R\$ 71.715,64	R\$ 81.104,28	R\$ 91.722,03	R\$ 103.729,80
		Pacote meio período (4 a 6 horas)	R\$ 292.238,44	R\$ 330.496,78	R\$ 373.763,70	R\$ 422.694,90	R\$ 478.031,92
		Pacote período interm. (7 a 9 horas)	R\$ 413.845,29	R\$ 468.023,76	R\$ 529.295,00	R\$ 598.587,55	R\$ 676.951,52
		Pacote período integral (14 horas)	R\$ 592.117,11	R\$ 669.634,00	R\$ 757.299,00	R\$ 856.440,65	R\$ 968.561,40
		Pacote mensal	R\$ 226.500,00	R\$ 256.152,20	R\$ 289.686,32	R\$ 327.610,54	R\$ 370.499,61
		Receita total	R\$ 1.588.114,67	R\$ 1.796.022,39	R\$ 2.031.148,30	R\$ 2.297.055,67	R\$ 2.597.774,25

Fonte: os autores

No apêndice I informa como foi feito custeio de formação de valor de preço de venda, com o desenvolvimento de custos variáveis e a margem de contribuição dos pacotes.

7.3. ESTIMATIVA DE CUSTOS VARIÁVEIS

Cruz (2012) relata que as principais características dos custos têm como a compreensão da relação entre a produção de bens e serviços com a quantidade gasta de recursos consumidos para efetuar esse processo.

Para Cruz (2012) custos são todos os gastos que são impactados direta ou indiretamente na elaboração de um bem ou serviço, sendo classificados em:

- Custos diretos;
- Custos indiretos;
- Custos fixos;
- Custos variáveis;
- Custos híbridos.

A seguir uma explicação de cada um desses custos.

Custos diretos

São todos os gastos que estão ligados diretamente na fabricação de um bem ou serviço que podem ser mensurados direto ao produto ou serviço, sem a utilização do processo de rateio, com isso formando a base de cálculo do custeio por absorção. Cruz (2012, pág. 33)

Custos indiretos

Esses são gastos que não estão envolvidos diretamente com a fabricação de um bem ou serviço, ou seja, que não são mensurados diretamente ao mesmo, assim sendo necessário utilizar a forma de rateio para poder agregar de forma efetiva o custo ao produto ou serviço. Está envolvido na base de cálculo do meio de custeio por absorção. Como:

Salários dos funcionários da fábrica (mão de obra direta): esse custo pode ser enquadrado como um custo indireto, mas somente a partir do momento que os funcionários do meio fabril estejam envolvidos no processo de produção, sendo necessário o método do rateio para que possa distribuir igualmente os custos em todos os produtos ou serviço prestado. Cruz (2012, pág. 35)

Custos fixos

Os custos fixos são os gastos que não estão ligados diretamente com a fabricação e não sofrem variação com a quantidade produzida, os valores permanecem os mesmos, independem do volume fabricado de bens ou serviços do negócio, esses gastos podem existir mesmo se a empresa está produzindo ou não. Os custos fixos têm sua base de cálculo a partir do método de custeio direto. Os custos diretos podem ser aluguel, conta de energia elétrica e água, telefone e internet. Cruz (2012, pág. 37)

Custos variáveis

São gastos ligados diretamente com a produção de um bem ou serviço que podem variar conforme a quantidade produzida, isto é, os valores podem sofrer variações de acordo com a quantidade de produtos ou serviço fornecidos pela empresa. Um custo variável é a matéria prima, pois seu consumo está envolvido diretamente com a frequência de atividades da produção. Cruz (2012, pág. 39)

Custos híbridos

São gastos que envolvem a fabricação de um bem ou serviço que são parcialmente fixos e variáveis. Esses custos híbridos que são (semifixos ou semivariáveis) apresentam até determinado momento um custo fixo até certo ponto, que posteriormente pode se transformar em variável, ou ao contrário também.

Um tipo de custo híbrido seria a mão de obra direta que inicialmente foi contratada por um valor fixo mensal, mas pode variar se tiver alguma participação de lucro por meio de desempenho de produção, ou até mesmo uma comissão que o funcionário ganhe de acordo com a quantidade vendida, que ao final do mês a renda desse funcionário sempre irá variar. Cruz (2012, pag. 40)

Tabela 35: Custos dos serviços do 1º ao 6º mês

Nome do Produto	Custo unitário variável de produção	QUANTIDADE MENSAL PRODUZIDA					
		1º Mês	2º Mês	3º Mês	4º Mês	5º Mês	6º Mês
Pacote horas avulsas	R\$ 1,53	83	87	92	96	101	106
Pacote meio período (4 a 6 horas)	R\$ 7,65	102	107	112	118	124	130
Pacote período interm. (7 a 9 horas)	R\$ 12,24	104	109	115	120	126	133
Pacote período integral (14 horas)	R\$ 21,42	93	98	103	108	113	119
Pacote mensal	R\$ 556,92	8	4	10	10	11	12
CUSTOS VARIÁVEIS DE CADA PRODUTO	Pacote horas avulsas	R\$ 126,99	R\$ 133,34	R\$ 140,01	R\$ 147,01	R\$ 154,36	R\$ 162,07
	Pacote meio período (4 a 6 horas)	R\$ 780,30	R\$ 819,32	R\$ 860,28	R\$ 903,29	R\$ 948,46	R\$ 995,88
	Pacote período interm. (7 a 9 horas)	R\$ 1.272,96	R\$ 1.336,61	R\$ 1.403,44	R\$ 1.473,61	R\$ 1.547,29	R\$ 1.624,66
	Pacote período integral (14 horas)	R\$ 1.992,06	R\$ 2.091,66	R\$ 2.196,25	R\$ 2.306,06	R\$ 2.421,36	R\$ 2.542,43
	Pacote mensal	R\$ 4.455,36	R\$ 2.227,68	R\$ 5.569,20	R\$ 5.569,20	R\$ 6.126,12	R\$ 6.683,04
	Custo Mensal	R\$ 8.627,67	R\$ 6.608,61	R\$ 10.169,17	R\$ 10.399,17	R\$ 11.197,59	R\$ 12.008,08

Fonte: os autores

Tabela 36: Custos do 7º ao 12º mês

QUANTIDADE MENSAL PRODUZIDA					
7º Mês	8º Mês	9º Mês	10º Mês	11º Mês	12º Mês
111	117	123	129	135	142
137	144	151	158	166	174
139	146	154	161	169	178
125	131	137	144	151	159
12	13	14	16	17	19
R\$ 170,18	R\$ 178,69	R\$ 187,62	R\$ 197,00	R\$ 206,85	R\$ 217,20
R\$ 1.045,68	R\$ 1.097,96	R\$ 1.152,86	R\$ 1.210,50	R\$ 1.271,03	R\$ 1.334,58
R\$ 1.705,89	R\$ 1.791,18	R\$ 1.880,74	R\$ 1.974,78	R\$ 2.073,52	R\$ 2.177,19
R\$ 2.669,55	R\$ 2.803,03	R\$ 2.943,18	R\$ 3.090,34	R\$ 3.244,86	R\$ 3.407,10
R\$ 6.683,04	R\$ 7.239,96	R\$ 7.796,88	R\$ 8.910,72	R\$ 9.467,64	R\$ 10.581,48
R\$ 12.274,33	R\$ 13.110,82	R\$ 13.961,28	R\$ 15.383,34	R\$ 16.263,89	R\$ 17.717,55

Fonte: os autores

Tabela 37: Custos do 1º ao 5º ano

Nome do Produto	Custo unitário variável de produção	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
		ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Pacote horas avulsas	R\$ 1,53	1.321	1.494	1.690	1.911	2.161
Pacote meio período (4 a 6 horas)	R\$ 7,65	1.624	1.836	2.076	2.348	2.656
Pacote período intern. (7 a 9 horas)	R\$ 12,24	1.655	1.872	2.117	2.394	2.708
Pacote período integral (14 horas)	R\$ 21,42	1.480	1.674	1.893	2.141	2.421
Pacote mensal	R\$ 556,92	146	165	187	211	239
CUSTOS VARIÁVEIS DE CADA PRODUTO	Pacote horas avulsas	R\$ 2.021,32	R\$ 2.285,94	R\$ 2.585,20	R\$ 2.923,64	R\$ 3.306,39
	Pacote meio período (4 a 6 horas)	R\$ 12.420,13	R\$ 14.046,11	R\$ 15.884,96	R\$ 17.964,53	R\$ 20.316,36
	Pacote período intern. (7 a 9 horas)	R\$ 20.261,87	R\$ 22.914,44	R\$ 25.914,28	R\$ 29.306,85	R\$ 33.143,55
	Pacote período integral (14 horas)	R\$ 31.707,87	R\$ 35.858,90	R\$ 40.553,36	R\$ 45.862,40	R\$ 51.866,46
	Pacote mensal	R\$ 81.310,32	R\$ 91.955,04	R\$ 103.993,32	R\$ 117.607,59	R\$ 133.004,16
	Custo Mensal	R\$ 147.721,51	R\$ 167.060,44	R\$ 188.931,12	R\$ 213.665,00	R\$ 241.636,91

Fonte: os autores

No apêndice I informa como foi elaborado os valores variáveis das horas de cada pacote.

7.3.1 Estimativa de mão de obra

De acordo com Lorentz (2015 p.89) a mão de obra compreende os gastos com o pessoal envolvido direta ou indiretamente na produção da empresa industrial, englobando salários, encargos sociais e trabalhistas, como INSS, FGTS, seguro contra acidentes do trabalho, 13º Salário, férias etc. A mão de obra pode ser direta ou indireta.

A mão de obra classificada como mão de obra direta (MOD), é aquela que pode ser identificada com cada produto, pois há uma medição de quanto tempo cada operário trabalhou em cada produto e quanto custa a hora de cada operário para a empresa.

A mão de obra indireta (MOI) compreende os gastos com o pessoal que trabalha na produção sem interferir diretamente na fabricação dos produtos, como supervisores gerentes, mecânicos, seguranças, pessoal de limpeza etc.

Tabela 38: Folha de pagamento 1º ano

Folha de Pagamento (ANO1)										
	% Impostos	Sócios	Aux de Limpeza	Recepcionista	Ag. De Seg.	Aux. De Creche	Aux. De Cozinha	Cozinheira	Pedagogo(a)	Total
Salário hora		22,73	5,68	7,68	7,68	7,68	7,68	8,31	13,28	80,72
Nº. funcionários		5	2	2	2	6	2	2	2	23
Salários (R\$/hora x No horas pagas)		2.000,00	1.000,00	1.351,78	1.351,78	1.351,78	1.351,78	1.462,12	2.336,85	12.206,09
Provisão férias + 1/3	11,11%	-	111,10	150,18	150,18	150,18	150,18	162,44	259,62	1.133,90
Provisão 13o. salário	8,33%	-	83,30	112,60	112,60	112,60	112,60	121,79	194,66	850,17
INSS s/ pró-labore	11,00%	220,00	-	-	-	-	-	-	-	220,00
FGTS s/ salários	8,00%	-	80,00	108,14	108,14	108,14	108,14	116,97	186,95	816,49
FGTS s/ férias	8,00%	-	6,67	9,01	9,01	9,01	9,01	9,75	15,58	68,04
FGTS s/ 13o. salário	8,00%	-	6,67	9,01	9,01	9,01	9,01	9,75	15,58	68,04
										-
Total salários		R\$ 11.100,00	R\$ 1.287,73	R\$ 1.740,73	R\$ 1.740,73	R\$ 1.740,73	R\$ 1.740,73	R\$ 1.882,82	R\$ 3.009,24	R\$ 15.142,72
Vale transporte		-	182,40	182,40	182,40	182,40	182,40	182,40	182,40	1.276,80
Vale transporte	(-6%)	-	(60,00)	(81,11)	(81,11)	(81,11)	(81,11)	(87,73)	(140,21)	(612,37)
Vale refeição		-	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00	3.024,00
Vale refeição	(-20%)	-	(86,40)	(86,40)	(86,40)	(86,40)	(86,40)	(86,40)	(86,40)	(604,80)
Convênio Médico/Odontológico		-	128,13	128,13	128,13	128,13	128,13	128,13	128,13	896,91
Convênio Médico/Odontológico	(-10%)	-	(12,81)	(12,81)	(12,81)	(12,81)	(12,81)	(12,81)	(12,81)	(89,69)
Total de benefícios		-	583,32	562,21	562,21	562,21	562,21	555,59	503,11	3.890,85
Total MOD Mensal		R\$ 11.100,00	R\$ 3.742,10	R\$ 4.605,88	R\$ 4.605,88	R\$ 13.817,65	R\$ 4.605,88	R\$ 4.876,82	R\$ 7.024,69	R\$ 43.278,92
Total MOD Anual		R\$ 133.200,00	R\$ 44.905,21	R\$ 55.270,62	R\$ 55.270,62	R\$ 165.811,85	R\$ 55.270,62	R\$ 58.521,85	R\$ 84.296,30	R\$ 519.347,06

Fonte: os autores

Tabela 39: Folha de pagamento 2º ano

Folha de Pagamento(Ano 2)										
	% Impostos	Sócios	Aux de Limpeza	Recepçionista	Ag. De Seg.	Aux. De Creche	Aux. De Cozinha	Cozinheira	Pedagogo(a)	Total
Salário hora		22,73	6,25	8,45	8,45	8,45	8,45	9,14	14,61	86,52
Nº. funcionários pagas)		5	2	2	2	6	2	2	2	23
Provisão férias + 1/3	11,11%	2.200,00	1.100,00	1.486,96	1.486,96	1.486,96	1.486,96	1.608,33	2.570,54	13.426,70
Provisão 13o. salário	8,33%	-	122,21	165,20	165,20	165,20	165,20	178,69	285,59	1.247,29
INSS s/ pró-labore	11,00%	-	91,63	123,86	123,86	123,86	123,86	133,97	214,13	935,18
FGTS s/ salários	8,00%	242,00	-	-	-	-	-	-	-	242,00
FGTS s/ férias	8,00%	-	88,00	118,96	118,96	118,96	118,96	128,67	205,64	898,14
FGTS s/ 13o. salário	8,00%	-	7,33	9,91	9,91	9,91	9,91	10,72	17,14	74,84
		-	7,33	9,91	9,91	9,91	9,91	10,72	17,14	74,84
		-								-
Total salários		R\$ 12.210,00	R\$ 1.416,51	R\$ 1.914,81	R\$ 1.914,81	R\$ 1.914,81	R\$ 1.914,81	R\$ 2.071,10	R\$ 3.310,16	R\$ 16.656,99
Vale transporte		-	197,28	197,28	197,28	197,28	197,28	197,28	197,28	1.380,96
Vale transporte	(-6%)	-	(66,00)	(89,22)	(89,22)	(89,22)	(89,22)	(96,50)	(154,23)	(673,60)
Vale refeição		-	466,86	466,86	466,86	466,86	466,86	466,86	466,86	3.268,02
Vale refeição	(-20%)	-	(93,37)	(93,37)	(93,37)	(93,37)	(93,37)	(93,37)	(93,37)	(653,60)
Médico/Odontológico		-	138,47	138,47	138,47	138,47	138,47	138,47	138,47	969,29
Médico/Odontológico	(-10%)	-	(13,85)	(13,85)	(13,85)	(13,85)	(13,85)	(13,85)	(13,85)	(96,93)
Total de benefícios		-	629,39	606,17	606,17	606,17	606,17	598,89	541,16	4.194,14
Total MOD Mensal		R\$ 12.210,00	R\$ 4.091,80	R\$ 5.041,96	R\$ 5.041,96	R\$ 15.125,87	R\$ 5.041,96	R\$ 5.339,99	R\$ 7.702,65	R\$ 47.386,17
Total MOD Anual		R\$ 146.520,00	R\$ 49.101,54	R\$ 60.503,49	R\$ 60.503,49	R\$ 181.510,48	R\$ 60.503,49	R\$ 64.079,85	R\$ 92.431,74	R\$ 568.634,10

Fonte: os autores

Tabela 40: Folha de pagamento 3º ano

Folha de Pagamento(Ano 3)										
	% Impostos	Sócios	Aux de Limpeza	Recepçionista	Ag. De Seg.	Aux. De Creche	Aux. De Cozinha	Cozinheira	Pedagogo(a)	Total
Salário hora		22,73	6,88	9,29	9,29	9,29	9,29	10,05	16,07	92,89
Nº. funcionários pagas)		5	2	2	2	6	2	2	2	23
Provisão férias + 1/3	11,11%	2.420,00	1.210,00	1.635,65	1.635,65	1.635,65	1.635,65	1.769,17	2.827,59	14.769,37
Provisão 13o. salário	8,33%	-	134,43	181,72	181,72	181,72	181,72	196,55	314,15	1.372,01
INSS s/ pró-labore	11,00%	-	100,79	136,25	136,25	136,25	136,25	147,37	235,54	1.028,70
FGTS s/ salários	8,00%	266,20	-	-	-	-	-	-	-	266,20
FGTS s/ férias	8,00%	-	96,80	130,85	130,85	130,85	130,85	141,53	226,21	987,95
FGTS s/ 13o. salário	8,00%	-	8,07	10,90	10,90	10,90	10,90	11,79	18,85	82,33
		-	8,07	10,90	10,90	10,90	10,90	11,79	18,85	82,33
		-								-
Total salários		R\$ 13.431,00	R\$ 1.558,16	R\$ 2.106,29	R\$ 2.106,29	R\$ 2.106,29	R\$ 2.106,29	R\$ 2.278,21	R\$ 3.641,18	R\$ 18.322,69
Vale transporte		-	213,12	213,12	213,12	213,12	213,12	213,12	213,12	1.491,84
Vale transporte	(-6%)	-	(72,60)	(98,14)	(98,14)	(98,14)	(98,14)	(106,15)	(169,66)	(740,96)
Vale refeição		-	504,47	504,47	504,47	504,47	504,47	504,47	504,47	3.531,29
Vale refeição	(-20%)	-	(100,89)	(100,89)	(100,89)	(100,89)	(100,89)	(100,89)	(100,89)	(706,26)
Médico/Odontológico		-	149,64	149,64	149,64	149,64	149,64	149,64	149,64	1.047,48
Médico/Odontológico	(-10%)	-	(14,96)	(14,96)	(14,96)	(14,96)	(14,96)	(14,96)	(14,96)	(104,75)
Total de benefícios		-	678,77	653,23	653,23	653,23	653,23	645,22	581,72	4.518,64
Total MOD Mensal		R\$ 13.431,00	R\$ 4.473,86	R\$ 5.519,04	R\$ 5.519,04	R\$ 16.557,11	R\$ 5.519,04	R\$ 5.846,87	R\$ 8.445,79	R\$ 51.880,75
Total MOD Anual		R\$ 161.172,00	R\$ 53.686,30	R\$ 66.228,45	R\$ 66.228,45	R\$ 198.685,35	R\$ 66.228,45	R\$ 70.162,44	R\$ 101.349,52	R\$ 622.568,96

Fonte: os autores

Tabela 41: Folha de pagamento 4º ano

Folha de Pagamento(Ano 4)										
	% Impostos	Sócios	Aux de Limpeza	Recepçionista	Ag. De Seg.	Aux. De Creche	Aux. De Cozinha	Cozinha	Pedagogo(a)	Total
Salário hora		22,73	7,56	10,22	10,22	10,22	10,22	11,06	17,67	99,91
Nº. funcionários pagas)		5	2	2	2	8	2	2	2	25
Provisão férias + 1/3	11,11%	-	147,87	199,89	199,89	199,89	199,89	216,21	345,56	1.509,22
Provisão 13o. salário	8,33%	-	110,87	149,87	149,87	149,87	149,87	162,11	259,09	1.131,57
INSS s/ pró-labore	11,00%	292,82	-	-	-	-	-	-	-	292,82
FGTS s/ salários	8,00%	-	106,48	143,94	143,94	143,94	143,94	155,69	248,83	1.086,74
FGTS s/ férias	8,00%	-	8,87	11,99	11,99	11,99	11,99	12,97	20,74	90,56
FGTS s/ 13o. salário	8,00%	-	8,87	11,99	11,99	11,99	11,99	12,97	20,74	90,56
Total salários		R\$ 14.774,10	R\$ 1.713,97	R\$ 2.316,91	R\$ 2.316,91	R\$ 2.316,91	R\$ 2.316,91	R\$ 2.506,03	R\$ 4.005,30	R\$ 20.154,96
Vale transporte		-	230,40	230,40	230,40	230,40	230,40	230,40	230,40	1.612,80
Vale transporte (-6%)		-	(79,86)	(107,95)	(107,95)	(107,95)	(107,95)	(116,76)	(186,62)	(815,06)
Vale refeição		-	545,19	545,19	545,19	545,19	545,19	545,19	545,19	3.816,33
Vale refeição (-20%)		-	(109,04)	(109,04)	(109,04)	(109,04)	(109,04)	(109,04)	(109,04)	(763,27)
Médico/Odontológico		-	161,72	161,72	161,72	161,72	161,72	161,72	161,72	1.132,04
Médico/Odontológico (-10%)		-	(16,17)	(16,17)	(16,17)	(16,17)	(16,17)	(16,17)	(16,17)	(113,20)
Total de benefícios		-	732,24	704,15	704,15	704,15	704,15	695,34	625,48	4.869,64
Total MOD Mensal		R\$ 14.774,10	R\$ 4.892,43	R\$ 6.042,12	R\$ 6.042,12	R\$ 24.168,49	R\$ 6.042,12	R\$ 6.402,74	R\$ 9.261,55	R\$ 62.851,58
Total MOD Anual		R\$ 177.289,20	R\$ 58.709,11	R\$ 72.505,47	R\$ 72.505,47	R\$ 290.021,89	R\$ 72.505,47	R\$ 76.832,87	R\$ 111.138,65	R\$ 754.218,94

Fonte: os autores

Tabela 42: Folha de pagamento 5º ano

Folha de Pagamento(Ano 5)										
	% Impostos	Sócios	Aux de Limpeza	Recepçionista	Ag. De Seg.	Aux. De Creche	Aux. De Cozinha	Cozinha	Pedagogo(a)	Total
Salário hora		22,73	8,32	11,25	11,25	11,25	11,25	12,16	19,44	107,63
Nº. funcionários pagas)		5	2	2	2	8	2	2	3	26
Provisão férias + 1/3	11,11%	-	162,66	219,88	219,88	219,88	219,88	237,83	380,12	1.660,14
Provisão 13o. salário	8,33%	-	121,96	164,86	164,86	164,86	164,86	178,32	285,00	1.244,73
INSS s/ pró-labore	11,00%	322,10	-	-	-	-	-	-	-	322,10
FGTS s/ salários	8,00%	-	117,13	158,33	158,33	158,33	158,33	171,26	273,71	1.195,42
FGTS s/ férias	8,00%	-	9,76	13,19	13,19	13,19	13,19	14,27	22,81	99,62
FGTS s/ 13o. salário	8,00%	-	9,76	13,19	13,19	13,19	13,19	14,27	22,81	99,62
Total salários		R\$ 3.250,30	R\$ 1.885,37	R\$ 2.548,61	R\$ 2.548,61	R\$ 2.548,61	R\$ 2.548,61	R\$ 2.756,64	R\$ 4.405,83	R\$ 22.170,46
Vale transporte		-	249,12	249,12	249,12	249,12	249,12	249,12	249,12	1.743,84
Vale transporte (-6%)		-	(87,85)	(118,75)	(118,75)	(118,75)	(118,75)	(128,44)	(205,28)	(896,56)
Vale refeição		-	589,28	589,28	589,28	589,28	589,28	589,28	589,28	4.124,96
Vale refeição (-20%)		-	(117,86)	(117,86)	(117,86)	(117,86)	(117,86)	(117,86)	(117,86)	(824,99)
Médico/Odontológico		-	174,77	174,77	174,77	174,77	174,77	174,77	174,77	1.223,39
Médico/Odontológico (-10%)		-	(17,48)	(17,48)	(17,48)	(17,48)	(17,48)	(17,48)	(17,48)	(122,34)
Total de benefícios		-	789,99	759,09	759,09	759,09	759,09	749,40	672,55	5.248,29
Total MOD Mensal		R\$ 16.251,51	R\$ 5.350,72	R\$ 6.615,39	R\$ 6.615,39	R\$ 26.461,56	R\$ 6.615,39	R\$ 7.012,07	R\$ 15.235,15	R\$ 73.905,66
Total MOD Anual		R\$ 195.018,12	R\$ 64.208,67	R\$ 79.384,67	R\$ 79.384,67	R\$ 317.538,67	R\$ 79.384,67	R\$ 84.144,80	R\$ 182.821,75	R\$ 886.867,89

Fonte: os autores

7.3.2. Estimativa de custo com depreciação

Martelanc (2005, p.26) define que depreciação é o reconhecimento do gasto do qual a empresa abre mão quando investe, só que distribuído ao longo de uma série de anos.

É despesa, e não saída de caixa. Nos balanços publicados, normalmente é apresentada como parte do custo e/ou das despesas gerais. Pode ser visualizada no DOAR(demonstrativo de origens e aplicação de recursos) ou no demonstrativo de fluxo de caixa.

Tabela 43: Depreciação

Item	Bens do Ativo Imobilizado	Qtde	Valor Total	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
1	Conj Ref inf c/ encosto	1	R\$ 747,00	(R\$ 74,70)				
2	Armario p/ sala Aula	1	R\$ 419,99	(R\$ 42,00)				
3	Mesa e Cadeira p/ Prof	2	R\$ 620,00	(R\$ 62,00)				
4	Mesa Infantil Oitavada Com 8 Cadeiras De Ferro	1	R\$ 609,99	(R\$ 61,00)				
5	Mini Cama Moranguinho Iris Branca J & A	10	R\$ 2.649,00	(R\$ 264,90)				
6	Mini Cama Munique Branco Canaã	6	R\$ 1.284,00	(R\$ 128,40)				
7	Moisés Soninho Branco Art In Móveis	5	R\$ 1.049,50	(R\$ 104,95)				
8	Berço Arco Iris Branco Rodial Móveis	5	R\$ 1.299,50	(R\$ 129,95)				
9	Cadeira para Refeição Bon Appetit	6	R\$ 1.014,00	(R\$ 101,40)				
12	Estante de Aço modular 5 Prateleiras	6	R\$ 815,94	(R\$ 163,19)				
13	Armário Arquivo New City 4 Gav Pasta	10	R\$ 4.399,90	(R\$ 439,99)				
14	Mesa de Centro - TB61 NN Nobre Fosco - Dalla Costa	1	R\$ 187,80	(R\$ 37,56)				
15	Estante Livreiro BI 12-06 4 Prateleiras Branco	2	R\$ 459,98	(R\$ 92,00)				
16	Conjunto de Mesa Genebra Com 4 Cadeiras Alicante Branco Liso E Preto Floral	1	R\$ 379,99	(R\$ 38,00)				
17	Armário Aéreo Ebané 3 Portas Branco CHF Móveis	3	R\$ 929,97	(R\$ 93,00)				
18	Balcão Para Microondas MF211 2 Portas Branco E Alicante Evidência	1	R\$ 159,99	(R\$ 16,00)				
19	Cômoda CP062 6 Gavetas Imbuia e Preto Evidência	8	R\$ 1.519,92	(R\$ 303,98)				
20	Cadeira de Escritório Evidence Giratória Pistão Fixo Preta	1	R\$ 119,99	(R\$ 24,00)				
21	Balcão em L Para Atendimento/ Recepção	1	R\$ 610,00	(R\$ 122,00)				

22	Colchão Mini Cama 68X148X12 Azul D-20 Luckspuma	10	R\$ 1.249,00	(R\$ 124,90)				
23	Colchão Mini Cama Pro Confort Baby D18 Azul Liso 68X150X12 Hellen Suzan	6	R\$ 539,40	(R\$ 53,94)				
24	Colchão Para Berço Sonolev Baby D-18	10	R\$ 1.249,00	(R\$ 124,90)				
25	Assento para Refeição Portátil Rosa Infantil	5	R\$ 874,50	(R\$ 87,45)				
26	Micro-ondas Electrolux Ma30S 20 Litros Prata	1	R\$ 469,99	(R\$ 47,00)				
27	Geladeira / Refrigerador Brastemp Inverse Frost Free	1	R\$ 2.871,99	(R\$ 287,20)				
28	Fogão Brastemp 6 Bocas BFS6N Branco	1	R\$ 1.159,99	(R\$ 116,00)				
29	Liquidificador Philco PH900 PR 2L 12 Velocidades Preto	1	R\$ 126,99	(R\$ 12,70)				
30	Cafeteira Elétrica Philco PH14TEMP 700ml Metal Preto e Inox	2	R\$ 245,98	(R\$ 24,60)				
31	Batedeira Mondial Pratica Black B-12 Preto	1	R\$ 64,99	(R\$ 6,50)				
32	Panela de Pressão Cook Revestida Control 4,5L	2	R\$ 143,98	(R\$ 14,40)				
33	Sandüicheira Uno Fun Kitchen Preta	2	R\$ 139,80	(R\$ 13,98)				
34	Computador Intel Dual Core 4gb Hd 1tb Monitor Led 18,5 Windows	4	R\$ 8.490,00	(R\$ 1.698,00)				
35	Computador Intel Dual Core 2.41ghz 4gb Hd 1tb Monitor Led 18,5	4	R\$ 4.956,00	(R\$ 991,20)				
36	TV LED 20" Philco PH20U21D HD Conversor Digital 2 HDMI 1 USB 60Hz	3	R\$ 1.889,97	(R\$ 377,99)				
37	Impressora HP Laserjet Pro P1102W	3	R\$ 2.099,97	(R\$ 210,00)				
38	Telefone Fixo Sem Fio Panasonic Dect 6.0 1,9 Ghz Kx-tgb110lbb Preto	6	R\$ 648,00	(R\$ 129,60)				
39	Telefone Sem Fio Philips D1301B/BR com Identificador D1301b/br Preto	4	R\$ 399,60	(R\$ 79,92)				
40	Smartphone Samsung Galaxy J1 Mini Dual Chip Android 5.1 Tela 4" 8GB 3G	1	R\$ 399,99	(R\$ 80,00)				
41	Ar Condicionado Split Lg Smile 9.000 Btus Frio 220 Volts Tsn092w4w0	6	R\$ 7.193,70	(R\$ 719,37)				
42	Dvd Player Automotivo Hrd-3560 Usb/Sd/Aux 3,5 Hurricane	1	R\$ 349,00	(R\$ 69,80)				
43	Mesa De Atividades Didática Infantil	6	R\$ 299,94	(R\$ 29,99)				
44	MESINHA DIDÁTICA INFANTIL COM CADEIRAS POLIPLAC	6	R\$ 779,88	(R\$ 77,99)				
45	Mesa De Atividades Infantil Play Time Com Gaveta	6	R\$ 449,94	(R\$ 44,99)				
46	Mesa Musical De Atividades Infantil Girafa	6	R\$ 1.123,38	(R\$ 112,34)				
47	Equipamentos Playground	1	R\$ 10.134,79	(R\$ 1.013,48)				
48	Moderninha da Pag Seguro	1	R\$ 718,80	(R\$ 71,88)				
Totais =>				(R\$ 8.919,12)				

Fonte: Os autores

DEPRECIÇÃO						
Item	Bens do Ativo Imobilizado	Qtde	Preço unitário por Bem	Valor total por item	Prazo de vida útil (ano)	Taxa anual de depreciação
1	Conj Ref inf c/ encosto	1	R\$ 747,00	R\$ 747,00	10	10%
2	Armario p/ sala Aula	1	R\$ 419,99	R\$ 419,99	10	10%
3	Mesa e Cadeira p/ Prof	2	R\$ 310,00	R\$ 620,00	10	10%
4	Mesa Infantil Otavada Com 8 Cadeiras De Ferro	1	R\$ 609,99	R\$ 609,99	10	10%
5	Mini Cama Moranguinho Iris Branca J & A	10	R\$ 264,90	R\$ 2.649,00	10	10%
6	Mini Cama Munique Branco Canaã	6	R\$ 214,00	R\$ 1.284,00	10	10%
7	Moisés Soninho Branco Art In Móveis	5	R\$ 209,90	R\$ 1.049,50	10	10%
8	Berço Arco Iris Branco Rodial Móveis	5	R\$ 259,90	R\$ 1.299,50	10	10%
9	Cadeira para Refeição Bon Appetit	6	R\$ 169,00	R\$ 1.014,00	10	10%
12	Estante de Aço modular 5 Prateleiras	6	R\$ 135,99	R\$ 815,94	5	20%
13	Armário Arquivo New City 4 Gav Pasta	10	R\$ 439,99	R\$ 4.399,90	10	10%
14	Mesa de Centro - TB61 NN Nobre Fosco - Dalla Costa	1	R\$ 187,80	R\$ 187,80	5	20%
15	Estante Livreiro BI 12-06 4 Prateleiras Branco	2	R\$ 229,99	R\$ 459,98	5	20%
16	Conjunto de Mesa Genebra Com 4 Cadeiras Alicante Branco Liso E Preto Floral	1	R\$ 379,99	R\$ 379,99	10	10%
17	Armário Aéreo Ebanó 3 Portas Branco CHF Móveis	3	R\$ 309,99	R\$ 929,97	10	10%
18	Balcão Para Microondas MF211 2 Portas Branco E Alicante Evidência	1	R\$ 159,99	R\$ 159,99	10	10%
19	Cômoda CP062 6 Gavetas Imbuia e Preto Evidência	8	R\$ 189,99	R\$ 1.519,92	5	20%
20	Cadeira de Escritório Evidence Giratória Pistão Fixo Preta	1	R\$ 119,99	R\$ 119,99	5	20%
21	Balcão em L Para Atendimento/ Recepção	1	R\$ 610,00	R\$ 610,00	20	20%
22	Colchão Mini Cama 68X148X12 Azul D-20 Luckspuma	10	R\$ 124,90	R\$ 1.249,00	10	10%
23	Colchão Mini Cama Pro Confort Baby D18 Azul Liso 68X150X12 Hellen Suzan	6	R\$ 89,90	R\$ 539,40	10	10%
24	Colchão Para Berço Sonolev Baby D-18	10	R\$ 124,90	R\$ 1.249,00	10	10%
25	Assento para Refeição Portátil Rosa Infantil	5	R\$ 174,90	R\$ 874,50	10	10%
26	Micro-ondas Electrolux Ma30S 20 Litros Prata	1	R\$ 469,99	R\$ 469,99	10	10%
27	Geladeira / Refrigerador Brastemp Inverse Frost Free	1	R\$ 2.871,99	R\$ 2.871,99	10	10%
28	Fogão Brastemp 6 Bocas BFS6N Branco	1	R\$ 1.159,99	R\$ 1.159,99	10	10%
29	Liquidificador Philco PH900 PR 2L 12 Velocidades Preto	1	R\$ 126,99	R\$ 126,99	10	10%
30	Cafeteira Elétrica Philco PH14TEMP 700ml Metal Preto e Inox	2	R\$ 122,99	R\$ 245,98	10	10%
31	Batedeira Mondial Pratica Black B-12 Preto	1	R\$ 64,99	R\$ 64,99	10	10%
32	Panela de Pressão Cook Revestida Control 4,5L	2	R\$ 71,99	R\$ 143,98	10	10%
33	Sandueira Uno Fun Kitchen Preta	2	R\$ 69,90	R\$ 139,80	10	10%
34	Computador Intel Dual Core 4gb Hd 1tb Monitor Led 18,5 Windows	4	R\$ 1.415,00	R\$ 5.660,00	5	20%
35	Computador Intel Dual Core 2.41ghz 4gb Hd 1tb Monitor Led 18,5	4	R\$ 1.239,00	R\$ 4.956,00	5	20%
36	TV LED 20" Philco PH20U21D HD Conversor Digital 2 HDMI 1 USB 60Hz	3	R\$ 629,99	R\$ 1.889,97	5	20%
37	Impressora HP Laserjet Pro P1102W	3	R\$ 699,99	R\$ 2.099,97	10	10%
38	Telefone Fixo Sem Fio Panasonic Dect 6.0 1,9 Ghz Kx-tgb110lbb Preto	6	R\$ 108,00	R\$ 648,00	5	20%
39	Telefone Sem Fio Philips D1301B/BR com Identificador D1301b/br Preto	4	R\$ 99,90	R\$ 399,60	5	20%

40	Smartphone Samsung Galaxy J1 Mini Dual Chip Android 5.1 Tela 4" 8GB 3G	1	R\$ 399,99	R\$ 399,99	5	20%
41	Ar Condicionado Split Lg Smile 9.000 Btus Frio 220 Volts Tsn092w4w0	6	R\$ 1.198,95	R\$ 7.193,70	10	10%
42	Dvd Player Automotivo Hrd-3560 Usb/Sd/Aux 3,5 Hurricane	1	R\$ 349,00	R\$ 349,00	5	20%
43	Mesa De Atividades Didática Infantil	6	R\$ 49,99	R\$ 299,94	5	10%
44	MESINHA DIDÁTICA INFANTIL COM CADEIRAS POLIPLAC	6	R\$ 129,98	R\$ 779,88	5	10%
45	Mesa De Atividades Infantil Play Time Com Gaveta	6	R\$ 74,99	R\$ 449,94	5	10%
46	Mesa Musical De Atividades Infantil Girafa	6	R\$ 187,23	R\$ 1.123,38	5	10%
47	Equipamentos Playground	1	R\$ 10.134,79	R\$ 10.134,79	10	10%
48	Moderninha da Pag Seguro	1	R\$ 718,80	R\$ 718,80	10	10%
Totais =>		171	R\$ 28.877,43	R\$ 65.515,03		

Fonte: os autores

7.4 FLUXO DE CAIXA (CASH-FLOW)

Segundo Ferreira (2005) “o fluxo de caixa visa demonstrar o acréscimo financeiro da companhia em determinado período. O saldo contemplará todos os valores que se realizam a curto prazo, isto é, em menos de noventa dias (caixa ou equivalente de caixa) e poderá ser apurado de forma direta ou indireta”.

A ferramenta adequada para um bom controle financeiro de curto prazo denomina-se fluxo de caixa, ou seja, um acompanhamento das entradas e saídas de recursos financeiros no caixa da empresa. Sua importância pode ser comparada ao plano de voo de um avião, cuja rota e o destino já estão planejados, mas correções e adequações devem ser feitas se houver turbulências ou tempestades imprevistas. O fluxo de caixa é uma ferramenta simples que serve para mostrar se a empresa tem dinheiro para pagar suas contas, servindo também como instrumento gerencial para a tomada de decisões.

Em linhas gerais, um fluxo de caixa representa a soma de todas as entradas financeiras, das quais são subtraídas todas as saídas financeiras, restando a apresentação dos saldos. Dependendo do grau de acurácia com o qual a empresa deseja analisar seus resultados, o fluxo de caixa pode ser realizado diariamente, semanalmente, mensalmente etc. (BIAGIO, 2012, p 212, 213).

Abaixo segue o fluxo de caixa da empresa:

Tabela 44: Fluxo de caixa do 1º ao 6º mês

ENTRADAS	1	2	3	4	5	6
1. Recebimento de Serviços	R\$ 97.544,00	R\$ 103.321,20	R\$ 109.312,26	R\$ 114.027,87	R\$ 120.479,27	R\$ 127.178,23
TOTAL DE ENTRADAS	R\$ 97.544,00	R\$ 103.321,20	R\$ 109.312,26	R\$ 114.027,87	R\$ 120.479,27	R\$ 127.178,23
SAÍDAS	1	2	3	4	5	6
1. Salários e prolabore	R\$ 54.378,92	R\$ 58.486,17				
Salário + Encargos de funcionários + transporte + benefícios	R\$ 43.278,92	R\$ 47.386,17				
Pro-labore + Encargos dos sócios	R\$ 11.100,00					
2. Gastos Adm., Aluguel e Mat. Consumo	R\$ 29.851,62	R\$ 25.956,47	R\$ 26.016,38	R\$ 26.063,54	R\$ 26.128,05	R\$ 26.195,04
Aluguel do imóvel	R\$ 9.400,00					
Água	R\$ 500,00					
Combo (Tv, Intern e Telefone Fixo)	R\$ 299,70					
Pacote para celular	R\$ 109,90					
Material Escritório	R\$ 937,72	R\$ 708,12				
Material Limpeza e Manutenção	R\$ 754,14					
Energia	R\$ 450,00					
Hospedagem Website	R\$ 30,00					
Manutenção Conta Corrente	R\$ 30,00					
Honorários Contabilidade	R\$ 975,44	R\$ 1.033,21	R\$ 1.093,12	R\$ 1.140,28	R\$ 1.204,79	R\$ 1.271,78
Mensalidade Netflix	R\$ 29,90					
Manutenção Horta	R\$ 450,00					
Manutenção Câmeras de Vigilância	R\$ 260,00					
Serviço Nutricionista	R\$ 100,00					
Lavanderia	R\$ 4.264,00					
Marketing	R\$ 7.537,50					
3. Financiamento com banco (BNDES)	R\$ -					
Empréstimos	R\$ -					
Encargos Financeiros	R\$ -					
5. Fornecedores (Custos Variáveis)	R\$ 8.627,67	R\$ 6.608,61	R\$ 10.169,17	R\$ 10.399,17	R\$ 11.197,59	R\$ 12.008,08
Pacote horas avulsas	R\$ 126,99	R\$ 133,34	R\$ 140,01	R\$ 147,01	R\$ 154,36	R\$ 162,07
Pacote meio período (4 a 6 horas)	R\$ 780,30	R\$ 819,32	R\$ 860,28	R\$ 903,29	R\$ 948,46	R\$ 995,88
Pacote período interm. (7 a 9 horas)	R\$ 1.272,96	R\$ 1.336,61	R\$ 1.403,44	R\$ 1.473,61	R\$ 1.547,29	R\$ 1.624,66
Pacote período integral (14 horas)	R\$ 1.992,06	R\$ 2.091,66	R\$ 2.196,25	R\$ 2.306,06	R\$ 2.421,36	R\$ 2.542,43
Pacote mensal	R\$ 4.455,36	R\$ 2.227,68	R\$ 5.569,20	R\$ 5.569,20	R\$ 6.126,12	R\$ 6.683,04
TOTAL DE SAÍDAS	92.858,21	91.051,25	94.671,73	94.948,88	95.811,82	96.689,30
IMPOSTOS (serviços)	R\$ 13.217,21	R\$ 14.000,02	R\$ 14.811,81	R\$ 15.450,78	R\$ 16.324,94	R\$ 17.232,65
SAÍDAS LÍQUIDAS	R\$ 106.075,42	R\$ 105.051,27	R\$ 109.483,54	R\$ 110.399,66	R\$ 112.136,76	R\$ 113.921,95
SALDO FINAL (E - S)	-R\$ 8.531,42	-R\$ 1.730,07	-R\$ 171,28	R\$ 3.628,21	R\$ 8.342,51	R\$ 13.256,28

Fonte: os autores

Tabela 45: Fluxo de caixa do 7º ao 12º mês

ENTRADAS	7	8	9	10	11	12
1. Recebimento de Serviços	R\$ 132.637,14	R\$ 139.869,00	R\$ 147.387,45	R\$ 156.706,82	R\$ 164.842,16	R\$ 174.809,27
TOTAL DE ENTRADAS	R\$ 132.637,14	R\$ 139.869,00	R\$ 147.387,45	R\$ 156.706,82	R\$ 164.842,16	R\$ 174.809,27
SAÍDAS	7	8	9	10	11	12
1. Salários e prolabore	R\$ 58.486,17					
Salário + Encargos de funcionários + transporte + benefícios	R\$ 47.386,17					
Pro-labore + Encargos dos sócios	R\$ 11.100,00					
2. Gastos Adm., Aluguel e Mat. Consumo	R\$ 26.249,63	R\$ 26.321,95	R\$ 26.397,13	R\$ 26.490,33	R\$ 26.571,68	R\$ 26.671,35
Aluguel do imóvel	R\$ 9.400,00					
Água	R\$ 500,00					
Combo (Tv, Internt e Telefone Fixo)	R\$ 299,70					
Pacote para celular	R\$ 109,90					
Material Escritório	R\$ 708,12					
Material Limpeza e Manutenção	R\$ 754,14					
Energia	R\$ 450,00					
Hospedagem Website	R\$ 30,00					
Manutenção Conta Corrente	R\$ 30,00					
Honorários Contabilidade	R\$ 1.326,37	R\$ 1.398,69	R\$ 1.473,87	R\$ 1.567,07	R\$ 1.648,42	R\$ 1.748,09
Mensalidade Netflix	R\$ 29,90					
Manutenção Horta	R\$ 450,00					
Manutenção Câmeras de Vigilância	R\$ 260,00					
Serviço Nutricionista	R\$ 100,00					
Lavanderia	R\$ 4.264,00					
Marketing	R\$ 7.537,50					
3. Financiamento com banco (BNDES)	R\$ -					
Empréstimos	R\$ -					
Encargos Financeiros	R\$ -					
5. Fornecedores (Custos Variáveis)	R\$ 12.274,33	R\$ 13.110,82	R\$ 13.961,28	R\$ 15.383,34	R\$ 16.263,89	R\$ 17.717,55
Pacote horas avulsas	R\$ 170,18	R\$ 178,69	R\$ 187,62	R\$ 197,00	R\$ 206,85	R\$ 217,20
Pacote meio período (4 a 6 horas)	R\$ 1.045,68	R\$ 1.097,96	R\$ 1.152,86	R\$ 1.210,50	R\$ 1.271,03	R\$ 1.334,58
Pacote período interm. (7 a 9 horas)	R\$ 1.705,89	R\$ 1.791,18	R\$ 1.880,74	R\$ 1.974,78	R\$ 2.073,52	R\$ 2.177,19
Pacote período integral (14 horas)	R\$ 2.669,55	R\$ 2.803,03	R\$ 2.943,18	R\$ 3.090,34	R\$ 3.244,86	R\$ 3.407,10
Pacote mensal	R\$ 6.683,04	R\$ 7.239,96	R\$ 7.796,88	R\$ 8.910,72	R\$ 9.467,64	R\$ 10.581,48
TOTAL DE SAÍDAS	97.010,14	97.918,94	98.844,59	100.359,85	101.321,75	102.875,07
IMPOSTOS (serviços)	R\$ 17.972,33	R\$ 18.952,25	R\$ 19.971,00	R\$ 21.233,77	R\$ 22.336,11	R\$ 23.686,66
SAÍDAS LÍQUIDAS	R\$ 114.982,47	R\$ 116.871,19	R\$ 118.815,59	R\$ 121.593,62	R\$ 123.657,86	R\$ 126.561,73
SALDO FINAL (E - S)	R\$ 17.654,67	R\$ 22.997,81	R\$ 28.571,86	R\$ 35.113,20	R\$ 41.184,30	R\$ 48.247,54

Fonte: os autores

Tabela 46: Fluxo de caixa do 1º ao 5º ano

ENTRADAS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
1. Recebimento de Serviços	R\$ 1.588.114,67	R\$ 1.796.022,39	R\$ 2.031.148,30	R\$ 2.297.055,67	R\$ 2.597.774,25
TOTAL DE ENTRADAS	R\$ 1.588.114,67	R\$ 1.796.022,39	R\$ 2.031.148,30	R\$ 2.297.055,67	R\$ 2.597.774,25
SAÍDAS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
1. Salários e prolabore	R\$ 652.547,06	R\$ 715.154,10	R\$ 783.740,96	R\$ 931.508,14	R\$ 1.081.886,01
Salário + Encargos de funcionários + transporte + benefícios	R\$ 519.347,06	R\$ 568.634,10	R\$ 622.568,96	R\$ 754.218,94	R\$ 886.867,89
Pro-labore + Encargos dos sócios	R\$ 133.200,00	R\$ 146.520,00	R\$ 161.172,00	R\$ 177.289,20	R\$ 195.018,12
2. Gastos Adm., Aluguel e Mat. Consumo	R\$ 302.480,27	R\$ 328.796,05	R\$ 357.401,31	R\$ 388.495,22	R\$ 422.294,30
Aluguel do imóvel	R\$ 112.800,00	R\$ 122.613,60	R\$ 133.280,98	R\$ 144.876,43	R\$ 157.480,68
Água	R\$ 6.000,00	R\$ 6.522,00	R\$ 7.089,41	R\$ 7.706,19	R\$ 8.376,63
Combo (Tv, Internet e Telefone Fixo)	R\$ 3.596,40	R\$ 3.909,29	R\$ 4.249,39	R\$ 4.619,09	R\$ 5.020,95
Pacote para celular	R\$ 1.318,80	R\$ 1.433,54	R\$ 1.558,25	R\$ 1.693,82	R\$ 1.841,18
Material Escritório	R\$ 8.727,04	R\$ 9.486,29	R\$ 10.311,60	R\$ 11.208,71	R\$ 12.183,87
Material Limpeza e Manutenção	R\$ 9.049,68	R\$ 9.837,00	R\$ 10.692,82	R\$ 11.623,10	R\$ 12.634,31
Energia	R\$ 5.400,00	R\$ 5.869,80	R\$ 6.380,47	R\$ 6.935,57	R\$ 7.538,97
Hospedagem Website	R\$ 360,00	R\$ 391,32	R\$ 425,36	R\$ 462,37	R\$ 502,60
Manutenção Conta Corrente	R\$ 360,00	R\$ 391,32	R\$ 425,36	R\$ 462,37	R\$ 502,60
Honorários Contabilidade	R\$ 15.881,15	R\$ 17.262,81	R\$ 18.764,67	R\$ 20.397,20	R\$ 22.171,75
Mensalidade Netflix	R\$ 358,80	R\$ 390,02	R\$ 423,95	R\$ 460,83	R\$ 500,92
Manutenção Horta	R\$ 5.400,00	R\$ 5.869,80	R\$ 6.380,47	R\$ 6.935,57	R\$ 7.538,97
Manutenção Câmeras de Vigilância	R\$ 3.120,00	R\$ 3.391,44	R\$ 3.686,50	R\$ 4.007,22	R\$ 4.355,85
Serviço Nutricionista	R\$ 1.200,00	R\$ 1.304,40	R\$ 1.417,88	R\$ 1.541,24	R\$ 1.675,33
Lavanderia	R\$ 29.848,00	R\$ 32.444,78	R\$ 35.267,47	R\$ 38.335,74	R\$ 41.670,95
Marketing	R\$ 90.450,00	R\$ 98.319,15	R\$ 106.872,92	R\$ 116.170,86	R\$ 126.277,72
3. Financiamento com banco (BNDES)	R\$ -				
Empréstimos	R\$ -				
Encargos Financeiros	R\$ -				
5. Fornecedores (Custos Variáveis)	R\$ 147.721,51	R\$ 167.060,44	R\$ 188.931,12	R\$ 213.665,00	R\$ 241.636,91
Pacote horas avulsas	R\$ 2.021,32	R\$ 2.285,94	R\$ 2.585,20	R\$ 2.923,64	R\$ 3.306,39
Pacote meio período (4 a 6 horas)	R\$ 12.420,13	R\$ 14.046,11	R\$ 15.884,96	R\$ 17.964,53	R\$ 20.316,36
Pacote período interm. (7 a 9 horas)	R\$ 20.261,87	R\$ 22.914,44	R\$ 25.914,28	R\$ 29.306,85	R\$ 33.143,55
Pacote período integral (14 horas)	R\$ 31.707,87	R\$ 35.858,90	R\$ 40.553,36	R\$ 45.862,40	R\$ 51.866,46
Pacote mensal	R\$ 81.310,32	R\$ 91.955,04	R\$ 103.993,32	R\$ 117.607,59	R\$ 133.004,16
TOTAL DE SAÍDAS	1.102.748,83	1.211.010,58	1.330.073,39	1.533.668,36	1.745.817,23
IMPOSTOS (serviços)	R\$ 215.189,54	R\$ 245.695,86	R\$ 303.250,44	R\$ 349.152,46	R\$ 398.758,35
SAÍDAS LÍQUIDAS	R\$ 1.379.551,07	R\$ 1.456.706,45	R\$ 1.633.323,83	R\$ 1.882.820,82	R\$ 2.144.575,58
SALDO FINAL (E - S)	R\$ 208.563,60	R\$ 339.315,94	R\$ 397.824,47	R\$ 414.234,85	R\$ 453.198,67

Fonte: os autores

7.5 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)

De acordo com Dantas (2015) “a DRE tem como objetivo principal apresentar de forma resumida e vertical o resultado das operações realizadas pela entidade, durante o exercício social”.

O art.187 da Lei nº 6404/1976 instituiu a DRE, que, nos termos do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC-26-), faz parte dos demonstrativos obrigatório emitidos pela contabilidade. Embora a DRE seja elaborada anualmente para fins de divulgação, em grela ela é feita mensalmente pela administração e trimestralmente para fins fiscais.

A DRE evidencia a capacidade econômica que a entidade possui de gerar e consumir recursos para a realização de suas operações. Por intermédio desse demonstrativo, podemos contatar o resultado da entidade no período por meio do lucro ou prejuízo.

Para evidenciar o resultado líquido (lucro ou prejuízo), a DRE confronta as receitas, os custos e as despesas apuradas segundo o regime de competência. Sendo assim, a DRE oferece uma síntese dos resultados de uma empresa em um determinado período.

O objetivo da DRE é evidenciar os componentes utilizados pela entidade para formação do resultado em determinado exercício. Tanto a Lei nº 6.404/1976, em seu art. 187, como o CPC-26 disciplinam a matéria quanto à apresentação e à estrutura desse demonstrativo. (CORBARI, 2012, p.31).

7.5.1 Elaboração da DRE

Pela utilização da Demonstração do Resultado do Exercício, podem ser efetuados estudos, análises e interpretações de variações ocorridas entre um período e outro, analisadas a evolução econômica e financeira do negócio, elaborados novos planos e objetivos. (ÉRICO, 2014. p. 11).

Para a uma correta elaboração da DRE, faz se necessário que ocorra o encerramento das contas de resultado dentro da competência em que ocorreram, em obediência ao princípio da competência, que dispõe que que “As receitas e as despesas devem ser incluídas na apuração do resultado do período em que ocorrem, sempre simultaneamente quando se correlacionarem, independentemente de recebimento ou pagamento. ” (Resolução nº750/1993 do CFC).

Com a finalidade transitória, devemos transferir o saldo das contas de resultado para conta chamada de **Apuração do Resultado do Exercício (ARE)**.

Essa conta possibilita identificar o resultado alcançado pela entidade. Após esse procedimento, fica muito simples transferir as informações contidas na ARE para os componentes da DRE. (CORBARI, 2012, p.32).

Em seguida a tabela com a Demonstração do Resultado de Exercício projetado para os próximos 5 anos:

Tabela 47: Demonstrativo de Resultado de Exercício

DRE					
	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$ 1.588.114,67	R\$ 1.796.022,39	R\$ 2.031.148,30	R\$ 2.297.055,67	R\$ 2.597.774,25
(-) Impostos sobre as Serviço	R\$ (215.189,54)	R\$ (245.695,86)	R\$ (303.250,44)	R\$ (349.152,46)	R\$ (398.758,35)
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	R\$ 1.372.925,13	R\$ 1.550.326,52	R\$ 1.727.897,86	R\$ 1.947.903,21	R\$ 2.199.015,91
(-) CMV/CSP	R\$ (147.721,51)	R\$ (167.060,44)	R\$ (188.931,12)	R\$ (213.665,00)	R\$ (241.636,91)
LUCRO BRUTO	R\$ 1.225.203,63	R\$ 1.383.266,09	R\$ 1.538.966,73	R\$ 1.734.238,21	R\$ 1.957.378,99
DESPESAS	R\$ 955.027,32	R\$ 1.043.950,15	R\$ 1.141.142,26	R\$ 1.320.003,36	R\$ 1.504.180,32
(-) Despesas Administrativas/Gerais	R\$ 302.480,27	R\$ 328.796,05	R\$ 357.401,31	R\$ 388.495,22	R\$ 422.294,30
(-) Despesas Financeira	R\$ -				
(-) Despesas com M.O.	R\$ 652.547,06	R\$ 715.154,10	R\$ 783.740,96	R\$ 931.508,14	R\$ 1.081.886,01
(-) Depreciação / Amortização	R\$ (8.919,12)				
LUCRO LÍQUIDO (Prejuízo)	R\$ 261.257,18	R\$ 330.396,82	R\$ 388.905,35	R\$ 405.315,73	R\$ 444.279,55
Rentabilidade (margem)	16% Ano 1	18% Ano 2	19% Ano 3	18% Ano 4	17% Ano 5

Fonte: os autores

Através da análise do Demonstrativo de Resultado de Exercício, podemos perceber que o negócio pretendido apresenta um lucro líquido considerável já no primeiro ano de operação e com crescimento nos anos seguintes.

7.6. ANALISE DE VIABILIDADE

Pay-Back

Luz (2015 p.206) o método de *payback* informa o período de tempo necessário para que a somatória dos fluxos líquidos futuros (entradas de caixa) seja igual ao investimento inicial, ou seja, mostra o tempo necessário para que o valor investido seja integralmente recuperado.

O *payback*- ou prazo de retorno- representa o tempo necessário (anos, meses e dias) para a recuperação do investimento inicial.

Seu cálculo é bastante simples: basta acumular as entradas líquidas de caixa até atingir o valor do investimento inicial. No cálculo do *payback*, deve-se ter cuidado com o tratamento dado ao valor residual. Como ele ocorre no final do projeto, está somada às entradas líquidas de caixa do último ano. É conveniente fazer a dedução desse valor quando o prazo de retorno ocorrer no último ano. (MEGLIORINI e EVANDIR, 2009, p.127)

A seguir segue a tabela do payback da empresa que terá o retorno do projeto em 1 ano e 10 meses:

Tabela 48: Payback

PERIODOS	FLUXO DE CAIXA	PAYBACK
<i>ANO 00</i>	(400.000,00)	R\$ (400.000,00)
<i>ANO 01</i>	208.563,60	R\$ (191.436,40)
<i>ANO 02</i>	339.315,94	R\$ 147.879,53
<i>ANO 03</i>	397.824,47	R\$ 545.704,01
<i>ANO 04</i>	414.234,85	R\$ 959.938,85
<i>ANO 05</i>	453.198,67	R\$ 1.413.137,53
PAYBACK	R\$ 1.413.137,53	1 ano, 6 meses e 20 dias
		PROJETO APROVADO

Fonte: os autores

Ponto de Equilíbrio

Segundo Ching (2006) Ponto de equilíbrio é a situação na qual o somatório dos custos da empresa equivale a sua receita; é o ponto de lucro zero. Não são consideradas as despesas como parte do lucro da empresa, só são levadas em conta as despesas operacionais. Despesas financeiras são consequências do empréstimo que a empresa toma quando começa a ter prejuízo, a enfrentar falta de caixa para suas operações, e se vê obrigada a cobrir essa falta. É importante que as empresas saibam qual é o valor mínimo das vendas para cobrir seus custos, seu ponto de equilíbrio e, a partir daí quando obtém lucro a cada valor incremental de receita.

A seguir o ponto de equilíbrio da empresa Pequenos Sonhadores:

Tabela 49: Ponto de Equilíbrio Contábil

PONTO DE EQUILÍBRIO CONTÁBIL	Atual	Anual Prevista 5o.ano
	R\$ 333.501,55	R\$ 465.603,28

Fonte: os autores

Prazo de Retorno de Investimento

Para Gitman e Joehnk (2005) a vida de um investimento pode ser descrita como curto ou longo prazo. Os investimentos a custo prazo costumam vencer em um prazo de um ano. Os investimentos a longo prazo são aqueles com vencimentos mais longos ou, como as ações ordinárias, sem vencimento. Não é incomum encontrar investimentos que associem o vencimento de um investimento ao período no qual desejam investir seus fundos.

Abaixo segue o prazo de retorno da empresa Pequenos Sonhadores:

Tabela 50: Prazo de retorno do investimento

RENTABILIDADE (RETORNO SOBRE O INVESTIMENTO)	Taxa % a.a.	Anual Prevista 5o.ano
	90,66%	110,31%

Fonte: os autores

Margem de Rentabilidade

Segundo Blatt (2001) todas as empresas no sistema capitalista visam a obtenção de lucros, para expansão das atividades. De nada adianta uma operação segura e líquida, se não for rentável. As realizações de operações não rentáveis comprometem a médio prazo a própria situação de liquidez do credor.

Uma empresa deve manter relações adequadas de custo em relação à receita, ou margens. Mudanças para cima ou para baixo nos níveis de receita devem conduzir a tendências adequadas dos níveis de despesa nas áreas de custo mais variável.

A margem de lucro mostra a porcentagem de resultado líquido produzidas pelas vendas líquidas. O coeficiente de margem líquida mede a eficiência total da empresa em gastar dinheiro (despesas) para fazer dinheiro (vendas). Ele mostra o desempenho da empresa ao controlar custos em relação aos níveis de venda.

Valor Presente Líquido

O VPL (Valor Presente Líquido) tem o intuito de calcular o valor do capital no presente, embasando o impacto dos eventos futuros que podem envolver um

investimento, isto é, mede-se o valor presente dos fluxos de caixa formados pelo projeto ao decorrer de sua vida útil.

O foco do VPL é encontrar a melhor alternativa de investimento que traga o melhor retorno para seu investidor – esse é o que gera um VPL positivo. É utilizado como referência os valores entre consumo presente e futuros, e levando em consideração as incertezas que podem ocorrer nos fluxos de caixa futuros. (Samanez, pág. 188, 2010).

Abaixo segue a tabela com a taxa de oportunidade do segmento de cuidados infantis:

Tabela 51: Taxa de oportunidade

Cálculo da Taxa de Desconto / Custo de Oportunidade	
Taxa livre de risco (CDI - agosto/2016)	14,25%
Prêmio de mercado de grandes empresas (IBRX50 - agosto/2016)	2,15%
Beta	0,89
Risco País (26/08/2016)	2,99%
Custo do capital próprio nominal	19,15%
Taxa da Inflação Americana do Período (julho/2016)	0,84%
Custo do capital próprio real	18,17%
Participação do capital próprio	100%
Custo do capital de terceiros nominal (TJLP-set/2016)	6,25%
Participação do capital de terceiros	0%
C.A.P.M. / W.A.C.C. Real	18,17%
Taxa da Inflação brasileira Projetada (IPCA -setembro/2016)	8,70%
C.A.P.M. / W.A.C.C. Nominal	28,45%

Fonte: os autores

A seguir o VPL da empresa:

Tabela 52: Valor presente líquido

PERIODOS	CASH FLOW	
<i>ANO 00</i>	(400.000,00)	
<i>ANO 01</i>	208.563,60	
<i>ANO 02</i>	339.315,94	
<i>ANO 03</i>	397.824,47	
<i>ANO 04</i>	414.234,85	
<i>ANO 05</i>	453.198,67	
<i>Taxa de Oportunidade</i>	28,45%	
VPL	R\$ 437.550,97	PROJETO APROVADO

Fonte: os autores

TIR Método da Taxa Interna de Retorno

Segundo Samanez (2007) o método da taxa interna de retorno não tem como finalidade a avaliação da rentabilidade absoluta a determinado custo do capital (processo de atualização), como o VPL, seu objetivo é encontrar uma taxa intrínseca de rendimento. Por definição a TIR é a taxa de retorno do investimento.

Tabela 53: Taxa interna de retorno

PERIODOS	CASH FLOW	
<i>ANO 00</i>	(400.000,00)	
<i>ANO 01</i>	208.563,60	
<i>ANO 02</i>	339.315,94	
<i>ANO 03</i>	397.824,47	
<i>ANO 04</i>	414.234,85	
<i>ANO 05</i>	453.198,67	
<i>Taxa de Oportunidade</i>	28,45%	
VPL	R\$ 437.550,97	PROJETO APROVADO
TIR	70,46%	AO ANO DE RETORNO

Fonte: os autores

8. PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

Abaixo segue o plano de implementação da empresa com o cronograma de abertura das atividades da empresa:

Tabela 54: Cronograma

MÊS	NOVEMBRO 2016				DEZEMBRO 2016				JANEIRO 2017			
ATIVIDADES	SEMANAS											
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Receita Federal CNPJ	█	█	█	█								
Contrato Social	█	█										
Contrato de Locação do Imóvel			█	█								
Reforma do Local			█	█	█	█	█	█				
Aquisição de móveis e equipamentos					█	█	█	█	█			
Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros-			█	█	█	█						
Auto Licença de Funcionamento			█	█	█							
Licença de Funcionamento Sanitária			█	█	█							
Contratação de Funcionários						█	█	█				
Início das Operações									█			

Fonte: os autores

9. CONCLUSÃO

Este projeto teve como propósito a concepção de um Plano de Negócios voltado para o ramo de cuidados com crianças, que fosse viável e acima de tudo que atendesse as expectativas de seu planejamento como um todo.

Desde a elaboração de sua missão que será proporcionar comodidade aos pais que precisam de um ambiente confiável para deixar seus filhos a qualquer hora do dia ou até mesmo em períodos noturnos, tendo certeza de que estarão sendo bem assistidos. O Day Care será um empreendimento com um diferencial assertivo, pois durante a sua elaboração foi verificado que há um mercado com potencial ascensão, mesmo que no Brasil o serviço *day care* não seja tão comum como é nos EUA, visto que muitos ainda preferem contratar babás para horários não comerciais, até por não terem um conhecimento abrangente sobre este tipo de serviço.

A empresa Pequenos Sonhadores vem para somar no dia a dia das pessoas, com o propósito de facilitar o cotidiano daqueles que necessitam de cuidados com seus filhos em um local inteiramente seguro e capacitado.

A escolha deste segmento foi embasada por ser um empreendimento pouco ofertado na cidade escolhida, mesmo sendo uma grande metrópole, São Paulo ainda tem uma certa “escassez” desse segmento, e principalmente pelo aumento no número de mulheres inseridas no mercado de trabalho, o que abre um leque de oportunidades para aqueles que oferecem serviços voltados para educação, cuidados, lazer e segurança do público infantil em geral, e vê uma fatia de mercado bastante significativa para empreender.

Todo o projeto foi elaborado com métricas que se ajustassem ao tipo do negócio, a empresa definiu que seu público alvo serão as classes A e B, em seu plano de marketing tratou de assuntos essenciais para que o andamento do negócio fosse bem elucidado, com as perspectivas futuras bem apuradas, por isso utilizou diversas ferramentas para traçar as metas e diagnosticar os pontos cruciais para o empreendimento, utilizando-se da análise competitiva de Michael Porter, estudo dos clientes, segmentação, tamanho e potencial da demanda,

O projeto também se baseou na análise SWOT para assim concluir quais forças e fraquezas, ameaças e oportunidades poderiam contribuir para sua estruturação e

utilizando-se desse recurso pode verificar inúmeras razões para melhorar ou modificar o planejamento.

A empresa utilizou estratégias e planejamento em todas as etapas, desde a criação do plano de marketing, verificando a forma de promoção e divulgação do negócio, fluindo para o preço que deverá praticar no mercado, e como será em relação aos seus principais concorrentes, assim como estratégias para analisar seus melhores fornecedores perante o mercado, verificando também como estratégia de distribuição o melhor ponto de oferta do seu serviço, se estabelecendo em um local de fácil acesso a seus clientes.

A relação de pessoal que deverão ser contratados para funções necessárias para este tipo de segmento foi analisada de acordo com o público que a empresa pretende atingir, certificando-se das reais quantidades de funcionários que serão necessários para a quantidade de crianças que se objetiva atender, ajustando salários, benefícios, treinamento e desenvolvimento, e o auxílio das sócias da empresa para o desenvolvimento e bom funcionamento do negócio.

O espaço destinado ao funcionamento da empresa foi avaliado para que fizesse jus ao que a organização propõe, com um espaço bem planejado, com uma boa localização, e com um planejamento adequado para um excelente atendimento ao público alvo.

A elaboração do plano financeiro, apresentou um resultado positivo para elaboração do negócio, pois a empresa conseguirá em 1 ano 6 meses e 20 dias (um ano seis meses e 20 dias) o retorno de seu investimento, com um *Payback* de R\$ 1.413.137,53 (um milhão e quatrocentos e treze mil e cento e trinta e sete reais e cinquenta e três centavos) que apresentou viabilidade para abertura do empreendimento. A priori a empresa não irá ter um faturamento significativo nos primeiros meses, mas será recuperado nos meses seguintes, totalizando uma Taxa Interna de Retorno (TIR) de 70,46%.

Portanto através de toda elaboração de um plano e implementação de estratégias, certifica-se que o Plano de Negócios realizado propicia um aporte para abertura da empresa Pequenos Sonhadores Day Care.

10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMBRÓSIO, Vicente, Planos de marketing: passo a passo / Vicente Ambrósio – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

A demanda por educação infantil na região metropolitana de São Paulo e os desafios para as políticas públicas. Disponível em: <http://www.ippi.seade.gov.br/wordpress/wp-content/uploads/2015/09/demanda_educacao_infantil.pdf>. Acesso em 19/04/2016.

Bairro Chácara Santo Antônio: Disponível em <<http://www.tiberio.com.br/BlogCidadeBairro/saopaulo/chacarastoantonio/chacara-santo-antonio-e-sinonimo-de-sossego-e-infraestrutura>>. Acesso em 18/05/2016.

BANGS Jr., David H. Planejamento de Negócios: criando um plano para seu negócio ser bem-sucedido. São Paulo, Editora Nobel, 2002.

BLATT, Adriano - Análise de Balanços – Estruturação e avaliação das demonstrações financeiras e contábeis 2001 - MAKRON Books Ltda.

BIAGIO, Luiz Arnaldo e BATOCCHIO, Antonio, Plano de Negócios: Estratégia para micro e pequenas empresas. Barueri SP: Monole, 2012

BIAGIO, Luiz Arnaldo e JOEHNK, Michael D. Plano de Negócios : Estratégia para micro e pequenas empresas, tradução Maria Lucia Leite Rosa. São Paulo: Pearson, 2005.

Brasil. Lei nº 11.091, de 12 de janeiro de 2005.

BOOG, Gustavo G. e Magdalena Boog – Manual de gestão de pessoas e equipes – Volume 1 estratégias e tendências. Manual oficial do sistema nacional de recursos humanos (ABRH / APARH) Editora Gente, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações / Idalberto Chiavenato. – 3. ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto, 1936 - Treinamento e desenvolvimento de recursos humanos: como incrementar talentos na empresa / Idalberto Chiavenato. - 7. ed. rev. e atual - Barueri, SP: Manole, 2009. (Série recursos humanos).

CHIAVENATO, Idalberto. Administração de recursos Humanos: Fundamentos básicos. 7. Ed.rev. e atual. – Barueri, SP: Manoele, 2009 – (série Recursos Humanos).

CHIAVENATO, Idalberto. – Iniciação a sistemas, organização e métodos:SO&M / Idalberto Chiavenato. – Barueri, SP; Manole, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de vendas: uma abordagem introdutória: transformando o profissional de vendas em um gestor de vendas / Idalberto Chiavenato – 3. Ed. – Barueri, SP : Manole, 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. Desempenho Humano nas empresas: como desenhar cargos e avaliar o desempenho para alcançar resultado. 7. Ed.rev. e atual. – Barueri, SP: Manoele, 2016 – (série Recursos Humanos).

CHING, Hong Yuh - Contabilidade 2. Contabilidade geral / – São Paulo: Pearson Prentice Hall 2006.

CHURCHILL, Gilbert A.; Jr, J. Paul Peter. Marketing; criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2010.

Cresce participação da mulher no mercado de trabalho: Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/governo/2013/03/cresce-participacao-da-mulher-no-mercado-de-trabalho>>

CERTO, Samuel C. [et al]. Administração estratégica: planejamento e implementação da estratégia. 2. ed. São Paulo: Editora Pearson Education do Brasil, 2005.

CERTO, Samuel C. - Administração moderna / Samuel C. Certo; tradução Maria Lúcia G. L. Rosa, Ludmilla Teixeira Lima; revisão técnica José Antonio Dermengi Rios; - 9. ed. - São Paulo: Prentice Hall, 2003.

COBRA, Marcos. Marketing de serviços: conceitos e estratégia / Marcos Henrique Cobra, Flávio Arnaldo Zwarg. / São Paulo / McGraw-Hill, 1986.

COBRA, Marcos. Administração de Marketing. 2. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 1992.

COBRA, Marcos. Marketing básico: uma perspectiva brasileira / Marcos Cobra. – 4. ed. – 9. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2011.

CORBARI, Ely Célia – Contabilidade societária [livro eletrônico] / Ely Célia Corbari, Marinei Abreu Mattos, Viviane da Costa Freitag. – Curitiba: InterSaberes, 2012. – (Série Gestão Financeira).

Correio brasiliense, Participação das mulheres no mercado de trabalho cresce, mas situação ainda é desigual. Disponível em: <<http://blogs.correiobrasiliense.com.br/servidor/tag/participacao/>>. Acesso em: 19 de março de 2016.

CROCCCO, Luciano [et al.]; Ricardo Marcelo Gioia (coordenador). Fundamentos de marketing: conceitos básicos – São Paulo: Saraiva, 2006. (Coleção de Marketing; v. 1)

CROCCO, Luciano. Decisões de Marketing: os 4Ps /... [et al.]; Ricardo M. Gioia (coordenador). – 2. ed. rev. e atualizada. – São Paulo: Saraiva, 2010. (Coleção de Marketing; v. 2)

CROCCO, Luciano. Fundamentos de marketing: conceitos básicos / [et al]; Ricardo Marcelo Gioia (coordenados). São Paulo : Saraiva, 2010 (coleção de Marketing; v. 1).

CRUZ, June Alisson Westarb - Gestão de custos: perspectiva e funcionalidades [livro eletrônico] / June Alisson Westarb Cruz. - 1. ed. - Curitiba: InterSaberes, 2012 - (Série Gestão Financeira).

DAY, G. S., *Marketing's contribution to the strategy dialogue. Journal of Marketing Science*, 20 (4), 1992.

DANTAS, Inácio – Contabilidade: introdução e intermediária / Inácio Dantas. – Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2015.

DAVIS, Frank Stephen – Benefícios e serviços aos funcionários; Frank Stephen Davis – São Paulo: Editora STS, 1992.

DESSLER, Gary, 1942. Administração de recursos Humanos. 2ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

Dino-Divulgador de notícias, Escola *School/ Be Do* localizada na cidade de São Paulo é pioneira em Day Care Infantil no Brasil. Disponível em:<<https://www.dino.com.br/releases/escola-school-be-do-localizada-na-cidade-de-sao-paulo-e-pioneira-em-day-care-infantil-no-brasil-dino89043733131>> Acesso em 21 de abril de 2016.

Educação infantil cresce com creches e pré-escolas privadas. Disponível em: <<http://www.epsjv.fiocruz.br/noticias/reportagem/educacao-infantil-cresce-com-creches-e-pre-escolas-privadas>>. Acesso em 29/04/2016

Espaço Crescer, Site Institucional. Disponível em:
<<http://www.espacocrescer.com.br/>>. Acesso em 21 de abril de 2016.

Estimativa de faturamento SEBRAE – Disponível em:
<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/como-estimar-o-faturamento-mensal-de-uma-empresa,1b2b384b6cae8410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em
25/10/2016 às 20:30.

Estratégia de empurrar e puxar. Título: Aula de composto de marketing
Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/LaisCarvalho/aula-composto-de-marketing>>
Acesso em 16/05/2016 às 20:25

IBGE, CONCLA (Comissão Nacional de Classificação). Disponível
em:<<http://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?view=subclasse&tipo=cnae&versao=9&subclasse=8511200>>. Acesso em:
25 de março de 2016.

FERRACIÙ, João De Simoni Soderini. Marketing promocional: a evolução da
promoção de vendas / João de Simoni Soderini Ferraciù – 6. Ed. – São Paulo : Person
Prentice Hall, 2007.

FERREIRA, José Antonio Stark – Finanças corporativas: conceitos e
aplicações / José Antonio Stark Ferreira – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

FILHO, Edelvino Razzolini. Gestão de serviços para gestão comercial. Curitiba:
IBPEX, 2010.

Fundação Carlos Chaga, Mulheres no Mercado de Trabalho: Grandes
números. Disponível em:<
<http://www.fcc.org.br/bdmulheres/serie1.php?area=series>>. Acesso em 19 de março
de 2016.

GITMAN, Lawrence J., JOEHNK, Michael D. - Princípios de investimento; tradução Maria Lucia Leite Rosa, revisão técnica Elias Pereira. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2005.

GONÇALVES, Gabriela Venturoti Perrota Rios e Victor Eduardo Rios Gonçalves – Direito Comercial – Direito de Empresa e Sociedades Empresarias – 5ª edição, São Paulo: Saraiva, 2012. – (Coleção sinopses jurídicas, v. 21).

GUINDANI, Ari Antonio [et al.]. Planejamento estratégico orçamentário – Curitiba: InterSaberes, 2012. – (Série Administração Estratégica).

HART, Norman A., Stapleton, John. *Glossary of marketing terms*. Londres : Heinemann, 1977.

HARTLINE, Michael D., Estratégia de marketing, 4ª Ed., o. c. Ferrel, 2010.

HONORATO, Gilson. Conhecendo o marketing / Barueri, SP: Manole, 2004.

HOOLEY, Graham. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo / Graham Hooley, Nigel F. Piercy, Brigitte Nicoulaud; tradução Luciane Pauleti e Sonia Midori – 4. Ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

KOTLER, P.; ARMOSTRONG, G. Princípios de Marketing, São Paulo: Prentice-Hall, 2003. P. 205.

KOTLER, Philip. Administração de marketing / Philip Kotler, Kevin Lane Keller; tradução Monica Rosenberg, Brasil Ramos Fernandes, Cláudia Freire; revisão técnica Dilson Gabriel dos Santos. - - 12. Ed. -- São Paulo: Pearson Pretice Hall, 2006.

Kidsin, site institucional. Disponível em:<<http://kidsin.com.br/sao-paulo/catalogo/educacao/educacao-infantil/school-be-do/>>. Acesso em: 22 de abril de 2016.

KOTLER, Philip. Princípios de marketing / Philip Kotler, Gary Armstrong
– 15. Ed. – São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

KOTLER, Philip. Princípios de marketing / Philip Kotler, Gary Armstrong;
tradução Arlete Simille Maruques, Sabrina Cairo; revisão técnica Dilson Gabriel dos
Santos, Francisco J.S.M. Alvarez. –9. Ed. – São Paulo: Pretice Hall, 2003.

KOTLER, Philip; Kevin Lane Keller. Administração de marketing – 14. Ed. – São
Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

LEI Nº 10.406, DE 10 DE JANEIRO DE 2002. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm#art966> Acesso em 2 de
abril de 2016 às 14:30.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing. 8. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

LEI COMPLEMENTAR Nº 123, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2006 – Disponível
em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm#art966> Acesso em 2
de abril de 2016 às 14:30

LI, Charlene. Fenômenos Sociais nos Negócios: vença em um mundo
transformado pelas redes sociais. Tradução Sabine Alexandra Holler. Rio de Janeiro:
Elsevier, 2009.

LOVELOCK, Christopher; Wirtz Jochen. Marketing de serviços. 5. Ed. São
Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LOVELOCK, Christopher; Wirtz, Jochen; Hemzo, Miguel Angelo. Marketing de
Serviços. 7.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

LORENTZ, Francisco - Contabilidade e análise de custos: Uma abordagem
prática e objetiva: 250 exercícios resolvidos / Francisco Lorentz. - Rio de Janeiro:
Freitas Bastos, 2015.

LUZ, Adão Eleutério da. - Introdução à administração financeira e orçamentária [livro eletrônico] / Adão Eleutério da Luz. Curitiba: InterSaberes, 2015. (Série Gestão Financeira).

LUZ, Érico Eleutério da. – Análise e demonstração financeira / São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014. – (Coleção bibliografia universitária Pearson).

Lucro Real ou Presumido. Disponível

em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Lucro-real-ou-presumido:-qual-o-melhor%3F>>. Acesso em 19 de março de 2016 às 19:30.

LLATAS, Maria Virginia, OSM - 1. ed. - São Paulo: Perason Prentice Hall, 2012

MAMEDE, Gladson, Direito Empresarial Brasileiro – Empresa e Atuação Empresarial 7º edição – São Paulo: Editora Atlas S.A. – 2013.

MARTELANC, Roy - Avaliação de empresas: um guia para fusões & aquisições e gestão de valor/Roy Martelanc, Rodrigo Pasin e Francisco Cavalcante. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

MARTINS, Petronio Garcia / LAUGENI, Fernando Piero - Administração da Produção - 2ª Ed. 2005. Saraiva.

MEGLIORINI; Evandir - Administração financeira: uma abordagem brasileira / Evandir Megliorini, Marco Aurélio Vallim Reis da Silva. - São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

MEGLIORINI, Evandir. Custos – Makron Books, São Paulo, 2001.

MENDES, Judas Tadeu Grassi. Economia: Fundamentos e Aplicações. 1a reimpres- São Paulo: Prentice Hall, 2004.

NETO, Alfredo de Assis Gonçalves, Direito de Empresa – Comentários aos artigos 966 a 1195 do Código Civil, 2ª Edição revista, atualizada e ampliada: Editora Revista dos Tribunais.

O Passatempo, site institucional. Disponível em:<<http://www.opassatempo.com.br/wordpress/>>. Acesso em 21 de abril de 2016.

OGDEN, James R., Comunicação Integrada de Marketing / James R. Ogden tradução/revisão técnica Cristina Becellar. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Planejamento Estratégico. 32ª Edição. São Paulo, Editora Atlas, 2014.

PEIXOTO, Carlos Fulgêncio da Cunha. A sociedade por cotas de responsabilidade limitada, 2.ed. Rio de Janeiro: Forense, 1958, v. 1, n. 198, p. 122.

PONTES, Benedito Rodrigues – Administração de cargos e salários ; Benedito Rodrigues Pontes. _9_ São Paulo: LTr, 2002.

PORRAS, Jerry I., COLLINS, James C. Construindo a visão da empresa. HSM Management, São Paulo, n. 7, a. 2, p. 32-42, mar/abr. 1998.

Portal Brasil. Disponível em:<<http://www.brasil.gov.br/governo/2013/03/cresce-participacao-da-mulher-no-mercado-de-trabalho>>.

PORTER, Michael E. - Estratégia Competitiva, técnicas para análise de indústrias e da concorrência 7ª edição - São Paulo: Editora Campus

PORTER, Michael. Vantagem Competitiva. 11ª edição. Rio de Janeiro, Editora Campus Ltda, 1989.

Pirâmide das necessidades de Maslow – Disponível em: <<http://www.juvementodista.com.br/2012/05/as-necessidades-de-maslow.html#axzz4lg4aqYo3>>

PRADO, Jonas Reginaldo. Organização, sistemas e métodos: proposições metodológicas/ Jonas Reginaldo Prado, Brasília Socalschi. – São Paulo: Papelivros, 1982.

Qual a diferença entre MEI, EI, ME e EPP? – site: Capital Social contabilidade e gestão. Disponível em :<<http://capitalsocial.cnt.br/qual-a-diferenca-entre-mei-ei-me-e-epp/>>. Acesso em 20 de março de 2016 às 14:05.

Receita Federal. Disponível em: <<http://idg.receita.fazenda.gov.br/>>. Acesso em 19 de março de 2016 as 20:50.

Remuneração de babá pode chegar a R\$ 3.000; saiba o que é preciso para conquistar uma vaga. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/empregos/ultimas-noticias/2012/01/10/remuneracao-de-baba-pode-chegar-a-r-3000-saiba-o-que-e-preciso-para-conquistar-uma-vaga.jhtm>>. Acesso em 02 de maio de 2016.

REZENDE, Ênio J., 1938 – Cargos, salários e carreira: novos paradigmas conceituais e práticos ; Ênio Resende. _ São Paulo: Summus, 1991.

SAMANEZ, Carlos Patricio - Gestão de investimentos e geração de valor / – São Paulo: Pearson Prentice Hall 2007

SANDRONI, Paulo (org.). Dicionário de Economia. São Paulo: Best Seller, 1989, p. 326.

Simple Nacional. Disponível em:<<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>>. Acesso em 20 de março de 2016 às 13:23.

SINE, média salarial. Disponível em: <<http://www.sine.com.br/media-salarial>>. Acesso em 20 de agosto de 2016.

STEVENS, Robert E., Wrenn, Bruce; Loudon, David L.; Warren, Willian. Planejamento de Marketing; São Paulo; MAKRON Books, 2001.

VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de, Economia Básica: resumo de teoria e exercícios. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

VERGARA, Sylvia Constant. Métodos de pesquisa em administração. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

ZIMPECK, Beverly Glen, 1933 – Administração de salários: sistemas e métodos de: análise e descrição de cargos, pesquisa e escalas salariais, avaliação de desempenho, avaliação de cargos / Beverly Glen Zimpeck – 7 ed. – São Paulo: Atlas: Fortaleza, CE: MARPE consultoria em recursos humanos, 1990.

WIKIPÉDIA. Disponível em:
<https://pt.wikipedia.org/wiki/Cinco_for%C3%A7as_de_Porter>. Acesso em 14 de março 2016.

11. ANEXOS

ANEXO 1 – Móveis

meu carrinho → entrega e pagamento → confirmação do pedido

cálculo de frete O prazo de entrega só é válido a partir da data de confirmação do pagamento

total (58 itens): **13485,67**
até 10x de 1348,57 sem juros

IR PARA O PAGAMENTO

Compre Rápido com **PayPal**

VISA

produto	quantidade	preço
<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div> <p>Armário Arquivo New City 4 Gav Pasta Suspensa com Chave Preto & Cinza</p> <p><small>SKU: GE198TA34JAZMOB-113140 COR: PRETO</small></p> <p>Previsão de entrega em até 21 dias úteis</p> <p>Frete Grátis</p> <p>Serviço de Montagem**</p> <p><input type="checkbox"/> Adicionar por 583,20</p> <p style="text-align: right; font-size: small;">veja seus serviços aqui →</p> </div> </div>	<div style="display: flex; align-items: center;"> <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text" value="8"/> <div style="margin-left: 5px;">▼</div> </div> <p style="font-size: small; color: #007bff;">× Remover</p>	<p style="font-size: small; color: #007bff;">3820,00</p> <p style="font-size: small; color: #007bff;">3519,92</p> <p style="font-size: x-small; color: #007bff;">DESCONTO ESPECIAL PARA 8P</p>
<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div> <p>Mesa de Centro - TB61 RR Rústico Fosco - Dalla Costa</p> <p><small>SKU: DA270UF42TGVMOB-210515 COR: BEGE</small></p> <p>Previsão de entrega em até 25 dias úteis</p> <p>Produto vendido e entregue por Panorama Móveis</p> <p>As regras de frete acompanham a regra do parceiro</p> </div> </div>	<div style="display: flex; align-items: center;"> <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text" value="1"/> <div style="margin-left: 5px;">▼</div> </div> <p style="font-size: small; color: #007bff;">× Remover</p>	<p style="font-size: small; color: #007bff;">187,80</p>
<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div> <p>Estante Livreiro BI 12-06 4 Prateleiras Branco</p> <p><small>SKU: BR194RA96NROMOB-116273 COR: BRANCO</small></p> <p>Previsão de entrega em até 29 dias úteis</p> <p>Serviço de Montagem**</p> <p><input type="checkbox"/> Adicionar por 71,80</p> <p style="text-align: right; font-size: small;">veja seus serviços aqui →</p> </div> </div>	<div style="display: flex; align-items: center;"> <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text" value="2"/> <div style="margin-left: 5px;">▼</div> </div> <p style="font-size: small; color: #007bff;">× Remover</p>	<p style="font-size: small; color: #007bff;">490,08</p> <p style="font-size: small; color: #007bff;">459,98</p> <p style="font-size: x-small; color: #007bff;">DESCONTO ESPECIAL PARA 8P</p>
<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div> <p>Mesa de Escritório com Gavetas Tecno Mobili - Tabaco</p> <p><small>SKU: TE976CH89SPUMOB-137630 COR: TABACO</small></p> <p>Previsão de entrega em até 35 dias úteis</p> <p>Produto vendido e entregue por About Home</p> <p>As regras de frete acompanham a regra do parceiro</p> </div> </div>	<div style="display: flex; align-items: center;"> <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text" value="6"/> <div style="margin-left: 5px;">▼</div> </div> <p style="font-size: small; color: #007bff;">× Remover</p>	<p style="font-size: small; color: #007bff;">1868,52</p>

produto	quantidade	preço
 <p>Conjunto de Mesa Genebra Com 4 Cadeiras Alicante Branco Liso E Preto Floral SKU: FA508TA26S, RMOB-48463 COR: PRETO</p> <p>Previsão de entrega em até 5 dias úteis</p> <p>Serviço de Montagem** <input type="checkbox"/> Adicionar por 112,90</p> <p>veja seus serviços aqui →</p>	<p>1</p> <p>X Remove</p>	<p>440,00 379,99</p> <p>DESCONTO ESPECIAL PARA SP</p>
 <p>Armário Aéreo Ebano 3 Portas Branco Com Preto CHF Móveis SKU: CH861CL12HQLMOB-165867 COR: BRANCO</p> <p>Previsão de entrega em até 26 dias úteis</p> <p>Frete Grátis</p> <p>Serviço de Montagem** <input type="checkbox"/> Adicionar por 338,70</p> <p>veja seus serviços aqui →</p>	<p>3</p> <p>X Remove</p>	<p>4849,97 929,97</p> <p>DESCONTO ESPECIAL PARA SP</p>
 <p>Balcão Para Microondas MF211 2 Portas Branco E Alicante Evidência SKU: EV166CL09YYKMOB-141942 COR: BRANCO</p> <p>Previsão de entrega em até 26 dias úteis</p> <p>Serviço de Montagem** <input type="checkbox"/> Adicionar por 50,00</p> <p>veja seus serviços aqui →</p>	<p>1</p> <p>X Remove</p>	<p>474,00 159,99</p> <p>DESCONTO ESPECIAL PARA SP</p>
 <p>Cômoda CP062 6 Gavetas Imbuia e Preto Evidência SKU: EV166CL42RUNMOB-137077 COR: PRETO</p> <p>Previsão de entrega em até 5 dias úteis</p> <p>Serviço de Montagem** <input type="checkbox"/> Adicionar por 264,50</p> <p>veja seus serviços aqui →</p>	<p>5</p> <p>X Remove</p>	<p>4840,06 949,95</p> <p>DESCONTO ESPECIAL PARA SP</p>

ANEXO 2 - Estantes para armazenamento de materiais

https://sacola.americanas.com.br/#/basket

Produto(s)	Quantidade	Entrega	Valor Unitário	Valor Total
 <p>Estante De Aço Modular 5 Prateleiras (176x92x30cm) Preto - at home</p> <p>Vendido e entregue por: Americanas</p> <p>Atenção: Por favor, confira as dimensões do produto e certifique-se de que estão adequadas aos elevadores, portas e corredores do local de entrega, pois não fazemos a montagem, desmontagem do produto e/ou portas e janelas, transporte pela escada ou içamento pelo lado de fora do prédio.</p>	<p>- 6 +</p> <p>Retirar da Cesta Guardar para Depois</p>	-	<p>R\$ 179,99 Por R\$ 135,99</p>	R\$ 815,94

ANEXO 3 - Balcão para recepção

produto.mercadolivre.com.br/MLB-705692959-balco-em-l-para-atendimento-recepco-caixa-140-x-140cm-_JM

mercado livre

Balcão Em L Para Atendimento / Recepção / Caixa 140 X 140cm

Novo



R\$ 610⁰⁰

12x R\$ 50⁸³ sem juros com Mercado Pago

VISA Mastercard Boleto

Mais opções

Entrega a combinar com o vendedor

Guarulhos, São Paulo

Consultar frete

Quantidade: 1

Comprar

Compra Garantida com o Mercado Pago

Receba o produto que está esperando ou devolva

Ativar

ANEXO 4 – Armário para salas de aula

produto.mercadolivre.com.br/MLB-773054048-armario-para-salas-de-aula-de-aco-_JM

mercado livre

Armario Para Salas De Aula De Aco

Novo



R\$ 419⁹⁹

12x R\$ 35⁰⁰ sem juros com Mercado Pago

VISA Mastercard Boleto

Mais opções

Entrega a combinar com o vendedor

Guarulhos, São Paulo

Consultar frete

Único disponível

Comprar

ANEXO 5 – Mesa e cadeira para professor

www.dimovesc.com.br/fazer-orcamento

Orçamento		Item	Código	Produto	Preço	Qtd	Total
1	prof01		Mesa Professor	310,00	2	620,00	
Total do orçamento							R\$ 620,00

Preencha todos seus dados para receber o orçamento por E-mail ou Imprimi-lo.

ANEXO 6 – Mesa e encosto para refeitório

www.proesbrinq.com.br/conjunto-refeitório-infantil-com-encosto-proes-brinq/CR200/120/724

Produtos

ESPECIAL DIA DAS CRIANÇAS

- Linha Meninas
- Linha Meninos
- Esporte e Lazer
- Recreação Infantil
- Jogos De Mesa
- Linha Bebê

PISCINA DE BOLINHAS

- Piscinas Casinhas
- Piscinas Rotomoldados
- Piscina Picadeiro
- Piscinas Espumadas
- Bolinhas Para Piscina
- Inflável

REFEITÓRIO

Conjunto Refeitório Infantil Com Encosto Proes Brinq



R\$ 830,00
em 10x de R\$ 83,00 sem juros

R\$ 747,00. à vista
10% de desconto para Boleto Bancário, Depósito Bancário, Transferência Eletrônica.

Quantidade: 1

[Comprar](#)



ANEXO 7 – Poltronas

	<p>Poltrona Giuseppe Cinza</p> <p>SKU: MC926UP63QKEMOB-118243 COR: CINZA</p>	<p>4</p> <p>× Remover</p>	<p>1199,96</p>
---	---	---------------------------	-----------------------

https://secure.mobly.com.br/cart/

1/

ANEXO 8 – Camas, berços, colchões e assentos para refeição

HOME
CALÇADOS
ROUPAS
BEBÊS
BRINQUEDOS
QUARTO
MAMÃES
ESCOLAR
ENXOVA
ACESSÓRIOS
OUTLET ⁵⁷

Carrinho atualizado

MEU CARRINHO

Continuar comprando
Finalizar compra

Nome do Produto	Prazo de entrega	Valor Individual	Quantidade	Total
 <p>Mini Cama Moranguinho Iris Branca J & A Cor: Branco</p>		<p>R\$ 369,00 R\$ 264,90</p>	<p>10 <input type="text"/></p> <p>Remove item</p>	R\$ 2.649,00
 <p>Mini Cama Munique Branco Cansã Cor: Branco</p>		<p>R\$ 334,00 R\$ 214,90</p>	<p>6 <input type="text"/></p> <p>Remove item</p>	R\$ 1.289,40
 <p>Colchão Mini Cama 68X148X12 Azul D-20 Luckspuma Cor: Azul Aprovado pelo Inmetro - Certificado Inmetro 009580/2013</p>		<p>R\$ 189,00 R\$ 124,90</p>	<p>10 <input type="text"/></p> <p>Remove item</p>	R\$ 1.249,00
 <p>Colchão Mini Cama Pro Confort Baby D18 Azul Liso 68X150X12 Hellen Suzan Cor: Azul</p>		<p>R\$ 164,00 R\$ 89,90</p>	<p>6 <input type="text"/></p> <p>Remove item</p>	R\$ 539,40
 <p>Moisés Soninho Branco Art In Móveis Cor: Branco</p>		<p>R\$ 669,00 R\$ 209,90</p>	<p>5 <input type="text"/></p> <p>Remove item</p>	R\$ 1.049,50
 <p>Berço Arco Iris Branco Rodial Móveis Cor: Branco Aprovado pelo Inmetro - Certificado Inmetro 006958/2013</p>		<p>R\$ 389,00 R\$ 259,90</p>	<p>5 <input type="text"/></p> <p>Remove item</p>	R\$ 1.299,50
 <p>Colchão Para Berço Sonolev Baby D-18 60X130X10 Amarelo Kappesberg Cor: Amarelo Aprovado pelo Inmetro - Certificado Inmetro 006248/2013</p>		<p>R\$ 194,00 R\$ 124,90</p>	<p>10 <input type="text"/></p> <p>Remove item</p>	R\$ 1.249,00
 <p>Assento para Refeição Portátil Rosa Infantil Mastela Tamanho: Único Cor: Rosa</p>		<p>R\$ 229,00 R\$ 174,90</p>	<p>5 <input type="text"/></p> <p>Remove item</p>	R\$ 874,50

Total dos produtos **R\$ 10.199,30**

CEP Calcular

Não sabe o CEP?

Cupom Inserir cupom de desconto

Total **R\$ 10.199,30**
Até 10x de R\$ 1.019,93

* Clique aqui e confira as condições

Continuar comprando
Finalizar compra

AJUDA
TRICAE
CERTIFICADOS
voltar ao topo

ANEXO 9 – Banheira com trocador

http://www.magazineluiza.com.br/banheira-para-bet

magazineluiza.com
topo vem ser feliz

procure por código, nome, marca.



[▶ veja o vídeo](#)

★★★★★

Banheira Burigotto Millenia com Trocador -
Assento Redutor de Profundidade 20 Litros
de R\$ 299,00
por R\$ 237,90
em até 7x de R\$ 33,99 sem juros
ou R\$ 214,11 à vista

ANEXO 10 – Eletrônicos

Meu Carrinho

Confira os itens adicionados

[Comprar mais produtos](#)

[Concluir compra](#)

Produto	Quantidade	Entrega	Valor Unitário	Valor Total
 <p>Computador PC MIX com Intel® Dual Core, 4GB, 500GB, Gravador de DVD, HDMI, LED 18.5" e Linux</p> <p>PC MIX</p> <p>Vendido e entregue por Casas Bahia</p> <p>Adicionar Seguro de Garantia Estendida Original - a partir de 1x de R\$ 180,06</p>	<p>6</p> <p>Remove</p>		<p>Por: <u>R\$ 1.299,00</u></p>	<p>R\$ 7.794,00</p>
 <p>Computador 3Green Triumph Business Desktop Intel Dual Core 2.41Ghz 4Gb Hd 1Tb Monitor Led</p> <p>18,5 3green</p> <p>Vendido e entregue por Comprebel</p>	<p>2</p> <p>Remove</p>		<p>Por: <u>R\$ 1.199,00</u></p>	<p>R\$ 2.398,00</p>

<http://carrinho.casasbahia.com.br/?idSku=9308255&idLojista=10024>

14

 <p>TV LED 16" HD Philco PH16D10D com Conversor Digital Integrado, Progressive Scan, Entrada HDMI e Entrada USB</p> <p>Philco</p> <p>Vendido e entregue por Casas Bahia</p> <p>Adicionar Seguro de Garantia Estendida Original - a partir de 1x de R\$ 54,25</p>	<p>3</p> <p>Remove</p>		<p>Por: <u>R\$ 499,90</u></p>	<p>R\$ 1.499,70</p>
 <p>Multifuncional Hp Officejet Mono Pro 6830 E-All-In-One (3 Cartuchos) - M0F56A#696 BIVOLT</p> <p>HP</p> <p>Vendido e entregue por Casa das Impressoras</p>	<p>2</p> <p>Remove</p>		<p>Por: <u>R\$ 769,00</u></p>	<p>R\$ 1.538,00</p>
 <p>Telefone Digital Sem Fio Motorola MOTOS00ID com Identificador de Chamadas - Preto Motorola</p> <p>Vendido e entregue por Casas Bahia</p> <p>Adicionar Seguro de</p>	<p>4</p> <p>Remove</p>		<p>Por: <u>R\$ 109,90</u></p>	<p>R\$ 439,60</p>

 <p>Smartphone Samsung Galaxy J1 2016 Duos Dourado com Dual chip, Tela 4.5", 3G, Câm.de 5MP e Frontal de 2MP, Android 5.1 e Processador Quad Core 1.2 GHz Samsung</p> <p>Vendido e entregue por Casas Bahia</p> <p>Adicionar Seguro de Garantia Estendida Original - a partir de 1x de R\$ 58,80</p>	<div style="text-align: center;"> <input type="text" value="1"/> Remove </div> <p>Por: <u>R\$ 499,00</u> R\$ 499,00</p>
 <p>Ar-Condicionado Split Springer Midea Frio 9.000 BTUs – 220v Springer Vendido e entregue por Casas Bahia</p> <p>Atenção: Por favor, confira as dimensões do produto e certifique-se de que estão adequadas aos elevadores, portas e corredores do local de entrega, pois não fazemos a montagem, desmontagem do produto e/ou portas e janelas, transporte pela escada ou içamento pelo lado de fora do prédio.</p>	<div style="text-align: center;"> <input type="text" value="5"/> Remove </div> <p>Por: <u>R\$ 1.349,90</u> R\$ 6.749,50</p>
 <p>DIGITAL VIDEO DISC 7" AVH-3880DVD PIONEER USB AM/FM 1-DIN com tela retrátil DivX, MP3, WMA, AAC iTunes WAV Pioneer</p>	<div style="text-align: center;"> <input type="text" value="1"/> Remove </div> <p>Por: <u>R\$ 913,00</u> R\$ 913,00</p>

10/11/2016

Casas Bahia: Produtos para sua casa, de tecnologia, móveis, eletrodomésticos e muito mais você encontra aqui!

Produto	Quantidade	Entrega	Valor Unitário	Valor Total
 <p>Leitor Point I - D200 A Máquina De Cartão Do Mercado Pago Pax Vendido e entregue por WEBFONES</p>	<div style="text-align: center;"> <input type="text" value="1"/> Remove </div>		<p>Por: <u>R\$ 699,90</u></p>	<p>R\$ 699,90</p>
			<p>Subtotal Produtos</p>	<p>R\$ 22.530,70</p>

ANEXO 11 – Eletrodomésticos

Meu Carrinho

Confira os itens adicionados

[Comprar mais produtos](#)

[Concluir compra](#)

Produto	Quantidade	Entrega	Valor Unitário	Valor Total
 <p>Refrigerador Brastemp Clean BRM39EK Frost Free Evox 352L - Platinum 110V Brastemp Vendido e entregue por Casas Bahia</p> <p>Adicionar Seguro de Garantia Estendida Original - a partir de 1x de R\$ 198,40</p>	<input type="text" value="1"/> Remover		<p><u>Por: R\$ 1.849,00</u></p>	<p>R\$ 1.849,00</p>
 <p>Fogão Electrolux 6 Bocas Celebrate 765B Electrolux Vendido e entregue por Casas Bahia</p> <p>Adicionar Seguro de Garantia Estendida Original - a partir de 1x de R\$ 112,09</p> <p>Atenção: Por favor, confira as dimensões do produto e certifique-se de que estão adequadas aos elevadores, portas e corredores do local de entrega, pois não fazemos a montagem, desmontagem do produto e/ou portas e janelas, transporte pela escada ou içamento pelo lado de fora do prédio.</p>	<input type="text" value="1"/> Remover		<p><u>Por: R\$ 1.199,00</u></p>	<p>R\$ 1.199,00</p>
<p>Liquidificador Philco PH900 12 Velocidades 900W - Preto 110V</p>  <p>Philco Vendido e entregue por Casas Bahia</p> <p>Adicionar Seguro de Garantia Estendida Original - a partir de 1x de R\$ 15,09</p>	<input type="text" value="1"/> Remover		<p><u>Por: R\$ 119,90</u></p>	<p>R\$ 119,90</p>
 <p>Batedeira Mondial Prática Black B-12 com 3 Velocidades - Preta 110V Mondial Vendido e entregue por Casas Bahia</p> <p>Adicionar Seguro de</p>	<input type="text" value="1"/> Remover		<p><u>Por: R\$ 59,90</u></p>	<p>R\$ 59,90</p>

 <p>Cafeteria Electrolux Love Your Day 30 Cafezinhos CMM20 110V Electrolux Vendido e entregue por Styles Brasil</p>	<div style="text-align: center;"> <input type="text" value="2"/> </div> <p>Remove</p>	<p>Por: <u>R\$ 165,90</u> R\$ 331,80</p>
 <p>Panela de Pressão Britânia com Capacidade de 3 litros - Preto/Aço escovado 110V Britânia Vendido e entregue por Casas Bahia</p> <p>Adicionar Seguro de Garantia Estendida Original - a partir de 1x de R\$ 20,48</p>	<div style="text-align: center;"> <input type="text" value="2"/> </div> <p>Remove</p>	<p>Por: <u>R\$ 179,90</u> R\$ 359,80</p>
 <p>Ralador/Cortador Brinox 5 em 1 2179/100 Brinox Vendido e entregue por Casas Bahia</p>	<div style="text-align: center;"> <input type="text" value="1"/> </div> <p>Remove</p>	<p>Por: <u>R\$ 83,90</u> R\$ 83,90</p>
 <p>Sanduicheira e Grill Britânia Crome 2P 110V Britânia Vendido e entregue por Casas Bahia</p> <p>Adicionar Seguro de Garantia Estendida Original - a partir de 1x de R\$ 11,87</p>	<div style="text-align: center;"> <input type="text" value="2"/> </div> <p>Remove</p>	<p>Por: <u>R\$ 74,90</u> R\$ 149,80</p>

**Subtotal
Produtos R\$ 4.153,10**

ANEXO 12 – Utensílios de cozinha



Proes
Brinq

Olá, Faça seu login

Proes Brinq levando alegria aos 4 cantos do país.

Telefendas: **(11) 2518-4520 | 3416-1196**

(11) 940107847

Atendimento: segunda a sexta-feira das 08:00 às 18:00

[Meu Cadastro](#) [Meus Pedidos](#)

Busca [ok](#) [f](#) [p](#) [Quem Somos](#) [Depoimentos](#) [Contato](#) [Dúvidas](#)

1. Carrinho 2. Identificação 3. Entrega e Pagamento 4. Conclusão do pedido

- Ao modificar a quantidade dos produtos, clicar recalcular pedido.
- Para retirar vários produtos do pedido, modificar a quantidade para 0(zero) e recalcular.
- O(s) valor(es) abaixo corresponde(m) ao(s) preço(s) do(s) produto(s) sem frete.
- Para calcular o frete correspondente, informe o país e o CEP de entrega.

	Ref.	Descrição	Quantidade	Preço	Total
	117	Espumadeira Baby - Eiriar	<input type="text" value="5"/> Recalcular Remover	R\$ 10,59 / m²	R\$ 52,95
	114	Concha Baby Eirilar	<input type="text" value="8"/> Recalcular Remover	R\$ 10,59 / m²	R\$ 84,72
	724	Caldeirão 24 Eirilar	<input type="text" value="2"/> Recalcular Remover	R\$ 78,10 / m²	R\$ 156,20
	528	Canecão 20 Eirilar	<input type="text" value="3"/> Recalcular Remover	R\$ 37,60 / m²	R\$ 112,80
	640	Caçarola 32 Eirilar	<input type="text" value="2"/> Recalcular Remover	R\$ 80,65 / m²	R\$ 161,30

Cupom de desconto: [OK](#) Cupom de desconto: R\$ 0,00

Para calcular o frete, digite o cep de entrega. Consulte seu CEP aqui.

Subtotal: R\$ 567,97

Frete: R\$ 0,00

Total: R\$ 567,97

CEP: [OK](#)

ANEXO 13 – Pratos, copos e talheres

Meu Carrinho

Confira os itens adicionados

Desculpe, mas só é possível inserir até 30 itens no caminhão. Para comprar mais itens entre em contato com o **TeleVendas** no **4003-2773**.

[Comprar mais produtos](#)

[Concluir compra](#)

Produto	Quantidade	Entrega	Valor Unitário	Valor Total
 Prato Decorado Baby Go Hot Wheels - Azul Babygo Vendido e entregue por Casas Bahia	<input type="text" value="6"/> Remover		Por: R\$ 12,90	R\$ 77,40
 Prato Flat Tableware Monster High - Roxo Tableware Vendido e entregue por Casas Bahia	<input type="text" value="6"/> Remover		Por: R\$ 11,04	R\$ 66,24
 Prato Bowl Baby Go Hot Wheels - Azul Babygo Vendido e entregue por Casas Bahia	<input type="text" value="4"/> Remover		Por: R\$ 8,90	R\$ 35,60

<http://carrinho.casasbahia.com.br/?idSku=4807858&idLqIsta=11953&source=http%3A%2Fwww.casasbahia.com.br%2FUtilidadesDomesticas%2Fcopos%2FCopo-Acrilic...> 1/3

10/11/2016

Casas Bahia: Produtos para sua casa, de tecnologia, móveis, eletrodomésticos e muito mais você encontra aqui!

Produto	Quantidade	Entrega	Valor Unitário	Valor Total
 Prato De Melamina Infantil Menino Util Goods Vendido e entregue por Ok Magazine	<input type="text" value="6"/> Remover		Por: R\$ 6,99	R\$ 41,94
 Prato De Melamina Urso Amarelo P/ Bebê C/ 5 Divisórias Util Goods Vendido e entregue por Ok Magazine	<input type="text" value="6"/> Remover		Por: R\$ 9,99	R\$ 59,94
 Prato Gatinho Rosa C/ Colher IN BRASIL Vendido e entregue por Ok Magazine	<input type="text" value="2"/> Remover		Por: R\$ 7,99	R\$ 15,98
			Subtotal Produtos	R\$ 297,10

Meu Carrinho

Confira os itens adicionados

Desculpe, mas só é possível comprar até 2 unidades do item **Kit de 12 Talheres The First Years** no momento.

[Comprar mais produtos](#)

[Concluir compra](#)

Produto	Quantidade	Entrega	Valor Unitário	Valor Total
 Copo Acrílico Plastilância 25 ML - 10 Unidades 300018 Azul bebê Plastilância Vendido e entregue por Costa Atacado	6 Remover		Por: R\$ 2,01	R\$ 12,06
 Copo Acrílico Plastilância 25ml - 10 Unidades 1012206 Lilás Plastilância Vendido e entregue por Costa Atacado	6 Remover		Por: R\$ 2,01	R\$ 12,06
 Copo Acrílico Plastilância 25ml - 10 Unidades 1012207 Vermelho	6 Remover			

10/11/2016

Casas Bahia: Produtos para sua casa, de tecnologia, móveis, eletrodomésticos e muito mais você encontra aqui!

Produto	Quantidade	Entrega	Valor Unitário	Valor Total
 Kit de 12 Talheres The First Years The First Years Vendido e entregue por Ezconet	2 Remover		Por: R\$ 11,90	R\$ 23,80
			Subtotal Produtos	R\$ 59,98

ANEXO 14 – Equipamentos de segurança

18/10/2016

Carrinho de Compras

Carrinho de Compras

Central Alarme Incêndio / Detecção Ender KX80 1 Laço (80 Endereços) 50 / 60HZ 24VCC 2A IP30 / Classe B / Com ou sem Bateria - IL044 foi adicionado com sucesso no seu carrinho de compras.

	Nome do Produto	Preço Unitário	Qty	Subtotal
	Abrijo para Mangueira - (A)90 x (L)120 x (P)17 cm - Sobrepor/Embutir - Visor Gradeado - Comporta 4 mangs de 30 mts 1 1/2" - MH503 <i>Disponível nos Modelos</i> Embutir (Interno) - MH271	R\$199,50	<input type="text" value="2"/>	R\$399,00 Remover item
	Mangueira Superflex - Tipo 2 - 1 1/2" - 15 mts - MI001	R\$261,44	<input type="text" value="2"/>	R\$522,88 Remover item
	Sprinkler Standard K80 - 1/2 Cromado 141°C - Lateral(SideWall) - MH539	R\$24,99	<input type="text" value="2"/>	R\$49,98 Remover item
	Placa Fotoluminescente Saída de Emergência Siga a Esquerda 15X25 CM / CERTIFICADA COM LAUDO IPT - PF074	R\$5,00	<input type="text" value="2"/>	R\$10,00 Remover item
	Placa Fotoluminescente Hidrante com Seta / CERTIFICADA COM LAUDO IPT - PF013 <i>Opções de tamanho</i> Placa 25 x 15 cm - PF013 - Tamanho Padrão	R\$5,00	<input type="text" value="2"/>	R\$10,00 Remover item
	Placa Fotoluminescente Alarme Sonoro 20X20CM / CERTIFICADA COM LAUDO IPT - PF028	R\$5,00	<input type="text" value="1"/>	R\$5,00 Remover item
	Extintor Pó ABC - PORTÁTIL - 2A-20BC - EN009 - 4Kg (Garantia 01 Ano) - uso Residencial - Comercial - Industrial	R\$137,70	<input type="text" value="4"/>	R\$550,80 Remover item
	Placa Fotoluminescente Extintor Pó ABC / CERTIFICADA COM LAUDO IPT - PF008 <i>Opções de tamanho</i> Placa 25 x 15 cm - PF008 - Tamanho Padrão	R\$5,00	<input type="text" value="4"/>	R\$20,00 Remover item
	Central Alarme Incêndio / Detecção Ender KX80 1 Laço (80 Endereços) 50 / 60HZ 24VCC 2A IP30 / Classe B / Com ou sem Bateria - IL044	R\$1.908,38	<input type="text" value="2"/>	R\$3.816,76 Remover item

[Continuar Comprando](#)

[Atualizar Valores](#)

Coloque o CEP e calcule o prazo e valor de entrega.

[Qual meu CEP?](#)

Cupom de Desconto

Subtotal R\$5.384,42

Valor Total R\$5.384,42

©2011 Aerotex Extintores. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. As fotos aqui veiculadas, logotipo e marca são propriedade do site www.aerotextintores.com.br. É vetada a sua reprodução, total ou parcial.

ANEXO 15 – Produtos para playground infantil



Telefones: (11) 2518-4520 | 3416-1196
(11) 940107847
Atendimento: segunda a sexta-feira das 08:00 às 18:00

Meu Cadastro Meus Pedidos

Busca    Quem Somos Depoimentos Contato Dúvidas

1. Carrinho 2. Identificação 3. Entrega e Pagamento 4. Conclusão do pedido

- Ao modificar a quantidade dos produtos, clicar recalculer pedido.
- Para retirar vários produtos do pedido, modificar a quantidade para 0(zero) e recalculer.
- O(s) valor(es) abaixo corresponde(m) ao(s) preço(s) do(s) produto(s) sem frete.
- Para calcular o frete correspondente, informe o país e o CEP de entrega.

Ref.	Descrição	Quantidade	Preço	Total
 11	Master Túnel 5 Peças Master Brink	1  	R\$ 738,00 / m ²	R\$ 738,00
 1215F	Fantoques Frutas Carlu	1  	R\$ 91,09 / un.	R\$ 91,09
 AM160	Amarelinha Proes Brinq	1  	R\$ 172,50 / m ²	R\$ 172,50
 CH230	Mini Ponte Arco Íris Proes Brinq	1  	R\$ 607,24 / un.	R\$ 607,24
 3110AZ	Jund Balanço Azul Jundplay	1  	R\$ 635,20 / m ²	R\$ 635,20

	1816.5	Balanço Minnie Xalingo	1	 Recalcular  Remover	R\$ 233,73 / un.	R\$ 233,73
	1815.4	Balanço Mickey Xalingo	1	 Recalcular  Remover	R\$ 233,73 / un.	R\$ 233,73
	CH257	Piscina Circular Proes Brinq	1	 Recalcular  Remover	R\$ 542,64 / un.	R\$ 542,64
	1829.8	Gangorra Individual Tigrão Xalingo	2	 Recalcular  Remover	R\$ 219,65 / un.	R\$ 439,30
	K622700	Basquete Tot Sports Little Tikes	1	 Recalcular  Remover	R\$ 512,33 / m²	R\$ 512,33
	CH286	Casinha Bebê Proes Brinq	1	 Recalcular  Remover	R\$ 529,72 / un.	R\$ 529,72

www.nroeshrinn.com.br/octopus/?sid=120&m=R&cm1=4&cm2=99&mi=C&RT&f=0

						
	776900	Mini Play Casinha na Árvore Step 2	1	 Recalcular  Remover	R\$ 2499,00 / m²	R\$ 2499,00
	1371	Brinquedoteca Básica Carlu	1	 Recalcular  Remover	R\$ 1501,51 / un.	R\$ 1501,51
	260	Triciclo Escolar Bandeirante	2	 Recalcular  Remover	R\$ 337,64 / m²	R\$ 675,28
	CH266	Circuito Baby Proes Brinq	1	 Recalcular  Remover	R\$ 723,52 / un.	R\$ 723,52
Cupom de desconto: <input type="text"/> 					Cupom de desconto: R\$ 0,00	
Para calcular o frete, digite o cep de entrega. Consulte seu CEP aqui.					Subtotal: R\$ 10134,79	
CEP: <input type="text"/> 					Frete: R\$ 0,00	
					Total: R\$ 10134,79	

ANEXO 16 – Gráfica

3Torres - orçamento



3Torres > Orçamento

qua 21/09, 11:22

Você

ORÇAMENTOS FINAIS 2



Evernote

Bom dia

Segue o orçamento solicitado:

- 5 unidades
- banneres
- 0,60x 0,50cm
- impressão frente lona
- colorido
- R\$ 39,00 cada

- 2000 unidades – quantidade mínima
- 10cm x 7cm
- couche 120g
- 4 x 0 cores
- R\$ 254,00

aguardamos

ANEXO 17 – tabela de preços para anúncio na rádio Jovem Pan

TABELA DE PREÇOS

JANEIRO 2016

SEGUNDA A SEXTA	HORÁRIO	30 SEGUNDOS
Jornal da Manhã AM e FM (São Paulo)	05h00 às 10h00	R\$ 10.956,00
Jornal da Manhã AM e FM (Nacional)*	06h00 às 07h30	R\$ 15.190,00
Morning Show AM e FM (São Paulo)	10h00 às 11h30	R\$ 7.993,00
Morning Show AM e FM (Nacional)*	10h00 às 11h30	R\$ 10.095,00
Pan News	11h30 às 12h00	R\$ 4.215,00
Jornal de Esportes / Esporte em Discussão (São Paulo)	12h00 às 14h00	R\$ 4.340,00
Jornal de Esportes / Esporte em Discussão (Nacional)**	12h00 às 14h00	R\$ 6.197,00
Jornal Jovem Pan	14h00 às 15h00	R\$ 3.373,00
RadioAtividade (São Paulo)	16h00 às 17h30	R\$ 3.373,00
RadioAtividade (Nacional)**	16h00 às 17h30	R\$ 4.857,00
Três em Um AM e FM (São Paulo)	17h30 às 18h00	R\$ 7.993,00
Os Pingos nos 15 AM e FM (São Paulo)	18h00 às 19h00	R\$ 7.993,00
Os Pingos nos 15 AM e FM (Nacional)*	18h00 às 19h00	R\$ 10.095,00
Pan News	20h00 às 05h00	R\$ 831,00



01. Comercial em horário determinado acréscimo de 50%. Comercial ao vivo, acréscimo de 100%.

02. Publicidade sem fundo comercial (comunicados, avisos, etc.) acréscimo de 200%.

03. Conversões:

até 15 segundos = 30" x 0,8

45 segundos = 30" x 1,5

60 segundos = 30" x 2

90 segundos = 30" x 3

04. Comerciais e textos que mencionarem outros anunciantes, será cobrado acréscimo de 20% do valor por cada citação ;

05. A reserva de espaço só poderá ser feita mediante entrega de autorização, ou mapa reserva assinado com timbre da agência ou anunciante; O cancelamento da programação só poderá ser feito através de comunicação escrita com 30 dias de antecedência; Caso o cancelamento ocorra em um período inferior a 30 dias será faturado o valor da programação reservada; Todo comercial que faça alusão a mais de um produto ou serviço, marca ou empresa, será considerado múltiplo, em vista disso haverá um acréscimo de 20% por marca veiculada. Para negociações especiais, não aceitaremos cancelamento dos spots programados. Caso haja cancelamento, a programação será faturada pelo preço da tabela. Algumas emissoras interrompem sua transmissão NET às 07h00. Favor consultar equipe comercial. Jornada Esportiva e Fim de Jogo apenas para base de cálculo.

* Rede News e FM ** Rede News



ANEXO 18 – Google Partner

←

Selecionar texto

Nosso preço ainda de 2015!

Valores Consultoria Mazag	MELHOR VALOR				
	R\$420	R\$570	R\$730	R\$950	R\$1.640
Plano	Express 1	Express 2	Standard 1	Advanced 1	advanced 2
Campanhas	ilimitado	ilimitado	ilimitado	ilimitado	ilimitado
Palavras-chave	ilimitado	ilimitado	ilimitado	ilimitado	ilimitado
Campanha para Celular	ilimitado	ilimitado	ilimitado	ilimitado	ilimitado
Acompanhamento e Otimização de Campanha	✓	✓	✓	✓	✓
Relatório Mensal	✓	✓	✓	✓	✓
Controle de Conversões	✓	✓	✓	✓	✓
Atendimento Via Telefone e E-mail	✓	✓	✓	✓	✓
Reunião Mensal por Skype / Telefone	✓	✓	✓	✓	✓
Bônus no Google Adwords de até R\$225,00*	✓	✓	✓	✓	✓
Relatório do Google Analytics	✓	✓	✓	✓	✓
Reunião Mensal Presencial**		✓	✓	✓	✓
Campanha de Remarketing Google + 4 Banners			✓	✓	✓
Campanha de Display Google + 4 Banners				✓	✓
Campanha de Google Shopping					✓
Investimento sugerido no Google	até 1000	até 2000	até 3000	até 5000	até 10000

ANEXO 19 – Abertura de empresa

Marina, bom dia!

Segue abaixo todos os procedimentos que estão inclusos no valor promocional de R\$189,00

PROCEDIMENTOS PARA ABERTURA DE EMPRESA

- Elaboração Contrato ou Requerimento de Empresário Individual;
- Junta Comercial para obtenção do CNPJ;
- Prefeitura para obtenção de inscrição Municipal;
- Senha Web para emissão de NFS-e ou NF-e;
- Cadastro na CEF e Previdência;
- Agendamento para obtenção de Certificado Digital.



Ana Flávia
Projeto Abertura Simples

Arena PME

Av. Paes de Barros, 588 Mooca

- São Paulo / SP

(11) 2805-5600 / 3715-7999

WhatsApp (11) 9- 9702-1900

www.arenapme.com.br

ANEXO 20 – Assessoramento para obtenção de licenciamentos



São Paulo, 08 de Novembro de 2016

A/C
Srta. Herica,

Fone: (11) *

E-mail: herica.mayara23@gmail.com

Responsável Comercial: Mayara Pontes – comercial5@capitaldocumentos.com.br

INVESTIMENTO UNITÁRIO

SERVIÇO	VALOR
I - Assessoria Técnica para Obtenção Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros – Projeto Técnico Simplificado (AVCB – PTS)	R\$ 600,00
Vistoria Técnica de Profissional devidamente habilitado	R\$ 290,00
II - Assessoria na obtenção do Auto Licença de Funcionamento – Imóvel Regular	R\$ 2500,00
III - Assessoria Técnica para obtenção de Licença de Funcionamento Sanitária junto à COVISA	R\$ 1500,00

CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Em 04 (Quatro) parcelas no Boleto Bancário, sendo:

- 40% aceite do contrato;
- 20% 30 dias após o aceite do contrato;
- 20% 60 dias após o aceite do contrato;
- 20% 90 dias após o aceite do contrato.



www.capitaldocumentos.com.br
SEDE PRÓPRIA - 25 ANOS

(11) 3670-7717

ANEXO 21 – Taxa de vistoria do corpo de bombeiros

Capital Documentos

Mayara Pontes
Suporte ao cliente

Gostaria de saber quais são taxas pagas para a obtenção do AVCB?

Mayara Pontes
As taxas referente ao Corpo De Bombeiros ?

Você — Atualize suas informações
Sim

Mayara Pontes
Qual sua metragem quadrada ?

Você — Atualize suas informações
320

Mayara Pontes
axa de vistoria do Corpo de Bombeiros : 90,43
Taxa*

Você — Atualize suas informações
Obrigada!

ANEXO 22 – Orçamento para instalação e manutenção de sistema de câmeras

ADT Segurança



Iasmin Santos Tomaz (AC)
seg 03/10, 13:43
Você



Responder | v

Segue o orçamento da ADT Segurança.

Nesse valor estão inclusos:

MONITORAMENTO ATÉ 8 PONTOS COMERCIAL (A ADT monitora todos os disparos do sistema de alarme) + ADT CHECK UP (A ADT verifica se o sistema está comunicando com a central de monitoramento) + ADT RELATÓRIO (A ADT envia um relatório com os horários e usuários de todas as aberturas e fechamentos do sistema de alarme) + ADT COMUNICAÇÃO SEGURA (A comunicação com a central de monitoramento via GPRS)

CFTV:

ADT VÍDEO ALERTA (A ADT visualiza as câmeras quando há disparo do sistema de alarme) - ATÉ 4 CÂMERAS + ADT MANUTENÇÃO CFTV E ALARME (A manutenção das câmeras e sistema de alarme)

Equipamentos:

Alarme:

01 SISTEMA SEM FIO COM 1 SMA (central de alarme e 01 sensor de abertura), 1 SIV (infravermelho) E 1 CONTROLE + 01 MÓDULO GPRS.

CFTV:

01 DVR 4 CANAIS E FONTE + 02 CÂMERAS + RABICHO

Valor mensal R\$ 260,00

Taxa de instalação R\$ 260,00

ANEXO 23 - Proposta de reforma



São Paulo, 15 de Outubro de 2016.

À

Pequenos Sonhadores Day Care

A/c: Sra. Marina Mota

Proposta nº 120-13

Prezado Senhores,

Apresentamos nossos agradecimentos pela deferência com que fomos distinguidos por sua empresa, possibilitando-nos oferecer nossa proposta relativa aos serviços profissionais de nossa especialidade, para os quais apresentamos o presente orçamento conforme solicitado.

1. OBJETO

1.1. A presente proposta tem por objeto: **Execução de serviços referente a instalação de piso, pintura e drywall.**

Esta proposta foi elaborada com base nos dados fornecidos por V.Sas. bem como levantamento de campo realizado pela Meiv.

2. ESCOPO DE SERVIÇOS

2.1 EFETUAREMOS OS SEGUINTE SERVIÇOS:

- Desenvolvimento memorial de cálculo estrutural e fornecimento de ART;
- Demolição de fechamento lateral em alvenaria existente área aproximada;
- Bota fora de entulho gerado;
- Nivelamento de área para execução de piso laminado;
- Pintura da parte externa;
- Instalação de divisória de drywall em 4 áreas do prédio.
- Limpeza geral do local e acabamento dos serviços;

MEIV MONTAGENS INDUSTRIAIS E CONSTRUÇÕES LTDA.

Av. Nossa Senhora do Sabará nº3417 –Jd. Campo Grande –São Paulo – SP.

E-mail: meiv@meiv.com.br Fone/Fax: (11)2574-1005 –(11) 25741006

3. VALORES DA PROPOSTA.

TOTAL: R\$ 38.187,18

3.1 Pela prestação **TOTAL** dos serviços ora proposto, a Contratante, pagará à MEIV Montagens Industriais e Construções Ltda., a quantia de **R\$ 38.187,18 (Trinta e oito mil, cento e oitenta e sete reais e dezoito centavos)** observando-se as cláusulas de condições de pagamento e reajustamento dos valores, estabelecidas no item 4 desta da proposta.

INCLUSO NOS PREÇOS

- Ferramentas, EPI, Uniformes e Equipamento para nossos funcionários;
- Fornecimentos consumíveis para ferramental e Equipamentos;

NÃO INCLUSO NOS PREÇOS

- Serviços não listados no escopo.
- Canteiro de obras.
- Taxas e emolumentos para aprovação dos projetos na Concessionária.

4. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

4.1 A quantia definida no item 5.1. Será paga da seguinte forma:

- ✓ 20% sinal;
- ✓ 30% após metade dos serviços executados;
- ✓ 50% após entrega total dos serviços

5. PRAZO DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

5.1 . O prazo para execução dos serviços integrantes de nossa proposta será de:

- ✓ 20 dias;

O horário de serviço considerado será das 7:00 hs até 17:00 hs.

Sendo o que nos apresenta para o momento, agradecemos antecipadamente e informamos que estamos ao vosso inteiro dispor para quaisquer esclarecimentos que se façam necessários:

MEV MONTAGENS INDUSTRAIS E CONSTRUÇÕES LTDA.
Av. Nossa Senhora do Sabará nº 3417 – Jd. Campo Grande – São Paulo – SP.
E-mail: m.eiv@m.eiv.com.br Fone/Fax: (11)2574-1005 – (11) 25741006

ANEXO 24 – Proposta para criação e manutenção de website institucional

Marina,

Segue nossa proposta abaixo, para criarmos o site institucional com painel de controle.
Em anexo esta a apresentação da nossa empresa.

Segue os valores e prazos:

Criação do Website Institucional

Valor: R\$ 1.600,00

Prazos: 30 dias

Forma de Pagamento: 2 Vezes

Hospedagem dedicada do site com emails:

Valor: R\$ 30,00 Mensais - Pagamento Trimestral

Aguardo seu retorno, não feche o projeto sem conversar conosco.

Vantagens dos nossos sites:

- Desenvolvido em HTML 5
- Responsivo: ajusta automaticamente para rodar em celulares e tablets
- URL Amigável, ajuda a indexar melhor as páginas no Google.
- Gerenciamento formulário de contato que permite o cliente entrar em contato por formulário.
Esses dados do contato além de serem enviados por email, ficam armazenados no banco de dados e pode ser consultado via painel de controle.
Podendo fazer buscar e exportar os contatos para excel.

Fico à disposição.

Obrigado!

Att.

Maik Tomé

www.w2websites.com

(11) 2626-4186 (11) 97436-7285

Skype [maik@w2websites.com](https://www.skype.com/en/contacts/maik@w2websites.com)

ANEXO 25 – Montagem de horta orgânica

Para: Marina Mota

Assunto: Re: Horta

Sra. Marina,

Para a instalação da horta orgânica nas medidas 2,90 x 2,50:

Serviço:

- Recorte da grama;
- Colocação de terra adubada organicamente;
- Plantio das mudas.

Produtos:

- 30 sacos de terra adubada;
- 100 mudas (verduras, legumes e ervas)

Opções de hortaliças e legumes:

Alface (crespa, lisa, roxa e americana)

Couve

Rúcula

Escarola

Almeirão

Espinafre

Pimenta

Tomate cereja

Pepino

Berinjela

Pimentão

Abobrinha de 40 dias

Beterraba

Cebola

Acelga

Opções de ervas medicinais e aromáticas:

Alecrim

Alho poró

Coentro

Cebolinha

Erva doce

Hortelã

Orégano

Salsinha

Tomilho

Mini manjeriço

Melissa

Obs.1 : Esta lista pode sofrer variações conforme a época do ano, respeitando-se a época de plantio e a pedido do cliente.

****Custo total de implantação com serviço, fornecimento da terra e das mudas:** Valor R\$ 1.650,00 (hum mil, seiscentos e cinquenta reais).

****Forma de pagamento:** 50% no aceite da proposta e 50% no termino do trabalho. Previsão de 3 dias de trabalho para a implantação da horta.

Obs.2: Não está previsto a emissão de nota fiscal e o cliente deverá dar destino à grama que será recortada.

Att,

Vorneis de Lucia

ANEXO 26 – Orçamento para manutenção de horta orgânica



Contato Prohu
qui 22/09, 13:45
Você



Responder

Você encaminhou esta mensagem em 01/10/2016 10:24

Sra. Marina,

Pode ser uma visita mensal no valor de R\$ 450,00 (Quatrocentos e cinquenta reais), onde forneceremos as mudas de reposição e faremos a adubação orgânica e o controle de pragas.

Obs.: Este valor é sem emissão de Nota Fiscal.

Att,

Vorneis

ANEXO 27 - Pacote Office

www.kalunga.com.br/prod/office-2016-home-and-student-79g-04350-microsoft/670630?plD=39&adtype=pla&gclid=CP6yslj4-MBCFUmBkQodaFgOpg

Home > Softwares > Microsoft Office > Microsoft Office

Veja mais produtos da Microsoft

Office 2016 Home and Student 79G-04350 Microsoft CX 1 UN
Código: 670630

Desconto de R\$ 200,00
De: R\$ 399,00
Por: **R\$ 199,00**
Ou 10X de R\$ 19,90 [ver parcelas](#)

Quantidade: 1

Disponível: Site, Televendas, Lojas [Ver lista](#)

ANEXO 28 – Livros e Dvds infantis

 		Olá, lasmin. O que você procura?			
	Produto vendido sob encomenda O Bairro do Marcelo - Série Marcelo, Marmelo, Martelo - Nova Ortografia	R\$ 40,00 R\$ 24,20	- <input type="text" value="1"/> + Remove	16 Dias Úteis	R\$ 24,20
	Produto vendido sob encomenda A Família do Marcelo - Série Marcelo Marmelo Martelo	R\$ 40,00 R\$ 24,50	- <input type="text" value="1"/> + Remove	16 Dias Úteis	R\$ 24,50
	Os Livros da Selva - Contos de Mowgli e Outras Histórias - Col. Clássicos Zahar	R\$ 64,90 R\$ 48,30	- <input type="text" value="1"/> + Remove	2 Dias Úteis	R\$ 48,30
	Bitá e Os Animais - DVD	R\$ 19,90	- <input type="text" value="1"/> + Remove	2 Dias Úteis	R\$ 19,90
	Contos de Fadas - Edição Comentada e Ilustrada	R\$ 69,90 R\$ 49,00	- <input type="text" value="1"/> + Remove	2 Dias Úteis	R\$ 49,00
	Conto Um Canto, Canto Um Conto - Histórias Para Ouvir e Cantar	R\$ 26,90	- <input type="text" value="1"/> + Remove	2 Dias Úteis	R\$ 20,17
	Cocoricó - História Com Fim - DVD	R\$ 19,90 R\$ 7,90	- <input type="text" value="1"/> + Remove	2 Dias Úteis	R\$ 7,90
	Blister Pooh - O Livro do Pooh: Histórias do Coração - DVD4	R\$ 45,90 R\$ 24,90	- <input type="text" value="1"/> + Remove	2 Dias Úteis	R\$ 24,90
	Como Contar Histórias - a Arte de Contar Histórias Para o Evangelismo Infantil	R\$ 24,00	- <input type="text" value="1"/> + Remove	2 Dias Úteis	R\$ 24,00
	A Pequena Sereia - A História de Ariel - DVD	R\$ 16,90	- <input type="text" value="1"/> + Remove	2 Dias Úteis	R\$ 16,90
	Produto vendido sob encomenda Marcelo, Marmelo, Martelo e Outras Histórias	R\$ 46,00 R\$ 27,60	- <input type="text" value="1"/> + Remove	16 Dias Úteis	R\$ 27,60
	Contos Para As Crianças - Alice No País Das Maravilhas E Outras Histórias Infantis	R\$ 54,90 R\$ 43,90	- <input type="text" value="1"/> + Remove	2 Dias Úteis	R\$ 43,90
SUBTOTAL		R\$ 449,00			
DESCONTO		- R\$ 10,96			
TOTAL		R\$ 438,04			

ANEXO 29 – Honorários de nutricionista

De: Site <cristianesite@gmail.com>
Enviado: sexta-feira, 30 de setembro de 2016 17:23
Para: MARILIA1988@LIVE.COM
Assunto: Re: Contato - Valor da Consulta

Oi Marília!

Tudo bem?

A primeira consulta custa R\$ 150,00 e as demais necessárias R\$ 100,00.

O tel do consultório é 2950-1150.

Abraços
Cristiane

Enviado do meu iPhone

Em 29 de set de 2016, às 12:37, "contato@anutricionista.com" <contato@anutricionista.com> escreveu:

ANEXO 30 - Acessórios de cama e berço

<https://sacola.americanas.com.br/?codItemFusion=18050754&storeId=12750455000103#/basket>

 comprar com 1 clique

Produto(s)	Quantidade	Entrega	Valor Unitário	Valor Total
 Vendido e entregue por: DECORVIDA   Restam 4 itens	 4  Retirar da Cesta	-	R\$ 42,00	R\$ 168,00
 Vendido e entregue por: DECORVIDA   Restam 4 itens	 4  Retirar da Cesta	-	R\$ 42,00	R\$ 168,00
 Vendido e entregue por: Flicka Kids   Restam 5 itens	 5  Retirar da Cesta	-	R\$ 47,90	R\$ 239,50
 Vendido e entregue por: Flicka Kids   Restam 4 itens	 4  Retirar da Cesta	-	R\$ 54,90	R\$ 219,60
 Vendido e entregue por: Flicka Kids   Restam 5 itens	 5  Retirar da Cesta	-	R\$ 54,90	R\$ 274,50

	<u>Cobre-Leito/Colcha Kids Butterfly 2</u> Vendido e entregue por: Casa Baher ▼	<input type="button" value="-"/> 6 <input type="button" value="+"/> Retirar da Cesta	-	R\$ 29,99	R\$ 179,94
	<u>Cobre-Leito/Colcha Solteiro Xadrez Black</u> Vendido e entregue por: Vest Casa ▼	<input type="button" value="-"/> 6 <input type="button" value="+"/> Retirar da Cesta	-	R\$ 29,99	R\$ 179,94
	<u>Cobre-Leito/Colcha Solteiro Fort</u> Vendido e entregue por: Casa Baher ▼	<input type="button" value="-"/> 6 <input type="button" value="+"/> Retirar da Cesta	-	R\$ 29,99	R\$ 179,94
	<u>Cobre leito para Berço Ursinho Brincalhão 2 Peças - Lynel</u> Vendido e entregue por: Bololó ▼	<input type="button" value="-"/> 6 <input type="button" value="+"/> Retirar da Cesta	-	R\$ 89,90	R\$ 539,40
	<u>Cobre leito para Berço Birds Baby 2 Peças - Lynel</u> Vendido e entregue por: ShopCama ▼ Restam 2 itens	<input type="button" value="-"/> 2 <input type="button" value="+"/> Retirar da Cesta	-	De: R\$ 71,98 Por: R\$ 64,99	R\$ 129,98
	<u>Cobre leito para Berço Ternura Baby 2 Peças - Lynel</u> Vendido e entregue por: ShopCama ▼ =	<input type="button" value="-"/> 3 <input type="button" value="+"/> Retirar da Cesta	-	De: R\$ 71,98 Por: R\$ 64,99	R\$ 194,97

	<u>Cobre leito para Berço Ternura Baby 2 Peças - Lynel</u> Vendido e entregue por: ShopCama ▼ Restam 3 itens	<input type="button" value="-"/> 3 <input type="button" value="+"/> Retirar da Cesta	-	De: R\$ 71,98 Por: R\$ 64,99	R\$ 194,97
	<u>Jogo De LENÇOL 2 PÇS LENÇOL E Fronha Princesa Incomfrol</u> Vendido e entregue por: Loja Era uma Vez ▼	<input type="button" value="-"/> 6 <input type="button" value="+"/> Retirar da Cesta	-	R\$ 14,90	R\$ 89,40
	<u>Jogo De LENÇOL 2 PÇS LENÇOL E Fronha Carinhos Incomfrol</u> Vendido e entregue por: Loja Era uma Vez ▼ Restam 3 itens	<input type="button" value="-"/> 3 <input type="button" value="+"/> Retirar da Cesta	-	R\$ 14,90	R\$ 44,70
	<u>Jogo de Lençol Malha para Berço Americano Cachorrinho Divertido - Bercinho</u> Vendido e entregue por: Tiruleta ▼ Resta 1 item	<input type="button" value="-"/> 1 <input type="button" value="+"/> Retirar da Cesta	-	De: R\$ 34,90 Por: R\$ 21,90	R\$ 21,90
	<u>Jogo De Lençol Noronha Azul 120 Gr/m² - Solteiro</u> Vendido e entregue por: Mezzanine ▼	<input type="button" value="-"/> 6 <input type="button" value="+"/> Retirar da Cesta	-	R\$ 22,90	R\$ 137,40

	<u>Jogo De Lençol Basic Coral 120 Gr/m² - Solteiro</u> Vendido e entregue por: Mezzanine ▾	<input type="button" value="-"/> 6 <input type="button" value="+"/>	-	R\$ 22,90	R\$ 137,40
	<u>Jogo De Lençol Denver 120 Gr/m² 02 Peças - Solteiro</u> Vendido e entregue por: Mezzanine ▾	<input type="button" value="-"/> 6 <input type="button" value="+"/>	-	R\$ 22,90	R\$ 137,40
	<u>Cobertor / Manta Infantil Stars</u> Vendido e entregue por: Vest Casa ▾	<input type="button" value="-"/> 6 <input type="button" value="+"/>	-	De: R\$ 16,99 Por: R\$ 9,99	R\$ 59,94
	<u>Cobertor / Manta Infantil Heart</u> Vendido e entregue por: Casa Baher ▾	<input type="button" value="-"/> 6 <input type="button" value="+"/>	-	De: R\$ 16,99 Por: R\$ 9,99	R\$ 59,94
	<u>Cobertor Manta Bebe Microfibra Rosa Bebe</u> Vendido e entregue por: FB Shop ▾	<input type="button" value="-"/> 6 <input type="button" value="+"/>	-	De: R\$ 22,99 Por: R\$ 16,99	R\$ 101,94

Simule o prazo de entrega e o frete para seu CEP abaixo:

Não sei meu CEP

Subtotal (97 itens): R\$ 3.263,79
 Frete (?): -
Total: R\$ 3.263,79

ANEXO 31- Imóvel

Imóvel comercial para Alugar, 320 m² por R\$ 9.000/Mês

Rua Senador Milton Campos, Chácara Santo Antônio, São Paulo, SP



☆ GUARDAR EM MEUS FAVORITOS

-  ALUGUEL
R\$ 9.000 / Mês
-  IPTU
R\$ 400
-  TIPO DE IMÓVEL
Imóvel comercial
-  ÁREA
320m²
-  **10 vagas**
-  CÓDIGO DO IMÓVEL
PR0006

Prédio comercial para locação, Chácara Santo Antônio, São Paulo.

PRÉDIO COMERCIAL MONOUSUÁRIO. DOIS PAVIMENTOS (TÉRREO E PRIMEIRO PISO), COM DOIS CONJUNTOS SANITÁRIOS POR PISO, AMPLO ESTACIONAMENTO. LOCALIZAÇÃO ÍMPAR E FÁCIL ACESSO. À 50 METROS DA AVENIDA SANTO AMARO E AV. ROQUE PETRONI JÚNIOR (REGIÃO DA BERRINI). CONSTRUÇÃO NOVA E SEM DETALHES, ACABAMENTO AAA. SISTEMA DE MONITORAMENTO (CÂMERAS E SENSORES), PORTÃO ELETRÔNICO, ETC. O MELHOR PREÇO DA REGIÃO. ESTUDAMOS OFERTAS! - 18/10/2016

ANEXO 32 – Combo (tv, internet e telefone fixo)



TOP HD HBO + 30
MEGA + ILIMITADO
MUNDO 21

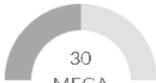
[ver detalhes](#)

[mostrar canais v](#)

TV

- 12 INFANTIS
- 13 ESPORTES
- 09 VARIEDADES
- 19 FILMES & SÉRIES
- 06 ABERTOS
- 11 CULTURA
- 07 ENTRETENIMENTO
- 05 NOTÍCIAS
- 05 SHOWS E CLIPES

INTERNET



30
MEGA
DE VELOCIDADE



100 GB
DE FRANQUIA

FIXO



ILIMITADO
LOCAL
E DDD
PARA TELEFONE
FIXO

R\$ 299,70
por mês

R\$ 349,70 após o 6º mês

[COMPRAR](#)

ANEXO 33 – Pacote mensal para celular



CONECTA+
ILIMITADO + 2GB

[ver detalhes](#)

**MINUTOS PARA
FIXO E CELULAR**



ILIMITADO
LOCAL E DDD

**FRANQUIA
DE INTERNET**



2 GB

**ILIMITADO PARA
MESMA
OPERADORA**



SIM

**BENEFÍCIOS
ADICIONAIS**

Roaming nacional
grátis. Sem
informações
adicionais.

R\$ 109,90
por mês

[COMPRAR](#)

ANEXO 34 – Lavanderia

www.limelocker.com.br/nossos-precos/



[Por que Limelocker](#)
[Como Funciona](#)
[Nossos Serviços](#)
[Nossos Preços](#)
[Onde Estamos](#)
[Limpa Dúvidas](#)
[Instale no seu prédio](#)

[Login](#)
[Cadastre-se](#)



Roupas de cama v			Roupas de banho v	
Peça	Preço		Peça	Preço
	Solteiro	Casal		
Capa colchão	R\$ 16,00	R\$ 19,00	Piso	R\$ 7,00
Cobertor	R\$ 19,00	R\$ 25,00	Robe	R\$ 12,00
Colcha	R\$ 18,00	R\$ 22,00	Roupão	R\$ 12,00
Capa edredon	R\$ 16,00	R\$ 19,00	Toalha de rosto	R\$ 6,00
Edredon	R\$ 19,00	R\$ 25,00	Toalha de banho	R\$ 9,00
Fronha	R\$ 6,00	R\$ 6,00		
Lençol	R\$ 7,00	R\$ 9,00		

ANEXO 35 – Curso de primeiros socorros

www.crechesegura.com.br/curso-primeiros-socorros-para-escolas/ ☆



[Twitter](#) [Facebook](#) [Google+](#) [Instagram](#) [YouTube](#) [LinkedIn](#)

Formação em primeiros socorros para escolas e profissionais da educação.

Início Quem Somos ▾ Cursos ▾ Palestras ▾ Consultoria/Programas ▾ Conteúdo ▾ Contato

[Início](#) » Primeiros Socorros Presencial

Redes Sociais

[Facebook](#) [Google+](#) [Instagram](#) [YouTube](#) [LinkedIn](#)

Primeiros Socorros Presencial

PRIMEIROS SOCORROS E PREVENÇÃO DE ACIDENTES PARA PROFISSIONAIS QUE ATUAM NA EDUCAÇÃO

Com o objetivo de empoderar os profissionais que atuam na área da educação, a [Creche Segura](#) preparou a formação em [Primeiros Socorros](#) e prevenção de Acidentes com Foco no Ambiente Escolar.

Os participantes serão orientados a reconhecer sinais e sintomas, acionar o serviço de emergência quando necessário e realizar ações simples para a preservação e valorização da vida até que a vítima seja atendida por equipe especializada.

Início Quem Somos ▾ Cursos ▾ Palestras ▾ Consultoria/Programas ▾ Conteúdo ▾ Contato

Conteúdo Programático:

- **Oficina de Práticas I:** Convulsão, desmaio, trauma na cabeça, trauma ocular, trauma dental, ferimentos, crise de asma, fraturas e entorses.
- **Oficina de Práticas II:** Atendimento ao engasgo no adulto, criança e bebê.
- **Oficina de Práticas III:** Atendimento a parada cardiorrespiratória no adulto, criança e bebê.
- **Roda de discussão:** Kit de primeiros socorros, armazenamento/controlado de medicamentos, números importantes, reação alérgica, sangramento nasal, febre e convulsão febril mordida entre crianças, prevenção de acidentes, entre outros temas que os participantes julgarem relevantes.

	São Paulo – SP
Investimento	R\$ 149,00 {desconto de 10% para grupos acima de 3 pessoas}
Formas de Pagamento	Boleto bancário à vista Cartão de crédito {3 vezes s/ juros} (vencimento em 10/11/2016)

ANEXO 36 – Curso “O Brincar e o Aprender na Educação Infantil”

URL: https://www.portaleducacao.com.br/pedagogia/cursos/o-brincar-e-o-aprender-na-educacao-infantil/218

PORTAL EDUCAÇÃO

O que você está procurando?

Central de vendas: Chat 0800 707 4520 | 11 99845 9980

Central de ajuda: Clique aqui

Accessar

CURSOS DE ATUALIZAÇÃO | **BOLSA PARA CRIAÇÃO** | PÓS-GRADUAÇÃO | IDIOMAS | PROFISSIONALIZANTES | EMPRESAS | ATENDIMENTO

O Brincar e o Aprender na Educação Infantil

Avaliações para este curso: ★★★★★

O curso O Brincar e o Aprender na Educação Infantil por meio da Educação a Distância oferece ao profissional, o conhecimento sobre Conceito de Infância, Shantala, Etapas do Desenvolvimento Cognitivo e muito mais.

Carga horária: 60 horas | Início: 12/11/2016 | Duração: 30 dias

12x de **R\$ 21,70**
ou R\$ 260,38 à vista

descontos exclusivos fale com um consultor

e-mail:

MATRICULE-SE

ou adquira somente o livro digital

ANEXO 37 - Honorários contábeis

HONORÁRIOS MENSIS DE CONTABILIDADE PARA SERVIÇOS:

- Até R\$ 5.000,00 de faturamento = **R\$ 225,00 + R\$ 45,00** por funcionário registrado/pró-labore (apenas se houver)
- De R\$ 5.001,00 até R\$ 10.000,00 de faturamento = **R\$ 250,00 + R\$ 45,00** por funcionário registrado/pró-labore (apenas se houver)
- De R\$ 10.001,00 até R\$ 30.000,00 = **R\$ 275,00 + R\$ 45,00** por funcionário registrado/pró-labore (apenas se houver)
- De R\$ 30.001,00 até R\$ 45.000,00 = **R\$ 295,00 + R\$ 45,00** por funcionário registrado/pró-labore (apenas se houver)

OBS: Acima de R\$ 45.001,00 a mensalidade corresponderá a 1% do faturamento bruto mensal. Os valores destes honorários serão cobrados **somente 30 dias após a emissão do CNPJ.**

Departamento Contábil

Relatórios contábeis (DRE, Balanço Patrimonial, Balancete, etc)

Documentos e declarações assinados por contador

Envio do Imposto de Renda da Empresa anual - IRPJ (EFD, DEFIS)

Atendimento presencial, via e-mail e/ou telefone

Departamento Fiscal

Todas as obrigações legais com Receita Federal, Prefeitura e Sec. Fazenda.

Cálculo e Emissão de guia de impostos

Obrigações acessórias como DCTF, SPED, EFD, ECD, etc

Atendimento presencial, via e-mail e/ou telefone

Departamento Pessoal

Pro-labore dos sócios

Rotinas de admissão e demissão de funcionários

Elaboração da Folha de Pagamento

Cálculo e elaboração de rescisões e férias

Acompanhamento de acordos coletivos de cada categoria

Elaboração e entrega de declarações (RAIS, CAGED, DIRF etc.)

Nossos Contadores Associados e Parceiros:

São empresas de Contabilidade e Gestão Empresarial especializadas em micro e pequenas empresas com mais de 20 anos de experiência no ramo. O Objetivo é ter o cliente como parceiro e ajudá-lo no crescimento do seu negócio. Utilizamos ferramentas on-line e uma plataforma de Alta Tecnologia para atender as necessidades de nossos clientes. Todos os escritórios possuem um quadro de profissionais altamente qualificados e em constante atualização, proporcionando aos clientes a confiança e tranquilidade essencial ao novo empreendedor.



Ana Flávia
Projeto Abertura Simples
Arena PME
Av. Paes de Barros, 588 Mooca
- São Paulo / SP
(11) 2805-5600 / 3715-7999
WhatsApp (11) 9- 9702-1900
www.arenapme.com.br

ANEXO 38 – Pacote NETFLIX



NETFLIX Sair

Escolha o melhor plano para você

Troque de plano quando quiser

Básico

R\$19,90

Padrão

R\$22,90

Premium

R\$29,90

Preço mensal após o mês grátis, que termina em 22/10/16

ANEXO 39 - Materiais de limpeza



26/10/2016 www.gimbal.com.br/checkout/Carrinho

Meus Pedidos / Cadastro 2ª Via Boleto Faturado Atendimento Televendas SP: (11) 2763.5000 Outras cidades: 0800.70.GIMBA (44622) Contrato Corporativo

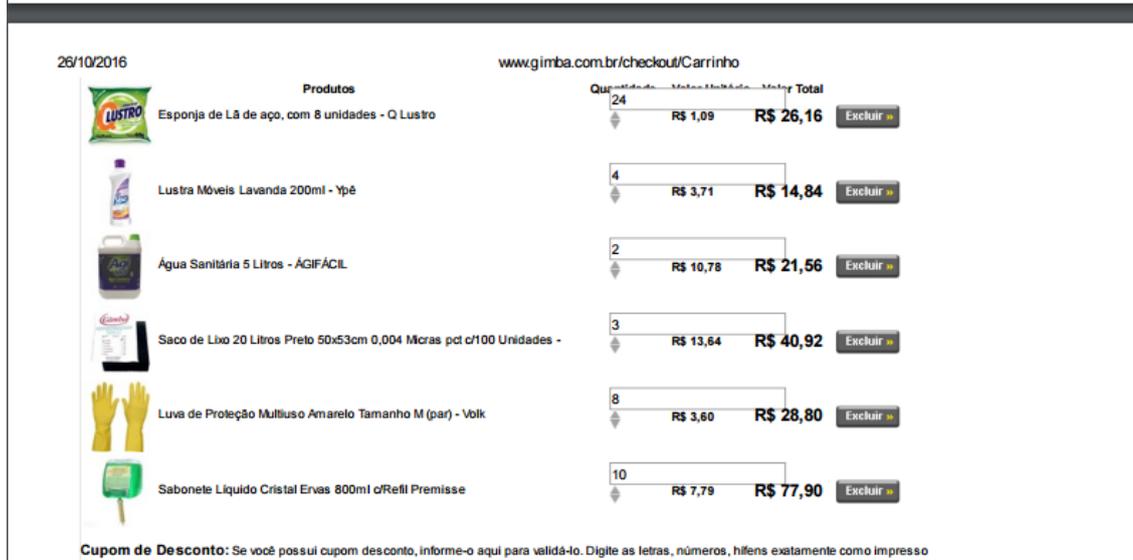
Bem vindo ao Gimbal

Busca de Cartuchos 16 item(s) R\$ 757,14

Nossas Categorias **Frete Grátis** para pedidos acima de R\$ 199,00 para Regiões do Estado de São Paulo* e Regiões do Estado do Rio de Janeiro* *Clique e confira as regiões e regras

Esponja Multiuso Dupla Face Scotch Brite, pacote c/3un - 3M 5 R\$ 5,90 R\$ 29,50 Excluir

<http://www.gimbal.com.br/checkout/Carrinho> 1/3



26/10/2016 www.gimbal.com.br/checkout/Carrinho

Produtos	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total	Ações
 Esponja de Lã de aço, com 8 unidades - Q Lustro	24	R\$ 1,09	R\$ 26,16	Excluir
 Lustra Móveis Lavanda 200ml - Ypê	4	R\$ 3,71	R\$ 14,84	Excluir
 Água Sanitária 5 Litros - ÁGIFÁCIL	2	R\$ 10,78	R\$ 21,56	Excluir
 Saco de Lixo 20 Litros Preto 50x53cm 0,004 Micras pct c/100 Unidades -	3	R\$ 13,64	R\$ 40,92	Excluir
 Luva de Proteção Multiuso Amarelo Tamanho M (par) - Volk	8	R\$ 3,60	R\$ 28,80	Excluir
 Sabonete Líquido Cristal Ervas 800ml c/Retil Premisse	10	R\$ 7,79	R\$ 77,90	Excluir

Cupom de Desconto: Se você possui cupom desconto, informe-o aqui para validá-lo. Digite as letras, números, hífens exatamente como impresso

Produtos		Quantidade	Valor Unitário	Valor Total	
	Detergente em pó Madez 1kg - Brilhante	10	R\$ 7,58	R\$ 75,80	Excluir
	Balde Plástico s/tampa, Capacidade p/12 L1 - Arqplast	2	R\$ 5,98	R\$ 11,96	Excluir
	Papel Higiénico, 30m, Branco, Folha Dupla, 100% Celulose, Pacote c/4	48	R\$ 4,49	R\$ 215,52	Excluir
	Desinfetante pronto uso 5 Litros Lavanda - Sevensel	2	R\$ 17,47	R\$ 34,94	Excluir
	Desodorizador Air Clean Anti Tabaco com Pulverizador 500ml - Sevensel	6	R\$ 19,27	R\$ 115,62	Excluir
	Detergente Líquido Limão 500ml - Limpol	10	R\$ 1,63	R\$ 16,30	Excluir
	Vassoura Nylon N°5 c/cabo de madeira plastificado 120cm - Oliveira e A	2	R\$ 10,78	R\$ 21,56	Excluir
	Rodo Madeira Simples 40cm c/cabo de madeira plastificado 120cm Oliveir	2	R\$ 6,30	R\$ 12,60	Excluir
	Pano saco alvejado quadriculado,52x80 cm - Sacaria Ouro Branco	4	R\$ 3,29	R\$ 13,16	Excluir

ANEXO 40 -Materiais de escritório

Bem vindo ao Gimba!

Busca de **Cartuchos** 16 Item(s) R\$ 937,72

Nossas Categorias **Frete Grátis** para pedidos acima de R\$ 199,00 para Regiões do Estado de São Paulo* e Regiões do Estado do Rio de Janeiro* *Dique e confira as regras e regras

Produtos		Quantidade	Valor Unitário	Valor Total	
	Caneta Esferográfica Preta 1,0mm 1 unid - Pentel	20	R\$ 2,56	R\$ 51,20	Excluir
	Lapiseira Técnica Azul 0,7mm 1 unid - Goller	20	R\$ 3,20	R\$ 64,00	Excluir
	Clips n.20 galvanizado 3,2 cm cx c/100 unids - BACCHI	20	R\$ 1,76	R\$ 35,20	Excluir
	Porta Lápis/Clips duocolor - DELLO	8	R\$ 10,74	R\$ 85,92	Excluir
	Envelope saco Kraft Ouro 80gr 176x250mm c/250 envelopes FORONI	1	R\$ 51,86	R\$ 51,86	Excluir
	Papel Sulfite A4 75gr 210x297 pct c/500 fts Branco Cert.FSC - GIMBA	8	R\$ 19,50	R\$ 156,00	Excluir
	Pasta Suspensa Vetro Lateral KRAFTSUPER DELLO	20	R\$ 5,85	R\$ 117,00	Excluir
	Grampeador de mesa de 25 folhas GOLLER	8	R\$ 9,54	R\$ 76,32	Excluir
	Grampos 26/6 cobreados .ACC (caixa com 5000)	8	R\$ 4,90	R\$ 39,20	Excluir
	Caderno Brochura Capa Dura 1/4 96 fts Azul, c/ 1 unid - FORONI	10	R\$ 3,92	R\$ 39,20	Excluir
	Copo Plástico Descartável 180ml Pacote com 100 Unidades - ECOCOPPO	20	R\$ 3,49	R\$ 69,80	Excluir

Produtos	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
 Cola Líquida branca unidade 40gr - Frama	8	R\$ 0,92	R\$ 7,36
 Corretivo Líquido Ecolutions BIC com 18ml - Bic	10	R\$ 2,75	R\$ 27,50
 Grafite Big Tree 0,7mm HB 2 tubos c/12 grafites cada - Cis	10	R\$ 2,18	R\$ 21,80
 Pasta em L A4 0,15 Cristal, com 10 Unidades - ACP	5	R\$ 5,60	R\$ 28,00
 Lixeira 2,7lt Branca c/ampa basculante unid - Plasvale	8	R\$ 8,42	R\$ 67,36

Cupão de Desconto: Se você possui cupom desconto, informe-o aqui para validá-lo. Digite as letras, números, hátons exatamente como impresso

ANEXO 41 -Materiais escolares

30/09/2018 <https://www.gimba.com.br/checkout/carrinho>

Meus Pedidos / Cadastro 2ª Via Boleto Faturado Atendimento Telefones SP: (11) 2763.5000 Outras cidades: 0800.70.GIMBA (44622) Contrato Corporativo

Gimba.com Bem vindo ao Gimba!

Busca de **Cartuchos** 9 item(s) **R\$ 1.332,82**

Nossas Categorias **Frete Grátis** para pedidos acima de R\$ 199,00 para Regiões do Estado de São Paulo* e Regiões do Estado do Rio de Janeiro* *Clique aqui para ver as regiões e regras

Produtos	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
 Gizão de cera (Big Giz) 12 cores, Ref.09111 - Acrilex	50	R\$ 3,80	R\$ 195,00
 Tinta Tempera Guache Lavável 15ml - Acrilex	22	R\$ 5,63	R\$ 121,66
 Lápis de Cor Ecolápis (Kit Escolar Grafite Lapis Preto nº2, Borracha e	30	R\$ 14,18	R\$ 425,40
 Cartolina verde 140g 50X66cm 100 unid - All Form	1	R\$ 51,88	R\$ 51,66
 Tesoura Escolar 13cm Cabo em Plastico Serfic-cis	50	R\$ 1,88	R\$ 84,00
 Apointador de Metal AP-315 1 Unid - Serfic	50	R\$ 1,17	R\$ 58,50
 Cola Líquida branca unidade 40gr - Frama	20	R\$ 0,83	R\$ 16,60
 Bloco de Desenho A4, 210x297mm, 140grs branco c/ 20 fis - Jandala	50	R\$ 6,58	R\$ 328,00
 Giz Escolar colorido para quadro negro, 50 unid. - Dubom	10	R\$ 5,20	R\$ 52,00

ANEXO 42 – Plano de saúde



AMEPLAN

Tabela Válida a partir de 01/01/2016

Janeiro 2016 - Taxa de Inscrição (Por Contrato) - R\$ 20,00

Faixa Etária	BÁSICO (E)	ESPECIAL (E)	PLENO (E)	PLENO (A)	MASTER (E)	MASTER (A)
34 à 38 anos	R\$ 114,63	R\$ 131,82	R\$ 163,74	R\$ 192,96	R\$ 227,70	R\$ 289,85
Total	R\$ 3.095,01	R\$ 3.559,14	R\$ 4.420,98	R\$ 5.209,92	R\$ 6.147,90	R\$ 7.825,95

Fundada em 1992, a AMEPLAN Assistência Médica Planejada é atualmente uma das Operadoras de Saúde que mais investe em tecnologia e humanização, no estado de São Paulo. Focada na importância da saúde e qualidade de vida como ponto fundamental para um futuro digno e saudável, a empresa oferece uma ampla e sólida rede de atendimento referenciada e credenciada, com hospitais e maternidades, prontos socorros, centros médicos, centros de diagnóstico e clínicas especializadas, espalhadas pela região metropolitana de São Paulo. São Mais de 5.000 profissionais credenciados da área médica, atuando em todas as especialidades, para garantir melhor atendimento e os melhores tratamentos aos pacientes. Desde sua criação, a empresa vem trabalhando incansavelmente na implantação de ações de medicina preventiva e projetos sociais que, com certeza, estão contribuindo na formação de um futuro melhor

Opcionais

Produto	Tipo de Opcional	Valor	Observação
ODONTOLOGIA - PME 03 a 29 vidas (Saúde)	Por Beneficiário	R\$ 13,50	Isenção de carencias
ODONTOLOGIA - PME 30 a 50 vidas (Saúde)	Por Beneficiário	R\$ 12,00	-

ANEXO 43 – Orçamento para alimentos



Meu Carrinho

Produto	Entrega	Preço	Quantidade	Total
 Arroz Namorado Tipo 1 5Kg - Fardo com 6 Pacotes Namorado Produto fornecido e entregue por Tenda Drive	Loja Guarapiranga	R\$ 76,14	1	R\$ 76,14
 Feijão Carioca da Casa 1kg Fd. c/ 10 pct. Da Casa Produto fornecido e entregue por Tenda Drive	Loja Guarapiranga	R\$ 52,80	1	R\$ 52,80
 Lentilha Yoki 500g Yoki Produto fornecido e entregue por Tenda Drive	Loja Guarapiranga	R\$ 12,59	6	R\$ 75,54
 Macarrão Grano Duro Renata Integral Fusilli 2 - 500g Fd. c/ 20 un. Renata Produto fornecido e entregue por Tenda Drive	Loja Guarapiranga	R\$ 86,00	1	R\$ 86,00
 Sal Refinado Cisne 1kg Cisne Produto fornecido e entregue por Tenda Drive	Loja Guarapiranga	R\$ 1,75	3	R\$ 5,25
 Óleo De Soja Liza 900ml Cj. c/ 5 un. Liza Produto fornecido e entregue por Tenda Drive	Loja Guarapiranga	R\$ 14,40	3	R\$ 43,20

 Grão de Bico Yoki 500g Yoki Produto fornecido e entregue por Tenda Drive	Loja Guarapiranga	R\$ 13,55	3	R\$ 40,65
 Aveia Yoki em Floco 200g Yoki Produto fornecido e entregue por Tenda Drive	Loja Guarapiranga	R\$ 2,19	16	R\$ 35,04
 Biscoito Cream Cracker Adria Folhata 200g Adria Produto fornecido e entregue por Tenda Drive	Loja Guarapiranga	R\$ 1,39	10	R\$ 13,90
 Biscoito Maria Duchon 200g Duchon Produto fornecido e entregue por Tenda Drive	Loja Guarapiranga	R\$ 1,19	8	R\$ 9,52

	<p>iogurte Natural Integral Frimesa 165g Frimesa</p> <p>Produto fornecido e entregue por Tenda Drive</p>	Loja Guarapiranga	R\$ 1,29	120	R\$ 154,80
	<p>Chá Prenda Camomila 10 Saquinhos Prenda</p> <p>Produto fornecido e entregue por Tenda Drive</p>	Loja Guarapiranga	R\$ 1,79	18	R\$ 32,22
	<p>Torrada Bauducco Integral 160g Bauducco</p> <p>Produto fornecido e entregue por Tenda Drive</p>	Loja Guarapiranga	R\$ 2,29	12	R\$ 27,48
	<p>Bisnaguinha Wickbold Integral 300g Wickbold</p> <p>Produto fornecido e entregue por Tenda Drive</p>	Loja Guarapiranga	R\$ 4,49	30	R\$ 134,70
	<p>Patinho Bifes Bandeja 400g Tenda</p> <p>Produto fornecido e entregue por Tenda Drive</p>	Loja Guarapiranga	R\$ 10,10	10	R\$ 101,00
	<p>Filé de Pescada Congelado 500g Costa Sul</p> <p>Produto fornecido e entregue por Tenda Drive</p>	Loja Guarapiranga	R\$ 10,58	5	R\$ 52,90
	<p>File Coxa/Sobrecoxa Aurora 1kg Aurora</p> <p>Produto fornecido e entregue por Tenda Drive</p>	Loja Guarapiranga	R\$ 13,19	4	R\$ 52,76
	<p>Filé de Peito Frango Congelado Aurora 1kg Aurora</p> <p>Produto fornecido e entregue por Tenda Drive</p>	Loja Guarapiranga	R\$ 10,65	4	R\$ 42,60
	<p>Manteiga Aviação Pote com Sal 200g Aviação</p> <p>Produto fornecido e entregue por Tenda Drive</p>	Loja Guarapiranga	R\$ 6,29	5	R\$ 31,45

	Ovos Grande Branco Polpa 1 Dúzia Agro Produto fornecido e entregue por Tenda Drive	Loja Guarapiranga	R\$ 5,49	15	R\$ 82,35
	Farinha de Trigo Especial Rosa Branca 1kg Rosa Branca Produto fornecido e entregue por Tenda Drive	Loja Guarapiranga	R\$ 2,30	4	R\$ 9,20
	Amido de Milho Pq 1kg PQ Produto fornecido e entregue por Tenda Drive	Loja Guarapiranga	R\$ 4,59	2	R\$ 9,18
	Fubá Mimoso PQ 1kg PQ Produto fornecido e entregue por Tenda Drive	Loja Guarapiranga	R\$ 3,10	2	R\$ 6,20

2 de 4

19/10/2016 15:23

Finalizar compra

<https://www.tendadrive.com.br/checkout#/cart>

Produto	Entrega	Preço	Quantidade	Total	
	Leite UHT Longa Vida Italc Integral 1 Litro Cx. c/ 12 un. Italc Produto fornecido e entregue por Tenda Drive	Loja Guarapiranga	R\$ 29,40	8	R\$ 235,20
	Queijo Ricota Fresca Ipane 400g Ipanema Produto fornecido e entregue por Tenda Drive	Loja Guarapiranga	R\$ 8,10	18	R\$ 145,80

Subtotal R\$ 1.555,88

12. APÊNDICES

APÊNDICE A – Contrato de locação de imóvel

CONTRATO DE LOCAÇÃO DE IMÓVEL PARA FINS COMERCIAIS

Pelo presente instrumento particular, de um lado Rafaini Imóveis Ltda., sediada na Av. Doutor Renato de Andrade Maia, nº 614, na cidade de Guarulhos, Estado de São Paulo, inscrita no CNPJ sob nº 23.726.026/0001-17, neste ato representada por sua sócia-proprietária Juliana Galleoti, portador do RG nº 39.949.578-2, CPF nº 380.101.218-27, residente e domiciliado nesta cidade de São Paulo/(SP), doravante denominada LOCADORA, e de outro lado Pequenos Sonhadores Day Care, inscrita no CNPJ sob o nº 10.328.621/0001-50, neste ato representada neste ato por sua representante legal conforme contrato social, Herica Mayara da Silva, portador do RG nº 49.122.415-1, CPF nº 417.721.098-60, doravante denominada simplesmente LOCATÁRIA, têm entre si como justo e contratado o que segue:

1. A LOCADORA, por este instrumento, dá em locação à LOCATÁRIA o imóvel de sua propriedade, livre e desembaraçado de quaisquer ônus reais e em perfeitas condições de higiene e conservação, de uso comercial, sito nesta cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, na rua Senador Milton Campo, nº 2.527, Chácara Santo Antônio - CEP 04708-040, São Paulo/SP, pelo prazo de 2 anos, a partir de 18/11/2016, com término previsto para 18/11/2018.

2. O aluguel ajustado entre as partes é de R\$ 9.000,00 (nove mil reais) mensais, e será reajustado anualmente, de acordo com a variação do Índice de inflação anual, ou de acordo com as normas legais que vigorarem na época.

2.1 O pagamento dos aluguéis será feito na sede da LOCADORA, nesta cidade, até o dia 30 de cada mês, sob pena de incorrer a LOCATÁRIA em multa de 2 % (dois por cento) sobre o valor do aluguel mensal, mais correção monetária e juros de mora pelo período em atraso.

3. A LOCATÁRIA arcará com o pagamento de todos os impostos e taxas, seja de que natureza forem, que incidam ou venham a incidir sobre o imóvel e eventuais multas decorrentes do inadimplemento ou atraso nos respectivos pagamentos e, ainda, por todas as despesas de água, energia elétrica, telefone, gás e outras ligadas ao imóvel.

4. Ficarão a cargo da LOCATÁRIA as obras que forem exigidas pelas autoridades municipais e sanitárias relativamente à segurança, conservação e higiene do prédio. A locatária poderá, ainda, realizar benfeitorias e modificações no imóvel, desde que com prévia anuência, por escrito, da LOCADORA, não lhe cabendo, porém, qualquer indenização ou retenção em função das mesmas.

5. Como forma de propagação de suas atividades comerciais, é permitido à LOCATÁRIA fixar letreiros ou faixas e instalar luminosos nas áreas externas do imóvel, desde que não o danifiquem.

6. A LOCATÁRIA se obriga, durante todo o período em que permanecer no imóvel, a zelar pela perfeita conservação e limpeza do mesmo, efetuando os reparos necessários e arcando com os custos decorrentes destes.

7. Quando findo ou rescindido o presente contrato de locação, caberá à LOCATÁRIA restituir o imóvel em condições adequadas de uso, pintura, conservação, higiene e manutenção.

8. Ao término da locação, se houver danos ou deteriorações no imóvel, a LOCATÁRIA deverá providenciar os devidos reparos. Se assim não proceder, a LOCADORA poderá mandar executá-los às expensas da LOCATÁRIA, que, enquanto não concluídos esses serviços, continuará obrigada ao pagamento dos aluguéis e encargos que se vencerem, mesmo que não esteja ocupando o imóvel.

9. O presente contrato obriga também os sucessores das partes e os adquirentes do imóvel.

10. As benfeitorias eventualmente realizadas pela LOCATÁRIA no imóvel serão cedidas gratuitamente à LOCADORA, sem qualquer reembolso ou compensação no aluguel.

11. Findo o prazo da locação, não havendo interesse da LOCATÁRIA em permanecer no imóvel, deverá comunicar à LOCADORA sua intenção em dar por finda a locação e desocupar o imóvel, por escrito, e com antecedência de 30 (trinta) dias. Contrariamente, se a LOCATÁRIA desejar continuar no imóvel, a LOCADORA providenciará a elaboração de um novo contrato, cujos termos e condições serão acordados pelas partes na ocasião.

12. Obriga-se a LOCATÁRIA a contratar um seguro total sobre o imóvel, com apólice a favor da LOCADORA, na seguradora de sua preferência, mantendo-o segurado até o final do prazo contratual, sob pena de, não o fazendo, responder por todos os danos ocorridos ao imóvel, ainda que oriundos de caso fortuito ou força maior.

13. A presente locação destina-se exclusivamente para ocupação do estabelecimento comercial da LOCATÁRIA, vedada qualquer alteração desta destinação. À LOCATÁRIA também não será permitido emprestar, ceder ou sublocar o imóvel objeto da presente locação, sem prévia e expressa anuência da LOCADORA.

14. À LOCADORA fica facultado vistoriar e examinar o prédio em seu interior, sempre que lhe aprouver, em horário comercial e mediante prévio aviso.

15. Fica estipulada a multa equivalente a 2 (dois) meses de aluguel, na qual incorrerá a parte que infringir qualquer cláusula deste contrato, com a faculdade para a parte inocente de considerar simultaneamente rescindida a locação, independente de qualquer notificação.

16. A tolerância das partes a respeito do descumprimento ou inobservância do disposto no presente instrumento não poderá ser considerada como novação ou alteração das cláusulas contratuais.

17. As partes elegem o foro da Comarca em São Paulo para decidir qualquer questão judicial decorrente deste contrato, renunciando a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E por estarem LOCADORA e LOCATÁRIA de pleno acordo com o disposto neste instrumento particular, assinam-no na presença das duas testemunhas abaixo, em 2 vias de igual teor e forma, destinando-se uma via para cada uma das partes.

Local e data:

LOCADORA: Rafaini Imóveis Ltda.

LOCATÁRIA: Pequenos Sonhadores Day Care Ltda.
(Herica Mayara da Silva)

Testemunhas:

1. _____

Nome:

RG:

2. _____

Nome:

RG:

Fonte: adaptação dos autores

APÊNDICE B – Contrato Social

CONTRATO SOCIAL – SOCIEDADE LIMITADA

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE SOCIEDADE LIMITADA

1. Raquel Maria dos Santos Passos, brasileira, casada, administradora de empresas, portadora do RG nº. 47.991.214-2 SSP/SP e do CPF nº. 394.425.088-57, residente e domiciliada na Rua João Chammas, 454 – Jd. Leila – CEP 04917-140 – São Paulo – SP;

2. Herica Mayara da Silva, brasileira, solteira, administradora de empresas, portadora do RG nº 49.122.415-1 SSP/SP e do CPF nº 417.721.098-60, residente e domiciliada na Rua Santo André, 238 – Vila São Pedro – CEP 04676-070 – São Paulo/SP;

3. Tatiane Izidorio do Nascimento, brasileira, solteira, administradora de empresas, portadora do RG nº 49.244.200-9 SSP/SP e do CPF nº 419.884.688-09, residente e domiciliada na Rua Eurico Freitagas, 15 – Riviera – CEP 04925-060 – São Paulo/SP

4. Iasmin Santos Tomaz, brasileira, solteira, administradora de empresas, portadora do RG nº 44.746.438-3 SSP/SP e do CPF nº 232.644.488-40, residente e domiciliada na Rua Alceu Antônio da Luz, 111 – Jd. Campo Grande – CEP 04693-150 – São Paulo/SP.

5. Antonia Marina Silva Mota, brasileira, solteira, administradora de empresas, portadora do RG nº 58.283.585-9 SSP/SP e do CPF nº 035.565.373-70, residente e domiciliada na Rua Jose Souza, 200 – Ap. 203-B –Jd. Dos Prados – CEP 04679-110 – São Paulo/SP.

1ª - A sociedade girará sob o nome empresarial Pequenos Sonhadores Day Care Ltda. e terá sede e domicílio na rua Senador Milton Campos, nº 2.527, Chácara Santo Antônio - CEP 04708-040, São Paulo/SP.

2ª - Seu objeto social será creche maternal e jardim de infância.

3ª - O capital social será de R\$ 400.000,00 (Quatrocentos mil reais), dividido em 5 (cinco) quotas de valor nominal de R\$ 80.000,00 (Oitenta mil reais), cada uma, subscritas,

3.1 e integralizadas, neste ato, em moeda corrente do País, pelos sócios:

Antonia Marina Silva Mota.....	nº de quotas 20 - R\$ 80.000,00.
Herica Mayara da Silva	nº de quotas 20 - R\$ 80.000,00
Iasmin Santos Tomaz.....	nº de quotas 20 - R\$ 80.000,00
Raquel Maria dos Santos Passos	nº de quotas 20 – R\$ 80.000,00
Tatiane Izidorio do Nascimento...	nº de quotas 20 – R\$ 80.000,00
Total 400.000,00	nº de quotas 5 - R\$ 80.000,00.

4ª - A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

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, o direito de preferência para sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª - A sociedade iniciará suas atividades em 03/01/2017 e seu prazo de duração é por tempo indeterminado. **(Art. 967, CC/2002)**

7ª - A administração da sociedade caberá Herica Mayara da Silva com os poderes e atribuições de Representante legal, podendo os sócios assinar na forma isoladamente ou em conjunto, 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 de 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 apuradas.

9ª - A sociedade poderá levantar balanços ou balancetes patrimoniais em períodos inferiores a um ano, e o lucro apurado nessas demonstrações intermediárias, poderão ser distribuídos mensalmente aos sócios cotistas, a título de Antecipação de Lucros, proporcionalmente às cotas de capital de cada um.

10ª - Fica eleito o foro da Comarca de São Paulo para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

11ª - (Os) Administrador (es) declara(m), sob as penas da Lei, de que não est(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 de concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. **(Art. 1.011, § 1º, CC/2002).**

E por estarem assim justos e contratados, assinam o presente instrumento em ____ vias, na presença de duas testemunhas.

São Paulo, 04 de janeiro, 2017

Raquel Maria dos Santos Passos

Herica Mayara da Silva

Tatiane Izidorio do Nascimento

Iasmin Santos Tomaz

Antônia Marina Silva Mota

Testemunhas:

Assinatura:

Nome completo e identidade (espécie e nº, órgão emissor/UF)

Assinatura:

Nome completo e identidade (espécie e nº, órgão emissor/UF)

Visto do Advogado _____

Nome completo - Inscr. na OAB/Seccion

Fonte: adaptação dos autores

APÊNDICE C – Composição de gastos mensais com lavanderia

Lavanderia	valor por unidade	quantidades	semanas/mês	total
Lençol	R\$ 7,00	26	4	R\$ 728,00
Cobertor	R\$ 19,00	26	4	R\$ 1.976,00
Fronha	R\$ 6,00	26	4	R\$ 624,00
Toalha de banho	R\$ 9,00	26	4	R\$ 936,00
Total =				R\$ 4.264,00

Fonte: os autores

APÊNDICE D – Custos promocionais antes de iniciar as operações

Gastos com marketing 2 meses antes do início das operações da empresa			
	Valor unitário	Quantidade	Total
Banners	R\$ 39,00	5	R\$ 195,00
Folhetos	R\$ 0,13	2000	R\$ 254,00
Anúncio em rádio	R\$ 831,00	44	R\$ 36.564,00
Google	R\$ 730,00	2	R\$ 1.460,00
Total			R\$ 38.473,00

Fonte: os autores

APÊNDICE E – Propaganda na Rádio Jovem Pan

ANÚNCIO NA RÁDIO JOVEM PAN			
Anúncios ao dia	Valor do anúncio	Quant. dias mês	Total
1	R\$ 831,00	8	R\$ 6.648,00

Fonte: os autores

APÊNDICE F – Gastos mensais com promoção

Gastos mensais com promoção	
Banners	R\$ 32,50
Folhetos	R\$ 127,00
Anúncio em rádio	R\$ 6.648,00
Google AdWords	R\$ 730,00
Total	R\$ 7.537,50

Fonte: os autores

APÊNDICE G – Logotipo da empresa



Fonte: os autores

APÊNDICE H – Página no Facebook



Fonte: os autores

APÊNDICE I – Base de cálculo dos custos variáveis e formação de preço de venda.

Custos variáveis

Custo mensal com alimentação

Verduras R\$ 1102,00

Frutas R\$ 4017,52

Legumes R\$ 1221,84

Despensa R\$ 1555,88

Total de R\$ 7897,24

Divide-se R\$ 7897,24 por 26 dias que dará R\$ 303,74 de custo diário de alimentação.

Divide-se R\$ 303,74 por 15 crianças que dará R\$ 20,25 de custo diário/criança.

Custo de material escolar usado por trimestre com total de R\$ 1332,82, divide-se por 3 dando o valor de R\$ 444,27 por mês e divide-se por 26 dias resultando em R\$ 17,08 de material gastos por dia, e divide-se esse valor por 15 crianças no total de R\$ 1,14 de material/criança.

Soma-se o custo da alimentação de R\$ 20,25 diário por criança com R\$ 1,14 de material/criança, dando no total de R\$ 21,39, é dividido esse valor por 14 horas trabalhadas dando R\$ 1,53 de custo hora/criança.

A seguir tabelas de quantidades que serão consumidas pelas crianças de frutas, legumes, verduras e mantimentos:

Tabela quantidade de frutas:

porção por semana (unid.)	frutas	peso unitario (gramas)	total por semana (gramas)
40	maça	80	3200
80	banana	70	5600
40	mamão	100	4000
40	laranja lima	110	4400
80	kiwi	77	6160
8	melão	1200	9600
40	pera	133	5320
4	melancia	2960	11840
40	goiaba	170	6800
40	manga	240	9600

Fonte: os autores

Tabela quantidade de verduras:

porção por semana (unid.)	verdura	peso unitario (gramas)	total por semana (gramas)
6	alface	200	1200
18	brocoles	300	5400
18	couve flor	300	5400
6	couve manteiga	200	1200
6	acelga	200	1200
12	espinafre	200	2400
6	escarola	200	1200
6	repolho	300	1800

Fonte: os autores

Tabela quantidade de legumes:

porção por semana (unid.)	legumes	peso unitario (gramas)	total por semana (gramas)
30	batata	150	4500
15	batata doce	250	3750
30	tomate	80	2400
24	cenoura	100	2400
12	cebola	120	1440
30	beterraba	200	6000
24	abobrinha	200	4800
5	abobora	2000	10000
20	berinjela	300	6000
20	milho	400	8000

Fonte: os autores

Tabela quantidade mantimentos da dispensa:

alimentos basicos	peso/litro unidade	por criança	15 crianças dia	Mês
arroz	5000 gramas	62 gramas	930 gramas	5,21
feijão	1000 gramas	26 gramas	390 gramas	6,24
lentilha	500 gramas	26 gramas	390 gramas	6,24
macarrão	500 gramas	50 gramas	750 gramas	12
sal	1000 gramas	5 gramas	75 gramas	3,9
oleo	1000 ml	20 ml	300 ml	15,6
grão de bico	500 gramas	12 gramas	180 gramas	2,88
aveia	200 gramas	18 gramas	270 gramas	16,2
farinha de trigo	1000 gramas	20 gramas	300 gramas	2,4
fubá	1000 gramas	20 gramas	300 gramas	1,2
amido de milho	1000 gramas	20 gramas	300 gramas	1,2
leite	1000 ml	250 ml	3750 ml	97,5
biscoito salgado	200 gramas	10 gramas	150 gramas	6
passatempo leite	150 gramas	10 gramas	150 gramas	8
iogurte	170 gramas	170 gramas	2550 gramas	120
manteiga	200 gramas	5 gramas	75 gramas	4,5
ricota fresca	500 gramas	50 gramas	750 gramas	18
chá	10 saquinhos	1 saquinhos	15 saquinhos	18
ovos	12 unidade	1 unidade	15 unidade	15
torrada	160 gramas	15 gramas	225 gramas	11,25
bisnaguinha integral	300 gramas	25 gramas	375 gramas	30
carne bovina	400 gramas	20 gramas	300 gramas	6
peixe	1000 gramas	30 gramas	450 gramas	3,6
frango	1000 gramas	30 gramas	450 gramas	7,2

Fonte: os autores

Tabela cardápio da semana:

cardápio semana						
	segunda	terça	quarta	quinta	sexta	sabado
café da manhã	2 bisnaguinhas int. com manteiga, 1 copo de leite e 1 banana	4 biscoitos salgados, chá e 1/4 de mamão	2 torradas, 1 copo de leite, 1 fatia de melão	2 bolachas maria, suco de laranja e 1 banana	2 bisnaguinha com queijo branco, 1/2 goiaba e suco de manga	mingal de aveia e 1 banana
fruta	1/2 maçã	1/2 pera	1 fatia de melancia	1 kiwi	1 fatia de melancia	1 fatia de melão
almoço	arroz, feijão, alface, cenoura, bife e suco de laranja	arroz, grão de bico, file de frango, couve flor, batata e suco de melão	macarrão com molho de tomate, abobora, espinafre e suco de manga	arroz, feijão, berinjela, couve, peixe e suco de pera	arroz, grão de bico, bife, acelga, batata doce e suco de melancia	macarrão com molho a bolonhesa, escarola, abobora e suco de laranja
fruta	1 banana	1/4 mamão	1 fatia de melão	1/2 maçã	1 kiwi	1/2 goiaba
lanche	1 pote de iogurte com mamão e aveia	2 torradas com queijo branco e 1 copo de leite	2 bisnaguinhas com queijo branco e chá	1 pote de iogurte com aveia e banana	2 bolachas maria, 1 copo de leite, 1 banana	bolo de maçã e chá
jantar	arroz, lentilha, brocoles e tomate, file de frango e suco de melancia	sopa de batata, cenoura, abobrinha, peito de frango desfiado e suco de laranja	sopa de repolho, cenoura, batata, peixe e suco de laranja	arroz, lentilha, repolho, milho, ovo cozido e suco de pera	arroz, batata, peixe, beterraba e suco de melancia	risoto de frango, cenoura, berinjela, suco de maçã

Fonte: os autores

As quantidades de alimentos foram estimadas de acordo com as necessidades diárias de alimentação da faixa etária atendida pela Day Care.

A seguir tabelas que embasa a formação de preço de venda usando o método de margem de contribuição:

Tabela de custos variáveis

Pacote Avulso (por hora)	
custo variável unitário	1,52
custo com mão de obra direta por hora	20,96
Total de custo por hora	22,48

Pacote meio período (4 à 6 horas)	
custo variável unitário	7,65
custo com mão de obra direta por hora	104,8
Total de custo por hora	112,45

Pacote intermediário (7 à 9 horas)	
custo variável unitário	12,24
custo com mão de obra direta por hora	167,68
Total de custo por hora	179,92

Pacote integral (14 horas)	
custo variável unitário	21,42
custo com mão de obra direta por hora	293,44
Total de custo por hora	314,86

Fonte: os autores

Tabelas de margem de contribuição:

Pacote avulso (por hora)	
preço unitário	48
custo unitário por pacote	22,48
tributos (simples nacional 13,55%)	3,069
margem de contribuição	22,451
margem de contribuição %	46,773

Pacote meio período (de 4 à 6 horas)	
preço unitário	180
custo unitário por pacote	112,45
tributos (simples nacional 13,55%)	15,311
margem de contribuição	52,239
margem de contribuição %	29,022

Pacote intermediário (de 7 à 9 horas)	
preço unitário	250
custo unitário por pacote	179,92
tributos (simples nacional 13,55%)	24,552
margem de contribuição	45,528
margem de contribuição %	18,211

Pacote integral (14 horas)	
preço unitário	400
custo unitário por pacote	314,9
tributos (simples nacional 13,55%)	42,97
margem de contribuição	42,17
margem de contribuição %	10,54

Fonte: os autores

Como pode ser analisado, os pacotes possuem margens de contribuições diferentes, com isso podemos controlar qual pacote pode ser oferecido algum desconto ou fazer alguma promoção e focar nos pacotes que devem sofrer algum reajuste.