

GRA'VIDINHAS

Gra'vidinhas

Daniela Frahm¹
Franciele Tiedt¹
Jeniffer Frahm¹

Resumo: A empresa fictícia Gra'vidinhas atuará no comércio para facilitar e trazer formas diferenciadas para inovar neste ramo. Fazendo uso da prática simulada e bibliográfica, temos como principais objetivos apresentar a história da empresa, o motivo de sua criação, seus produtos e as vantagens por ela oferecidas. Montagem de kits para presente pré e pós-nascimento, decoração de chás de bebê, venda de produtos necessários desde a gestação até as idades iniciais da criança, serão os pontos fortes da empresa. A Gra'vidinhas também produz vídeos e fotos dos primeiros minutos de vida do bebê ainda no hospital, fornecendo a opção de criar on-line sua lista de preferências de produtos para formar um kit personalizado com entrega a domicílio, podendo o cliente escolher o kit ideal para sua necessidade. As análises efetuadas são de suma importância para a constatação da viabilidade do negócio e sua permanência no mercado, dando ao projeto maior estabilidade para sua implementação.

Palavras-chave: Planejamento. Empreendedorismo. Gestantes. Inovação.

Abstract: The fictitious company Gra'vidinhas will operate in trade to facilitate and bring different ways to innovate in this field. Making use of simulated and bibliographic practices, we have as main objectives to present the history of the company, the reason of its establishment, the products and the advantages offered by it. Gift kits assembling for pre and post birth, baby showers decoration, selling necessary products from pregnancy to the child's early ages are the main points of the company. The Gra'vidinhas company also produces videos and pictures of the first life minutes still in the hospital, providing the option to create your preferences list online to form a custom kit with home delivery, the customer could choose the ideal kit according to their needs. The analyzes have great importance for establishing the business viability and the permanence in the market, giving to the project greater implementation stability.

Keywords: Planning. Entrepreneurship. Pregnant women. Innovation.

Introdução

A dificuldade de encontrar lojas no comércio que disponibilizam artigos infantis e gestacionais dos diversos setores envolvidos como os de vestuário, higiene, decoração e afins do tema em um só lugar, fazendo com que os consumidores tenham a necessidade de procurar por diversas lojas, nos fez perceber nesta lacuna de mercado, uma possibilidade de negócio interessante e rentável.

Este plano de negócios tem por objetivo analisar a viabilidade da abertura de uma nova empresa, como também ser utilizado para obtenção de recursos. Gra'vidinhas será uma empresa que oferecerá produtos diferenciados, exclusivos e de ótimo preço. A ideia surgiu de três amigas que querem inovar no ramo do mercado para gestantes e linha infantil.

Partindo desta ideia, pensamos em uma empresa que será especializada na montagem de *kits* para presentes, conforme lista que será feita pelo cliente, *on-line* ou em loja física, com a opção de entrega a domicílio para a cidade e região. Fornecimento de decoração para chás

¹ Centro Universitário Leonardo Da Vinci – UNIasselvi. Rodovia BR 470, Km 71, nº 1.040, Bairro Benedito. Caixa Postal 191. CEP 89130-000 – Indaial/SC. Fone (47) 3281-9000 – Fax (47) 3281-9090. Site: www.uniasselvi.com.br

de bebê, foto e filmagem do dia do nascimento da criança, registrando seus primeiros minutos de vida ainda no hospital. Venda de produtos direcionados às gestantes e para o bebê, linha de vestuário, higiene e decoração. Bazar Mãe para Mãe, que consistirá na compra e revenda de peças de roupas usadas que estão em bom estado.

Descrição da empresa

A empresa Gra'vidinhas é uma ideia de um novo negócio a ser colocado em prática. Com o objetivo de facilitar e trazer formas diferenciadas para inovar neste ramo, a empresa oferecerá montagem de *kits* para presente pré e pós-nascimento, decoração de chás de bebê, venda de produtos necessários desde a gestação até as idades iniciais da criança.

A Gra'vidinhas produz vídeos e fotos dos primeiros minutos de vida do bebê ainda no hospital. Destaque para a opção de criar *on-line* sua lista de preferências de produtos para formar um kit personalizado com entrega à domicílio ou local escolhido, podendo o cliente escolher entre várias marcas e produtos o kit ideal para sua necessidade.

Segundo Fistarol (2011, p. 55) “a missão é a determinação do motivo central do planejamento estratégico, ou seja, corresponde a um horizonte dentro do qual a empresa atua ou poderá atuar”, portanto, definimos nossa missão em: Ser uma empresa destaque almejando sempre dar o melhor atendimento e ofertando os melhores produtos neste momento especial da vida dos amigos clientes com produtos e serviços de qualidade visando a comodidade e a rapidez.

Para Fernandes e Berton apud Fistarol (2011, p. 58) “[...] a visão é a explicitação do que se idealiza para a organização. Envolve os desejos de onde se quer chegar, compreendendo temas como valores, desejos, vontades, sonhos e ambição”. A visão da empresa Gra'vidinhas é: Ser líder no ramo do varejo de produtos infantis e atender de forma diferenciada superando as expectativas dos clientes.

Temos como principais diferenciais na região o serviço de foto e filmagem exclusivas no hospital, feitas por um profissional altamente qualificado e com autorização do hospital e equipe médica. A criação de *kits* presenteáveis com produtos à escolha do cliente, podendo ser feita totalmente *on-line* também é novidade e algo muito procurado pelos clientes, sendo que para este serviço não temos concorrência direta, como também para o bazar, ideia que diríamos ser inovadora além de promover uma ideia de reaproveitamento de bens de modo econômico e sustentável, além de ser uma alternativa importante para mães que não possuem muita disponibilidade financeira.

A empresa terá localização estratégica e de alta favorabilidade, de rápido e fácil acesso na cidade. A divulgação será feita através de anúncios em jornais, como também em redes sociais, como o *Facebook*.

A empresa se enquadrará no sistema de tributação Simples Nacional, classificada na Receita Federal como microempresa. O investimento inicial necessário para abertura da empresa ficará em torno de R\$100.000,00.

A projeção de vendas esperada é favorável, pois a empresa investirá em *marketing* e por se tratar de uma novidade na região, isto atrairá muitos clientes, pela necessidade de compra ou até mesmo pela curiosidade em conhecer o negócio. O bom atendimento, produtos e serviços de qualidade serão determinantes para fidelização dos nossos clientes.

Analisando todos os aspectos já citados anteriormente, o projeto apresenta grandes chances de sucesso, sendo viável a abertura da empresa com prósperas expectativas de retorno e crescimento neste ramo de negócios.

Dados estruturais

A localização da loja física será na Rua Luiz Abry nº135 – sala 6, Pomerode, Santa Catarina.

A razão social da empresa foi denominada Frahm&Tiedt Ltda, já verificada sua disponibilidade com a Junta Comercial. A empresa estará enquadrada no sistema de tributação Simples Nacional. Conforme site Simples Nacional (2014) “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”.

Nome da empresa

Gra’vidinhas.

Sócios

A equipe gerencial é formada por três sócias-proprietárias, que resolveram investir juntas neste ramo do mercado. Os membros são: Daniela Frahm, solteira, 24 anos, cursando Processos Gerenciais, experiência de 5 anos em vendas. Franciele Tiedt, solteira, 23 anos, cursando Processos Gerenciais, experiência de 6 anos no ramo de vestuário. Jeniffer Frahm, solteira, 22 anos, cursando Processos Gerenciais, com 3 anos de experiência em contabilidade.

O investimento inicial será de aproximadamente R\$ 100.000,00, repartido igualmente entre as sócias.

Ramo de atividade

A empresa irá comercializar produtos da linha materno-infantil e haverá prestação de serviços como decoração de chás de bebê, ensaio fotográfico e filmagem do nascimento.

Classificação

A classificação que a empresa vai estar cadastrada na Receita Federal será Microempresa, pois a empresa contará com 3 funcionários diretos e seu faturamento anual tende a não ultrapassar mais de R\$ 360.000,00/ano.

Tributação

De acordo com as normas de tributação brasileira, a empresa está dentro dos parâmetros legais do Simples Nacional.

Limitações

Inicialmente não teremos veículo próprio para fazer as entregas dos *kits*, sendo este serviço primeiramente terceirizado, como também o fotógrafo será contratado por cada serviço, não sendo funcionário da empresa, somente mantendo com este um contrato de exclusividade sobre o serviço.

Fontes de Recursos

As fontes iniciais de recursos para a abertura da empresa será o investimento de capital das três sócias envolvidas no projeto, dividindo o valor em partes iguais.

Missão

Ser uma empresa destaque almejando sempre dar o melhor atendimento e ofertando os melhores produtos neste momento especial da vida dos amigos clientes com produtos e serviços de qualidade visando à comodidade e a rapidez.

Visão

Ser líder no ramo do varejo de produtos infantis e atender de forma diferenciada superando as expectativas dos clientes.

Valores

Os valores de alicerce da empresa serão a melhoria contínua, o comprometimento para com seus clientes e o respeito entre as relações para que assim sejam duradouras.

Produtos e/ou serviços

A empresa Gra'vidinhas terá loja física oferecendo produtos materno-infantis diversificados como vestuário infantil com tamanhos de RN a 8, e vestuário gestacional. Produtos de decoração infantil para quartos, utilitários como mamadeiras, chupetas, mordedores, cadeirinhas para automóvel para diferentes idades e demais itens desta categoria.

Linha de higiene infantil, com diferentes opções de marcas e produtos variados como fraldas, lenços, sabonetes e *shampoos*. Ofereceremos decoração para chás de bebê e montagem de *kits*-presente de acordo com a lista feita pelo cliente, que poderá ser efetuada *on-line* ou em loja física. Destaque para opção de entrega a domicílio.

A arte fotográfica e filmagem do nascimento da criança, registrando seus primeiros minutos de vida. Este serviço deverá ter autorização prévia do médico responsável e equipe hospitalar. O fotógrafo contratado será terceirizado.

Bazar de Mãe para Mãe. Consiste na compra e revenda de roupinhas usadas em bom estado.

Mercado e competidores

Gra'vidinhas é uma empresa diferente, pois oferece vários itens que outras empresas não oferecem, trata-se de uma loja que oferece produtos para gestantes, bebês e crianças.

Os produtos que os clientes geralmente precisam estão na loja, se formos analisar com o mercado competitivo, o cliente até encontra os produtos que precisa em outras lojas, mas precisa comprar os produtos em no mínimo três lojas diferentes. Gra'vidinhas oferece ao cliente tudo o que precisa em um único espaço.

Como toda empresa, Gra'vidinhas também possui seus concorrentes, que são: farmácias, lojas de artigos infantis e lojas para o vestuário das gestantes, porém em nenhuma destas lojas encontram-se todas as opções de produtos, como a Gra'vidinhas busca oferecer.

Público-alvo

O público-alvo de Gra'vidinhas são mulheres gestantes de aproximadamente 18 a 40 anos de idade, que podem ser de classe A, B e C, com estilo de vida mais tranquilo.

A empresa atende na cidade e algumas cidades da região do Vale do Itajaí como: Blumenau, Jaraguá do Sul e Timbó.

Perfil do cliente

Clientes exigentes, que querem um atendimento diferenciado, que não gostam de ir em diversas lojas, já que a empresa oferece vários itens fundamentais para a gestante e para o bebê em um único lugar. É a junção de produtos e serviços de qualidade com preço justo.

Fornecedores

A empresa possui uma vasta lista de fornecedores, contando com seguradora, banco e empresas que importam produtos para a mesma.

Os fornecedores de Gra'vidinhas serão empresas têxteis, farmácias de outras regiões do país e papelarias, todas nacionais. A empresa têxtil fornecerá roupas para bebês, crianças e vestuário para gestantes, além de roupões, toalhas e roupa de cama para berço. As farmácias que estão localizadas em São Paulo fornecerão os mordedores, mamadeiras, chupetas e os produtos de higiene. As papelarias fornecerão material necessário para a decoração do chá de bebê.

A empresa contará também com entrega a domicílio, que é terceirizada. O fotógrafo também será contratado pela Gra'vidinhas, mas é terceirizado, serão duas pessoas que fazem as fotos e a filmagem da hora do nascimento do bebê.

Análise da concorrência

Cada empresa deve conhecer seus concorrentes, e para isso a Gra'vidinhas elaborou um quadro com seus três principais concorrentes para analisar seus pontos fortes e fracos e compa-

Quadro 1. Análise de concorrência

GRA'VIDINHAS	FARMÁCIAS	LOJAS DE VESTUÁRIO PARA CRIANÇAS	LOJAS DE VESTUÁRIO PARA GESTANTES	
Atributos	Seus diferenciais	Diferenciais do competidor A	Diferenciais do competidor B	Diferenciais do competidor C
Produto/serviço	Filmagem e fotos do dia do nascimento do bebê, <i>site</i> , entrega a domicílio.	Entrega a domicílio	Grande variedade de marcas	<i>Atelier</i> próprio

Canais de vendas utilizados	Loja física, <i>site</i>	Loja física	Loja física	Loja física
Qualidade	Superior	Excelente	Bom	Excelente
Preço	O melhor da região	Bom	Acessível	Alto custo
Localização	De fácil e rápido acesso	Centro da cidade	Centro da cidade	Difícil localização
Publicidade	<i>Folders, outdoors, site</i> , redes sociais.	<i>Folders, outdoors</i>	<i>Outdoors</i>	<i>Folders, outdoors</i> , redes sociais
Tempo de entrega	Tempo de demora quando for a domicílio: duas horas	Tempo de demora quando for a domicílio: uma hora e meia	Imediato, pois só tem loja física	Se por encomenda, sete dias.
Métodos de distribuição	<i>Site</i> , entrega a domicílio e loja física	Loja física e entrega a domicílio	Loja física	Loja física
Garantias	Qualidade, bom atendimento e ótimo preço pela região	Qualidade e bom preço	Bom preço	Qualidade
Funcionários	A t e n d i m e n t o qualificado	Qualificado	Experiente	Qualificado
V a n t a g e n s competitivas	O cliente encontra tudo o que a gestante precisa em um lugar só	Várias marcas e preços variados	Vários modelos de roupas infantis e preços diferenciados	Vários modelos e preços para o vestuário da gestante, além de fazer roupas exclusivas
Pontos fortes	Entrega rápida, bom atendimento, ótimo preço, produtos diferenciados e possui <i>site</i>	Várias marcas, bom preço e ótima qualidade	Vários modelos, marcas e diversos preços para as várias classes sociais	Roupas exclusivas e excelente qualidade
Pontos fracos	Determinado número de marcas	Somente oferece produtos de higiene para os bebês e às gestantes	Oferece somente roupas para a linha infantil e não calçados	Preço muito alto, pois seu público alvo é a classe A

Fonte: Elaborado pelos autores (2014)

Marketing e vendas

O plano de *marketing* é necessário para traçar um caminho para a realização dos objetivos da empresa. Temos a definição dos produtos que serão comercializados e também os serviços que serão prestados. Como estes produtos serão disponibilizados para os clientes, a maneira como serão estipulados os preços e as promoções ofertadas para estimular as vendas da empresa.

rar as empresas.

O *marketing* é “o processo de planejar e executar a concepção, estabelecimento de preços, promoção e distribuição de ideias, bens e serviços a fim de criar trocas que satisfaçam metas individuais e organizacionais” (CHURCHILL; PETER, 2007 apud GOUVÊA, 2013, p. 3).

Produto

Tudo aquilo que é oferecido para compra no mercado, podendo ser físico, ideia ou prestação de serviço, e que suprirá de alguma forma o comprador, é considerado produto. Nos dias de hoje consumir virou algo importante para as pessoas, para a sociedade em que vivemos. Muitos são reconhecidos pelos bens materiais que conseguiram e não pelas pessoas que se tornaram.

“O produto é algo que pode ser oferecido a um mercado para sua apreciação, aquisição, uso ou consumo para satisfazer um desejo ou necessidade” (KOTLER, 1998, apud GOUVÊA, 2013, p. 79).

Preço

O preço é o que irá atrair o cliente até a compra do produto anunciado. Então, é de suma que este seja atrativo, fazendo com que o consumidor perceba que aquele produto irá certamente satisfazer seus desejos, a sua necessidade.

“O preço é uma das principais decisões que a empresa deve tomar, pois é um fator determinante da decisão de compra, e a única variável do *marketing mix* que gera receita. O preço é o que o consumidor deve pagar pelo produto, sua qualidade, sua oferta”, afirma Gouvêa (2013, p. 96).

A política de preços da empresa, inicialmente para conquistar os consumidores, será de precificar os produtos com valor menor que os apresentados pela concorrência. Vale também para os ensaios e decoração, sendo um serviço diferenciado com valor atraente.

Praça

A praça será o local onde o cliente adquirirá o produto que deseja comprar, que também pode ser denominado de ponto de venda. Deve ser um local apropriado, organizado, e que seja de modo simples e rápido para o consumidor fazer a aquisição do seu bem ou serviço.

Conforme Gouvêa (2013, p. 101) “a gestão da distribuição compreende o processo, a estrutura e a administração dos produtos (bens ou serviços) com a finalidade de torná-los disponíveis para as trocas”.

Os nossos produtos serão disponibilizados em uma loja física. As vendas, bazar e contratação de serviços, como a decoração e ensaio fotográfico, só serão feitos pela loja física. Teremos um *site* para que o cliente possa escolher e montar as listas de presentes e *kits*, este poderá ser feito totalmente *on-line*.

Promoção

Na empresa Gra'vidinhas, o foco está em trazer comodidade para os clientes, podendo estes fazerem encomendas *on-line* e ter seu recebimento e pagamento feitos a domicílio. Destaque para o serviço de foto/filmagem feito diretamente no hospital, exclusivo na região.

A ideia central do negócio é mostrar opções inovadores de mercado, com serviços que

ainda são poucos explorados na nossa região, aliados à comodidade que o público procura e preços justos. “O composto promocional pode ser definido como o conjunto de mensagens que o ofertante do produto comunica ao seu público-alvo e *stakeholders* em geral” (GOUVÊA, 2013, p. 104).

Oferecimento de bazar em loja, estimulando os clientes que gostam de fazer bons negócios com investimentos baixos. A precificação será altamente competitiva com as demais lojas do ramo.

Estratégias promocionais

A divulgação será feita através de jornais, redes sociais como *Facebook*, e realização de sorteios de brindes para atrair os clientes.

Localização do negócio

O negócio tem localização estratégica, abrangendo vasta região de clientes, gerando uma viabilidade favorável à empresa, de rápido e fácil acesso na cidade com vagas de estacionamento próprio e ótima vitrine direcionada à via principal de trânsito.

A localização em ponto favorável facilita o acesso dos clientes de regiões diversas e também diminui nossos custos com logística e entregas a domicílio.

Projeção de vendas

O mercado de linha infantil e para gestantes vem ganhando destaque pelo número de pessoas que procuram serviços e produtos relacionados a este tema. É fato que não há quem não conviva com uma gestante ou crianças ao seu redor. A procura é constante e diversificada, tendo uma vasta abrangência de consumidores.

A projeção de vendas esperada é boa, pois a empresa investirá em *marketing*, e por se tratar de uma novidade na região, isto atrairá muitos clientes, pela necessidade de compra ou até mesmo pela curiosidade em conhecer o negócio. Pretendemos fidelizar estes clientes devido ao bom atendimento e produtos de qualidade.

Análise estratégica

Gra'vidinhas conhece seus pontos fortes e fracos. Para isso, a empresa estabelece metas e objetivos para o futuro e tem estratégias para atingi-las. Como já foi visto na loja encontraremos vários produtos para gestantes e maternos infantis, tudo isso em um só lugar.

A meta da empresa até o final de 2017 é trabalhar com móveis para o quarto do bebê e obter mais marcas do vestuário materno infantil e gestacional, podendo assim ter vários preços diferenciados.

A empresa quer criar um *blog* até o final de 2015, para poder interagir mais com seus clientes, dando-lhes dicas sobre o dia a dia das mães com a ajuda de uma pedagoga, e poder compartilhar experiências. As mães podem enviar fotos dos seus filhos ou até mesmo da gestação. Como a Gra'vidinhas está também nas redes sociais, quer fazer promoções e sorteios.

Análise SWOT

Cada empresa deve conhecer seus pontos fortes e suas fraquezas, conhecer também as ameaças e seus concorrentes. As ameaças são desafios diários para as empresas, pois cada empresa deve ter uma estratégia para não sair do mercado ou até mesmo fechar as portas. Para isso optamos em realizar uma análise SWOT, para antecipar o que podem ser futuros riscos ao empreendimento e possíveis oportunidades, a fim de tomar decisões mais acertadas.

De acordo com informações extraídas do *site* Portal da Administração:

[...] O termo ‘**SWOT**’ é um acrônimo das palavras *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, e *threats* que significam respectivamente: forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, [...] a Análise SWOT se trata de uma ferramenta estrutural da administração, que possui como principal finalidade avaliar os ambientes internos e externos, formulando estratégias de negócios para a empresa com a finalidade de otimizar seu desempenho no mercado (BASTOS, 2014, s.p. grifo do autor).

Forças

Quadro 2. Forças

Fato	Estratégia
Entrega rápida	Continuar com a entrega a domicílio, contratar de forma terceirizada mais carros/motos para o atendimento ser rápido, e que os produtos cheguem em perfeito estado ao cliente final.
Bom atendimento	Fazer cursos e participar de palestras, para melhor atender seus clientes. Motivar os funcionários para que estes façam um bom trabalho.
Ótimo preço	Comprar produtos em maior quantidade de fornecedores que deem desconto à empresa, para assim não aumentar os preços dos produtos.
Produtos diferenciados	Fazer pesquisa de mercado para ver o que os clientes querem, estar atento às novas tendências do mercado.
<i>Site</i>	Estar sempre atualizando o <i>site</i> e deixando-o no ar.

Fonte: Elaborado pelos autores (2014)

Fraquezas

Quadro 3. Fraquezas

Fato	Estratégia
Pouca variedade de marcas	A empresa fará pesquisas para ter mais marcas e produtos diferenciados, sem perder a qualidade e bom preço.

Fonte: Elaborado pelos autores (2014)

Oportunidades

Quadro 4. Oportunidades

Fato	Estratégia
Rápido crescimento no mercado	O foco da Gra'vidinhas é manter seus clientes satisfeitos, para assim continuar no mercado. Para estes, indiretamente, fazerem uma boa campanha para a empresa, além de investir em <i>folders</i> , <i>site</i> , <i>cartões</i> e <i>outdoors</i> .

Fonte: Elaborado pelos autores (2014)

Ameaças

Quadro 5. Ameaças

Fato	Estratégia
Concorrência	Trabalhar sempre em prol da satisfação dos clientes, com produtos diferenciados, bom preço, promoções semanais, ótimo atendimento e qualidade superior dos produtos, além de sempre trazer novas tendências do mercado. Estar atento ao preço e produtos dos concorrentes.

Fonte: Elaborado pelos autores (2014)

Plano financeiro

O plano financeiro é de suma importância para termos a certeza da viabilidade do negócio. Nele se expressa toda a movimentação financeira, e como no nosso caso, o quanto será investido inicialmente para a abertura do negócio. O plano é composto pelo Balanço Patrimonial, Demonstrativo de Resultados e Demonstrativo de Fluxo de Caixa.

De acordo com as informações extraídas do *site* Dinheiro Inteligente (2012, s.p.):

O planejamento financeiro, através de um conjunto de ações, controles e procedimentos, possibilita, entre outras coisas, montar um orçamento, acompanhar as contas, saber se há sobra ou falta de recursos, tomar providências para nivelar o orçamento, no caso de falta, fazer investimentos, no caso de sobra de recursos.

O plano financeiro possibilita um controle exato das movimentações da empresa, é um grande aliado, afinal serve de base para muitas das decisões que precisam ser tomadas e para que se possa projetar investimentos futuros com maior margem de segurança.

Balanço patrimonial

O balanço patrimonial da empresa tem como objetivo, mostrar como está a situação da empresa, nos aspectos contábil, financeiro e econômico, em um determinado momento. Com o balanço patrimonial, conseguimos ver como de fato está a situação patrimonial da empresa em determinada data.

Segundo Tessari (2010, p. 100), “o Balanço é a demonstração contábil que tem por finalidade apresentar a situação patrimonial da empresa em um determinado momento, dentro de determinados critérios de avaliação”.

Demonstraremos o balanço contábil da empresa Gra`vidinhas de acordo com o que seria seu primeiro mês de funcionamento.

Quadro 6. Balanço patrimonial

ATIVO		PASSIVO	
Ativo Circulante		Passivo Circulante	
Caixa	33.000	Entregas terceirizadas	250
Estoque	60.000	Serviços fotográficos	550
		Aluguel	750
Ativo Não Circulante		Contas a pagar	450
Móveis	5.000	Fornecedores	30.000
Eletrônicos	2.000		
		PATRIMÔNIO LÍQUIDO	
		Capital Social	68.000
TOTAL	R\$100.000,00	TOTAL	R\$100.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2014)

Demonstração de resultados

A demonstração de resultados, nada mais é, do que um relatório que evidencia as informações financeiras da empresa, mostrando o resultado líquido do exercício da empresa, ou seja, se possui lucro ou prejuízo.

De acordo com Gouvêa (2013, p. 103):

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) traz uma síntese financeira dos resultados operacionais e não operacionais da empresa em determinado período. É uma demonstração contábil dinâmica que tem por objetivo evidenciar a formação do resultado líquido em um exercício, confrontando receitas, custo e despesas segundo o princípio contábil do regime de competência.

Como este plano de negócios tem a finalidade de apresentar um projeto de abertura de uma empresa, usaremos dados fictícios de acordo com projeções de vendas e realização de serviços durante um determinado período, que definimos ser para esta apresentação o primeiro mês de funcionamento da empresa, para realizar uma Demonstração de Resultado de Exercício.

Quadro 7. Demonstração de resultado

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO		
DRE – GRA`VIDINHAS		
RECEITAS		
Receita	de	Serviços
(5.500,00)		
(-) DESPESAS		
Despesas com Aluguel		(750,00)
Despesas com Terceirizados		(800,00)
Despesas	com	Energia
(200,00)		
Despesas com Internet/Telefone		(250,00)
(2.000,00)		
RESULTADO – Lucro líquido		3.500,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2014)

Fluxo de caixa

O fluxo de caixa, projeta e controla a movimentação das entradas e saídas dos recursos financeiros da empresa, ajuda a empresa a saber exatamente quais são as suas contas a pagar e qual é o saldo disponível no momento.

De acordo com Gouvêa (2013, p. 104), “O fluxo de caixa é um mapa onde se registram as estimativas de entrada (receitas) e saídas (custos) de recursos financeiros”.

Como este plano de negócios tem o objetivo de apresentar a abertura de uma empresa, não temos fluxo diário para ser expresso ainda, somente os dados iniciais e valores de abertura da mesma.

Considerações finais

Feito o plano de negócios, conclui-se que a empresa terá lucro e capital de giro. Mesmo tendo alguns concorrentes fortes, Gra'vidinhas vai se manter no mercado, pois oferece bom preço, ótimo atendimento e tudo o que a gestante precisa em um lugar só.

O mercado está em alto crescimento neste ramo e se a empresa ficar atenta às novas tendências, não vai deixar os concorrentes passarem à sua frente. Com o investimento feito, observa-se que a empresa terá seu retorno financeiro e começará a apresentar lucros a partir do quinto ano de funcionamento.

Estima-se um crescimento gradual, sem muitos investimentos nos anos iniciais, mas com o compromisso de fixar-se no mercado neste ramo, fidelizar clientes e conquistar ótimos fornecedores, para que assim, depois de alcançar estabilidade, fazer os investimentos necessários para dar continuidade ao crescimento da empresa.

Feitas as devidas análises, constatamos viável e lucrativo o negócio, com prósperas expectativas de crescimento tendo em vista as condições do mercado, dos consumidores, e da empresa.

Referências

BASTOS, Marcelo. **Análise SWOT (Matriz) – Conceito e aplicação**. Disponível em: <<http://www.portal-administracao.com/2014/01/analise-swot-conceito-e-aplicacao.html>>. Acesso em: 27 set. 2015.

FISTAROL, Carlos Fabiano. **Planejamento Estratégico**. Indaial: Uniasselvi, 2011.

GOUVÊA, Anna Beatriz T. Cautela. **Fundamentos de Marketing**. Indaial: Uniasselvi, 2013.

Dinheiro inteligente. **Planejamento Financeiro, porque é importante**. Disponível em: <<http://www.dinheirointeligente.com.br/website/artigo.asp?cod=1741&idi=1&id=16877>>. Acesso em: 27 set. 2015.

Simple Nacional. **O que é o Simple Nacional?** Disponível em: <<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimpleNacional/Documentos/Pagina.aspx?id=3>>. Acesso em: 17 out. 2014.

TESSARI, Osir Afonso. **Contabilidade Básica**. Indaial: Uniasselvi, 2010.

Artigo recebido em 15/06/16. Aceito em 18/08/16.
