

# Plano de Negócio



[newstyle@turbo.com.br](mailto:newstyle@turbo.com.br)

Av. Almirante Saldanha nº 701 Centro – Jussara CEP 76.270-000  
(062) 3373-3488 (062) 9982-6000

**Tatiana Santos de Castro**

[tatianaaranna@virtnet.com.br](mailto:tatianaaranna@virtnet.com.br)

**Marcelo Augusto de Souza**

[marcelotheo@hotmail.com](mailto:marcelotheo@hotmail.com)

**Vanda Almeida Santiago**

[vandasantiago@hotmail.com](mailto:vandasantiago@hotmail.com)

**Patrícia Rosineli Carvalhaes**

[patriciacarvalhaes@vitnet.com.br](mailto:patriciacarvalhaes@vitnet.com.br)

**Cleide Alves Carvalho**

[cleidecarvalho@hotmail.com](mailto:cleidecarvalho@hotmail.com)

**Eli Antonio Evangelista**

[Eliantonioo005@hotmail.com](mailto:Eliantonioo005@hotmail.com)

Maio  
2006



## SUMÁRIO

<b>1. Sumário Executivo</b> -----	<b>05</b>
<b>2. O Conceito do Negócio</b> -----	<b>08</b>
<b>2.1 O projeto</b> -----	<b>08</b>
<b>2.2 Missão</b> -----	<b>08</b>
<b>2.3 Valores Essenciais</b> -----	<b>08</b>
<b>2.4 Visão</b> -----	<b>08</b>
<b>3. Equipe de Gestão</b> -----	<b>09</b>
<b>4. Mercado e Competidores</b> -----	<b>13</b>
<b>4.1 Análise Setorial</b> -----	<b>13</b>
<b>4.2 Mercado Alvo</b> -----	<b>14</b>
<b>4.2.1 Consumidores</b> -----	<b>14</b>
<b>4.2.2 Fornecedores</b> -----	<b>14</b>
<b>4.3 Projeção de Vendas e <i>Market Share</i></b> -----	<b>14</b>
<b>4.3.1 <i>Market Share</i></b> -----	<b>15</b>
<b>4.3.2 Projeção de Vendas</b> -----	<b>15</b>
<b>4.4 Necessidade dos Clientes</b> -----	<b>16</b>
<b>4.5 Benefícios da <i>New Style</i></b> -----	<b>16</b>
<b>4.6 Concorrência / Competidores</b> -----	<b>16</b>
<b>4.7 Vantagem Competitiva</b> -----	<b>17</b>
<b>5. Marketing e Vendas</b> -----	<b>17</b>
<b>5.1 Os 4 P's</b> -----	<b>17</b>
<b>5.1.1 Produto / Serviço</b> -----	<b>17</b>
<b>5.1.2 Preço</b> -----	<b>18</b>
<b>5.1.3 Praça</b> -----	<b>18</b>
<b>5.1.4 Promoção e Publicidade</b> -----	<b>18</b>
<b>5.2 Estratégia de vendas</b> -----	<b>19</b>
<b>5.3 Parcerias Estratégicas</b> -----	<b>19</b>
<b>6. Estrutura e Operação</b> -----	<b>20</b>
<b>6.1 Organograma Funcional</b> -----	<b>20</b>
<b>6.2 Processo dos Negócios</b> -----	<b>21</b>
<b>6.3 Política de Recursos Humanos</b> -----	<b>22</b>



<b>6.4 Fornecedores de Serviços</b>	<b>22</b>
<b>6.5 Infra-estrutura e Localização</b>	<b>22</b>
<b>6.5.1 Infra-estrutura</b>	<b>22</b>
<b>6.5.2 Localização</b>	<b>23</b>
<b>7. Estratégia de Crescimento</b>	<b>23</b>
<b>7.1 Análise SWOT</b>	<b>23</b>
<b>7.2 Cronograma Implantação</b>	<b>24</b>
<b>8. Projeção de Custos / Despesas</b>	<b>25</b>
<b>8.1 Planilha de Investimento</b>	<b>25</b>
<b>8.2 Despesas</b>	<b>26</b>
<b>8.3 Custos Variáveis</b>	<b>27</b>
<b>8.4 Demanda Anual estimada</b>	<b>27</b>
<b>8.5 Faturamento Médio no Primeiro Período</b>	<b>28</b>
<b>8.6 Projeção de Resultados nos Quatro Períodos Subseqüentes</b>	<b>28</b>
<b>8.7 Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)</b>	<b>30</b>
<b>8.8 Projeção de Fluxo de Caixa</b>	<b>31</b>
<b>8.9 VPL, TIR e Pay Back</b>	<b>31</b>
<b>9. Bibliografia</b>	<b>33</b>



## Anexos

01- Parceiros / Jussara e Goiânia

02- *Layout* da Empresa

03- Trabalhos Realizados com Tema de Educação Ambiental e Desenvolvimento Sustentável

04- Participação no Social

05- Modelo de Contrato de Prestação de Serviços





## **Estrutura e Operação**

A empresa *New Style* encontra-se instalada a Avenida Almirante Saldanha nº 791 no Centro de Jussara – GO. Possui uma estrutura funcional prática e arrojada, planejada para oferecer todas as condições para um trabalho eficiente. Possui três escritórios e uma sala de reunião integrados em rede, recepção confortável, copa e banheiro. A *New Style* dispõe de moderna tecnologia em telefonia e sistema de segurança. Com modelo de gestão moderno e participativo. O espírito de trabalho em equipe é o que sustenta toda a equipe *New Style*, trabalhamos compartilhando confiança mútua, o que nos dá a segurança de estar oferecendo sempre uma prestação de serviços com responsabilidade e honestidade.

## **Marketing e Venda**

A estratégia de *Marketing* da *New Style* é manter a imagem de “dinamismo”. Estar sempre realizando eventos e divulgando-os em rádios, jornais fortalecendo nossa marca. Boas parcerias com fornecedores e prestadores de serviços especializados nos dão a possibilidade de oferecer preço competitivo e qualidade, fidelizando nossos clientes.

As projeções para a realização de eventos estimam um crescimento médio de 5% por período. Nosso objetivo é manter constantes as visitas à nossa carteira de clientes, para estreitar relações, mostrar nossos resultados, para que nosso crescimento venha se manter estável, sem problemas com a concorrência.

## **Estratégia de Crescimento**

A *New Style* foi projetada para atender toda a região do Mato Grosso Goiano, por ser privilegiada geograficamente a sua localização. O fato de ainda não termos concorrência local em assessoria personalizada para eventos e as constantes visitas aos clientes tem nos permitido um crescimento satisfatório. Com a expectativa de fortalecer algumas parcerias em Goiânia buscaremos ampliar nosso campo de atuação, considerando o investimento previsto para implantação na ordem de R\$ 50.000,00. Para tal investimento a empresa realizará dois mega eventos extra programação, prevendo a lucratividade em torno de R\$ 40.000,00.



## **Previsão dos Resultados Financeiros**

A empresa *New Style* dentro do que se esperava se mostra um empreendimento viável com retorno satisfatório aos associados. Nossa operação enquanto desenvolvida só na região do Mato Grosso Goiano resultou num lucro líquido de R\$ 61.310,00 no período e uma taxa interna de retorno de 111,38% no período. Trabalhamos com duas expectativas do valor presente líquido com a taxa mínima de atratividade de 5% sendo R\$ 109.179,35 no período, e com a taxa mínima de atratividade de 10% sendo R\$ 93.429,46 no período.



## **2. CONCEITO DO NEGÓCIO**

### **2.1 O projeto**

A *New Style* promotora de eventos tem por finalidade a realização de eventos empresariais, sociais, culturais, políticos, comerciais e outros. Surgiu através da necessidade identificada em nossa região de uma agência que realizasse qualquer modalidade de evento, desde a organização, montagem, até a desmontagem do mesmo.

A *New Style* é uma empresa moderna que conta com o apoio de entidades e empresas representativas em vários segmentos. A *New Style* vem colaborando com vários setores da economia que se utilizam da realização de eventos, com o intuito de divulgar e ampliar seu campo de atuação e fortalecimento de sua marca.

A *New Style* se preocupa com a promoção de eventos integrados a ações que proporcionam o desenvolvimento sustentável e com projetos voltados para educação ambiental.

### **2.2 Missão**

A *New Style* tem como missão atuar no segmento de promoção de eventos com excelência e requinte, oferecendo serviços personalizados, buscando sempre a satisfação de nossos clientes.

### **2.3 Valores Essenciais**

Os valores são a essência da empresa que busca o sucesso, e os conquistamos graças ao esforço de todos que estão envolvidos, trabalhando com HONESTIDADE, COMPETÊNCIA E RESPONSABILIDADE.

### **2.4 Visão**

Ser reconhecida pela excelência, inovação e organização na promoção de eventos.



### **3. EQUIPE DE GESTÃO**

- **Diretor Administrativo**

**Tatiana Santos de Castro, 40 anos**

**Escolaridade:**

Ensino Superior

Instituição: UniFAJ

Curso: Administração de Empresas

Período: 8º

**Experiência:**

- Presidente da Associação das Voluntárias do Bem-estar Social de Jussara, 1990\1998.
- Diretora Administrativo-Comercial da Rádio Cultural do Araguaia Ltda, 1998\2002.
- Presidente da Rádio Ativa Fm Ltda, 2002\2005.
- Agente Público (mandato 2005-2008)

**Competência:**

Responsável pela captação de clientes, captação de recursos, planejamento de *marketing* para clientes em conjunto com Diretora de *Marketing* e Mídia; Políticas de Recursos Humanos clientes/fornecedores, e coordenadora dos trabalhos executados pelos diretores.

**Participação no capital integralizado: 16,7 %**

- **Diretor Artístico:**

**Eli Antonio Evangelista, 25 anos**



**Escolaridade:**

Ensino Superior

Instituição: UniFAJ

Curso: Administração de Empresas

Período: 8º

**Competência:**

Responsável por toda produção artística, comunicação visual, contratação de *designers*, filmagens, fotografias, projetos de arquitetura e convites.

**Participação no capital integralizado: 16,66%**

• **Diretor de Produção:**

**Marcelo Augusto de Souza, 23 anos**

**Escolaridade:**

Ensino Superior

Instituição: UniFAJ

Curso: Administração de Empresas

Período: 8º

**Experiência:**

Compra\venda

Lubrificantes Jussara Ltda, 1998\ 2005

Agropecuária Córrego dos Pilões, 1996\ 2006

**Competência:**

Responsável pelo departamento financeiro da empresa; responsável pelas contratações dos recursos necessários: palcos, stands, tendas, passarelas, e outros. Coordena todos os serviços contratados: som, iluminação, *data shows* e mão-de-obra necessária.

**Participação no capital integralizado: 16,66%**

- **Diretora de *Marketing* e Mídia:**

**Vanda Almeida Santiago, 26 anos**

**Escolaridade:**

Ensino Superior

Instituição: UniFAJ

Curso: Administração de Empresas

Período: 8º

**Experiência:**

Emily Modas \Vendas, 1999\2001

Lojas Dragão confecções\ Vendas, 1994\1996

Escritório MW Contabilidade, 1996 \ 1997

Professora Municipal, 2001\2004

Coordenação Escola Municipal, 2004\2006

**Competência:**

Responsável por todas as atividades de *marketing* da *New Style* e dos eventos contratados, ou seja, divulgação, entrevista, cobertura dos eventos ao vivo, mídia televisiva, escrita e falada. *Feedback* dos clientes. Trabalha diretamente com a diretora administrativo Tatiana Santos de Castro. Responsável pela redação e conteúdo dos textos que são divulgados, pela empresa.

**Participação no capital integralizado: 16,66%**



- **Diretora de Cerimonial**

**Cleide Alves de Carvalho, 25 anos**

**Escolaridade:**

Ensino Superior

Instituição: UniFAJ

Curso: Administração de Empresas

Período: 8º

**Experiência:**

Supermercado São Francisco\Caixa, 1994 \ 2000

Montana Country \Vendas 2001\2005

**Competência:**

Responsável por todo o direcionamento personalizado e acompanhamento dos eventos contratados, conforme os protocolos e formalidades exigidas nos mesmos como: formaturas, casamentos, feiras, aniversários. Contrata manobristas, recepcionistas, seguranças. Escolhe músicas, estipula os horários, sugere as roupas adequadas ao estilo dos eventos, posicionamento de convidados, coordena o *telemarketing* para dar informações sobre eventos e confirmação de lista de convidados. Responsável também pelas visitas e o *feedback* da carteira de clientes.

**Participação no capital integralizado: 16,66%**

- **Diretora de Decoração e Buffet:**

**Patrícia Rosinelli Oliveira Carvalhaes, 22 anos**

**Escolaridade:**

Ensino Superior



Instituição: UniFAJ

Curso: Administração de Empresas

Período: 8º

**Experiência:**

Supermercado Doce Lar\Auxiliar de Escritório, 2000\2006

**Competência:**

Responsável por toda contratação de *Buffet* e decoração. Personalização do evento, dando sugestões sobre cardápios adequados ao evento, *layout* do local, estilo, cores, luzes, flores naturais ou artificiais, lembranças, etc...

**Participação no capital integralizado: 16,66%**

## **4. MERCADO E COMPETIDORES**

### **4.1 Análise Setorial**

Jussara é cidade pólo da região do Mato Grosso Goiano, circundada por cidades de menor porte que basicamente “dependem” da estrutura comercial e educacional de Jussara. O cenário mostrou-se muito favorável à existência de uma empresa promotora de eventos, pois além dos acontecimentos sociais comuns, como casamentos, formaturas, aniversários, bailes de debutantes, A cidade supracitada conta com duas Faculdades que formam de quatro a seis turmas a cada seis meses.

A região, por estar distante dos grandes centros é carente de atrações (*shows*, eventos culturais, eventos de lazer), e de acordo com essa realidade, vislumbra-se a possibilidade da promoção desses eventos ser muito lucrativa.

Percebemos também que a concorrência do comércio local já existente dentro do nosso mercado coloca o “evento” como arma competitiva. E muitos empresários já têm utilizado promoção de eventos (aniversário das lojas, festas promocionais, confraternização em datas especiais) para fortalecerem sua imagem frente à sociedade.

Até pouco tempo atrás eram contratados prestadores de serviços relacionados à promoção de eventos, de outras regiões. Pois, não existia uma empresa local apta a prestar



estes serviços a comunidade jussareense. Percebemos então a necessidade de introduzir no mercado uma empresa de credibilidade e responsabilidade, que pudesse oferecer serviços de qualidade e com preço acessível, de acordo com a realidade econômica da região.

## **4.2 Mercado Alvo**

### **4.2.1 Consumidores**

Público alvo é o consumidor que deseja realizar um evento, mas não possui *Know How*<sup>1</sup>, e em muitas ocasiões também não tem tempo para organizar um evento. Alguns dos focos principais da empresa são os eventos de formatura, casamento, leilões, promoção de *shows*, festas de pecuária e eventos empresariais, oferecendo toda assessoria, desde o planejamento até a execução. O perfil de consumidor é exigente, que procura qualidade, moderno, gosta de criatividade, bom preço e pontualidade. A prestação de serviço pretende abranger não só o público Jussareense, mas também, todas as cidades circunvizinhas.

### **4.2.2 Fornecedores**

De acordo com a dimensão do evento a ser realizado, a *New Style* possui uma rede de parcerias, que são nossos fornecedores, que objetiva viabilizar eventos de pequeno, médio e grande porte, oferecendo todo suporte necessário, como *buffets*, estúdios de som e filmagem, palcos, tendas, serviços gráficos, serigrafias, apoio de *marketing* e outros (Anexos 01/02). Valorizamos as mãos-de-obra locais, procurando contratar os serviços da comunidade, com exceção dos eventos que não possuímos estrutura necessária, nestes casos e buscamos parceiros em grandes centros.

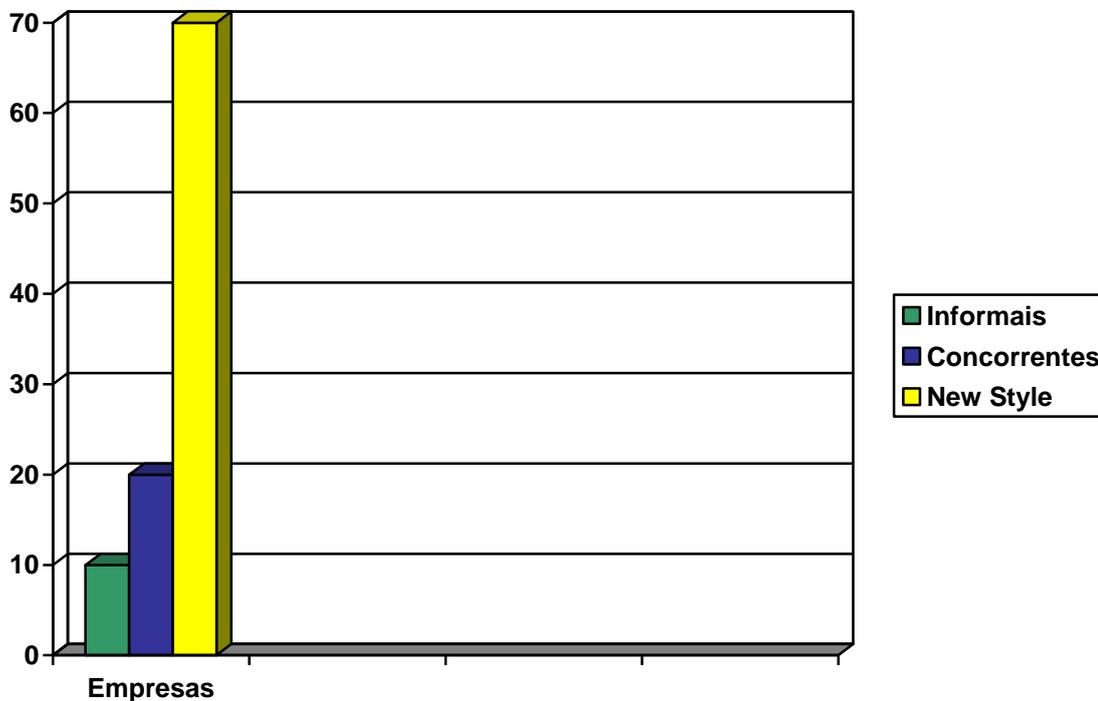
## **4.3 Projeção de Vendas e *Market Share***

A *New Style* embora seja uma empresa nova no mercado, conseguiu um resultado positivo no seu segundo período efetivo. Nos quatro primeiros períodos projetados, estimamos uma projeção de vendas satisfatória, pois esperamos que o público já tenha conhecimento da empresa e aprovação do nosso desempenho.

---

<sup>1</sup>-Saber fazer algo; conhecimento.

### 4.3.1 Market Share



Esses dados são resultados de uma pesquisa de campo realizada com os proprietários dos “Espaços” onde são realizadas festas na cidade de Jussara e municípios circunvizinhos, com o objetivo de saber o nosso potencial de mercado.

### 4.3.2 Projeção de Vendas

Mês e Ano	Quantidade/Eventos	Resultado Estimado
05/06 a 10/06	17	R\$ 62.840,00
11/06 a 04/07	18	R\$ 68.240,00
05/07 a 10/07	19	R\$ 71.665,00
11/07 a 04/08	20	R\$ 73.915,00



#### **4.4 Necessidades dos Clientes**

Vários são os motivos que levam os clientes a contratar nossos serviços, independente do evento ser social, empresarial, cultural, lazer e outros. Eles necessitam de uma assessoria que disponha de toda infra-estrutura de informações, orçamentos, acompanhamento personalizado que viabilize a realização de eventos e realizem sonhos ou agreguem valor à empresa perante a sociedade.

Portanto, a *New Style* possui profissionais qualificados para elaborar e executar eventos com qualidade, competência e formalidade que o cliente procura.

#### **4.5 Benefícios da *New Style***

Com base nas necessidades dos nossos clientes, identificamos os seguintes benefícios oferecidos pela *New Style*:

- Preço competitivo devido à parceria com fornecedores que possibilita poder de negociação a favor do cliente;
- Total comprometimento com o projeto do cliente – dedicação para que o que foi planejado no papel se concretize na realidade;
- Prestação de serviços beneficentes, sem fins lucrativos<sup>2</sup>;
- Prestação de serviços com temas voltados para a Educação Ambiental<sup>3</sup>.

#### **4.6 Concorrência/Competidores**

Não há empresa deste segmento em Jussara e cidades circunvizinhas. Os concorrentes estão localizados no mínimo a 120 km de distância.

Periodicamente surgem agenciadores de outras cidades oferecendo a prestação de serviços. Existe no local uma concorrência informal, pessoas que são autônomas e que oferecem prestação de serviços sem personalização e de forma isolada.

---

<sup>2</sup> Anexo 04

<sup>3</sup> Anexo 03



## 4.7 Vantagem Competitiva

Através de muitas informações no mercado sobre os concorrentes e necessidades dos clientes, procuramos desenvolver ações que nos desatacassem com as seguintes vantagens competitivas:

- Atendimento personalizado;
- Preço acessível, com alta qualidade;
- Agilidade;
- Criatividade;
- Pontualidade;
- Proximidade do mercado-alvo;
- Credibilidade dos serviços prestados;
- Boas parcerias;
- Responsabilidade Social

## 5. Marketing e Vendas

### 5.1 Os 4 P's

Desde o início deste projeto tivemos a certeza de que a viabilidade do nosso negócio estaria relacionada a esta etapa. Tivemos a preocupação de oferecer um diferencial na nossa prestação de serviços.

*“Pensamos em uma empresa que atende-se os clientes em casa, tudo isso para manter a fidelidade, além de termos produtos personalizados, mostrando que tivemos a preocupação de inovar”. (Letras contábeis, Jequié, Bahia, v.13, Ano 5, p.7-7, ago.2005)*

Trabalhar o marketing corretamente é a nossa estratégia mais poderosa. Os nossos 4 P's são portanto, nossa arma competitiva.

#### 5.1.1 Produto / Serviço

A prestação de serviços que oferecemos é produzir eventos que tenham excelência, tanto na elaboração quanto na execução. O evento atualmente tem se tornado importantíssimo



na vida das pessoas e das empresas. Trata-se de uma tarefa complexa, por ser personalizada e especializada, por necessitar de mão-de-obra qualificada e de grande responsabilidade, porque busca realizar o sonho das pessoas. Todos eventos têm objetivos tais como: realizar sonhos, promoção pessoal ou empresarial seja ele lucrativo ou beneficente.

A importância do evento não acaba quando ele termina, após sua conclusão é que colhemos os resultados. Se foi satisfatório e trouxe realização pessoal, se foi uma arma competitiva ampliando as vendas e, se realizaram sonhos. A importância de um evento, atualmente é o que ele vem agregar a vida das pessoas.

### **5.1.2 Preço**

Nosso preço é competitivo e nossa política de preço é adaptativa às circunstâncias do mercado.

- Cobramos de 15% a 20% de comissão sobre o que terceirizamos. O valor do contrato irá variar de acordo com as necessidades de uso do cliente.
- Trabalhamos com a possibilidade de patrocinadores para eventos, sendo que há variação percentual de comissão de 20% a 70%, dependendo da negociação sobre o evento realizado.

### **5.1.3 Praça**

De início a área de atuação é a cidade de Jussara e os municípios circunvizinhos, mas as parcerias com as empresas terceirizadas de Goiânia têm nos dado a oportunidade de contactar com clientes potenciais na capital, vislumbrando a possibilidade de abrir um escritório em Goiânia, com o objetivo de ampliarmos nosso campo de atuação.

### **5.1.4 Promoção e Publicidade**

Divulgamos a *New Style* com campanhas publicitárias, em rádios, jornais regionais, propaganda volante, mala direta, cartazes e panfletos, e com a realização de eventos próprios o que também fortalece a nossa marca. E, quando os clientes desejam divulgar seus eventos publicamos também fotos em jornais, dos mesmos, realizados pela empresa. Mas, o que nos promove realmente, é o corpo a corpo com o público-alvo, o próprio evento que agenciamos



nos permite influenciar outros a também realizar eventos com nossa equipe. Pois, o evento dá essa abertura, estreitas relações, trocas de experiências, informações ganhando assim, novos clientes.

Quando executamos a propaganda de um evento que agenciamos, nosso nome aparece em todo tipo de mídia escrita e falada, como “Organização e Promoção *New Style*”.

## **5.2 Estratégia de Vendas**

Nossas estratégias foram e são elaboradas de acordo com as circunstâncias do mercado, algumas já implantadas:

- Ter imagem dinâmica e moderna - Quando estivermos em fase de poucos eventos contratados, promoveremos eventos nossos, como: *shows*, serestas, campeonatos com patrocinadores para nunca distanciarmos da mídia e do corpo a corpo com os clientes;
- Preço competitivo - As boas parcerias com fornecedores que temos nos dá poder de negociação repassando preço acessível e boa qualidade aos clientes;
- Se necessário, trabalhamos com uma taxa de retorno menor para não perdemos clientes para concorrência;
- Visitas permanentes a nossa carteira de clientes.

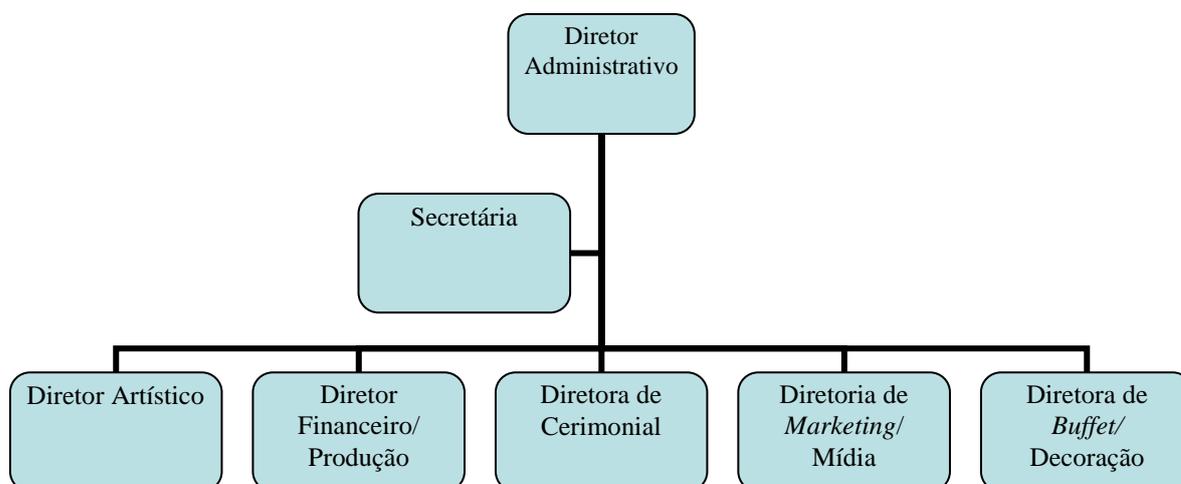
## **5.3 Parcerias Estratégicas**

Nossa parceria com as empresas que terceirizamos os serviços acontece com um laço de profissionalismo e confiança. A sintonia com que trabalhamos nos dá a tranquilidade de que, em qualquer momento de um trabalho que esteja sendo executado, fazer modificações que corrijam falhas, sem constrangimento, pois estamos comprometidos em nível igual com a satisfação de nossos clientes. Parceiros certos é chave para o sucesso, indicamos clientes mutuamente, e temos um lema: Time que está ganhando não se mexe. Nossos parceiros estão em maioria em Jussara e Goiânia.

## 6. ESTRUTURA E OPERAÇÃO

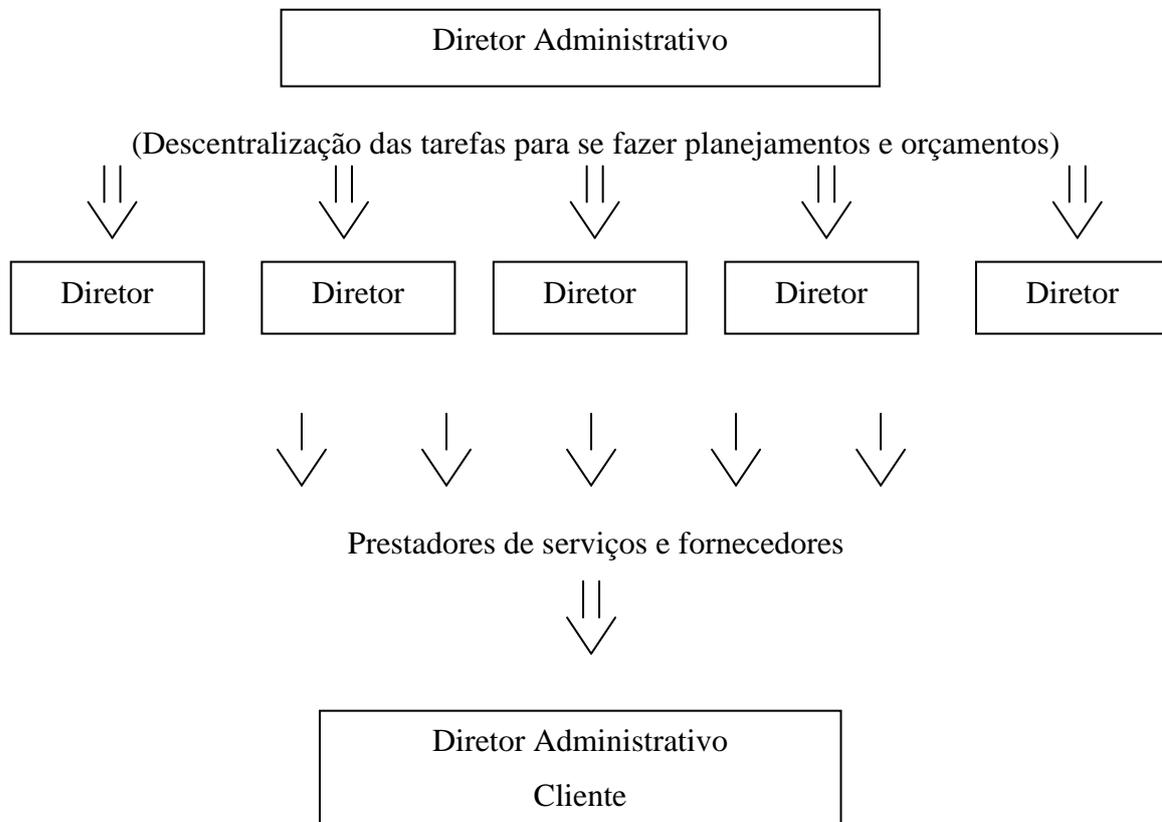
### 6.1 Organograma Funcional

O organograma funcional estabelece as diretorias e respectivas funções e a ligação direta e indiretamente com o diretor administrativo e a secretária.

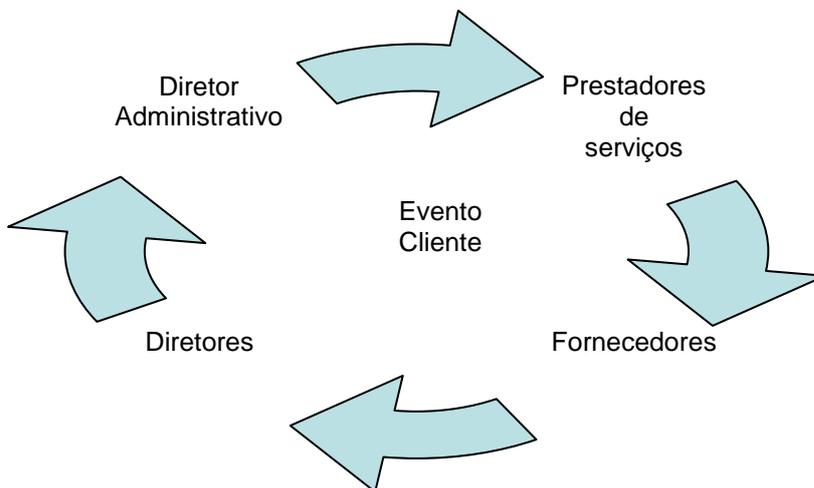


## 6.2 Processo dos Negócios

(Captação de clientes e de recursos, análise das necessidades para se realizar eventos)



(Apresentação do planejamento, projeção de custos e aprovação do cliente)





### **6.3 Política de Recursos Humanos**

Pregamos a visão de uma equipe integrada pela confiança e responsabilidade depositada mutuamente. Há distribuição de tarefas que objetiva resultados mais eficientes. De acordo com as necessidades da agência, nos colocamos a disposição para fazer cursos de aperfeiçoamento.

Trabalhamos diretamente com parceiros que terceirizamos serviços, e estes também devem estar comprometidos com os resultados da parceria que realizamos que é a satisfação dos nossos clientes.

Os pagamentos são efetuados impreterivelmente depois de concluídos os eventos.

### **6.4 Fornecedores de Serviços**

Nossos fornecedores de serviços são empresas que possuem *Know How* nos serviços que executam. Tem comprometimento com datas, horários e a qualidade dos serviços prestados. São selecionados de acordo com a necessidade do evento que estamos realizando. Evento maior, como já foi dito anteriormente, é necessário contratar fornecedores de Goiânia, visando atender as necessidades da agência.

### **6.5 Infra-estrutura e Localização**

#### **6.5.1 Infra-estrutura**

A estrutura física e o *layout* da *New Style* foram projetados para oferecer condições práticas e eficientes no processo do trabalho e conforto aos sócios e clientes. É composta por três escritórios, uma sala de reunião, uma recepção, copa e banheiro. A sala de reunião e os escritórios são integrados em rede e dispõe de moderna tecnologia de telefonia, sistema de segurança e climatização. (Anexo 02- *Layout* da empresa)

## 6.5.2 Localização

A empresa *New Style* tem escritório instalado a Avenida Almirante Saldanha n° 791 Centro. A avenida é uma das principais vias de acesso a todos os setores da cidade, portanto, a empresa possui uma localização estratégica.

## 7. Estratégia de Crescimento

Por se tratar de atuar em uma região com poder aquisitivo modesto, fizemos uma pesquisa de campo para analisar ameaças e riscos possíveis, constando a importância de trabalhar fortemente com os pés no chão, elaborando metas possíveis de cumprir para não surgir complicações que possam denegrir a imagem da empresa.

### 7.1 Análise SWOT

INTERNA	
FORÇAS	FRAQUEZAS
<p><b>Localização</b> - cidade pólo da região onde atua;</p> <p><b>Pontualidade</b> - com datas e horários programados;</p> <p><b>Parcerias com fornecedores</b>, conseguindo preço menor, ou seja, melhor custo benefício, garantindo qualidade;</p> <p><b>Assessoria completa e personalizada;</b></p> <p><b>Parcerias de comunicação da região;</b></p> <p><b>Parcerias com empresas de Goiânia</b> – possibilitando a ampliação do nosso campo de atuação.</p>	<p>Algumas pessoas do interior valorizam mão-de-obra de fora;</p> <p>Por ser a primeira agencia do ramo na região, trabalhamos duro para conquistar credibilidade e introduzir a mentalidade de quem compensa contratar nossos serviços;</p> <p>Recursos financeiros;</p> <p>Ainda criando carteira de clientes;</p> <p>Aprender a mensurar os resultados (desempenho);</p>
EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<p>Não existe prestadora de serviço similar na região;</p>	<p>A localização no interior corre o risco de atrasar as ações programadas quando</p>

<p>Faltam recursos materiais necessários para realizar eventos de maior porte na região;</p> <p>Pessoas com qualificação, capacidade e criação e disposição para prestar assessoria e eventos e realizar.</p>	<p>dependem de recursos materiais e humanos de fora;</p> <p>Pequenas empresas familiares que oferecem prestação de serviços similares, mas de forma isolada e barata;</p> <p>Concorrência dos grandes centros. Agenciadores contatam com possíveis clientes prometendo o mundo e o fundos.</p>
---	--

## 7.2 Cronograma de Implantação

Descrição	Agosto	Setembro	Outubro
Documentação para abertura	X		
Reforma	X		
Instalação		X	
Divulgação e Lançamento		X	X
Ações de Marketing		X	X
Inauguração			X

## 8. Projeção de Custos/Despesas

### 8.1 Planilha de Investimento

<b>Discriminação</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unit.</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Equipamentos A</b>			
Computadores	3	R\$ 1.800,00	R\$ 5.400,00
Impressora	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
Aparelho de telefone	5	R\$ 49,00	R\$ 250,00
Aparelho de fax	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Ar condicionado	4	R\$ 600,00	R\$ 2.400,00
Sistema de segurança	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Frigobar	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Notebook	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
Fogão 2 bocas	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
<b>Subtotal A</b>			R\$ 13.850,00
<b>Mobiliário B</b>			
Mesas de escritório	4	R\$ 300,00	R\$ 1.200,00
Cadeiras de escritório	10	R\$ 69,00	R\$ 690,00
Arquivo de aço	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00
Cadeira dupla especial recepção	2	R\$ 250,00	R\$ 500,00
Mesa reunião	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Cadeira da sala de reunião	6	R\$ 69,00	R\$ 418,00
Armário de aço	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Mesa peq. Computador	3	R\$ 130,33	R\$ 391,00
<b>Subtotal B</b>			R\$ 4.550,00
<b>Complementares C</b>			
Material de escritório (caneta, clipes, resma de papel, grampeador)	Diversos	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Material de Cozinha (garrafa térmica, bandeja, xícaras, copos, panelas)	Diversos	R\$ 190,00	R\$ 190,00
Botijão de Gás	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
Decoração (quadros, vasos, flores, tapetes)	Diversos	R\$ 400,00	R\$ 400,00
<b>Subtotal C</b>			R\$ 740,00

<b>Outros Custos D</b>			
Reforma Local	Diversos	R\$ 2.666,00	R\$ 2.666,00
Despesas de contrato	Diversos	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Despesas de documentação	Diversos	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Despesas de registro	Diversos	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Despesas de campanha de lançamento (2 meses)	Diversos	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
<b>Subtotal D</b>			R\$ 6.850,00
<b>Capital de giro</b>		R\$ 7.500,00	R\$ 7.500,00
<b>Total Geral</b>			R\$ 33.000,00

**Composição do Capital da Empresa: R\$ 5.589,00**

### 8.1.2 Despesas

Serão consideradas despesas, os recursos efetivamente utilizados no processo de promoção de eventos e que não dependem da quantidade de serviços prestados, a seguir:

<b>Discriminação</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unit.</b>	<b>Valor Total</b>
Secretária	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Água, luz, telefone, IPTU	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Material de limpeza/cozinha	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
Material de escritório	Diversos	R\$ 50,00	R\$ 50,00
Honorário Contábil	1		R\$ 150,00
FGTS	1/6	R\$ 38,22	R\$ 38,22
Ferías c/ adicional constitucional	1/6	R\$ 44,45	R\$ 44,45
13º salário	1/6	R\$ 33,33	R\$ 33,33
Pró-labore sócios	6	R\$ 500,00	R\$ 3.000,00
Mídia (propaganda)	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Aluguel	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 4.796,00</b>

\* A partir do terceiro período nossas despesas tiveram um aumento médio de 3% como consta nos quadros de faturamento médio estimado.

### 8.1.3 Custos Variáveis

Os custos variáveis estão apresentados para efeito de se ter conhecimento da variação de valores dos serviços terceirizados, mas não incorrem por conta da *New Style*, e sim são custos incorridos na porcentagem negociada com cada prestador de serviço e fornecedor.

<b>Discriminação</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unit.</b>
Publicidade e Propaganda (rádio, gráficas e propaganda volante)	01	R\$ 500,00/ R\$ 1.000,00
Combustível	01	R\$ 400,00/ R\$ 600,00
Contratação de serviços de terceiros (som e tenda).	01	R\$ 1.000,00/ R\$ 2.000,00
Mão-de-obra temporária	01	R\$ 30,00/ R\$ 50,00
Aluguel de palco, mesas, cadeiras etc.	01	R\$ 500,00/ R\$ 4.000,00
Decoração	01	R\$ 1.000,00/ R\$ 10.000,00
<i>Buffet</i>	01	R\$ 18,00/ R\$ 25,00

### 8.1.4 Demanda Anual Estimada por evento

<b>Eventos</b>	<b>Ago.</b>	<b>Set.</b>	<b>Out.</b>	<b>Nov.</b>	<b>Dez.</b>	<b>Jan.</b>	<b>Fev.</b>	<b>Mar.</b>	<b>Abr.</b>	<b>Mai.</b>	<b>Jun.</b>	<b>Jul.</b>
Casamentos						X				X		
Formaturas	X					X						
Leilões	X		X					X	X			
Bailes/ Serestas	X				X				X	X	X	
Festa de Pecuária		X										X
Eventos Sociais				X	X		X			X		
<i>Shows</i>								X				X

### 8.1.5 Faturamento Médio no 1º Período

<b>Evento</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário Bruto</b>	<b>%</b>	<b>Valor Unitário Líquido</b>	<b>Valor Total</b>
Formatura	04	R\$ 35.000,00	20	R\$ 7.000,00	R\$ 28.000,00
Casamento	06	R\$ 15.000,00	15	R\$ 2.250,00	R\$ 13.500,00
Leilão	02	R\$ 9.000,00	17	R\$ 1.530,00	R\$ 3.060,00
Pecuária	01	R\$ 4.500,00	100	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00
Baile/ Serestas	02	R\$ 7.000,00	48	R\$ 3.425,00	R\$ 6.850,00
Show	01	R\$ 9.600,00	64	R\$ 5.400,00	R\$ 5.400,00
Total Eventos	16				
<b>Total</b>					<b>R\$ 61.310,00</b>

O faturamento médio mensal será de: R\$ 10.218,33 resultante na divisão R\$ 61.310,00/6, sendo nossos períodos de análises igual a seis meses.

### 8.1.6 Projeção de Resultados nos quatro períodos subsequentes

#### 1º Período

<b>Evento</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário Bruto</b>	<b>%</b>	<b>Valor Unitário Líquido</b>	<b>Valor Total</b>
Formatura	04	R\$ 35.000,00	20	R\$ 7.000,00	R\$ 28.000,00
Casamento	06	R\$ 15.000,00	15	R\$ 2.250,00	R\$ 13.500,00
Leilão	03	R\$ 9.000,00	17	R\$ 1.530,00	R\$ 4.590,00
Pecuária	01	R\$ 4.500,00	100	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00
Baile/ Serestas	02	R\$ 7.000,00	48	R\$ 3.425,00	R\$ 6.850,00
Show	01	R\$ 9.600,00	64	R\$ 5.400,00	R\$ 5.400,00
Total Eventos	17				
<b>Total Bruto</b>					<b>R\$ 62.840,00</b>
<b>Custos Totais</b>					<b>R\$ 28.776,00</b>
<b>Total Líquido</b>					<b>R\$ 34.064,00</b>

## 2º Período

<b>Evento</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário Bruto</b>	<b>%</b>	<b>Valor Unitário Líquido</b>	<b>Valor Total</b>
Formatura	04	R\$ 35.000,00	20	R\$ 7.000,00	R\$ 28.000,00
Casamento	06	R\$ 15.000,00	15	R\$ 2.250,00	R\$ 13.500,00
Leilão	03	R\$ 9.000,00	17	R\$ 1.530,00	R\$ 4.590,00
Pecuária	01	R\$ 4.500,00	100	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00
Baile/ Serestas	02	R\$ 7.000,00	48	R\$ 3.425,00	R\$ 6.850,00
Show	02	R\$ 9.600,00	64	R\$ 5.400,00	R\$ 10.800,00
Total eventos	18				
<b>Total Bruto</b>					<b>R\$ 68.240,00</b>
<b>Custos Totais</b>					<b>R\$ 28.776,00</b>
<b>Total Líquido</b>					<b>R\$ 39.466,00</b>

## 3º Período

<b>Evento</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário Bruto</b>	<b>%</b>	<b>Valor Unitário Líquido</b>	<b>Valor Total</b>
Formatura	04	R\$ 35.000,00	20	R\$ 7.000,00	R\$ 28.000,00
Casamento	06	R\$ 15.000,00	15	R\$ 2.250,00	R\$ 13.500,00
Leilão	03	R\$ 9.000,00	17	R\$ 1.530,00	R\$ 4.590,00
Pecuária	01	R\$ 4.500,00	100	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00
Baile/ Serestas	03	R\$ 7.000,00	48	R\$ 3.425,00	R\$ 10.275,00
Show	02	R\$ 9.600,00	64	R\$ 5.400,00	R\$ 10.800,00
Total eventos	19				
<b>Total Bruto</b>					<b>R\$ 71.665,00</b>
<b>Custos Totais</b>					<b>R\$ 28.919,88</b>
<b>Total Líquido</b>					<b>R\$ 42.745,12</b>

#### 4º Período

Evento	Quantidade	Valor Unitário Bruto	%	Valor Unitário Líquido	Valor Total
Formatura	04	R\$ 35.000,00	20	R\$ 7.000,00	R\$ 28.000,00
Casamento	07	R\$ 15.000,00	15	R\$ 2.250,00	R\$ 15.750,00
Leilão	03	R\$ 9.000,00	17	R\$ 1.530,00	R\$ 4.590,00
Pecuária	01	R\$ 4.500,00	100	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00
Baile/ Serestas	03	R\$ 7.000,00	48	R\$ 3.425,00	R\$ 10.275,00
Show	02	R\$ 9.600,00	64	R\$ 5.400,00	R\$ 10.800,00
Total eventos	20				
<b>Total Bruto</b>					<b>R\$ 73.915,00</b>
<b>Custos Totais</b>					<b>R\$ 28.919,88</b>
<b>Total Líquido</b>					<b>R\$ 44.995,12</b>

#### 8.1.7 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

##### PERÍODO NOVEMBRO/2005 A ABRIL/2006 - EM R\$

##### RECEITA DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Prestação de serviços	61.310,00
(=) Receita bruta	61.310,00

##### ( - ) DEDUÇÕES DA RECEITA

Impostos incidentes s/ faturamento

Simplex

2.912,23

ISS

1.532,75

( 4.444,98)

##### RECEITA LÍQUIDA

**56.865,02**

##### ( - ) CUSTOS VARIÁVEIS

Custo dos Serviços Prestados

( 0,00)

##### LUCRO BRUTO

**56.865,02**

##### ( - ) DESPESAS

Despesas gerais e administrativas

Salários e ordenados----- 2.400,00

13º Salário----- 200,00

Retiradas pró-labore----- 18.000,00

Honorário Contábil----- 900,00

Férias c/ adicional constitucional----- 266,72

FGTS----- 229,34

Água, Luz, Telefone e IPTU----- 3.000,00

Material de limpeza----- 180,00

Material de escritório----- 300,00

Mídia (propaganda)----- 1.200,00

Aluguel----- 2.100,00





**TIR: 111,38% no período**

**Análise:** O resultado mostra que a TIR é satisfatória, pois ela é maior que a TMA.

**Pay Back:**

<b>Período</b>	<b>Fluxo de Caixa Líquido</b>	<b>Fluxo de Caixa Acumulado</b>
<b>00</b>	(R\$ 33.000,00)	(R\$ 3.000,00)
<b>01</b>	R\$ 28.089,02	(R\$ 4.910,98)
<b>02</b>	R\$ 34.064,00	R\$ 29.153,02
<b>03</b>	R\$ 39.464,00	R\$ 68.617,02
<b>04</b>	R\$ 42.745,12	R\$ 111.362,14
<b>05</b>	R\$ 44.995,12	R\$ 156.357,26

**Análise:** O investimento será recuperado 2º período.



## 9. Bibliografia

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de Eventos: teoria e prática.** São Paulo: Pioneiro Thompson Learning, 2003.



Anexo 01 Parceiros / Jussara e Goiânia

**Parceiros / Jussara**

***BUFFET***

Alcatéia – Jussara

Fátima - Jussara

Bombons Finos – Jussara

Emanuelle Noivas – Jussara

**STÚDIOS SOM:**

*Pick* Produções – Jussara

**STÚDIOS FILMAGEM E FOTOGRAFIA:**

*Studio's Shangai* – Jussara

**GRÁFICAS:**

Do Baiano – Jussara

**SERIGRAFIAS:**

*MaxPrint* – Jussara

**ESCRITÓRIO CONTABILIDADE:**

Solução Contábil – Jussara

**MÍDIA:**

Ativa FM – Jussara

Vida FM – Jussara

Cultural AM – Jussara

Jornal Oeste Goiano – Iporá

Vale do Araguaia – Jussara





Banda Realce (João Garcia e Geraldo Gontijo)

Av. Goiás, nº 1280, Conjunto 05 – Centro

Fone: 223-7292 / 9971-7293

Banda Squema 6 e Banda Terminal Zero

SCN Q. 02, Torre A, Sl. 1008 – Ed. Liberty Mall – Brasília-DF

Fone: (00\*\*61) 328-2814/328-9465

Site: [www.squema6.com.br](http://www.squema6.com.br)

### **DIA DAS NOIVAS**

Valmari (Cida Rosa)

Rua 127 nº 35

Setor Sul

Fone: 241-1544

E-mail: [valmari@zaz.com.br](mailto:valmari@zaz.com.br)

Pró Estética (Tânia)

Rua 1.128 nº 669, esq. c/ Al. Ricardo Paranhos

Setor Marista

Fone: 281-7923

### **BOLOS, MESAS E BOMBOS FINOS**

Festoon (Juliana)

Al. Coronel Eugênio Jardim, nº 286 – Setor Marista

Fone: 241-0103 / 3095-7665 / 9971-2785

Klasse Decorações

Rua 139, nº 229 – Setor Marista

Fone: 241-2030 / 241-2498

E-mail: [klasse@zaz.com.br](mailto:klasse@zaz.com.br)

Seyna Jacob (Mesas Decoradas e Bolos Artísticos)

Av. T-02, nº 1290, Galeria Lãs Palmas – Setor Bueno

Fone: 252-1691



## **BOUQUETS**

Cida Flores (Acessórios para Noivas)

Rua 15, nº 650 – Setor Marista

Fone: 241-9806 – Fax: 541-3665

Gilberto Borges Decorações (Cantinho 2)

Av. 243, nº 2119 – Setor Universitário

(Próximo ao Cepal do Setor Sul)

Fone: 218-1227 / 941-7071 - Telefax: 218-2899

Janette Dawalibi

Rua Santa Luzia esq. c/ Marechal Deodoro, nº 131 – Setor Campinas

(atend. c/ hora marcada)

Fone: 233-1867

## ***BUFFET E ESPAÇOS PARA FESTAS***

*Art Buffet*

(Roberto Sertão e Cristina Pinheiro)

Rua 92, nº 133 – Setor Sul

Fone: 218-3298 / 218-4235

*Buffet Atelier* Gastronômico (Emiliana)

Rua 1138, nº 111 – Setor Marista

Fone: 281-6723 / 935-3200 – Telefax: 241-8731

*Buffet Cristal*

Av. T-2 nº 1305

Setor Bueno

Fone 251-7314 – Telefax: 251-8933

Dia a Dia



Av. Mutirão c. T-53, nº 341  
Setor Marista  
Fone: 252-1573 – Fax: 251-4160

## **CHACARÁ PARA FESTAS**

Chácara Aldeia das Flores  
Rodovia GO-070. saída p/ Inhumas, Km 07, Goiânia – GO  
Fone: 581-5209 / 941-4666

Chácara Cedro  
Rua Açaí – Chácara 62  
Parque Amazonas  
Fone: 248-1846

Chácara Chalé Heloany  
BR-060 – Km 08  
Saída para Guapo  
Fone: 280—3626 / 248-1975

## **SAPATOS**

Ana Moreno  
Loja – Rua P-25, nº 60 – Setor dos Funcionários  
Fone: 233-1547 / 291-0490

Loja II – Rua 139, nº 375 – Setor Marista  
Fone: 3093-1745

Menezes  
Av. T-63 – Setor Bueno  
Fone: 255-5430



## **CALÍGRAFOS**

Delza

Rua 55, nº 1253 – Setor Aeroporto

Fone: 223-7087

Divina Helena

Rua C-152, nº 201, Apto. 302 – Ed. Neblina – Jardim América

Fone: 259-7145 / 9978-0006

Escrita Certa (Maria do Carmo)

Av. 85, nº 1025 – Ed. Praias do Sol

Bloco Guarujá – Apto. 404

Setor Marista

Fone: 241-1405

## **CONVITES (Gráficas)**

Cartografia

Rua Capistabos, nº 930

Setor Santa Genoveva

Fone: 207-1108

Gráfica Terra

Av. Caiapó, nº 758 – Setor Santa Genoveva

Fone: 207-8000

Só Convites

Rua 67-B, nº 13 – Setor Norte Ferroviário

(em frente ao Terminal Rodoviário)

fone: 212-2108



## **DECORAÇÕES**

Conchita Decorações

Rua 107, nº 23 – Setor Sul

Fone: 242-0146

Sítio São Domingos (Dona Dora)

GO-070 – Km 6,5 – Goiânia – GO

Fone: 581-5760 / 9976-9015

Valéria Junqueira

Rua 88, nº 468, Q. F-38 L. 48 – Setor Sul

Fone: 541-3262 / 541-3250

## **ESTILISTAS PARA DAMAS E PAGENS**

Casa de Honra

Av. T-1, nº 2195 – Setor Bueno

Fone: 251-7188 / 251-8748

Cleusa Ferreira

Av. Mutirão, esq. c/ T-10, nº 3290 – Setor Bueno

Fone: 281-0397

Fernando Peixoto

Rua 139, nº 264 – Setor Marista

Fone: 241-1960



## **GRINALDAS E CHAPÉUS**

Cida Flores

Rua 15, nº 650 – Setor Marista

Fone: 241-9806 – Telefax: 541-3665

E-mail: [cidaflores@uol.com.br](mailto:cidaflores@uol.com.br)

Janette Dawalibi

Rua Santa Luzia esq. c/ Marechal Deodoro, nº 131 – Setor Campinas

(atend. c/ hora marcada)

Fone: 233-1867

Totote e Magaly

Rua 3, nº 404 – Apto. 801

Ed. Olympos – Setor Oeste

Fone: 223-9758 / 215-2058

## **ESTILISTAS PARA DEBUTANTES**

Cleusa Ferreira

Av. Mutirão, esq. c/ T-10, nº 3290 – Setor Bueno

Fone: 281-0397

Fernando Peixoto

Rua 139, nº 264 – Setor Marista

Fone: 241-1960

Lara Angélica (Alta Costura)

Rua R-11, n 159 – Setor Oeste

Fone: 281-6977



## **BECAS**

Meire Becas

Rua 02, Q. B, L. 2 – Setor Água Branca

Fone: 284-1392 / 542-1090 / 99530243 / 9603-3636

M&M Becas

Rua F-14, Q. 99, L. 17 – Setor Façalville I

Fone: 289-6501 / 9977-8452

Foco Formatura

Rua Cruz Alta, n° 777 – Jardim Novo Mundo

Fone: 594-4142

Toga Becas (Maria do Socorro)

Rua São Luiz, Q. 03, L. 15, n° 326 – Setor Alto da Glória

Fone: 241-2442

## **ESTILISTAS PARA MADRINHAS E FORMANDAS**

Jadir

Av. Goiás, n° 1120 – Ed. Liberdade – Ap.504 – Setor Central

Fone: 225-2313

Lívia Champs

Rua 38, n°499 – Setor Marista

(próximo ao Bougainville)

Fone: 281-6977

Maison Irock

9ª Av. n° 780- Setor Vila Nova

Fone: 261-0290



## **ESTILISTAS PARA NOIVAS**

Dayse e Tacinha

Rua 115, esq. c/ 115-G, nº 1066 – Setor Sul

Fone: 241-8232/9977-5570

(atendimento c/ hora marcada)

Eugênia Keziah

Rua T-46, nº 110, Q. R-12, L.23 – Setor Oeste

Fone: 233-7352

Lívia Champs

Rua 38, nº 499 – Setor Oeste

Fone: 281-6977

## **FOTOGRAFIA**

Gugu Fotografia

Rua 104, nº 301 – Setor Sul

Fone: 3564-1834

Adevanir Fotografia

Rua José Bonifácio, nº 123 – Centro

Fone 3373-4040

## **FILMAGENS**

A&M Produções e Marketing (Toninho)

Praça Germano Roriz, nº 175, Gal. Cruzeiro Center, Sl. 05

Fone: 275-2859 / 9614-4830

Chroma Vídeo (Renato)

(Documentários e Produções Profissionais)



Rua C-137, Q. 563, L. 06 – Jardim América

Fone: 285-7817 / 99720900

Daiana Vídeo Produtora

Av. 85, nº 54, Gal. Free Shopp, Sl. 510, Subsolo – Setor Bueno

Fone: 241-9777

## ILUMINAÇÃO E CENOGRAFIA

Oficina Cenotécnica (Alexandre)

Rua José Lobo, nº 28 – Setor Rodoviário

Fone: 576-0120 / 9972-7701

E-mail: [asetimo@terra.com.br](mailto:asetimo@terra.com.br)

Oscar Jaldim

Rua 139, nº 229 – Setor Marista

Fone: 241-2030 / 241-2498 / 9975-2953

E-mail: [klasse@zaz.com.br](mailto:klasse@zaz.com.br)

Ricardo Grillo (iluminação, Cenários, Forrações)

Rua da Lavoura, nº 495 – Setor Santa Genoveva

Fone: 204-1616

## MÚSICA

Camerata Ensemble (Alessandro Franco)

Av. 139, esq. Av. 85, Bl.10 – Ap. 401 – Setor Marista

Fone: 241-9021 / 9633-2002

E-mail: [concert@zaz.com.br](mailto:concert@zaz.com.br)

Cantabile Orquestra e Coral

(Othaniel e Tereza Raquel)

Fone: 242-8192 / 941-2895 – Telefax: 225-6273



E-mail: [cantabile@uol.com.br](mailto:cantabile@uol.com.br)

Grupo Escala

Rua C-256, Q. 60, L. 4 – Setor Nova Suíça

Fone: 259-2083 / 9978-8960 / 9976-9832

Site: [www.soyo.com.br/grupoesscala](http://www.soyo.com.br/grupoesscala)

## **LOCAÇÃO DE MATERIAIS E TOALHAS**

Fivefest (Tudo para festa)

Rua 30, nº 156 – Setor Marista

Fone: 241-9095 – Telefax: 223-4971

Garbo Festa e Decorações

Av. Anhanguera, nº 6636 – Setor Aeroporto

Fone: 223-4619 / 223-4871 - Telefax: 223-4971

Klasse Decorações

Rua 139, nº 229 – Setor Marista

Fone: 241-2030 / 241-2498

E-mail: [klasse@zaz.com.br](mailto:klasse@zaz.com.br)

## **ROUPAS MASCULINAS (LOCAÇÃO)**

Classi'c For Men

Av. República do Líbano

nº 2341, Loja 6, Piso I

Center Shopping Tamandaré

Setor Oeste

Fone: 215-3030 / 215-1100

Ellu Noivos (Valdete e Cida)

Rua José Hermano, nº 721, Galeria Noêmia, Sl. 4





Rua 94, nº 575 – Setor Sul

Fone: 224-6134 / 233-8500

Rua 135, nº 186 – Setor Marista

Fone: 241-5221

Rameza

Rua 87, n 293 – Setor Sul

Fone: 241-4466

## **SOM**

Anilson Som e Luz

Rua 139, nº 241 – Setor Marista

Fone: 541-0732 / 241-1331 / 9972-9337

Classic Som e Luz (Dalmo)

Rua 19-A, nº 30 – Setor Aeroporto

Fone: 212-2841 / 9631-6927 / 9686-4858

Clinisom

Av. Perimetral, nº 376

Setor Coimbra

Fone: 233-8128 – 9978-8128



## Anexo 03

### **TRABALHOS REALIZADOS COM O TEMA DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**

- Nos eventos com grandes públicos como pecuárias, shows, festa das crianças distribuimos coletores de lixo para coleta seletiva e os sinalizadores mostrando os locais dos coletores. E distribuição de panfletos educativos.
- Evitamos o uso de produtos descartáveis para não gerar lixo, com exceção em grandes eventos onde haja riscos com copos e garrafas.
- Fazemos decoração também com produtos reciclados.
- Na decoração usamos flores naturais, produzidas comercialmente.
- Temporada no Araguaia distribuição de saquinhos para colher lixo e folhetos educativos.



Anexo 04

## **PARTICIPAÇÃO NO SOCIAL**

Realização das Festas sem fins lucrativos / beneficentes:

- “Dia das Crianças”
- “Dia dos Pais e das Mães”
- Campanha contra a fome para o Natal

Um show Beneficente, a entrada é um quilo de alimentos.

→ Distribuição de cestas

Obs: Esses eventos são realizados com apoio dos patrocinadores.



ASSESSORIA, CERIMONIAL, FORMATURA, BECAS,  
CASAMENTOS E DECORAÇÕES  
CNPJ: 02.365.255/0001-05  
Av. Almirante Saldanha nº 791 Centro – Jussara-GO  
Fone: (062) 3373-3488 – 9982-6000  
[newstyle@brturbo.com.br](mailto:newstyle@brturbo.com.br)

### Contrato de prestação de serviços

Pelo presente, e na melhor forma de direito, firmaram entre as partes, de um lado a NEW STYLE abaixo, designada como CONTRATADA neste ato representada pelo Sra. Tatiana Santos de Castro, CPF 764606571/49 e de outro lado a comissão de formatura da \_\_\_\_\_ Curso: \_\_\_\_\_

Turma: \_\_\_\_\_ Data Formatura: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ doravante designada como CONTRATANTE por seus representantes legais, o(a) sr: \_\_\_\_\_

CPF.: \_\_\_\_\_ End. \_\_\_\_\_

Bairro \_\_\_\_\_ Cidade \_\_\_\_\_ UF \_\_\_\_\_ CEP.: \_\_\_\_\_

Fone: \_\_\_\_\_

O(a) sr: \_\_\_\_\_

CPF.: \_\_\_\_\_ End: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Cidade: \_\_\_\_\_ UF \_\_\_\_\_

CEP.: \_\_\_\_\_

Que firmam o presente também em seus nomes pessoais. Ficando responsável por todas as obrigações deste contrato.

<b>ASSESSORIA E CERIMONIAL</b>	
<b>TAXA DE ADMINISTRAÇÃO</b>	
<b>CONVITES SIMPLES</b>	
<b>CONVITES DE LUXO</b>	
<b>PLACA MEMORIAL</b>	

#### AULA DA SAUDADE

<b>LOCAL</b>	
<b>COQUETEL</b>	
<b>SOM MECÂNICO</b>	
<b>DECORAÇÃO</b>	

#### CULTO ECUMMÊNICO

<b>LOCAL</b>	
<b>CADEIRAS P/ CONVIDADOS</b>	
<b>SOM MECÂNICO</b>	

<b>OFERTÓRIO</b>	
<b>DECORAÇÃO</b>	
<b>COLAÇÃO DE GRAU:</b>	
<b>LOCAL</b>	
<b>BECAS</b>	
<b>PRATICÁVEL (TABLADO ARQUIBANCADA)</b>	
<b>PALCO</b>	
<b>FORRAÇÃO</b>	
<b>CENÁRIO</b>	
<b>CADEIRAS DE LUXO PARA FORMANDOS E AUTORIDADES</b>	
<b>CADEIRAS PARA CONVIDADOS</b>	
<b>BANNER COM MOTIVO DO CURSO</b>	
<b>DATA-SHOW PRA CENÁRIO OU TRANSMISSÃO AO VIVO (C/ 02 CAMERAS)</b>	
<b>SOM MECÂNICO</b>	
<b>MOOVIE-HEAD (LUZES DE EFEITOS ESPECIAIS)</b>	
<b>ILUMINAÇÃO AMBIENTE (PONTOS DE LUZ)</b>	
<b>SKY-PAPER (CHUVA DE CONFETES LAMINADOS)</b>	
<b>GERBS (FOGOS IN-DOOR)</b>	
<b>CONFETES E SERPENTINAS</b>	
<b>CHAMPANGNE E TAÇAS PARA BRINDE ENTRE OS FORMANDOS</b>	
<b>PLACAS DE LETRAS (A/Z) PRA OS CUMPRIMENTOS</b>	
<b>SEGURANÇAS 04</b>	
<b>LANCHE PARA OS FORMANDOS (ÁGUA)</b>	
<b>JANTAR P/ 400 PESSOAS</b>	
<b>TENDAS VENTILADAS</b>	
<b>DECORAÇÃO</b>	

**VALOR ATÉ A COLAÇÃO:**

**VALOR P/ FORMANDO:**

**COQUETEL / BAILE**

<b>LOCAL</b>	
<b>BUFFET SEM JANTAR / VALOR P/ PESSOA</b>	
<b>BUFFET COM JANTAR / VALOR POR PESSOA</b>	
<b>FORROS DE MESA</b>	
<b>CAPAS DE CADEIRA</b>	
<b>CHAMPANGNE PARA BRINDE ENTRE OS FORMANDOS</b>	
<b>FORRAÇÃO HALL DE ENTRADA</b>	
<b>ILUMINAÇÃO AMBIENTE (PONTOS DE LUZ)</b>	
<b>BANDA</b>	
<b>PALCO PARA BANDA</b>	
<b>DESPESAS DA BANDA (HOSPEDAGEM E ALIMENTAÇÃO)</b>	
<b>SOM MECÂNICO COM ILUMINAÇÃO DE PISTA</b>	
<b>SEGURANÇA (06)</b>	
<b>02 TENDAS VENTILADAS</b>	
<b>DECORAÇÃO</b>	

**VALOR TOTAL DOS EVENTOS**

**TOTAL POR FORMANDO:**

A CONTRATADA elege a 1ª. Corte de Conciliação e Arbitragem de Jussara, para dirimência de todas as dúvidas que se originaram do presente contrato firmado em duas vias de igual teor.

Testemunhas: \_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
CPF.: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Tatiana Santos de Castro  
Contratada

\_\_\_\_\_  
CPF.: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Contratante

\_\_\_\_\_  
CPF.: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Contratante