Maria faz Festa



Trabalho de conclusão de curso
Design de Produto

Maria Gabriela Basile

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

Projeto de Conclusão de curso em Design de Produto

Maria Gabriela Basile
Orientação - Osmar Vicente Rodrigues

Bauru | 2017

Apenas uma recomendação: interesses comerciais, de lazer ou culturais à parte, prazer individual ou mera obrigação social, o EVENTO que mais vale a pena ser vivido é a própria vida, e para essa ainda não tenho experiência, técnica ou recomendação certeira que possam fazer dela um SUCESSO. Cada um faz a sua. Viva!

Sergio Zobaran



Agradecimentos

Agradeço, primeiramente, a Deus e à crença de que estamos aqui para compartilharmos o que temos de melhor: o amor. Tudo o que fazemos e criamos tem o poder de ajudar àqueles que estão à nossa volta e acredito que nossa existência seja uma grande lição de generosidade.

Gostaria de agradecer aos meus pais pelo apoio, suporte e por sempre acreditarem em mim e em cada escolha que fiz, principalmente a deste projeto. Obrigada por fazerem de mim quem eu sou, por ensinarem-me a respeitar e tratar dignamente a todos, a ser uma pessoa forte e por acreditarem que eu sou capaz.

Obrigada ao meu irmão, a pessoa mais íntegra que conheço, por dividirmos muito mais do que podemos dizer em palavras e por emprestar-me um pouco do seu conhecimento para que este projeto pudesse alcançar o seu melhor. Você é minha referência.

Aos meus avós, tios, primos, todos que sempre estiveram próximos por todo esse tempo. Ter o incentivo de vocês durante este trabalho fez com que eu seguisse até o final repleta da mais sincera satisfação.

Queria expressar minha gratidão também às minhas amadas amigas Raysa, Maíra, Elisa, com quem compartilho histórias e valores há mais de dez anos e que acompanharam o meu caminhar pela estrada do mundo criativo. À minha turma de faculdade, Angélica, Lívia, Letícia, Isabela, Vinícius, por todos os grupos, perrengues, risadas, por serem meus companheiros nesse mundo maravilhoso que é o Design e terem me ensinado muito do que sei como profissional. Esta conquista tem um pouco de cada um de vocês e da ajuda fundamental que me prestaram em cada etapa. Aos amigos Pedro e Cícero, por tantas ideias trocadas, pela alegria de concluirmos esta graduação.

Não poderia deixar de expressar aqui também meus agradecimentos mais sinceros a meu primo Leandro e sua família, além de Melina e família, por confiarem em mim para organizar uma data tão importante quanto o primeiro aniversário de seus primogênitos. Poder participar deste momento não contribuiu apenas para meu projeto, mas me trouxe imensa felicidade, pois vocês são pessoas incríveis, assim como suas crianças.

Para mim, chegar ao final deste projeto certamente remete ao seu começo, a aulas e trabalhos que foram fundamentais para o surgimento e desenvolvimento desta ideia. De forma geral, agradeço a todos os professores da UNESP que estiveram presentes nessa caminhada. Thaís Regina Ueno Yamada e Maria do Carmo Kobayashi: nunca serei grata o suficiente a vocês

por possibilitarem meu contato com o universo infantil. Foi uma das experiências mais marcantes que tive em minha graduação e guardo com muito carinho todo o conhecimento e parceria com a qual vocês me presentearam. Obrigada ao professor Osmar Vicente Rodrigues, não só pela orientação, mas por mostrar o quão ampla pode ser a atuação de um designer e por todo o conhecimento compartilhado. Agradeço também ao professor Cláudio Roberto y Goya por ter mudado o meu olhar sobre o design e incutir em mim ideias que hoje são inerentes ao meu modo de atuar como profissional.

Obrigada à UNESP e também à Willem de Kooning Academy, instituições responsáveis por muito do que me tornei em campo pessoal e profissional. Com certeza me lembrarei destes anos como alguns dos melhores de minha vida.

Por fim, agradeço a todos que estiveram por perto durante este projeto e esta jornada e que, de algum modo, colaboraram para que este ciclo fosse finalizado de forma primorosa.



Resumo

Este projeto consiste na montagem de um Plano de Negócios referente a um ateliê de decoração personalizada de festas infantis, reunindo as informações necessárias para tal.

Pesquisou-se desde a atual situação do mercado e seu comportamento nos últimos anos até todos os investimentos necessários para a concretização deste negócio, expondo-os através de tabelas e citações.

Também é possível encontrar neste plano os principais concorrentes da área e sua forma de trabalho, a filosofia sob a qual a empresa atuará, metodologia, identidade visual e, ao final, os primeiros serviços prestados e seus resultados, realizados em caráter de experimentação.

Toda a estrutura foi desenvolvida para figurar na cidade de Ribeirão Preto, no interior do estado de São Paulo.

Sumário

Introdução 11

Objetivos 11

Metodologia 11

Plano de negócios 13

1. Sumário executivo 14
1.1 Empreendedores 14
1.2 Enunciado do projeto 14

2. O mercado da empresa 14

3. Proposta do Negócio 15
3.1 O que é a empresa 15
3.2 A oportunidade de negócio 17

4. O produto 18
4.1 A infraestrutura 18
4.2 Principais Fornecedores 20
4.3 O investimento necessário 21

5. O mercado 22
5.1 Análise Swot 22
5.2 A potencialidade do negócio 22
5.3 A concorrência 23

6. O plano de marketing 26
6.1 Vendas e estratégia de Marketing 26
6.2 Implantação 27
6.3 Publicidade 27
6.4 Apresentação e origem da marca 29

7. Administração 29
7.1 Equipe de trabalho 29

8. O operacional 29
8. Despesas operacionais 29

9. Riscos inerentes ao negócio 30

10. Finanças 31
10.1 Estrutura de capitalização 31
10.2 Resultados esperados 31
10.3 Projeção de crescimento 32

Identidade visual 34
1. Logotipo e cores 35
2. Símbolo 36
3. Aplicações 38

Plano Piloto 39
1. Registro 43
2. Pesquisa de satisfação 56

Conclusão 56

Bibliografia 57


Mi
a
z
h
i
n
e

Introdução

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), as festas infantis se tornam eventos cada vez mais grandiosos, exigindo produções mais elaboradas que precisam surpreender seu público da maneira mais positiva possível. É um ramo em constante crescimento, principalmente tendo em vista que, de acordo com o censo 2010 do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), o Brasil possui aproximadamente 25% de sua população de pessoas com idade inferior a 14 anos, sendo uma parte considerável deste número consumidora em potencial do serviço em questão. Para contribuir com a felicidade dos filhos, os pais investem em seus sonhos e vontades no dia de seus aniversários, permitindo que a fantasia saia da imaginação e se concretize em festas cheias de diversão, cores e encanto.

Assim, é compreensível que o nicho de eventos infantis venha se tornando cada vez mais elaborado e lucrativo. O Startup Novo Negócio (2012) cita que, além de tudo, o acesso à internet torna as crianças exigentes quanto ao que querem, pois elas sabem tudo sobre seus personagens e universos favoritos e esperam poder entrar em contato com o maior número de elementos possíveis relacionados a eles durante uma comemoração. Dessa forma, cabe aos organizadores trabalharem desde o conceito até a elaboração de cada pequeno detalhe do evento, adequando-o ao espaço, orçamento e tempo disponíveis, um trabalho que envolve não só o profissional da decoração, mas o apoio terceirizado que vai desde a recreação até a confecção de lembrancinhas e brindes.

É importante notar, contudo, que ainda existe uma vertente pouco explorada e que merece atenção quando se trata desse tipo de evento. Muito menos comum do que as estruturas padronizadas de Buffets infantis ou comemorações de grande porte que geralmente trazem excesso de informação, as comemorações feitas sob medida dialogam diretamente com a criança, oferecendo alternativas que levam a um trabalho original e que conversa essencialmente com seus desejos. Assim, é possível alcançar momentos únicos e de muita satisfação, tanto para elas quanto para suas famílias.

É essencial que o próprio aniversariante, independente da idade, compreenda e se identifique com o ambiente, seja pelas cores, pelas formas, pelos sons ou pelo conjunto dos elementos. Busca-se alcançar, ao final, não apenas o lazer, mas uma experiência lúdica e única.

Objetivos

Este projeto tem por objetivo estudar o desenvolvimento de um ateliê de decoração de festas infantis. Para tal, será elaborado um plano de negócios, que consiste em uma ferramenta fundamental para compreensão do mercado de forma geral, explorando a viabilidade e as possibilidades do empreendimento no cenário atual.

O ateliê *Maria faz Festa* surge para suprir a demanda de festas personalizadas com preço acessível e oferecer aos seus clientes um serviço diferenciado e de qualidade. A intenção é que cada festa seja um evento individual e exclusivo, que possa ter em cada detalhe um pouco da personalidade da criança e também dos adultos, sem que isso necessariamente signifique uma produção grandiosa e cara, mas principalmente uma celebração intimista, lúdica e graciosa.

Metodologia

A fim de entender a viabilidade deste empreendimento, será realizado em um primeiro momento um plano de negócios que, segundo Ian Maitland (2014), pode ser dividido em duas ou três partes:

> "Um plano de negócios, habitualmente, compreende duas ou três seções. Uma seção comercial estabelecerá o que o negócio faz os produtos ou serviços que providencia quem está envolvido no negócio o mercado em que opera e aonde quer chegar aos meses e anos que seguem. Uma seção financeira estabelece as atividades comerciais e objetivos em termos financeiros. Ela olhará para as circuns-

> tâncias financeiras presentes, incluindo uma estimativa de lucros e uma previsão de fluxo de caixa, junto com contas passadas e projetadas, e detalhará quaisquer requisitos financeiros. Os apêndices podem abranger uma terceira e última seção – uma mistura de documentos independentes de terceiros que sustentem e clarifiquem o que foi incluído nas seções comercial e financeira." (MAITLAND, 2014, pgs. 7- 8)

Após a estruturação do negócio, estipulando da forma mais sólida possível seus objetivos e valores, será construída uma identidade visual que representará o ateliê *Maria faz Festa* e será usado em sua divulgação.

Por fim, o conhecimento adquirido durante este estudo será utilizado em um evento teste que consistirá em uma festa infantil de pequeno porte, adequada da forma mais fiel possível a todos os passos e princípios neste projeto propostos.


Plano de Negócios

Sumário Executivo

Empreendedores

O ateliê *Maria faz Festa* será composto por dois sócios investidores:



Maria Gabriela Basile

Graduanda em Design de Produto pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). Atuou com o Departamento de Educação na Iniciação Científica sobre brinquedos artesanais.



Elisabete de Souza Basile

Graduada em Psicologia pela Universidade de São Paulo (USP), com especialização em terapia de casal e família. Atuou durante 25 anos com o atendimento de crianças e adolescentes na Unidade Básica de Saúde Castelo Branco, em Ribeirão Preto, SP.

Enunciado do Projeto

Este plano de negócios pretende apresentar um estudo sobre a viabilidade e desenvolvimento de um ateliê de festas infantis personalizadas. Este tipo de empreendimento buscará oferecer aos seus clientes um serviço diferenciado dos demais serviços de Buffet e decoração comumente encontrados, criando uma conexão entre o cliente e a festa, contemplando a criança, os adultos e o desejo de comemorar datas especiais da forma mais aconchegante e pessoal possível.

Partindo de uma estrutura de pequeno porte na cidade de Ribeirão Preto, São Paulo, a intenção é atingir famílias de classe média que buscam por uma opção viável financeiramente, diferente de festas de luxo grandiosas ou dos eventos padronizados oferecidos por casas de festas infantis, focando nos desejos e preferências dos clientes para criar uma recepção única.

O mercado da empresa

O Brasil é um país onde existe uma grande apreciação pelo ato de festejar, por reunir pessoas e celebrar diferentes momentos. Uma prova disso são as inúmeras festas dos mais diversos cunhos espalhadas por todo o território nacional, algumas as quais até mesmo ganharam seu próprio feriado, como é o caso do carnaval. Assim, a festa é um elemento constitutivo do modo de vida do povo brasileiro (AMARAL, 1998).

Dessa forma, o mercado de celebrações está presente em todos os cantos do país, em alguns lugares de forma mais expressiva que em outros, mas nunca ausente ou insignificante.

Estes fatos contribuem para compreender porque o ramo de festas é uma das poucas vertentes que vem sobrevivendo ao cenário de crise instalado no Brasil. A Associação Brasileira de Eventos Sociais (ABRAFESTA) mostra que o mercado de festas atingiu R$16,8 bilhões em 2014. Em 2015 houve uma queda sensível de 6%, mas o presidente da associação, Ricardo Dias, afirma que os brasileiros não estão deixando de comemorar, apenas buscando alternativas para se adaptar ao momento econômico atual.

Em uma realidade que parece tão promissora, destaca-se então a cidade interiorana de Ribeirão Preto, que se encontra em contínuo crescimento populacional e econômico. Dados oficiais da Prefeitura do Município apontam que a região da cidade é uma das mais ricas do estado paulista, apresentando um elevado padrão de vida (renda, consumo, longevidade).Também está situada em um ponto privilegiado, pois está próxima de centros consumidores importantes e possui acesso facilitado à infraestrutura de transportes e comunicação, sendo, além disso, uma das maiores produtoras de açúcar e álcool.

O mercado de festas infantis na cidade, por sua vez, é amplo, mas não saturado: uma pesquisa realizada através da internet mostra que a cidade concentra um número médio de 30 buffets de festas infantis, além de uma média de 20 estabelecimentos que trabalham apenas com decoração em domicílio e aluguel de decorações, móveis e brinquedos (mesas, suportes, bancos, etc).

Para mais, são poucos os lugares que oferecem a elaboração de eventos que sejam totalmente personalizados e feitos exclusivamente de acordo com as preferências dos familiares e da própria criança, sendo, além de tudo, financeiramente viável. Alguns adultos desejam que a festa possa representar a trajetória da criança e um pouco do que a faz confortável e feliz. Eles buscam sensibilidade em cada detalhe, e é nesse ponto que o ateliê Maria faz Festa pretende focar: personalização.

Muito mais do que oferecer artigos que levem o nome da criança ou derivem de modelos pré-prontos, cada peça que irá compor a comemoração buscará fazer com que aqueles que contrataram o serviço se sintam representados, que o resultado final lhes faça sentido e que possam constatar que a festa nasceu de seus desejos e sua história.

Além disso, a tendência atual é a de que as pessoas voltem a fazer as festas em suas casas ou nos salões de festas de seus apartamentos, por exemplo. Segundo o jornal Agora (2016), para alguns, consiste em uma forma de economia, mas, para outros, é um jeito dar um toque de intimidade à festa.

Proposta do negócio

O que é a empresa?

Grande parte dos negócios que oferecem o serviço de elaboração de festas destinadas ao público infantil são Buffets ou empresas de decoração. No caso dos Buffets, existe uma estrutura pronta, tanto visual (convites, papelaria, decoração) quanto física (mesas, cadeiras, brinquedos). Estes espaços possuem uma listagem dos temas que têm disponíveis e fazem uma decoração padrão do ambiente (imagem 1), sendo que alguns procuram tentar adaptar seus serviços a algumas preferências específicas que o cliente possa demonstrar.



Imagem 1- Festa Convencional

Já as empresas de decoração possuem material pronto disponível para locação (itens que compõe a mesa do bolo principalmente) que são levados e montados no ambiente providenciado pelo próprio contratante. Nesses casos, a disposição dos objetos pode variar sensivelmente de uma festa para outra. Dentre estas empresas, poucas mostraram oferecer um serviço

que se aproximasse mais de uma decoração personalizada, sendo que ainda se difere muito dos serviços oferecidos na capital São Paulo, por exemplo, principalmente em termos de qualidade e originalidade (imagem 2).



Imagem 2- Festa Personalizada

Por fim, existem empresas de eventos em geral que estão dispostas a produzir festas grandiosas e trabalhadas com minúcia, mas cobram preços muito elevados, inacessíveis à grande parte das dos consumidores (imagem 3).

O ateliê *Maria faz Festa* não trabalhará com fórmulas prontas e simplificadas. Cada cliente terá atenção total e será ouvido em todos os seus planos e ideias. Uma visita na própria residência fará parte da prestação de serviços e poderá ser agendada, pois dessa forma o ambiente familiar, que é realmente importante e pode contar muito sobre a história das pessoas, também poderá servir de inspiração durante o desenvolvimento do tema. Será possível incorporar objetos que componham o cenário doméstico e até mesmo brinquedos que pertençam à própria criança no cenário da festa.

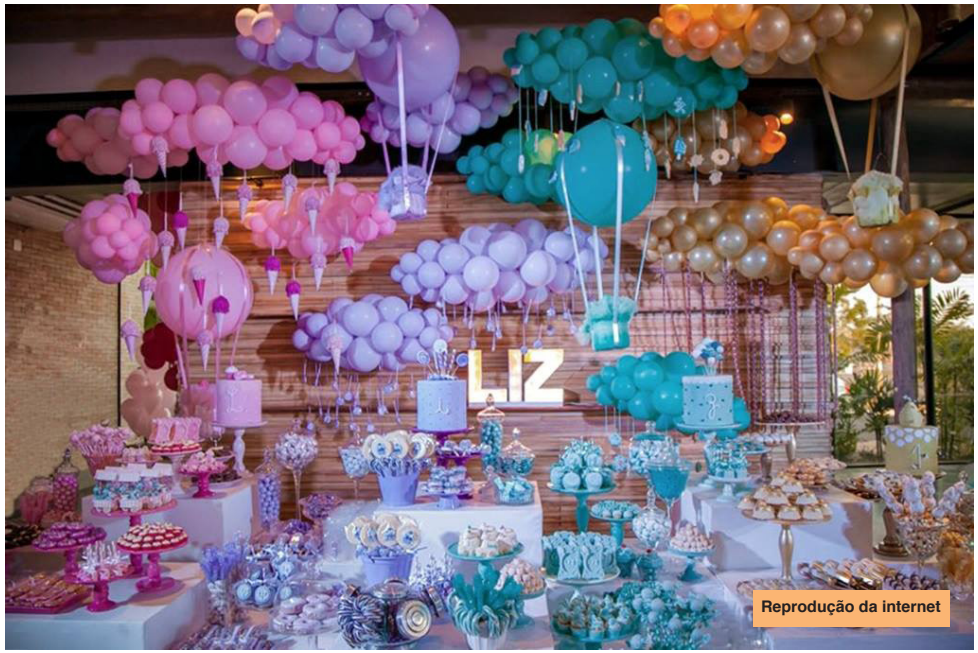


Imagem 3- Festa Personalizada

Para aqueles que procurarem apenas o serviço de papelaria também haverá atenção. Os clientes serão convidados a contar sobre suas preferências da mesma forma, embora este seja um serviço secundário do ateliê e não inclua a elaboração do restante da festa. Haverá igual empenho para tornar única a identidade visual da festa, tanto com ilustrações originais sobre os mais variados temas ou a estilização de temas já conhecidos. Em nenhuma hipótese artes já prontas serão copiadas ou reproduzidas com alto grau de similaridade.

Uma última opção, mais simples e rápida, para aqueles que buscarem praticidade e mesmo assim queiram fugir do comum, serão os temas exclusivos oferecidos no site do ateliê (imagem 4). Eles consistem em conjuntos de artes que serão vendidos online para impressão e decoração de pequenos eventos infantis, perfeitos para aqueles que não tiveram disponibilidade para

buscar por algo mais elaborado. Assim, mesmo quando não puderem contratar o serviço completo do ateliê, poderão contar com sua ajuda e presença. Estes temas terão uma leitura feita de acordo com o perfil do ateliê e, embora não sejam feitos diretamente para o cliente, ainda trarão o tom de exclusividade.



Imagem 4- Tema original Maria faz Festa

O público-alvo é composto por adultos e suas crianças de 0 a 12 anos, principalmente, que queiram uma experiência diferenciada para seu evento. A intenção é atingir uma faixa intermediária, que se encontra entre aqueles com orçamento muito reduzido e o outro extremo, a população de grande poder aquisitivo. São pessoas que tenham o desejo de inserir, no ambiente, detalhes com significado e que tenham acompanhado tanto a família de forma geral quanto a criança individualmente durante seu crescimento. Mais do que uma festa, estes clientes buscam expor sua história e celebrar a vida de forma especial, dividindo este momento com aqueles que os acompanharam e que são importantes na sua caminhada.

A oportunidade de negócio

Os serviços como os que serão oferecidos pelo ateliê vêm ganhando cada vez mais espaço nos últimos tempos. Ana Cristina, da empresa *Cristy Decor*, localizada em São Paulo, afirma que o mercado de festas pode ser muito adaptável e que uma das formas de não perder a clientela é oferecer opções que sejam mais acessíveis, porém de igual qualidade. Assim, o mercado de festas continua a se expandir, contornando os efeitos do momento economicamente instável que vive país. Um exemplo disto foi o serviço por ela criado, chamado *Le Petit Fun*, que é uma vertente de sua empresa e busca construir decorações focadas principalmente na mesa do bolo, sem perder a exclusividade e a acessibilidade (imagem 5).



Imagem 5- Decoração Le Petit Fun

O *Maria faz Festa* se mostra promissor também pela localização na qual pretende se desenvolver. A região, Ribeirão Preto, está localizada no interior do estado de São Paulo e vem sofrendo uma expansão generosa em termos populacionais. Segundo o IBGE em 2016 a população sofreu crescimento, atingindo

a marca estimada de 674.405 mil moradores, o que a colocou em 11ª na lista das mais populosas do país, fora as capitais.

Maria Lúcia de Paiva, docente da área de eventos em Taubaté, explica que, segundo dados de pesquisa, investir no interior é a opção mais interessante no momento, pois a capital São Paulo já está bastante saturada. Ela classifica o ramo de eventos como “interessante e com bom retorno” (2016).

É importante o adendo de que negócios como o *Le Petit Fun* e o ateliê *Maria faz Festa* possuem uma vantagem ao levar a decoração até o cliente: não existem custos em relação à aquisição e à manutenção de espaços. Muitos Buffets precisam estar sempre atentos às normas de segurança estabelecidas pelos corpos de bombeiros, principalmente por lidarem com o público infantil, o que pode ser um processo complicado, delicado e caro. Uma falha na manutenção de um equipamento, por exemplo, pode gerar um acidente e levar o empreendimento à falência. Além disso, existem gastos elevados com limpeza, energia elétrica, dedetização, dentre outros, já que o espaço possui grande rotatividade.

Outra vantagem do ateliê é que ao criar materiais exclusivos, muitos objetos que seriam descartados podem se transformar em itens de decoração, como garrafas de vidro ou caixas, por exemplo (imagens 6 e 7).

Assim, o inventário do ateliê se manterá sempre fresco e cheio de novidades, além de contribuir para que haja o menor número de descarte possível e a festa não gere uma quantidade desnecessária de resíduos, contribuindo como for possível para uma menor geração de lixo.

O negócio será concentrado em uma sala comercial pequena, a princípio, já pertencente aos sócios. Conforme houver um crescimento e acumulação de objetos, será considerada a mudança para um ambiente mais amplo.

A fim de garantir um melhor funcionamento tanto para o ateliê quanto para seus clientes, a empresa iniciará suas atividades já em posse do CNPJ, podendo assim emitir notas e atuar como prestadora oficial de serviços, oferecendo mais segurança ao comprometer-se com seus contratantes.



Imagem 6- Garrafa decorada reutilizada



Imagem 7- Garrafa decorada reutilizada

O produto

Infraestrutura

Para a montagem e início do seu funcionamento, o empreendimento precisará de um investimento médio, pois a produção dos itens e a confecção da papelaria não exigem um vasto número de equipamentos ou uma estrutura de grande complexidade.

Guilhotina para papel

A guilhotina para papéis é um item básico, porém muito útil, principalmente na confecção de convites e demais artes impressas. Levando em consideração que as gráficas cobram um valor médio de R$ 5,00 para o corte, a economia pode ser convertida na compra de outros materiais no futuro.



Pistolas de Cola quente

Cola quente é um material muito usado para a confecção dos mais variados objetos, pois pode unir tipos diferentes de materiais com firmeza, além de ter baixo custo e prática.



Tesoura para Tecido

A tesoura para tecido facilita e permite um melhor acabamento no corte de diversos tipos de tecido. Como estes são muito utilizados em vários elementos da festa, é importante que estejam sempre no formato mais preciso possível.



Tesoura de zigue-zague

As tesouras de Zigue-Zague promovem um acabamento melhor em alguns tipos de materiais, como papel e tecido. É prático para uma emergência ou para evitar acabamentos mais demorados e elaborados dependendo da situação.



Cortadores

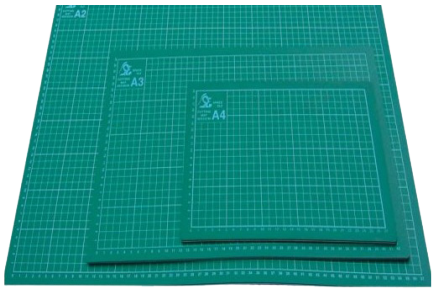
Os cortadores poupam muito tempo na confecção da papelaria, além de produzirem um acabamento melhor. Como *tags* são itens que estão sempre presentes nas festas, o uso das lâminas economiza em quase trêsvezes o tempo necessário para o mesmo corte feito com uma tesoura.





Base para Corte

As bases para corte são essenciais para o uso do estilete, pois além de deixarem a superfície mais firme, prevenindo acidentes, também evitam que os móveis sejam danificados e permite que a lâmina do estilete tenha uma vida útil mais longa.



Máquina de corte *Cricut Air*

Este é um dos itens de maior valor a ser adquirido. Consiste em uma máquina de corte e vinco do tamanho de uma impressora e pode produzir os mais variados formatos com precisão. É um equipamento importado dos Estados Unidos, assim como seus acessórios, que corta perfeitamente silhuetas de figuras em papel, tecido e até mesmo plástico.



Principais Fornecedores

Acerta Gráfica Digital
Endereço: Av. Presidente Vargas, 1617 - loja 34 - Jardim América
Ribeirão Preto - SP
Telefone: (16) 3878-0042
E-mail: atendimento@acertagraficadigital.com.br
Website: http://www.acertagraficadigital.com.br

Casa do Artista- Cursos e materiais para artesanato
Endereço: Av. Antônio Diederichsen, 845 - Jardim America
Ribeirão Preto - SP
Telefone: (16) 3635-4890
E-mail: vendas@casadoartista.com.br

Confeitaria Favo de Mel
Endereço: Rua Pres. Vargas, 1985 - Jd. Mirian
Pradópolis - SP
Telefone: (16) 3981-3377
E-mail:docesfavodemel@hotmail.com/contato@docesfavodemel.com.br/ orcamento@docesfavodemel.com.br

Doce & Festa Distribuidora
Endereço: Av. 9 de Julho, 1377
Ribeirão Preto- SP
Telefone: (16) 3325 - 9937
E-mail: loja10@doceefesta.com.br

Doce Festa Ribeirão

Endereço: Rua Cravinhos, 508, Jd. Paulista, Ribeirão Preto- SP

Telefone: (16) 3627 1825/ 3618 0571

E-mail: docefestaribeirao@docefestaribeirao.com.br

Fest & Company- Balões e aluguel de artigos de festas

Endereço: Rua Cravinhos, 553- Jardim Paulista- Ribeirão Preto- SP

Telefone: (16) 99159-9530/ 99159-9531

Lino Strambi Gráfica e Copiadora

Endereço: R. São Sebastião, 820 - Centro, Ribeirão Preto -SP

Telefone:(16) 3877-2055

Website: http://www.linostrambi.com.br/contato

Mil Festas Ribeirão- Locação de móveis e utensílios para festas

Endereço: R. Prudente de Morais, 1290 - Centro, Ribeirão Preto - SP

Telefone: (16) 16 3636.3340/ 3636.3641/ 3632.6332

E-mail: contato@milfestas.com.br

Porcelanas Porto Ferreira

Endereço: Avenida João M. da São Sobrinho, 2977, Porto Ferreira, SP

Telefone: (19) 3581-1868

Studio da Imagem Camila Ruiz

Rua José da Silva, 513 - Jd. Paulista - Ribeirão Preto - SP

Tel: (16) 3024-9595 / 3916-4327 / 3916-4326 / 3234-4243

O investimento necessário

Aqui estão representados todos os dados numéricos sobre o investimento necessário para criação do negócio, como compra de equipamentos e aquisição de serviços. Também seguirá um conjunto de tabelas que explicam quais serão as despesas iniciais e seus valores (Tabelas 1 e 2). Leva-se em consideração que alguns dos itens (como o automóvel e o imóvel) já são de propriedade dos investidores e por isso seus valores levam em conta a depreciação desde a aquisição e a porcentagem de tempo em que são usados em nome da empresa.

Despesas com a criação do negócio		
Qntde.	**ITEM**	**Investimento**
1	Automóvel (30% uso da empresa)	R$ 10.200
1	Equipamentos de papelaria	R$ 3.000
1	Sala	R$ 150.000
1	Móveis	R$ 2.000
1	Projeto de Identidade Visual e criação da marca	R$ 1.000
1	Projeto, criação e desenvolvimento do website	R$ 1.000
1	Projeto, criação e desenvolvimento de mat. de divulgação	R$ 500
1	Material gráfico (cartões, folders, etc)	R$ 500
1	Notebook	R$ 1.000
1	Impressora	R$ 1.000
1	Abertura legal de pessoa jurídica	R$ 1.000
TOTAL		R$ 171.000

Tabela 1- Despesas com a criação do negócio

Despesas com a implantação do negócio	
ITEM	Investimento
Divulgação, propaganda e publicidade	R$ 500,00
Capital de Giro equivalente aos gastos (custos + despesas) de 3 meses	R$ 16.000
TOTAL	R$ 18.680

Tabela 2- Despesas com a implantação do negócio

O mercado

Análise SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta administrativa muito utilizada para compreender melhor o cenário externo e o interno, pontuando características da empresa (positivas ou negativas) que influenciarão em seu funcionamento. É como realizar o diagnóstico do empreendimento definindo qual a relação entre os pontos fortes e os pontos fracos, aquilo que é considerado uma ameaça e aquilo que atua como uma oportunidade (DORNELAS, 2008, p. 144). Basicamente, o nome deriva da junção das iniciais (em inglês) dos quatro pontos fundamentais que busca levantar. São eles:

S- Strengths (Pontos fortes)
W- Weaknesses (Pontos fracos)
O- Opportunities (Oportunidades)
T- Threats (Ameaças)

Tendo em vista estes pontos segue a Análise Swot do ateliê *Maria faz Festa*:

Pontos Fortes	Pontos Fracos
- Conhecimentos para confecção de material exclusivo; - Estilo definido e diferenciado; - Amplo conhecimento do universo inantil;	- Poucas peças disponíveis no acervo em um primeiro momento; - Clientela ainda não consolidada; - Poucos fornecedores;
Oportunidades	**Ameaças**
- Maior procura por serviços de decoração em domicílio; - Oferecimento de um serviço personalizado pouco disponível no mercado; - Existência de uma faixa intermediária de público pouco atendida que busca um serviço de qualidade oferecido a uma quantia nem muito alta, nem muito baixa;	- Decoradores que possuem parcerias sólidas e já são muito conhecidos no mercado; - Possibilidade dos concorrentes abaixarem o preço para tornarem seus produtos mais atrativos.

Análise SWOT

A Potencialidade do negócio

A modalidade **A** do ateliê será o serviço de decoração personalizada de festas. Este serviço tem valor inicial de R$ 1.500,00, quantia mínima para a decoração de uma festa simples, porém completa. A partir das necessidades e preferência dos clientes, o valor inicial pode sofrer acréscimos. Calculando-se

uma média de quatro (4) festas ao mês, sendo destas duas (2) sob o valor mínimo(R$1.500) e duas (2) de valor mais elevado, (R$ 2.000) o lucro bruto desta modalidade poderá alcançar R$ 7.000,00.

A modalidade **B**, que consistirá apenas na papelaria das festas, possui valor mínimo de R$ 300,00, e incluirá apenas a elaboração de convites, *tags*, cardápios, etc. É uma modalidade secundária, mas que também se tratará de um serviço personalizado. Este valor atende a um número específico de itens e pode sofrer alterações e acréscimos de acordo com as necessidades do cliente. Com uma média de três (3) festas ao mês, alcançará o faturamento inicial de R$ 900,00.

Por fim, a modalidade **C** consistirá na venda de material já pronto no site do ateliê. Cada conjunto de temas será vendido pelo valor mínimo de R$ 70,00. Esperando-se uma venda de cinco (5) pacotes por mês, inicialmente, o lucro desta modalidade é estimado em R$ 350,00 ao mês.

A modalidade **A** será a modalidade de maior investimento do empreendimento, pois será através dela que o ateliê construirá sua imagem e conquistará a maior parte de sua clientela. Além disso, por se tratar de um serviço personalizado, além disso, oferecerá a possibilidade de oscilação no faturamento, podendo ultrapassar a quantia mínima e valorizar cada vez mais seus produtos.

Apesar da previsão de lucro maior para uma das modalidades, é importante que todas, **A**, **B** e **C** permaneçam em harmonia, principalmente no que diz respeito à essência do empreendimento. Mesmo que o cliente consuma através do website, é necessário que ele consiga ver, naquelas peças, a marca da empresa, sua assinatura. Assim, todas devem ganhar igual atenção em sua produção, uma vez que mesmo que **B** e **C** não possuam preço elevado, têm um custo menor em sua produção, portanto, ao final seu lucro líquido se aproxima da modalidade principal (**A**).

A concorrência

Os concorrentes diretos mais próximos do serviço oferecido pelo ateliê seriam aqueles que proporcionam apenas a decoração do ambiente, mas não oferecem o restante da estrutura. Existem empresas na cidade que fazem trabalhos minuciosos e bem executados, já no ramo há muitos anos, mas que comumente trabalham com clientes de alto poder aquisitivo e realizam comemorações para um grande número de convidados.

Um destes empreendimentos que pode ser citado é a empresa **Elemento**. Composta pelas sócias Silvana Cotrin e Rúbia Junqueira, esta empresa está no ramo desde 2007 e realiza festas de todos os tipos de temas. A estrutura que possuem e sua equipe é notáveis, resultando em superproduções com estilo. Os preços são muito variáveis por se tratar de decorações completamente personalizadas, mas vão desde decorações simples de R$ 500,00, que incluem apenas a mesa do bolo (sem doces, o próprio bolo ou lembranças) até grandes composições complexas que atingem milhares de reais (imagens 8 a 11).

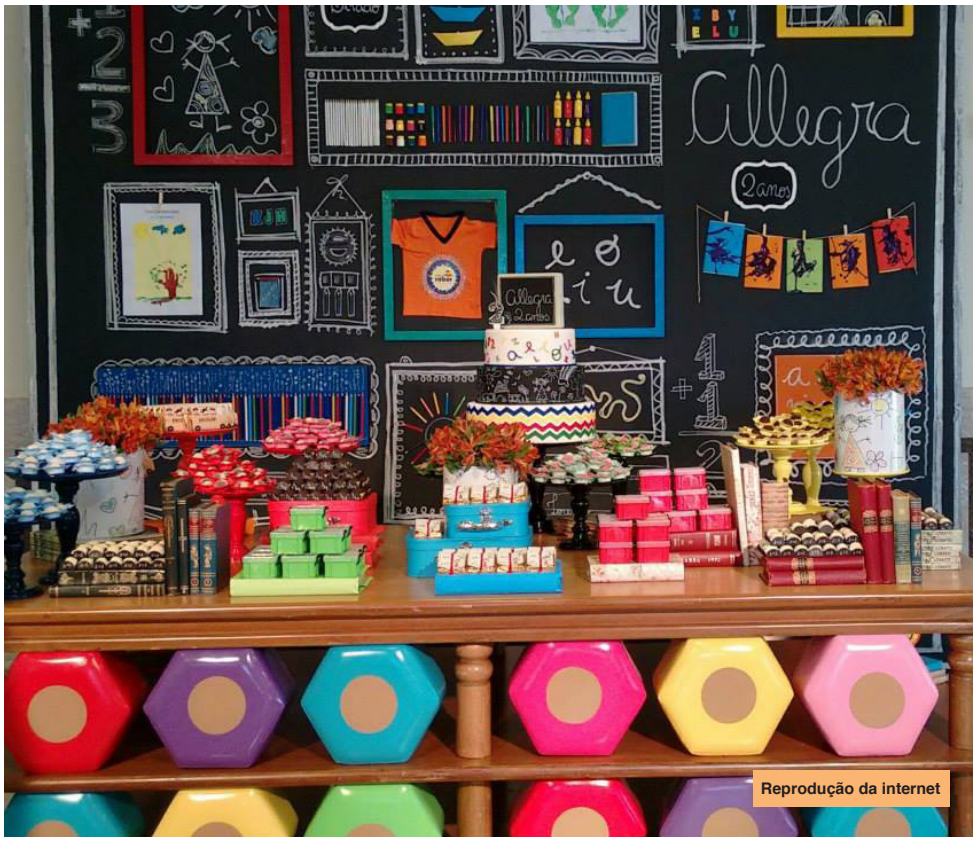


Imagem 8- Decoração por Elemento



Imagem 9 - Decoração por Elemento



Imagem 10 - Decoração por Elemento



Imagem 11 - Decoração por Elemento

Outro concorrente expressivo é o **Espaço Carambola**. Apesar de se tratar de um serviço de Buffet, o Espaço Carambola oferece uma visão próxima do ateliê, principalmente em termos de filosofia, pois investem em brincadeiras clássicas (pique-pega, esconde-esconde, cirandinha, caça ao tesouro, etc) e também em um espaço que estimule a imaginação da criança da forma lúdica. As comemorações com tudo incluso, exceto decoração, lembranças e bexigas, tem início na faixa de R$ 7.600,00 para 50 convidados com 4h de duração durante a semana e R$ 8.580,00 às sextas-feiras a noite e sábados, mas podem ser complementadas tanto no número de convidados quanto no cardápio e tempo de festa. A decoração a parte tem o valor de R$ 500,00 (imagens 12 a 14), mas pode subir de acordo com o desejo dos clientes.



Imagem 12- Espaço Carambola



Imagem 13- Espaço Carambola

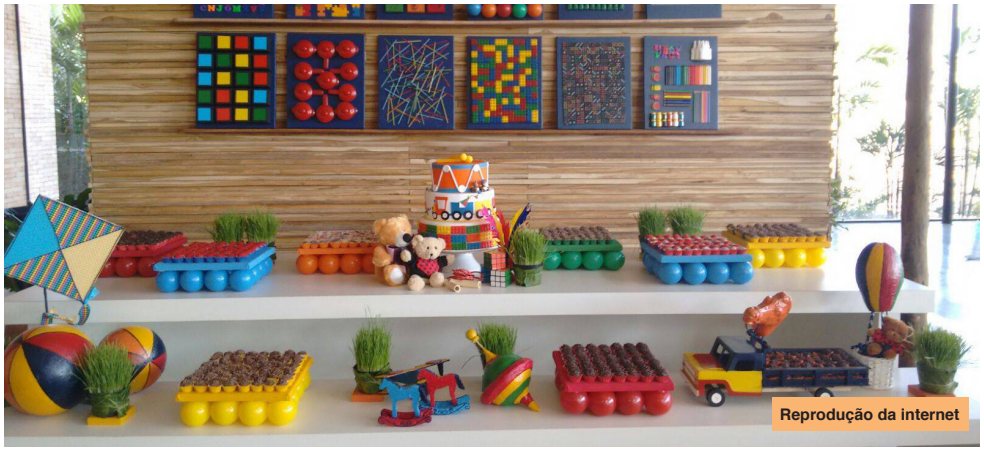


Imagem 14 - Espaço Carambola

Um terceiro concorrente, porém com modo de trabalho um tanto diferente do Maria faz Festa seria o **Buffet Cipó Corimbó**. As festas oferecidas por esta empresa possuem um nível de personalização menor e o serviço de decoração (imagem 15) está incluso no pacote de valor R$ 5.990,00, com 4h de festa aos dias de semana, e R$ 6.990,00 aos finais de semana, também passíveis de adição de qualquer item que o cliente deseje com adição também no orçamento. Este estabelecimento se aproxima um pouco mais da faixa de preço que o público-alvo do ateliê procuraria, contudo, ainda se encontra consideravelmente acima dela.



Imagem 15- Decoração por Cipó Corimbó

Quanto aos concorrentes indiretos, pode-se apontar o blog **Casos e coisas da Bonfa**, que vende temas prontos para a impressão, assim como um dos serviços oferecidos pelo ateliê. Designer gráfica, Kátia Bonfadini trabalha com Identidades visuais e material gráfico de forma geral, mas também produz temas exclusivos que podem ser adquiridos em seu site, como Festa Indiana, Festa Mexicana, Uma noite no Cinema (imagem 16) e muitos outros.



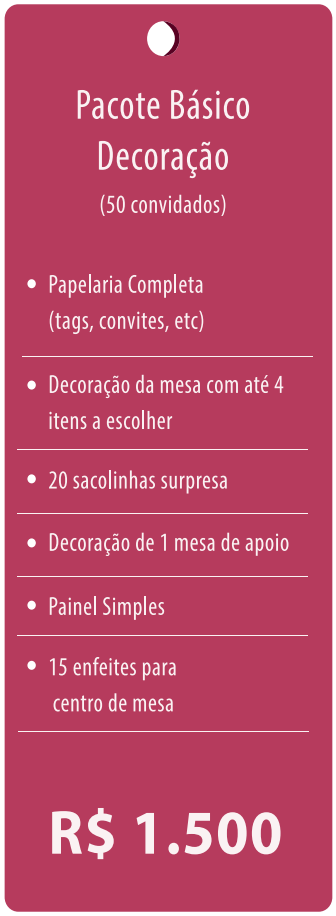
Imagem 16- Tema por Kátia Bonfadini: Uma noite no Cinema

Melhores empresas similares concorrentes:

- Abracadabra Buffet e decoração em domicílio
- Raul Festas
- Helô Bignelli Organização de eventos

O plano de marketing

Vendas e Estratégia de Marketing

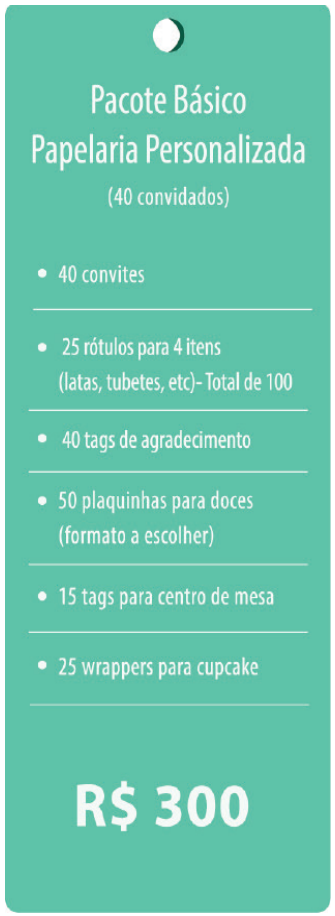


Pacote
Modalidade A

A Modalidade principal do ateliê (**A**) será a confecção de festas em domicílio. O cliente ficará responsável pela escolha e/ou aluguel do espaço e a estrutura decorativa será levada até ele no dia do evento. Pagamentos serão realizados metade no momento da contratação e metade após a festa.

O primeiro contato se dará em uma conversa na qual os decoradores tentarão conhecer os gostos daqueles que os contratam, sua história e o que esperam. Assim, será definido o tema, a quantidade de convidados e tudo aquilo que for considerado importante e imprescindível. Caso sintam necessidade, uma visita nas residências também poderá ocorrer para que seja possível conhecer o ambiente onde vivem e, consequentemente, um pouco de suas preferências.

A segunda etapa consistirá em uma visita técnica no local da festa para análise e organização do espaço disponível. Por fim, no dia combinado, com, no mínimo, quatro horas de antecedência, toda a estrutura será levada ao local e montada de modo que fique pronta para receber os convidados no horário combinado.



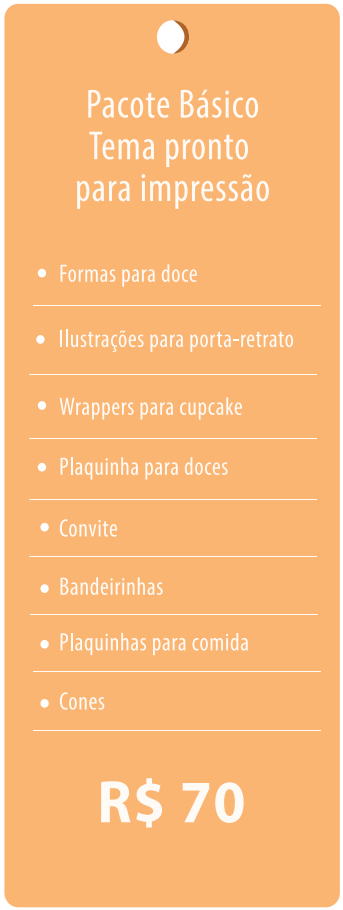
Pacote
Modalidade B

O último passo consiste na devolução dos itens de decoração, pois algumas das peças que participarão da composição do ambiente serão de propriedade do ateliê e deverão retornar em perfeito estado. Cada item que for danificado ou estiver em falta será cobrado na segunda parcela do pagamento.

A quantia inicial destes eventos se dá a partir de R$ 1.500,00 para cinquenta (50) convidados e inclui todos os itens listados abaixo (figura). Caso haja a necessidade de mais itens ou qualquer desejo específico, estes serão cotados e cobrados à parte

A modalidade que inclui apenas papelaria do evento (**B**) será um serviço igualmente personalizado, mas que só oferecerá a parte de convites, *tags*, rótulos e similares. Também incluirá o contato pessoal com os contratantes para que suas necessidades possam ser mais bem exploradas e atendidas.

A última modalidade (**C**) consiste na venda de temas pré-prontos pelo site do da empresa. Basicamente, este kit inclui temas com ilustrações desenvolvidas pelo próprio ateliê e que



Pacote
Modalidade C

podem ser compradas e impressas pelo cliente, caso deseje uma festa rápida e compacta, mas, ainda assim, procure por um trabalho diferenciado.

Após a compra, o cliente recebe um PDF com a arte de inúmeros itens que estão inclusos no pacote e a senha para acesso. Será possível editar este documento para fins de impressão (como personalizar o convite, por exemplo), mas não será possível salvar qualquer alteração feita.

Não há limites quanto à quantidade desejada de cada item. Cada cliente possui a liberdade de imprimir o quanto julgar necessário para seu evento, assumindo o custo da gráfica.

Este serviço oferecido será resguardado por direitos autorais pertencentes ao ateliê e seu uso será permitido apenas para fins pessoais.

Implantação

A modalidade pela qual o ateliê começará seus serviços será a **A** (Personalização de festas), pois para que seja procurado e tenha seu produto reconhecido é preciso que as pessoas possam presenciar o resultado de seu trabalho, frequentando festas de terceiros realizadas pelo ateliê. Abaixo a tabela com a participação de cada modalidade no faturamento da empresa:

Participação das Modalidades	
Modalidade **A** - Decoração completa de festas	R$ 7.000
Modalidade **B** - Papelaria	R$ 900
Modalidade **C** - Venda pelo site	R$ 350
Total	**R$ 8.250**

Tabela 3- Participação das modalidades

Publicidade

A estratégia de publicidade consistirá em cartões de visitas (imagem 17) espalhados em diversas lojas da cidade que, de alguma forma, se relacionam com o público infantil ou com o mercado de festas: lojas de brinquedos, lojas de produtos alimentícios, roupas infantis e similares.



Imagem 17- Cartões de visita

Também haverá divulgação online com a criação de uma página no facebook, um Instagram e um Blog, através do qual serão vendidos os pacotes fechados de temas para festas (imagens 18 a 20).

O ateliê também produzirá folders para que os clientes interessados, em um primeiro momento, possam levar todas as informações para casa e até mesmo repassá-las para aqueles que conheçam e tenham interesse nesse tipo de evento.

Quando o negócio estiver estruturado e atingir um público considerável, poderá efetuar sorteios e promoções, através das redes sociais, para que assim seu trabalho torne-se cada vez mais conhecido.

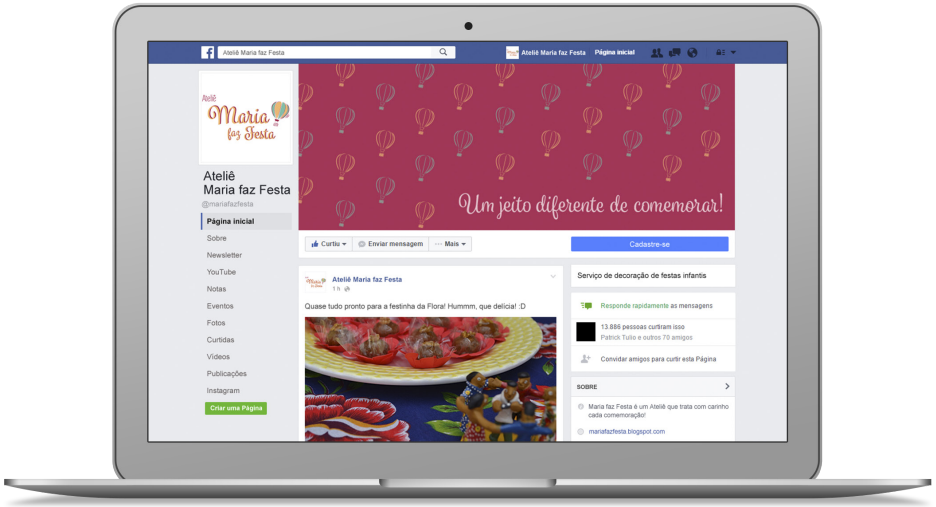


Imagem 19 - Página do Ateliê no Facebook

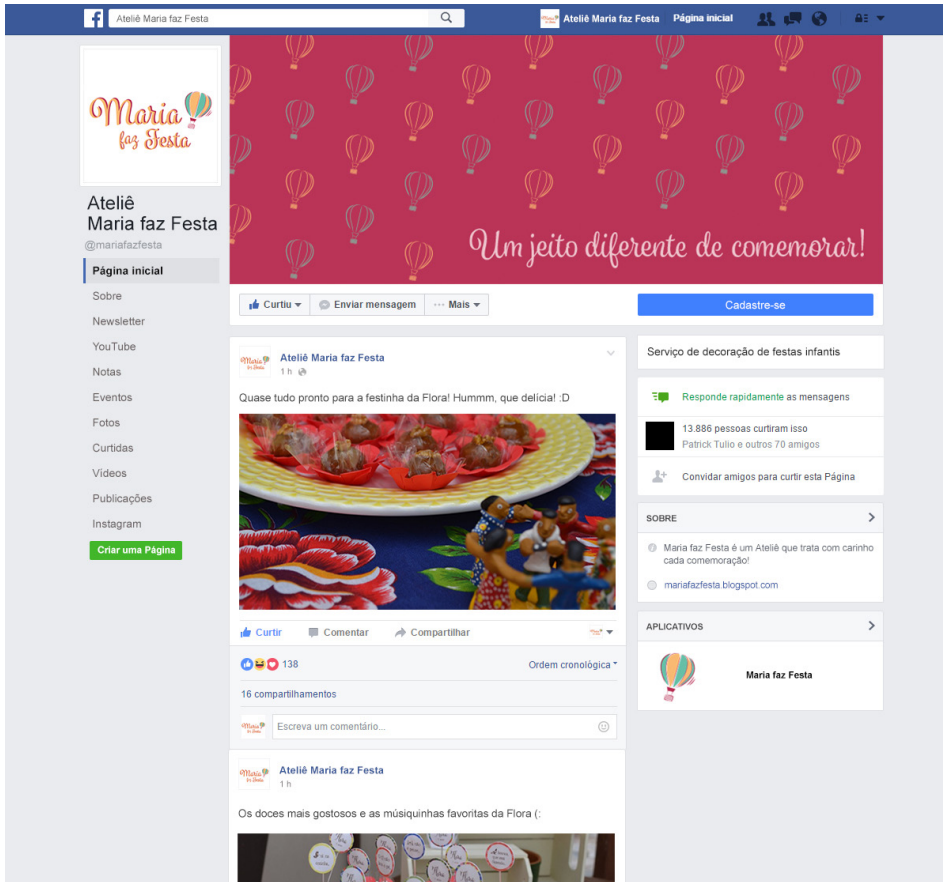


Imagem 18 - Perfil no Facebook

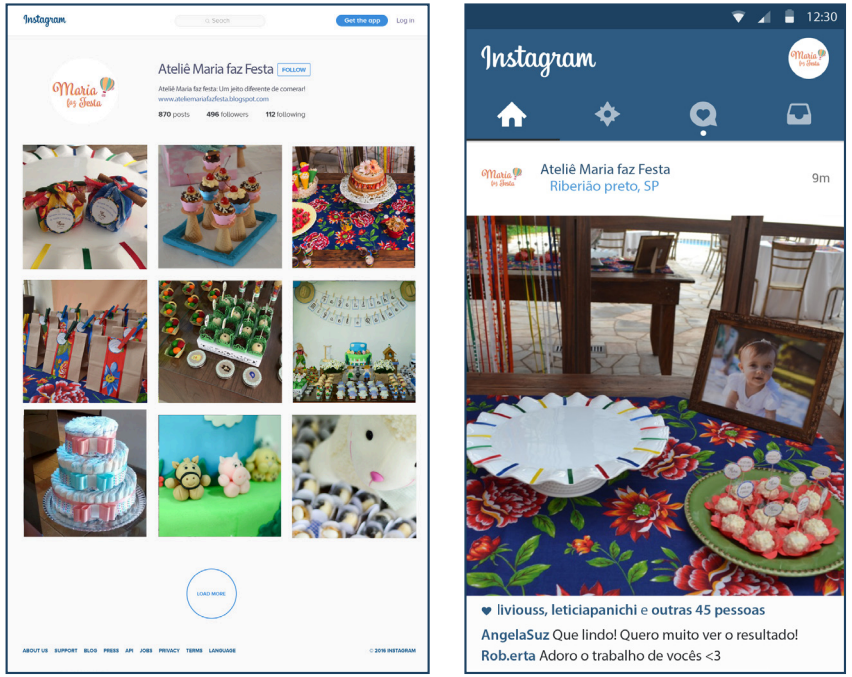


Imagem 20 - Perfil no Instagram

Apresentação e origem da marca

Muito além da referência a um dos criadores da marca, o nome *Maria* é um nome comum e que gera proximidade e reconhecimento. É como uma pessoa próxima, familiar: todos conhecem uma Maria. A intenção é que o cliente se sinta realmente próximo do organizador, confortável, e que possa expor suas preferências espontaneamente, como que em uma conversa informal de amigos. Assim, fica também mais fácil compreender a personalidade da família e procurar por sugestões, pois é possível entendê-los melhor, entrar em seu universo.

O objetivo da empresa é construir eventos que sejam o mais pessoal possível, sempre mantendo em foco principal o que o cliente deseja, utilizando os conhecimentos e repertório dos profissionais para gerar o resultado mais satisfatório possível para ambos os lados. O ateliê busca deixar sua marca em cada festa, promover um ambiente único que seja sempre reconhecível por quem quer que o frequente.

O slogan *"Ateliê Maria faz Festa: um jeito diferente de comemorar!"* reúne, em algumas palavras, o que o negócio pretende atingir: um meio termo entre festas padrão e as grande produções, algo diferente.

Administração

Equipe de trabalho

As principais funções do ateliê serão:

- Administração das finanças
- Atendimento dos clientes (visitas técnicas e domiciliares)
- Elaboração das peças decorativas
- Elaboração das peças gráficas
- Montagem dos eventos
- Pesquisa de satisfação

Com apenas dois funcionários inicialmente, a divisão de tarefas se dá da seguinte forma:



Sócio A - Maria Gabriela Basile

- Administração
- Atendimento
- Elaboração de peças gráficas e decorativas
- Montagens



Sócio B - Elisabete de Souza Basile

- Atendimento
- Elaboração de peças decorativas
- Montagens
- Pesquisa de satisfação

Operacional

Despesas fixas mensais

As despesas fixas mensais consistem em gastos que o empreendimento terá todos os meses, independentemente da demanda de serviços ou produtos. Elas não variam proporcionalmente ao volume produzido e precisam ser quitadas ao final de cada mês impreterivelmente. Alguns exemplos são o aluguel, os salários dos funcionários, contas de água e luz, entre outros (SEBRAE, 2015).

Despesas Fixas Mensais	
Folha de pagamento (com encargos)	R$ 1.500
Pró-Labore	R$ 2.000
Tarifas (água, energia elétrica, telefone)	R$ 400
Material de escritório	R$ 50
Segurança e vigilância	R$ 100
Limpeza	R$ 50
Domínio do Website	R$ 20
Softwares	R$ 210
Manutenção predial e das instalações	R$ 50
Licenciamento dos veículos	R$ 20
IPVA dos veículos	R$ 40
Depreciação	R$300
TOTAL	R$ 4.740
FATURAMENTO	R$ 8.250
% DESPESAS FIXAS	58,5%

Tabela 4- Despesas fixas mensais

Despesas Variáveis

As despesas variáveis, por sua vez, são aquelas que surgem de acordo com a quantidade de vendas, em uma relação proporcional. São exemplos comissões, impostos, etc. (SEBRAE, 2015). No caso dos impostos incidentes, por se configurar na definição de Microempresa (lucro bruto de R$ 0,00 a R$ 180.000,00 anuais), o ateliê enquadra-se no Simples Nacional, que facilita as rotinas e obrigações mensais, além de uma carga tributária reduzida e unificada (apenas uma guia de imposto para pagar: a DAS) (CONTABILIZEI TECNOLOGIA, 2016).

Despesas Variáveis Mensais	
Impostos federais - Simples Nacional* (6%)	R$ 35
Manutenção básica dos veículos	R$ 35,00
Itens de decoração	R$ 500
Impressão de Peças	R$ 300
Materiais artísticos (Tintas, fitas, cola, verniz e similares)	R$ 150,00
Combustível	R$ 150,00
Estacionamento	R$ 50,00
TOTAL	R$ 1.220
FATURAMENTO	R$ 8.250,00
% DESPESAS VARIÁVEIS	14%

Tabela 5- Despesas variáveis mensais

Riscos

Riscos inerentes ao negócio

Um dos maiores e mais significativos riscos desse negócio ocorreria caso os clientes passassem a buscar com cada vez mais frequência eventos super produzidos e grandiosos, exigindo uma grande quantidade de itens e peculiaridades em suas festas, uma estrutura que o ateliê não poderá oferecer, pelo menos não em seus primeiros momentos de existência. Além disso, é preciso citar a possibilidade dos concorrentes, como Buffets, oferecerem o mesmo tipo de serviço do ateliê, abrindo, por exemplo, uma nova categoria em seu negócio que teria objetivo atingir especificamente o mesmo público alvo.

Uma forma de evitar a preferência por grandes produções seria investir em um diálogo que pudesse enfatizar a esse público a singularidade de reunir em um ambiente uma menor quantidade de artigos e serviços que realmente transmitam sua essência e de suas crianças, criando

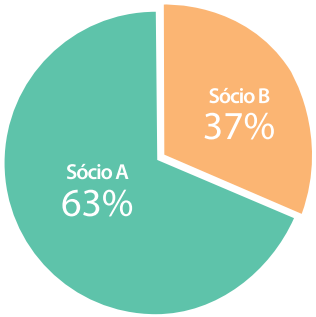
uma atmosfera realmente íntima para anfitriões e convidados. Através das festas já realizadas o ateliê poderá mostrar que suas necessidades podem ser atendidas com qualidade e exclusividade.

Quanto à concorrência, a forma de assegurar que a clientela prefira o ateliê a qualquer outra opção é criar uma identidade e perfil únicos, improváveis de serem reproduzidos. Por mais que a forma de realizar o serviço possa vir a ser parecida, o estilo do negócio resultará de um conjunto de repertório e conhecimentos ímpares, uma soma singular. Se o cliente desejar um resultado como o oferecido por este negócio, não verá outra forma de obtê-lo senão procurando por seus serviços diretamente. O ateliê buscará tornar-se desejado através de seu trabalho diferenciado.

Caso o arranjo das modalidades não se comporte como o esperado, a modalidade que demonstrar maior lucro poderá se tornar o foco de maiores investimentos. No entanto, é importante que a modalidade principal seja sempre a elaboração de festas, pois é esta que garantirá a imagem do ateliê no mercado, divulgando e consolidando a marca. É interessante que exista uma modalidade de apoio, pronta para suprir qualquer lacuna ocasionada pela modalidade principal, porém, é primordial que o empreendimento jamais deixe de focar em seu principal objetivo: captar a essência de cada família e assim construir um ambiente cativante.

Finanças

Estrutura de Capitalização



O negócio será composto, a princípio, por dois sócios investidores. A divisão societária será de 63% e 37%, correspondendo respectivamente às sócias Maria Gabriela Basile e Elisabete de Souza Basile. A sócia que entrará com maior parte do investimento contribuirá com quantia de R$ 120.000 e a investidora minoritária com R$ 70.000. Ambas as sócias serão atuantes no empreendimento, realizando a maior parte das tarefas necessárias, porém, a administração e registro da empresa estarão no nome da sócia Maria Gabriela Basile.

Resultados Esperados

A Tabela de Demonstrativo de Resultados compila as informações financeiras de uma empresa para que seja possível chegar a uma visão geral sobre qual foi o lucro líquido e se houve prejuízos durante a sua atuação no período de um ano. Estes dados permitem um balanço sobre o retorno do negócio em relação à mão de obra e um parecer sobre o resultado final: satisfatório ou não.

Demonstrativo de Resultados			
Descrição	**Mensal**	**Anual**	**%**
Receita Total	R$ 8.250	R$ 99.000	100%
Despesas Variáveis	R$ 1.220	R$ 14.640	15%
Margem de Contribuição	R$ 6.030	R$ 72.360	
Despesas Fixas	R$ 4.740	R$ 56.880	57,5%
Resultado Operacional	**R$2.290**	**R$ 27.480**	**72,5%**

Tabela 6- Demonstrativo de Resultados

Retorno do Investimento

O retorno do investimento se dará em aproximadamente sete anos, levando em consideração o lucro líquido anual e o dinheiro utilizado para dar início às atividades do empreendimento.

Faturamento líquido anual: 27.480
Investimento total: 190.000
190.000/ 27.480 = **6,9 anos**

Projeção de Crescimento

A tabela de projeção de crescimento informa em quanto tempo o negócio será expandido e a partir de qual perspectiva (aquisição de novas máquinas, funcionários, etc). Aqui, o objetivo é de que o ateliê consiga, até o ano de 2019, contratar dois funcionários que possam ajudar na montagem dos eventos, levando em conta o aumento no preço do serviço, na demanda e também no lucro líquido, mesmo com o inevitável crescimento das despesas fixas e variáveis.

Além disso, existe o planejamento de que com o crescimento do acervo seja possível inserir uma nova categoria na empresa: a de aluguel de peças. Todos os itens que não estiverem reservados para as festas no mês poderão ser alugados e assim criar uma nova fonte de renda para a empresa.

Projeção de crescimento do negócio			
ITEM	2017	2018	2019
	1 funcionário auxiliar	2 funcionários auxiliares	3 funcionários auxiliares
Despesas Fixas	R$ 4.740	R$ 7.415	R$ 9.680
Despesas Variáveis	R$ 1.220	R$1.520	R$ 1.820
Faturamento	R$ 8.250	R$ 12.870	R$ 15.650
Lucro líquido	R$ 2.290	R$ 3.455	R$ 4.150

Tabela 7- Projeção de crescimento do negócio

2018

- Elevação dos gastos variáveis- R$ 1.220 -> **R$ 1.520**
- Elevação nos gastos fixos:

Aumento de salário do sócio (1.250 + 420 de encargos) = **R$1.675**

Contratação um funcionário com salário + encargos (1.000 + 500) = **R$ 1.500**

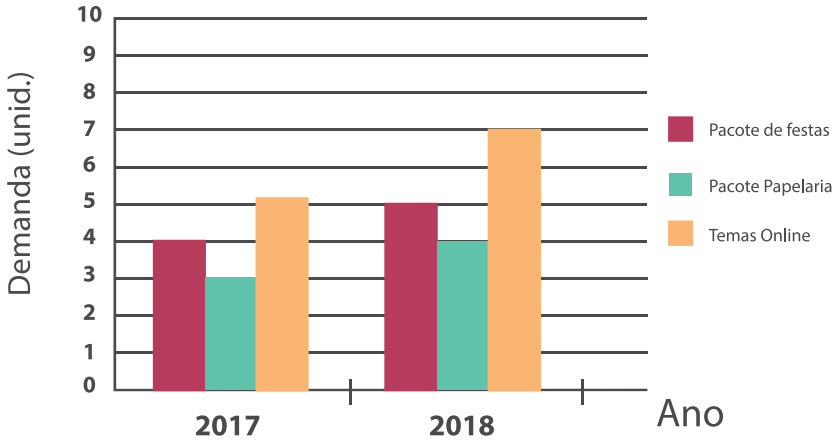
Aumento do pró-labore- R$ 2.000 -> **R$ 2.500**

Total: R$ 7.415

- Elevação no preço do pacote mínimo para festas:

De R$ 1500 para R$ 1.700

Expectativa de Crescimento de Demanda



- Considerando 3 eventos de 1.700 (pacote mínimo)
- Considerando 2 eventos de 2.000

Total: R$ 11.100

- Elevação no preço do pacote de papelaria:

De R$ 300 para R$ 320

- Considerando 4 eventos de R$ 320

Total: R$ 1.280

• Permanência do preço de venda pelo site: R$ 70

• Considerando a venda de 7 temas de R$ 70,00

Total: R$ 490

2019

• Elevação dos gastos variáveis- R$ 1.520 -> **R$ 1.820**

• Elevação nos gastos fixos:

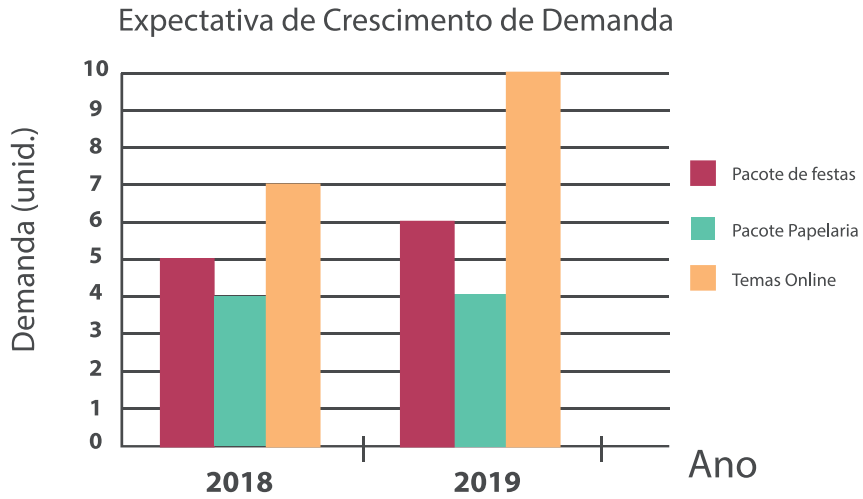
Aumento de salário do sócio + encargos (1.500 + 500) = R$ 2.000

Aumento do salário do funcionário + encargos (1.100 + 370)= R$ 1.470

Contratação de um funcionário com salário + encargos (1.100 + 370) = R$ 1.470

Aumento do pró-labore- R$ 2.500 -> R$ 3.000

Total: R$ 9.680



• Elevação nos preços do pacote mínimo para festas:

De R$ 1.700 para R$ 2.000

• Considerando 3 eventos de 2.000 (pacote mínimo)

Considerando 3 eventos de 2.500

Total: R$13.500

• Elevação no preço do pacote de papelaria:

De R$ 320 para R$ 350

• Considerando 4 eventos de R$ 350

Total: 1.400

• Elevação do preço de venda pelo site:R$ 75

• Considerando a venda de 10 temas de R$ 75,00

Total: R$ 750


Identidade Visual

Identidade visual

De acordo com o designer Gilberto Strunck:

> A identidade visual é o conjunto de elementos gráficos que irão formalizar a personalidade visual de um nome, ideia, produto ou serviço. Esses elementos agem mais ou menos como as roupas e as formas de as pessoas se comportarem. Devem informar, substancialmente, à primeira vista. Estabelecer com quem os vê um nível ideal de comunicação. (STRUNCK, 2001, pg 42)

Strunck cita que apesar do ensino da programação visual ser recente, o emprego da identidade visual vem desde a antiguidade e nasceu com as primeiras trocas comerciais. Descobertas arqueológicas mostram que na Roma Antiga algumas marcas encontradas em objetos eram responsáveis por representar a garantia da origem e evitar roubos. (Ibid, p. 47)

Nos dias atuais, as identidades visuais trazem uma infinidade de aspectos consigo e são parte fundamental não apenas de empresas e instituições. Segundo Andrea Semprini "É a identidade que define em poucas palavras a missão, a especificidade e a promessa da marca" (SEMPRINI, 2006. p. 124).

Quanto à sua composição, basicamente, ainda de acordo com Strunck, uma identidade visual é composta por Elementos Institucionais. Os principais são Logotipo e Símbolo, e os secundários, Cores Padrão e Alfabeto Padrão. O logotipo consiste na particularização da escrita de um nome. Sempre que um nome for retratado por um mesmo tipo de letra, tendo ela sido especialmente criada para ele ou não, obtém-se um logotipo. Necessariamente, todo logotipo possui letras. Já o símbolo é um sinal gráfico que com o tempo passa a identificar um nome, ideia, produto ou serviço. Nem todas as marcas optam por seu uso, e todo desenho pode constituir um símbolo se um conjunto de pessoas compreendê-lo como a representação de algo além dele mesmo. Por fim, o alfabeto padrão é aquele usado para escrever todas as informações numa identidade visual, como textos em folhetos, catálogos, dentre outros. (STRUNK, 2001. p. 54 a 56)

Tendo em vista todos estes aspectos, parte deste projeto foi a elaboração de uma identidade visual para o ateliê *Maria faz Festa*, levando em consideração tudo aquilo que se desejava transmitir ao seu público.

Logotipo e cores

A escolha das cores foi o primeiro passo e baseou-se no princípio de que precisava ser abrangente. Era preciso escolher uma paleta que vibrasse sem incomodar, que cativasse e contemplasse o observador. Procurou-se fugir de cores muito similares ou totalmente opostas, priorizando o equilíbrio. Por este motivo, optou-se por uma cor quente (rosa) e uma fria (azul turquesa). O contraste entre elas era importante, pois quanto mais viva a união, mais ela atrairia olhares do público desejado.

Era preciso, no entanto, que de alguma forma houvesse delicadeza no conjunto. Assim, a cor alaranjada em um tom próximo do pastel, mas ainda vibrante, predominante, mostrou-se a escolha mais conveniente. Esta cor traz suavidade, mas não monotonia, uma vez que liga-se diretamente com criatividade e aventura (Palaria, 2006) mas também se mostra neutra e facilmente agradável às crianças e adultos de forma geral (Ramos e Witter, 2008).

C: 60% M: 0% Y: 42% K: 0%
R: 105 G: 191 B: 168

C: 60% M: 0% Y: 42% K: 0%
R: 105 G: 191 B: 168

C: 60% M: 0% Y: 42% K: 0%
R: 105 G: 191 B: 168

Com a paleta definida, foi possível dar início ao processo de criação do logotipo. O mais importante foi estipular que ele conversasse diretamente com o estilo de trabalho do ateliê. Era necessário expressar a ludicidade e a imaginação, sem que isso significasse um trabalho infantilizado. O objetivo era construir uma marca que trouxesse a ideia de ir mais longe do que o que já é oferecido no mercado, ultrapassasse as barreiras do convencional e alcançasse o campo do diferente.

A escolha da tipografia foi feita com cuidado, pois havia uma preocupação em criar algo que não fosse nem rústico, por assim dizer, nem acanhado ou apagado. Esta parte do trabalho precisava expressar sutileza

sem parecer monótona, além de trazer diversão sem parecer muito infantil, conversando tanto com o universo adulto quanto com o da criança.

Considerou-se o uso de uma tipografia que sugerisse a escrita a mão em um primeiro momento, pois trazia ludicidade e ao mesmo tempo aproximava-se do observador com delicadeza. No entanto, para efeitos de redução tais letras se mostravam ineficientes, limitando o uso e prejudicando sua legibilidade em quaisquer circunstâncias.

Como segunda opção, manteve-se a preferência por uma tipografia de caráter cursivo, mas que possuísse um traço mais encorpado. A escolhida foi a Spumante, que atendia perfeitamente aos aspectos necessários.

Spumante

Caixa alta

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V X Y Z

Caixa baixa

a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v x y z

Caracteres Especiais

! @ # $ % & * ( ) { } +

Números

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Acentos

À à Ê ê Í í Õ õ Ú á Ç ç

Símbolo

A presença de um elemento ilustrativo mostrou-se imprescindível, já que poderia chamar a atenção da criança sem que necessariamente já soubesse ler, estimulando sua imaginação. A partir disso, buscou-se logos que seguissem a mesma linha, utilizando-os como fonte de inspiração neste sentido (imagem 21).



Reproduções da internet

Imagem 21- Inspirações

Desejava-se criar um elemento que não fizesse alusão direta a nenhum dos gêneros (feminino ou masculino), mas pudesse servir a todos. Por esse motivo, foram descartados elementos como bonecas e carrinhos, pois esta associação comumente feita (brinquedo de menino, brinquedo de menina), é limitante, superficial, e vai contra aquilo que o Maria faz Festa deseja alcançar.

Foram descartados elementos muito óbvios, como balões de festa, chapéu, bolo, palhaço, dentre outros similares. Depois de um brainstorm e uma pesquisa mais longa de opções, o elemento que se mostrou mais compatível com o conceito foi o balão de ar quente.

A figura do balão pode sugerir muitas ideias, mas, principalmente, o fato de ser um meio de transporte que se movimenta pelo ar, pela imensidão do céu, conversa com o conceito da imaginação. Afinal de contas, a imaginação é como um balão: quando mais alimentada, mais capacidade tem de subir e voar pelo horizonte.

Além disso, a figura do balão é mágica, uma vez que geralmente é colorida e que não é vista com frequência pela maioria das pessoas. Assim, o balão é diferente do comum e traz a promessa de aventura e diversão, exatamente o que o ateliê busca alcançar com seu trabalho: levar cada cliente em uma aventura única, divertida e diferente (imagens 22 a 24).

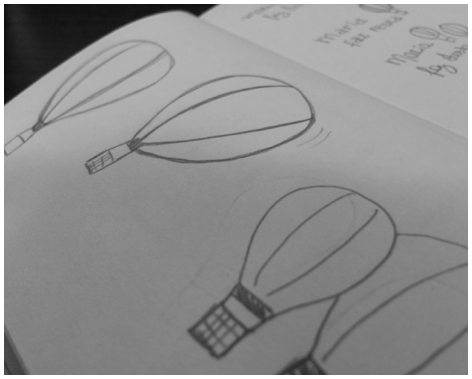


Imagem 22- Inspirações

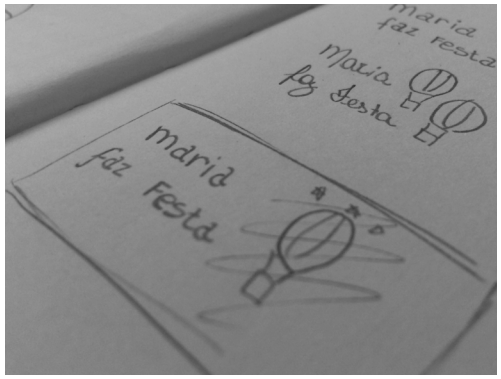


Imagem 23- Inspirações

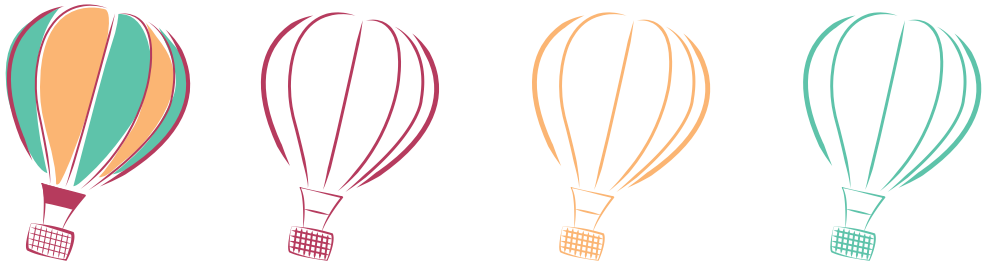


Imagem 24- Inspirações

O resultado do logo alcançou seu objetivo desta forma, atendendo as necessidades do ateliê. Segue sua forma final:

Maria
faz Festa

Estudo de ampliação e redução.

Maria
faz Festa

Maria
faz Festa

Maria
faz Festa

Tamanho mínimo: 6 x 15mm

Estudo de aplicação positiva e negativa.

Maria
faz Festa

Aplicações

Abaixo algumas aplicações da Identidade Visual do Ateliê Maria faz Festa.








Plano Piloto

Plano Piloto

O CEO Guy Kawasaki, em seu livro A arte do começo (2011), escreve que a melhor forma de obter respostas sobre a aceitação de seu produto ou serviço é oferecendo-o ao consumidor. Ele cita:

> O que você deve fazer é: (a) conter sua tendência a elaborar um documento e (b) implementar. Ou seja, vá construir um protótipo, desenvolver um software, lançar sua página na Internet ou oferecer seus serviços. O mais difícil no começo é começar. (Isso tanto se aplica a um escritor quando a um empreendedor.) Lembre-se: ninguém jamais atingiu o sucesso simplesmente planejando. Você deve estar sempre vendendo – não montando estratégias de venda. Não fique só testando, testando, testando – isso vale para empresas grandes. Não se preocupe em passar vergonha. Procure fazer o menor que puder. Haverá bastante tempo para aperfeiçoamento depois. Não importa que comece bem ou mal – o que importa é acabar bem. O inimigo da atividade é a idealização e, nesse estágio, cogitar sobre as questões "estratégicas" de pesquisa e desenvolvimento é um problema. Perguntas como "Até onde devo ir?", "E se ninguém gostar do que fazemos?" e "Deveríamos projetar para um cliente-alvo ou fazer o que gostaríamos de usar?" não vêm ao caso quando se está tentando fazer uma nova empresa decolar. (KAWASAKI, 2011, p. 20 e 22)

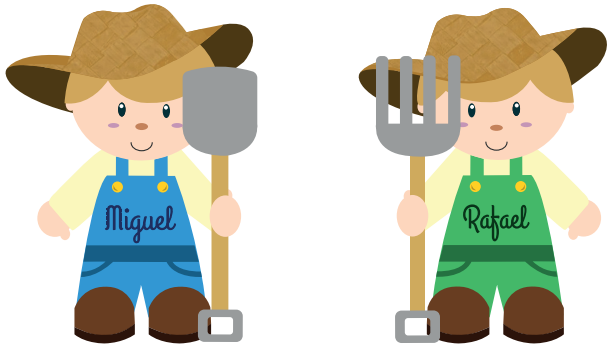
Diante dessa afirmação, uma das partes estipuladas como primordial neste projeto foi a imersão no mundo dos eventos, para que fosse possível entrar em contato com cada pequeno detalhe, desde fornecedores, serviços, potenciais clientes e suas crianças até, por fim, a concretização das festas. O total de duas comemorações foi de extrema importância para que se constatassem problemas recorrentes, opções, ideias viáveis e inviáveis, tempo de confecção, consumo médio e muitos outros aspectos.

O primeiro evento ocorreu no dia 14/05/2016. Os clientes eram pessoas próximas da família e a decoração da festa foi um presente para os aniversariantes: Miguel e Rafael, que comemoraram seu primeiro ano de idade. Houve a conversa com os pais, a visita à casa da família e o contato com o quarto e os brinquedos favoritos das crianças.

Durante o bate-papo informal, foram coletadas informações interessantes, como o fato de que os pais tinham por costume comprar tudo de cores diferentes para que não confundissem os pertences. Por tratar-se de gêmeos e possuírem tudo em dobro, tornava-se difícil dizer o que pertencia a quem. Miguel então era representado pela cor azul, enquanto Rafael era representado pela cor verde.

Também contaram que gostavam muito de música e desenhos animados, mas que um em especial sempre prendia a atenção de ambos: A fazendinha. Embora ainda fossem muito novos, os dois ficavam vidrados em todos os bichos, emitiam sons durante as canções e chacoalhavam mãos e pés, o que faziam de forma muito menos expressiva com outros desenhos. Ao final, foi possível chegar conjuntamente à conclusão de que "Fazendinha" era o tema perfeito para comemorar o primeiro ano de vida dos filhos, e a partir daí foi iniciado o processo de produção. Quanto ao local da comemoração, foi escolhido o salão de festas do prédio onde moravam, com capacidade para sessenta pessoas.

O objetivo na etapa seguinte foi o de ilustrar a festa de maneira única, exclusiva. Todos os animais e personagens foram desenvolvidos especialmente para Miguel e Rafael. Foram escolhidos seus animais favoritos e a festa foi baseada nas cores verde e azul.



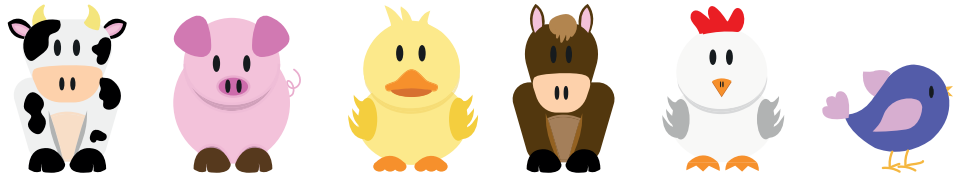
















Foram pesquisados contatos com fornecedores de doces, bolo cenográfico, salgados, balões, mesas e toalhas. Alguns serviços foram extremamente positivos e com preço acessível, de absoluta qualidade. Estes contatos foram adicionados à lista de fornecedores do ateliê, tanto para uso do próprio negócio quanto para indicação a futuros clientes.

No dia do evento, com quatro horas de antecedência, toda a decoração foi levada para o salão. Um dos pontos mais interessantes foi a participação dos pais na montagem de cada detalhe. Houve muita surpresa quanto ao resultado, à riqueza de detalhes, e ambos fizeram questão de estar presentes até que tudo estivesse pronto.

Fazê-los sentirem-se parte da festa, inclusive neste aspecto, foi um aprendizado muito importante, pois permitiu constatar o quão à vontade sentiram-se no ambiente com seus filhos durante toda a festa. Estes são os sentimentos precisos que o ateliê deverá buscar provocar em cada uma das pessoas que atenda: acolhimento, aconchego, identificação.

Basicamente, a decoração abrangeu montagem da mesa, painel, arco de bexigas, enfeite de centro das mesas de convidados, sacolinha surpresa, convites, baú de presentes e decoração das mesas auxiliares de salgados, docinhos e doces caseiros típicos da fazenda (comida não fornecida pelo ateliê).

Muito pôde ser notado ao final deste evento, o que ocasionou aprendizados de grande utilidade para o melhoramento do trabalho do ateliê.

Um deles consistiu na lista de itens de decoração da mesa que deveriam ser devolvidos. É importante deixar claro para os clientes que nem tudo o que compõe o ambiente pode ser levado pelos convidados ou permanecer com os contratantes. Ao assinarem o contrato, os clientes devem ser informados sobre o que deverá ser devolvido e qual será a penalidade caso haja danos nos objetos.

Também foi reconsiderado o tempo mínimo para a montagem da festa. Foi necessário mais tempo do que o calculado e a decoração foi finalizada com muito pouca antecedência em relação ao início da comemoração.

De forma geral, o resultado foi muito satisfatório e recebeu muitos elogios por parte dos convidados. Este evento levou à realização de um segundo, pois alguns meses após a festa um novo cliente entrou em contato com o ateliê, alegando que havia apreciado o estilo da decoração e que desejava contratar o serviço.

O trabalho seguinte do *Maria faz Festa* ocorreu no dia 22/10/2016, contratado pelo casal Melina e Sérgio, pais de Flora, que comemorou seu primeiro ano. Durante a visita na casa do casal, eles afirmaram que buscavam um evento que representasse a filha da melhor forma possível, algo que pudesse conversar com sua essência e aquilo que mais lhe agradava até aquele momento.

Pôde-se constatar que Flora era uma criança muito imersa no universo lúdico, com preferência por brinquedos que estimulassem sua imaginação e sentidos, um tanto quanto distante de brinquedos mais tecnológicos e complexos que compõem a tendência atual. Sua mãe, psicóloga, parecia priorizar cada fase de seu desenvolvimento e transformava simples objetos em brinquedos que eram muito apreciados pela criança, como chocalhos de arroz e móbiles de fitas.

Houve bastante diálogo quanto ao tema, algumas mudanças e adaptações, até que fosse alcançado, por fim, o resultado desejado. Como Flora gostava muito de músicas infantis que fazem parte da cultura brasileira, decidiu-se que estas cantigas comporiam o cenário juntamente com a chita, um tipo de tecido muito típico na cultura popular do país, colorido e alegre.

Foram misturados elementos da cultura folclórica com partes de músicas, e a chita como base da decoração, tudo o que a criança mais gostava, o que resultou em um ambiente rústico, lúdico e divertido.

Os pais tinham ideias claras sobre o que queriam e alguns itens da festa foram de confecção própria, como o painel e o bambolê de fitas. Também foram utilizados objetos da própria casa na composição da mesa, conferindo um toque totalmente pessoal.

O ateliê foi responsável por toda a papelaria, lembranças, porta-retratos, embalagem dos pães de mel, configuração da mesa, empréstimo de objetos como pratos, caixotes, potes, além de repassar contatos de fornecedores, como os responsáveis pelos doces, aluguel de mesas e toalhas. Um dos pontos interessantes foi que também houve o repasse de contatos por parte da própria cliente, o que será de grande utilidade para futuros trabalhos.







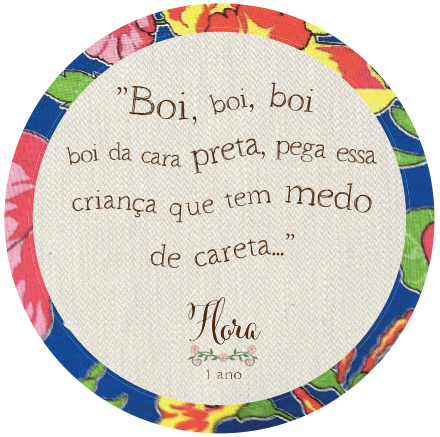














O conhecimento adquirido na primeira festa também foi aplicado, e desta vez a montagem foi finalizada com tempo suficiente e todos os objetos da mesa que pertenciam ao ateliê foram devolvidos sem qualquer prejuízo. Quanto ao orçamento, uma cotação dos gastos foi feita antes do negócio ser fechado e, somada à mão de obra, foi repassada aos clientes. Qualquer adição solicitada após seria paga na devolução dos objetos decorativos. O valor total cobrado pelo serviço foi de R$500,00, sendo R$400,00 na contratação e R$100,00 posteriormente. O lucro foi de R$150,00 (30%).

O aprendizado mais expressivo deste evento foi financeiro: o tempo despendido para a confecção dos materiais foi elevado e por isso o custo da mão de obra poderia ter sido maior. Caso toda a decoração do salão tivesse sido de responsabilidade do ateliê, um cálculo levou ao valor mínimo estipulado no plano de negócios de R$ 1.500,00.

Registro

Os dois eventos foram registrados por fotógrafos contratados. O primeiro evento contou com o trabalho de **Silvia Afonso** e o segundo contou com o olhar de **Mariana Caparelli**.


Rafael e Miguel


Rafael
Miguel










Fazendinha
Miguel e Rafael
Rafael
Miguel


Doce de abóbora
Rafael e Miguel
1 ano








Rafael
Miguel


Flora




branca,
que está
fazendo...
Flora
1 ano


Obrigada por participar
da minha girandinha!
Flora
1 ano


Obrigada por participar
da minha girandinha!
Flora
1 ano


Alecrim, alecrim dourado
que nasceu no campo
sem ser semeado.
Foi meu amor
quem me disse assim
que a flor do campo
é o alecrim...
Flora
1 ano






1º Aniversário
Flora






"Como pode um
peixe vivo viver
fora da água fria..."
Flora
1 ano

Pesquisa de Satisfação

Um questionário foi aplicado após a finalização do evento, no qual o cliente contou porque havia procurado o ateliê, quais eram as expectativas e se foram atendidas. Pôde-se notar que Melina, Sérgio e Flora representam muito bem o público-alvo que o ateliê pretende alcançar, e a experiência foi qualificada como nada menos do que positiva.

Nome: Melina

1. Por que nos procurou?

R: Procurei vocês porque conheci o trabalho numa festa de aniversário infantil e fiquei impressionada com a qualidade, criatividade e delicadeza da confecção dos itens da decoração. Além disso, o tema da festa tinha muito a ver com as preferências e características dos aniversariantes. Desta forma, eu gostaria de realizar uma festa de aniversário diferenciada e personalizada em termos de decoração infantil, ou seja, algo original em relação aos itens de decoração encontrados em lojas de festas.

2. O que esperava?

R: Esperava uma produção original, personalizada, diferenciada e com muita qualidade. Esperava que o tema da festa pudesse ser representado de uma forma criativa, bela e lúdica.

3. Seu desejo foi atendido?

R: Sim! O desejo foi atendido satisfatoriamente. Todas as expectativas explicitadas no item anterior foram bastante atendidas.

4. Faria outra festa com o Ateliê?

R: Sim, certamente.

5. Sugestões?

R: No momento não, somente gratidão por todo trabalho realizado.

Conclusão

Foi possível concluir neste projeto que o Plano de Negócios é uma ferramenta fundamental para qualquer tipo de empreendimento. Ele proporciona uma pesquisa aprofundada no ramo, fazendo com que exista uma grande consciência em relação à viabilidade e potencialidade do negócio almejado.

Entende-se que há uma grande diferença entre idealizar e deparar-se com dados numéricos. Muitas vezes há a sensação de falso lucro no início da vida de um empreendimento de pequeno porte e apenas quando cada detalhe é contabilizado e organizado é que surge a real noção sobre o saldo: positivo ou negativo. No mundo competitivo em que vivemos, cada detalhe é primordial para garantir o sucesso.

Em termos pessoais, posso dizer que me sinto muito mais confortável para concretizar a ideia no futuro, agora que conheço o mercado. Apenas ao final deste trabalho pude notar quantas informações e conhecimento adquiri, o quanto deste universo aprendi e como devo proceder para alcançar o resultado que desejo.

A ideia de atrelar o meu trabalho ao universo infantil de alguma forma, além disso, me traz grande satisfação pessoal e profissional, pois mais do que obter retorno financeiro, desejo participar da história das pessoas e poder colaborar com o que lhes causa alegria e constitui momentos inesquecíveis.

Por fim, comprovar na prática que, como designer, pude projetar não apenas no plano físico, mas o dos negócios e ideias, é uma conclusão incrível desta graduação. A minha visão foi ampliada, meus horizontes se expandiram e alcancei grande satisfação ao saber que existem tantas possibilidades que, através do meu trabalho, sou plenamente capaz de alcançar.

Bibliografia

LIVROS E TESES

AMARAL, Rita de Cássia. **Festa à Brasileira: significados do festejar no país que "não é sério"**. 1998. 387 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social)- Instituto Departamento de Antropologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo. 1998.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo – Transformando idéias em negócios**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

KAWASAKI, Guy. **A arte do começo.** Tradução Celina Cavalcante. 4ª ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 2011.

MAITLAND, Ian. **Plano de negócios em uma semana.** Tradução Carlos Leite Silva. São Paulo: Editora Figurati, 2014. (livro eletrônico)

PAIVA, Maria Lúcia. **Crise econômica passa longe do segmento de festas infantis.** Revista TAL. Taubaté: 26 de maio, 2016.

PALARIA, Érica Arten. **Cromoterapia: o uso das cores como terapia computacional.** 2006. Trabalho de Conclusão de Curso; (Graduação em Ciência da Computação)- Faculdade de Jaguariúna. Orientador: Fernando Augusto Zancheta.

ROCHA, Raquel. **Mercado de festas infantis cresce no último ano.** Entrevista concedida a Nathália Lima. Rádio CBN. Goiânia: 17 de Outubro, 2016.

SARZEDAS, Vanessa. **Famílias trocam bufês por festas infantis em casa.** Jornal Agora. São Paulo: 31 de Julho, 2016.

SEMPRINI, Andrea. **A marca pós moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea.** Tradução de Elisabeth Leone. São Paulo: Estação das letras, 2006

STRUNK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores.** Rio de Janeiro: Rio Books, 2001.

WITTER, Geraldina Porto; RAMOS, Oswaldo Alcanfor. **Influência das cores na motivação para leitura das obras de literatura infantil.** Psicol. Esc. Educ. (Impr.) [online]. 2008, vol.12, n.1, pp.37-50. ISSN 2175-3539.

INTERNET:

Associação Brasileira de Eventos, São Paulo. 2015. Disponível em: https://abrafesta.com.br/ . Acesso em: 11 de Novembro. 2016

BOFFE, Ana Cristina Vidal. **Le Petit Fun: festa bonita sem gastar muito.** Disponível em: http://www.informamidia.com.br/le-petit-fun-festa-bonita-sem-gastar-muito/. Acesso em: 07 de Novembro de 2016.

Contabilizei Tecnologia. Tabela Simples Nacional e Guia Simples Nacional 2017. 2017. Disponível em: https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/tabela-simples-nacional/#1. Acesso em: 10 de Janeiro. 2017

CRUDI, Elvio. **Parabéns ao segmento de festa infantil que deu um rá-ti-bum na crise.** Disponível em: https://www.linkedin.com/pulse/parabens-ao-segmento-de-festa-infantil-que-deu-um-ra-ti-bum-crudi. Acesso em: 07 de Novembro de 2016.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística- Ribeirão Preto. 2016. Disponível em: http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=354340. Acesso em: 02 de Novembro de 2016.

SEBRAE. Entenda e aplique controles financeiros. 2015. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-e-aplique-os-controles-financeiros,ce9f438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD . Acesso em: 09 de Janeiro. 2017

Startup Novo Negócio. Como Montar Uma Empresa de Decoração de Festa Infantil. 2012. Disponível em: http://www.novonegocio.com.br/ideias-de-negocios/como-montar-uma-empresa-de-decoracao-de-festa-infantil/ . Acesso em: 10 de Outubro. 2016


unesp
faac