

Empresa Brincando & Educando
Avenida Tancredo Neves S/N 2º Piso,
Iguatemi – Salvador – BA
(71) 3462-0122



Este plano de negócio foi elaborado em junho de 2005 por Gilmar Nascimento,
Lucidalva Sacramento e Mirian Alban

SUMÁRIO EXECUTIVO:

A Brincando & Educando, surgiu da oportunidade identificada em comercializar brinquedos educativos, entretenimento e lazer no mercado de Salvador. A empresa tem como foco atingir suas metas de faturamento com o crescimento do negócio, e para alcançar seus objetivos estabeleceu como prioridades no início de suas atividades, metas a curto, médio e longo prazo. Como estratégia competitiva realizaremos análise minuciosa da concorrência para delimitarmos os objetivos com relação ao empreendimento, calculando quanto será preciso investir para alcance das metas.

O portfólio de produtos da empresa será composto de atributos que facilitarão o aprendizado, com elevado padrão de atendimento, através de colaboradores capacitados a oferecerem serviços acima dos padrões já existentes no mercado.

Segundo a ABRINQ (Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos) o setor de brinquedos movimenta anualmente mais de R\$ 1 bilhão no Brasil e o segmento de brinquedos educativos é um dos que têm mais crescido. A quantidade de lojas físicas especializadas nesse segmento saltou de 60 para mais de 200 nos últimos dois anos. Apesar de muitas empresas do setor de brinquedos já terem presença na Internet, o mercado é pouco explorado, com pouquíssimas lojas virtuais especializadas em brinquedos educativos. O cliente típico desse produto tem o perfil semelhante ao do consumidor on-line com renda mais elevada e boa formação educacional.

O setor de brinquedos investiu R\$ 227 milhões em qualidade e produtividade. Cerca de 100 mil novos brinquedos, com custos reduzidos em torno de 20%, foram colocados no mercado, popularizando o brinquedo no País para uma média de Sete milhões de crianças que até então não tinham acesso a essa fantasia. No Brasil a média é de 6,3 brinquedos criança / ano, mas a ABRINQ quer alcançar a meta dos Estados Unidos, com 23 brinquedos criança / ano.

Hoje, existem 36 milhões de crianças com brinquedos no País e 23 milhões sem possibilidade de concretizar esse sonho. Por isso, os fabricantes querem expandir a produção e as vendas de brinquedos nacionais. Eles já comemoram junto com o Instituto Falcão Bauer, Inmetro e IQB - Instituto da Qualidade do Brinquedo a marca de 600 milhões de brinquedos produzidos de acordo com a norma da ABNT.

O estímulo serviu para um recorde de produção física de 202 milhões de brinquedos este ano, a maior dos últimos 50 anos. De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Brinquedos, o setor estima um crescimento de 6% este ano, percentual bastante superior aos 3,5% de crescimento estimado para a economia brasileira este ano. Juntos, os fabricantes deverão faturar cerca de R\$ 950 milhões. (ABRINQ, 2004).

A empresa adotará como estratégia de marketing de penetração no mercado, a consolidação e diversificação dos modelos de lojas de brinquedos já existentes, oferecendo serviços diferenciados. A implantação da Brincando & Educando, acontecerá dentro dos planos e condições pré-estabelecidas, que resultará num empreendimento de rentabilidade satisfatória, com previsões de faturamento aproximadamente de R\$ 992.000,00 (novecentos e noventa e dois mil reais) no primeiro ano, com crescimento de 8 a 15% a.a. O negócio possibilitará uma Taxa interna Retorno de 90,0% e ROI (Return On Investment) de 1,3%, ainda no segundo ano do empreendimento, conforme informações da análise de sensibilidade.

1. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

1.1 DADOS DA EMPRESA

1.1.1 NATUREZA DO NEGÓCIO

Loja varejista de comércio de brinquedos educativos, entretenimento e lazer na cidade de Salvador.

1.1.2 MISSÃO E VISÃO

Missão:

Oferecer produtos e serviços voltados para área educativa, entretenimento e lazer, com qualidade, segurança, confiabilidade, satisfazendo os desejos e necessidades dos seus clientes, com elevado padrão de atendimento.

Visão:

Ser reconhecida no mercado de Salvador, como empresa líder na comercialização de brinquedos educativos, oferecendo serviços diferenciados, com comodidade, presteza e inovação.

1.1.3 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Os nossos objetivos estratégicos estão diretamente ligados à oportunidade em relação às demandas do setor, com o objetivo de conquistar 25% do mercado de brinquedos educativos na região de Salvador. Para atingirmos esta meta, a empresa deverá ter uma receita bruta mensal de aproximadamente R\$ 83.000,00 (oitenta e três mil reais) com lucratividade entre 40% e 50% na venda dos produtos, com projeção de crescimento anual de 8% a partir o primeiro ano.

1.1.4 ABRANGÊNCIA DE ATUAÇÃO

Empresa varejista do ramo de brinquedos educativos, entretenimento e lazer, de capital nacional, com atuação no mercado de Salvador.

1.1.5 ESTÁGIO ATUAL DA EMPRESA

A empresa encontra-se no estágio inicial, como idéia de negócio, com linha de produtos e serviços pré-estabelecida.

1.1.6 DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

Foco na venda de brinquedos educativos, como loja especializada com atendimento diferenciado acima da média dos nossos concorrentes.

1.1.7 LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA

A empresa será instalada no Shopping Iguatemi, na Avenida Tancredo Neves S/N 2º piso. A escolha foi em função da facilidade de acesso, estacionamento, fluxo de pessoas, infra-estrutura local, segurança e potencial do mercado.

1.1.8 EXIGÊNCIAS LEGAIS PARA O FUNCIONAMENTO DA EMPRESA

- TVL - Termo de Viabilidade e Localização – esta autorização será fornecida pela SUCOM, órgão da Prefeitura Municipal, que analisa a atividade e localização da empresa, como a empresa estará localizada em Shopping a TVL.

Será fornecida sem a necessidade de fiscalização, pois o Shopping já foi fiscalizado e dispõe de equipamentos de segurança.

- JUCEB - Registro do Contrato Social na Junta Comercial do Estado da Bahia para iniciarmos a empresa será necessário, realizar consulta do nome da organização, para verificar se já existe a razão social e atividade de empresas constituídas na JUCEB e em conformidade com o código civil.

- Inscrições da empresa na Receita Federal, para verificar se existem pendências em nome dos sócios junto à receita federal.

- Aquisição de inscrição no CNPJ
- Aquisição de Licença Municipal
- Aquisição do Cadastro Geral de Atividades
- Alvará de Funcionamento
- Inscrição na Secretaria Fazendária Estadual
- Recebimento do Cartão de Inscrição

1.1.9 ALIANÇAS ESTRATÉGICAS

Para fortalecer a marca junto aos possíveis consumidores potenciais e aumentar as vendas a empresa realizará alianças com creches, pedagogas, psicopedagogas escolas particulares, lojas de eventos infantis, com o objetivo de incluir brinquedos educativos como instrumento facilitador da aprendizagem, que constarão na relação de materiais pedagógicos.

Participaremos de eventos como: feiras de livros e brinquedos educativos nas escolas em datas especiais (semana do livro, início de ano letivo e datas comemorativas, etc.), visando à realização de encontros com os pais ou responsáveis, com o intuito de conscientizá-los da necessidade de inserir brinquedos educativos, livros, jogos, cd's, como forma de entretenimento dos seus filhos. Negociar o fornecimento da linha de produtos de diversas marcas, através dos fabricantes e representantes na modalidade de compra e consignação.

1.1.10 RESPONSABILIDADE SOCIAL

A Empresa criará uma cultura da responsabilidade social incorporada a sua missão, desde o cumprimento das suas obrigações tributárias, relação com os seus fornecedores, parceiros, governo, comunidade, meio ambiente, público interno e seus clientes, tendo como princípio a ética no negócio com valorização da mão-de-obra, com planos de cargos e salários, treinamento e desenvolvimento de pessoas e ações sociais, que conscientize os empregados e sociedade para a importância da integração com a comunidade. Desenvolveremos trabalho social junto à creche Bel Machado como patrocinadores dos seus projetos, e mantenedora da entidade.

2. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

2.1 ESTRUTURA LEGAL DO NEGÓCIO

Determinação dos tributos incidentes, conforme as legislações vigentes, relativas a uma Sociedade Limitada, com fins lucrativos; enquadrada na condição de empresa de pequeno porte; optante do simples e SIMBAHIA, voltada para o ramo de comércio varejista de brinquedos, com o quadro societário constituído de pessoas físicas.

Pagamento mensal unificado dos seguintes impostos e contribuições:

- I Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas - IRPJ;
- II Contribuição para PIS;
- III Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – CSLL;
- IV Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social – Confins;

Contribuições para a Seguridade Social, a cargo da pessoa jurídica, de que tratam o art. 22 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991, e o art. 25 da Lei nº 8.870, de 15 de abril de 1994.

Base de Cálculo: A totalidade das receitas auferidas pela pessoa jurídica, excluídas as vendas canceladas e os descontos incondicionais concedidos. O imposto será Simples de 8,2%. Em relação ao pagamento do ICMS, a empresa é optante do SIMBAHIA e goza de uma dedução de 18% (dezesesseis por cento) do valor do imposto devido em função do incentivo à geração de emprego, por termos 12 (doze), empregados regulamentes registrados na empresa. O imposto será SIMBAHIA, de 2,5% a 5,5% da receita ajustada com dedução de 11% do imposto devido.

Base de Cálculo: A receita bruta ajustada.

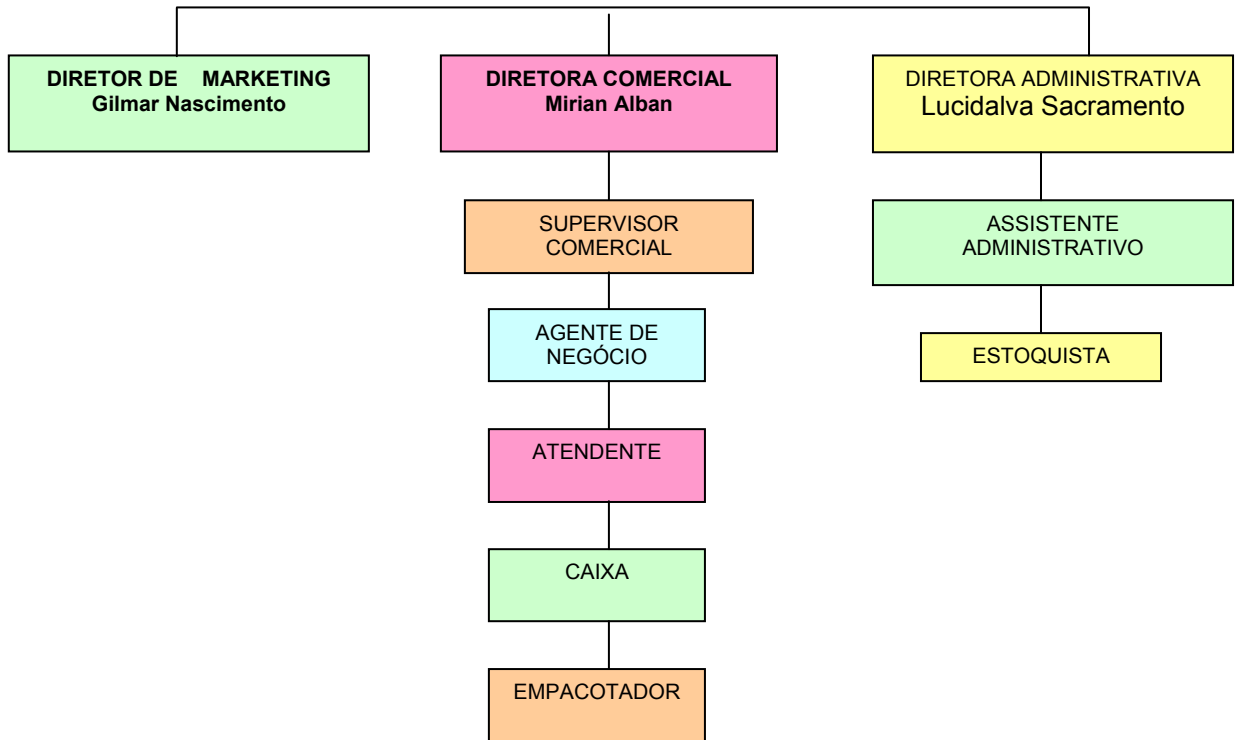
Quando da contratação de empregados e pagamento de pró-labore dos sócios, deverão ser recolhidos ao INSS os valores retidos dos empregados e sócios, ficando dispensada do pagamento da contribuição patronal por ser optante do Simples. O imposto de 7,65% sobre os salários

Quando da contratação de empregados, que serão recolhidos, à Caixa Econômica Federal a contribuição ao FGTS pelo empregador. O imposto será de 8,0%

Obs. Não enviamos o anexo do contrato social, conforme orientação.

2.2 GERÊNCIA E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

2.2.1 DESCRIÇÃO DO ORGANOGRAMA



A Brincando & Educando está estruturalmente organizada pela estrutura matricial. A estrutura envolve todo o contexto da empresa, como deveres, responsabilidades, autoridades e de comunicações existentes na organização. Determinação das áreas de Recursos Humanos, Administração e Finanças, Marketing e Comercial, definição das autoridades e responsabilidades inerentes ao cargo da Presidência da Organização.

Presidência: O mais elevado cargo individual da empresa, no âmbito administrativo, a quem compete:

- Presidir a Reunião dos Sócios;
- Aprovar demonstrações financeiras e comerciais;
- Representar juridicamente a empresa nos diversos órgãos;
- A Administração e Coordenação geral da empresa.

Diretoria de Marketing: Órgão diretamente responsável pelas ações de marketing a fim de fortalecer a imagem e a lembrança da marca BRINCANDO & EDUCANDO junto aos clientes, fornecedores e instituições, a quem compete:

- Implementar, programa de responsabilidade social;
- Melhorar cada vez mais a imagem da empresa no mercado;
- Manter comunicação com o público interno (entre chefias e colaboradores) e externo (clientes e fornecedores);
- Melhorar o nível de transmissão e repasse das informações entre as áreas;
- Aprimorar o processo de preparação e uso da previsão de vendas;
- Dominar a informação sobre Mercado e Tendência dos Segmentos;
- Atualizar e controlar informações relevantes sobre clientes e fornecedores;
- Organizar eventos entre clientes e fornecedores;
- Convidar cliente para palestra e treinamentos “in company”;
- Colocar anúncios institucionais em revistas especializadas;
- Preparar programa de responsabilidade social para Brincando & Educando;
- Providenciar brindes diferenciados para distribuírem aos clientes e fornecedores;
- Executar outras atividades inerentes com o cargo.

Diretoria Administrativa e Financeira: Órgão diretamente responsável pela administração financeira e acompanhamento das atividades administrativas gerais da empresa. A ela compete:

- Acompanhar o faturamento das vendas da empresa e sua negociação;
- Acompanhar a cobrança efetiva dos devedores da empresa;
- Analisar o fluxo de caixa e determinar a movimentação de numerários;
- Representar a empresa junto às instituições financeiras;
- Determinar e acompanhar o orçamento dos seus departamentos;
- Analisar os relatórios econômicos e financeiros da empresa;
- Acompanhar a manutenção do patrimônio da empresa;
- Manter contatos freqüentes com os fornecedores;
- Visitar periodicamente os fornecedores;
- Buscar permanentemente preços compatíveis com necessidade de geração de lucro bruto da empresa;
- Acompanhar a possibilidade de falta de produto de grande necessidade para o mercado;

- Analisar os relatórios comerciais;
- Analisar o orçamento geral da empresa e acompanhar junto aos diversos departamentos, o cumprimento.

Diretoria Comercial: Será responsável pela administração e desenvolvimento das vendas da empresa. A ela compete:

- Coordenar, acompanhar e supervisionar todas as atividades e programas da área comercial, orientando e avaliando os supervisores e todos os integrantes da equipe de vendas;
- Acompanhar o faturamento das vendas e sua negociação;
- Manter Contato com clientes e fornecedores;
- Visitar periodicamente clientes e fornecedores;
- Analisar os relatórios comerciais da empresa;
- Buscar novos produtos para serem comercializados pela empresa;
- Pesquisar novas possibilidades de expansão comercial do mercado;
- Pesquisar novos produtos;
- Analisar o orçamento geral da empresa, particularmente o da área comercial, e acompanhar o seu cumprimento;
- Estabelecer, juntamente com os demais diretores, as políticas da área comercial da empresa;
- Acompanhar as necessidades de abastecimento de produtos.

2.2.2 DESCRIÇÃO E EXPERIÊNCIA DOS EXECUTIVOS-CHAVE.

A Brincando & Educando exercerá sua gestão de forma participativa, que permita que todos os colaboradores possam expressar suas opiniões e idéias de maneira pró-ativa proporcionando o crescimento da nossa organização. A direção da empresa realizará reuniões semanais com o objetivo de integrar a equipe, gerando discussões, e possibilitando a participação de todos, ficando a cargo da diretoria a tomada de decisões. Já que seus diretores acumulam juntos vivências e experiências profissionais adquiridas ao longo das suas carreiras, o que facilita o gerenciamento e controle das atividades, abaixo apresentamos um breve relato:

MINI CURRICULUM

Gilmar Nascimento Ferreira

Estudante – cursando o 8º semestre de Administração com Ênfase em Marketing

Faculdades Jorge Amado – Noturno

Atualmente dedica-se a área de consultoria de vendas da franquia (FLORENSE-BA CASA & ESCRITÓRIO) desenvolvendo atividades ligadas a captação, prospecção, negociação, vendas, acompanhamento, e pós-venda, com atuação no cargo de gerência na área de comércio varejista no ramo de calçados, (1996-1999) e móveis planejados (1999-2002), executando atividades correlatas, de planejamento, administração, controle, coordenando equipes de vendas, treinando capacitando e gerindo todo o processo da venda.

Especialidades:

Comércio Varejista;

Gerência de vendas;

Prospecção, captação, negociação e pós-venda;

Treinamento e Desenvolvimento;

Gerência de projetos.

MINI CURRICULUM

Lucidalva Puridade do Sacramento Batista

Estudante – cursando o 8º semestre de Administração Com Ênfase em Marketing.

Faculdades Jorge Amado - Noturno

Atualmente dedica-se a área administrativa e de qualidade da empresa COREMAL COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES MAIA LTDA, exerce não o cargo de Supervisora Administrativa (ADM). Exerce tal atividade a treze anos no setor administrativo, interligado com os departamentos de pessoal, fiscal, contas a receber, faturamento, contabilidade, treinamento e atualmente desempenha a função de coordenadora do programa de qualidade da filial. Todas as rotinas estão atreladas com as responsabilidades e habilidades de um administrador: planejamento, administração, controle e treinamento.

Especialidades:

Treinamento e Desenvolvimento;
Coordenação de trabalho em grupo;
Experiência Tributária (ICMS, ISS, IPI);
Curso de Gestão Ambiental;
Curso de Auditor interno da Qualidade;
Curso de Relações Interpessoais.

MINI CURRICULUM

Miram Alban de Jesus

Estudante – cursando o 8º semestre de Administração com Ênfase em Marketing.

Faculdades Jorge Amado – Noturno

Atualmente dedica-se à área administrativa e comercial na captação de negócios de Pneus radiais da marca Michelin, na empresa Rio Bahia Veículos S.A., Concessionária Mercedes-Benz e Revenda autorizada de pneus Michelin, desenvolvendo, atividades de estudo de mercado. Participa da criação de políticas de negociação para formação de preços de vendas, controle do Gerenciamento do Matricial de Receita, controle de estoque, compra de produtos e do faturamento, confecção de relatórios para apuração das rentabilidades dos negócios captados pela equipe de vendas, coordenação de equipe de serviços de borracharia, relacionamento com clientes para negociar vendas de pneus e serviços. Desenvolveu atividades de Assistente Administrativa, implantando sistema de controle de atendimento e faturamentos, recebimento de caixa, escrituração fiscal de livros contábeis, suporte à equipe de vendas externas, e supervisão da equipe de serviços interna na União Bahia Veículos Ltda. (1998-2003).

Especialidades:

Especialização em Vendas de Pneus de Cargas - MICHELIN;
Dinamização de Vendas;
Tele marketing – SEBRAE;
Formação de Preços – SEBRAE;
Excelência de qualidade em atendimento a clientes;
Qualicompras – Programa de Qualificação em Licitação e Compras Públicas.
Conhecimentos Básicos de Informática: Windows, Word, Excel e Internet.

2.3 DESCRIÇÃO E EXPERIÊNCIA DO COMITÊ DIRETIVO

2.3.1 DESCRIÇÃO E EXPERIÊNCIA DO COMITÊ DIRETIVO

Não foi mencionado, pois a Brincando & Educando, é uma Sociedade LTDA.

2.4. POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS

2.4.1. PLANO DE CARREIRA E COMPENSAÇÃO

O plano de carreira e compensação da empresa visa estimular o crescimento profissional e pessoal dos colaboradores. Uma vez que entendemos que todas as atividades desenvolvidas na organização quanto à política de remuneração, cargos e níveis interferem direto no comportamento dos funcionários, decidimos na fase de implantação do negócio praticar a seguinte política de salários e benefícios para os nossos colaboradores:

- Pagamento de salário fixo (Piso dos comerciários);
- Comissões variadas de acordo com o volume de vendas, que variam de 0,75% a 2%;
- Ticket Refeição;
- Turnos variados (09:00 às 16:00 e 16:00 às 22:00);
- Pagamento de premiação mensal de 10% sobre o salário no cumprimento das metas.

Em uma segunda fase de atuação, que ocorrerá no período de maturação, a empresa pretende adotar uma política de cargos e salários que possibilite aos seus colaboradores o crescimento dentro da organização através de promoções. Os critérios de promoção vão desde a análise curricular até avaliação de desempenho, que serão medidas ao longo de todo processo. A empresa pretende criar um plano de benefícios voltado para educação, disponibilizando bolsas para os colaboradores que estiverem cursando nível superior, com financiamento de 25% a 30% do valor do curso. Descrevemos abaixo a nossa política de cargos e salários:

Diretor de Marketing – Responsável pela política de Marketing, comunicação, promoção, Distribuição e inovação – Salários em forma de Pró-labore. (Sócio)

Diretor de Comercial – Responsável por toda a parte comercial da empresa, reuniões com equipe de vendas, treinamento e desenvolvimento, estoques, compras e formação de preços de venda – Salários em forma de Pró-labore. (Sócio).

Diretor de Administrativo – Responsável por toda a parte Administrativa, financeira e Recursos Humanos da empresa – Salários em forma de Pró-labore. (Sócio).

Agentes de Negócios – Atendimento direto ao consumidor interno e externo – Salário R\$ 400,00 + Comissão variada de 2% de acordo com suas vendas, mensal.

Atendentes – Atendimento direto ao consumidor interno e externo – Salário R\$ 400,00 + Premiação Mensal de acordo com as metas.

Assistente Administrativo – Contas a pagar e Contas a receber, Impostos, Folha de pagamento, atendimento telefônico, secretaria – Salário R\$ 500,00.

Empacotadora – Conferência dos produtos vendidos, e embalagens para presente – Salário R\$ 400,00.

Estoquista – Responsável pela limpeza e arrumação da loja, recebimento de mercadorias, conferência e arrumação do estoque, contagem de estoque – Salário R\$ 400,00.

Supervisor Comercial – Coordenação de equipes, controle de estoque, transferência de mercadorias, elaboração de pesquisas de preços, reuniões mensais – Salários R\$ 600,00 + mais comissão variada de 0,75% de acordo com faturamento das lojas.

2.4.2 PLANO DE INCENTIVO

A Brincando & Educando pretende desenvolver uma política de participação de resultados, através da mensuração individual de cada colaborador durante o exercício anual. Este plano deve ser desenvolvido separadamente das práticas administrativas vigentes. Entendemos que o bônus gera crescimento de vendas, por isso determinamos pagamentos anuais. O critério de avaliação dependerá dos resultados positivos da empresa, obtidos ao longo do ano, para isso investiremos de forma planejada e suficiente, em projetos que possibilitem à capacidade do crescimento profissional dos nossos colaboradores a médio e longo prazo. Descrevemos a relação dos bônus:

- Estes bônus serão pagos, em forma de dinheiro, após a apuração do exercício anual, que será um salário mínimo vigente. Entendemos que o pagamento de bônus desse tipo certamente não é custos, por isso concentraremos os incentivos não apenas em alguns cargos, o objetivo é envolver todos os empregados e oferecer incentivo a todos, fazendo com que as pessoas se empenhem de forma significativa em suas ações.

2.4.3 RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

A função do recrutamento é a de suprir a seleção de pessoal com a matéria-prima básica (candidatos), para seu funcionamento adequado. O recrutamento refere-se à forma de como buscar a mão-de-obra que necessitamos no mercado de trabalho sejam com anúncios em jornais, revistas, recrutamento externo/ interno ou por meio de agência. Por decisão dos seus dirigentes, a empresa optou pela consultoria especializada em recrutamento de pessoal, mas a organização fornecerá todas as informações necessárias para o mapeamento do perfil desejado, atendimento e triagem dos candidatos, de acordo com os requisitos do cargo (experiência, escolaridade, habilidade, liderança, iniciativa e facilidade de relacionamento), pois, precisamos de pessoas que além do conhecimento técnico tenham como competências essenciais a curiosidade, flexibilidade, capacidade de adaptação as mudanças e facilidade no trato inter pessoal.

Para o processo de seleção a agência Ativa Recursos Humanos realiza entrevistas individuais nas quais estarão sendo identificadas as competências técnicas, assim

como levantamento do histórico familiar, dados pessoais e sociais, fatores motivacionais e históricos escolar. Poderão ser realizadas dinâmicas de grupo com a finalidade de identificar habilidades pessoais como facilidade de trabalhar em equipe / cooperação, facilidade de relacionamento, verbalização fácil, capacidade de organização, dinamismo, flexibilidade à mudanças, autocontrole e automotivação. Optamos em terceirizar esse serviço por entendermos que a contratação de uma empresa atuante no mercado é de fundamental importância para o início da implementação do negócio, pois a avaliação do comportamento humano, através de testes psicométricos, de personalidade com profissionais de psicologia, nos fornecerá um parecer mais detalhado. Sendo que a decisão final do processo seletivo está condicionada a aprovação da direção da empresa.

Definição do quadro funcional da Brincando & Educando:

01 Assistente Administrativo;

04 Agentes de Negócios;

02 Atendentes;

02 Caixas;

01 Empacotadora;

01 Estoquista;

01 Supervisor Comercial.

Todos os funcionários assinarão contrato de trabalho regido pela a CLT. Os departamentos de Recursos Humanos, Contabilidade, Técnico de Manutenção, Consultores, palestrante e outros, os quais os dirigentes assim decidam, serão terceirizados.

REQUISITOS DOS CARGOS:

▪ Atendentes:

Nível médio, com experiência mínima de dois anos em atendimento a clientes, conhecimento em informática e telemarketing.

Habilidades / características pessoais: boa aparência, fluência verbal, e desenvoltura, busca de crescimento profissional, organização, presteza, espírito de equipe, iniciativa e compromisso com o trabalho, bom relacionamento e discernimento, rapidez, simpatia, goste de trabalhar com o público, principalmente crianças de 0 a 10 anos.

- **Assistente Administrativo:**

Nível médio, com experiência mínima de dois anos, conhecimento geral administrativo. Responsabilidades – Coordenar, orientar, fiscalizar e executar atividades relacionadas às áreas administrativas.

- **Caixa:**

Nível médio, com experiência mínima de dois anos, conhecimento geral administrativo.

- **Empacotadora:**

Nível médio, com experiência mínima de um ano, conhecimento em informática e telemarketing.

- **Estoquista:**

Nível médio, com experiência mínima de um ano, conhecimento em informática e telemarketing. Experiência com tarefas de recepção e armazenagem de mercadoria.

- **Agentes de Negócio:**

Nível médio, com experiência mínima de dois anos, conhecimento em informática e telemarketing. Experiência anterior com atendimento à crianças, promoção e venda de produtos focados para o público infantil, como exemplo: brinquedos, livros educativos, etc. As atividade principal desenvolvidas pelos vendedores será o atendimento a clientes (mães / filhos).

Habilidades / características pessoais: boa aparência, comunicabilidade e desenvoltura, organizada, prestativa, que tenha iniciativa e compromisso com o trabalho, bom relacionamento e discernimento, rapidez, simpática, goste de trabalhar com o público, principalmente crianças de 0 a 10 anos.

- **Supervisor Comercial:**

2º Grau Completo, com experiência mínima de dois anos, cursos de informática. Experiência anterior com liderança de grupo de trabalho com o público infantil, capacidade de coordenar, acompanhar e supervisionar todas as atividades de venda de produtos focados em crianças, como exemplo: brinquedos, livros educativos, etc. Habilidades / características pessoais:

boa aparência, comunicabilidade e desenvoltura, organizada, prestativa, que tenha iniciativa e compromisso com o trabalho, bom relacionamento e discernimento, rapidez, simpática, goste de trabalhar com o público, principalmente crianças de 0 a 10 anos.

Avaliar e orientar a equipe de vendas. As contratações estão previstas na fase de implantação do negócio, será considerado o período necessário para realizações dos treinamentos necessários para a execução das suas atividades.

2.4.4 AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

A Brincando e Educando, buscando atingir as metas e objetivos traçados no seu planejamento estratégico, para alcançar colocação e reconhecimento desejados no mercado. Seus dirigentes buscarão técnicas que possam mensurar e julgar os resultados e atuações individuais de todos componentes de sua equipe de negócios. Este processo busca medir o desempenho individual dos funcionários e o grau em que ele alcança os requisitos de seu trabalho, avaliando as decisões e contribuições de sua equipe. A empresa adotou como linha básica à conscientização entre o avaliado e avaliador e ambos devem estar de acordo que a Avaliação de Desempenho traga benefícios para a organização e para o funcionário, enfatizar o indivíduo no cargo, objetividade e não subjetividade, deixando bem definido que a Avaliação será utilizada para melhorar a produtividade do indivíduo dentro da organização, o que futuramente poderá lhe assegurar crescimento e reconhecimento profissional e que jamais será utilizado como instrumento de punição para os mesmos. Adotaremos as avaliações dos funcionários, frente a um conjunto de competências tais como: administração do tempo, pró-atividade, produtividade, criatividade, qualidade, planejamento, organização, cooperação, postura profissional, dedicação, pontualidade / assiduidade, volume de vendas; a que serão ponderadas de acordo com sua importância para a empresa e as características dos cargos, por seus dirigentes conforme orientações que serão obtidas em empresas especializadas em R.H. quando for necessário. As avaliações receberão tratamentos estatísticos, por partes dos dirigentes e os resultados individuais e do grupo, servirão como feedback que ao confrontar tais resultados com sua própria avaliação coletarão subsídios para elaborar um planejamento de auto desenvolvimento. Este planejamento poderá ser elaborado com auxílio dos dirigentes.

2.4.5 TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

A Brincando & Educando, tem como objetivo fazer investimentos necessários em treinamentos e capacitação de sua equipe de colaboradores, por acreditar que o capital humano deve ser bem aplicado e desenvolvido, e o treinamento é uma fonte de lucratividade porque aumenta esse capital, enriquece o patrimônio humano da empresa, desenvolver pessoas não é apenas dar-lhes informações para que elas aprendam novos conhecimentos, habilidades e destrezas e se tornarem mais eficientes naquilo que fazem. É sobre tudo, dar-lhes a formação básica para que elas aprendam novas atitudes, soluções e idéias, conceitos e que modifiquem seus hábitos e comportamentos e se tornem mais eficazes naquilo que fazem, para prestar serviços diferenciados no seu segmento e que esses serviços sirvam de diferencial para seus clientes.

A Brincando e Educando, trabalhará com organizações de credibilidade no mercado, a exemplo do SEBRAE, SEST SENAT, SENAI, para treinamento de sua equipe de colaboradores de acordo com o perfil de profissionais que pretendem se adequarem para trabalhar na empresa, com cursos de capacitação como Qualidade em Atendimento, Vitrinistas, otimização de Estoques, Relacionamento Interpessoal, Curso Básico de Vendas, Qualidade Total, Curso de Liderança Compartilhada, e demais cursos para conhecimento dos produtos que normalmente os fabricantes e / ou representantes oferecem. Pretendemos que todos atinjam o mesmo nível de informações sobre as rotinas e procedimentos diários de todas as funções, a fim de evitarmos transtornos em eventuais faltas de um colaborador.

3. PRODUTOS E SERVIÇOS

3.1 DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS

3.1.1 DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS

A empresa comercializará uma linha de Brinquedos Educativos, artigos de entretenimento e lazer, que serão previamente selecionados, considerando aspectos como qualidade, segurança e confiabilidade, que permita desenvolver a criatividade, o raciocínio lógico, e integração social, entendem que a interação, a convivência e as brincadeiras são à base de um aprendizado espontâneo, do desenvolvimento, físico, intelectual e emocional, e que também permita resgatar valores perdidos e auxilie a educação das crianças.

Para que possa agregar valor ao produto, criaremos serviços que proporcionem comodidade, segurança, de forma que ofereça o contato direto do produto com seus consumidores, disponibilizando uma área para, à exposição dos produtos, possibilitando que crianças tenham a oportunidade de manuseá-los e testá-los de forma prática, facilitando a decisão de compra dos nossos consumidores.

Criaremos alguns serviços diferenciados em relação aos nossos principais concorrentes, como espaços apropriados em que os pais poderão deixar seus filhos na loja, e as crianças poderão brincar, ler, assistir filmes e jogar, com conforto, segurança e acompanhados, por atendentes treinados e capacitadas para cuidar das crianças. A Brincando & Educando sabe que parte dos seus produtos são comercializados pela concorrência, mais não da forma que pretendemos oferecer nossos produtos, pois estaremos agregando serviços, como agentes de negócio e atendentes, treinados e capacitados para oferecer instruções técnicas de todos os produtos comercializados, os nossos colaboradores cuidaram dos menores detalhes de produtos que nossos concorrentes podem não levar a sério.

- Brinquedos Educativos
- Filmes, fitas.
- Parquinhos
- Jogos Educativos
- Livros



PARQUINHOS



JOGOS



EDUCATIVOS



BRINQUEDOS EDUCATIVOS



FILMES E LIVROS

3.1.2 ESPECIFICAÇÕES E REQUISITOS TÉCNICOS

Todos os produtos comercializados estarão atendendo a legislação vigente no que se refere às normas de segurança, padrões e certificações de controle de qualidade.

Normas de segurança:

- NBR 11786 (Norma que trata única e exclusivamente da segurança de brinquedos fabricados e comercializados no país);
- Atender a todas as exigências do Código de Defesa do Consumidor

Certificações de controle de qualidade:

- Inmetro (Selo);
- Instituto da Qualidade do Brinquedo e de Artigos Infantis (IQB);
- Instituto Falcão Bauer da Qualidade (IFBQ);
- Abrine (Associação Brasileira de Brinquedos Educativos);

3.1.3 USO E APELO

Pretendemos que nossos produtos estejam presentes nos lares de famílias que se preocupam em acompanhar e auxiliar o aprendizado e que seja um convite para um momento entre pais e filhos, Procuraremos desenvolver brinquedos que resgatem valores perdidos e incentivem a criança a extravasar energia, desenvolver habilidades manuais, coordenação-motora, equilíbrio, ritmo, força, velocidade, percepção, de espaço temporal; além de serem muito divertidos. Sendo assim teremos o compromisso com a saúde física e mental das crianças e seus familiares, com a inserção social das crianças e com a sua relação com vida.

3.1.4 ESTÁGIO EVOLUTIVO DE CADA LINHA

Os nossos produtos comercializados, em sua maioria são reconhecidos, testados e aprovados por certificações, padrões de qualidade, e atendem as necessidades do mercado.

Exemplo: NBR 11786 - SELOS IDENTIFICAÇÃO - NORMAS REGULAMENTADORAS

3.1.5 POTENCIAL E VANTAGENS COMPETITIVAS DOS PRODUTOS

Reconhecemos que a qualidade dos nossos produtos e prestação de serviço diferenciado fazem parte da nossa estratégia de atuação. Será a vantagem competitiva do nosso negócio, a prestação de um serviço flexível, com criatividade e inovação no layout da loja, utilização de cores alegres, e design arrojado, que envolvam, encantem e despertem o interesse, a curiosidade e a imaginação do nosso público, possibilitando a interferência da criança na decisão da compra.

3.1.6 PROPRIEDADE INTELECTUAL ASSOCIADA

A Empresa pretende patentear sua marca, com o objetivo futuro, de expandir nossos negócios para outras regiões, através de contratos de franquia empresarial. Em cumprimento ao que se é estabelecido pelas leis que protegem as marcas e patentes, conforme citamos a seguir “A marca registrada garante ao proprietário o direito de uso exclusivo em todo o território nacional em seu ramo de atividade econômica. Ao mesmo tempo, sua identificação pelo consumidor pode proporcionar uma parcela estável de mercado, tornando-a um ativo valioso para sua empresa”. A patente é uma forma de proteção conferida às criações intelectuais e está relacionada ao objeto da criação, podendo estar inserido no campo da propriedade industrial.

3.1.7 HABILIDADE DE ATENDER AS NECESSIDADES DOS CLIENTES

A Brincando & Educando, pretende com suas linhas de produtos atingirem valores tangíveis quando proporciona prazer e satisfação imediata à criança em manuseá-lo, intangível no que se refere à mudança de comportamento resgatando valores perdidos e como auxílio a educação, facilitação do aprendizado, convivência social, coordenação motora raciocínio lógico.

3.2 DESCRIÇÃO DOS NOVOS PRODUTOS

3.2.1 DESCRIÇÃO DOS NOVOS PRODUTOS

Locação de kits de brinquedos para eventos infantis, como: cama elástica, pula-pula inflável, piscina de bolas, pista de carrinhos, casinhas, cercados. A venda de equipamentos para parques de diversões, a serem utilizadas em condomínios, escolas e áreas de lazer em clubes.

3.2.2 ESPECIFICAÇÕES E REQUISITOS TÉCNICOS

Todos os produtos comercializados irão atender a legislação vigente no que se refere às normas de segurança, padrões e certificações de controle de qualidade.

Normas de segurança:

- NBR 11786 (Norma que trata única e exclusivamente da segurança de brinquedos fabricados e comercializados no país);
- Atender a todas as exigências do Código de Defesa do Consumidor

Certificações de controle de qualidade:

- Inmetro (Selo);
- Instituto da Qualidade do Brinquedo e de Artigos Infantis (IQB);
- Instituto Falcão Bauer da Qualidade (IFBQ);
- Abrine (Associação Brasileira de Brinquedos Educativos);

3.2.3 USO E APELO

Produtos de entretenimento com qualidade e segurança, que estimulem o lazer e a educação, aliando as exigências do ambiente com a utilização de tecnologias se preocupando muito com o desenvolvimento físico, coordenação motora e lazer, dando ênfase aos condomínios, eventos, festas infantis, através da concepção dos produtos contemplando os momentos vivenciados dia a dia pelas crianças, e as fases de desenvolvimento que elas estão passando fortalecendo a socialização com amiguinhos e descoberta da natureza das cores, que são sempre inspirações para a criação novos brinquedos, que se somam ao esforço dos pais na educação de seus filhos.

3.2.4 POTENCIAL E VANTAGENS COMPETITIVAS DOS NOVOS PRODUTOS

A Brincando & Educando se responsabilizará pela instalação e monitoramento dos kits de brinquedos para eventos infantis, cama elástica, pula-pula inflável, piscina de bolas, pista de carrinhos, casinhas, cercados, serem utilizadas em condomínios, escolas, áreas de lazer em clubes etc. Oferecendo a elaboração de projetos gratuitos, e personalizado para cada cliente, possibilitando o melhor aproveitamento do espaço físico, cumprimento dos prazos de entrega e instalação.

3.2.5 PROPRIEDADE INTELECTUAL ASSOCIADA

A Empresa pretende patentear sua marca, com objetivos futuros de expandir nossos negócios para outras regiões, através de contratos de franquia empresarial. Em cumprimento ao que se é estabelecido pelas leis que protegem as marcas e patentes, conforme citamos a seguir “A marca registrada garante ao proprietário o direito de uso exclusivo em todo o território nacional em seu ramo de atividade econômica. Ao mesmo tempo, sua identificação pelo consumidor pode proporcionar uma parcela estável de mercado, tornando-a um ativo valioso para sua empresa”. A Patente é uma forma de proteção conferida às criações intelectuais está relacionada ao objeto da criação, podendo estar inserido no campo da propriedade industrial.

3.2.6 HABILIDADE DE ATENDER AS NECESSIDADES DOS CLIENTES

Os nossos projetos serão desenvolvidos por profissional específico (Arquitetos), valorizando a otimização dos espaços, com funcionalidade, estética e segurança. A logística de distribuição dos produtos será terceirizada, proporcionando comodidade, acompanhamento, orientação para o manuseio e conservação dos equipamentos, garantias e assistência técnica.

3.3 ATIVIDADES DE PESQUISAS E DESENVOLVIMENTOS

3.3.1 ATIVIDADES CORRENTES

Utilizaremos atividades de pesquisa e desenvolvimentos dos nossos principais fornecedores, que servirá como ferramenta básica para que nos oriente quanto às mudanças, inovações e tendências do mercado, possibilitando a interação com os fabricantes e consumidor final.

3.3.2 ATIVIDADES FUTURAS

Realizaremos levantamento de pesquisa de mercado dos principais fabricantes de brinquedos educativos, atento a novos canais de distribuição, exclusividade de novas linhas de produtos, buscando agregar de uma forma constante, novos serviços à linha de produtos já comercializados.

3.3.3 TECNOLOGIA APLICADA AOS PRODUTOS

Como já citado em atividades correntes, utilizaremos os bancos de dados dos nossos principais fornecedores e fabricantes, para permanecemos atentos, às mudanças, inovações e tendências do mercado, contribuindo com avanço tecnológico, inovação e continuidade dos fabricantes.

4. PLANO DE MARKETING

4.1 DESCRIÇÃO DO SETOR DA ECONOMIA

4.1.1 CARACTERÍSTICAS DO SETOR DA ECONOMIA

Segundo a ABRINQ (Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos) o setor de brinquedos movimenta anualmente mais de R\$ 1 bilhão no Brasil e o segmento de brinquedos educativos é um dos que têm mais crescido. A quantidade de lojas físicas especializadas nesse segmento saltou de 60 para mais de 200 nos últimos dois anos.

Apesar de muitas empresas do setor de brinquedos já terem presença na Internet, o mercado é pouco explorado, com pouquíssimas lojas virtuais especializadas em brinquedos educativos.

O setor de brinquedos investiu R\$ 227 milhões em qualidade e produtividade. Cerca de 100 mil novos brinquedos, com custos reduzidos em torno de 20%, foram colocados no mercado, popularizando o brinquedo no País para uma média de sete milhões de crianças que até então não tinham acesso a essa fantasia. No Brasil a média é de 6,3 brinquedos criança / ano, mas a Abrinq quer alcançar a meta dos Estados Unidos, com 23 brinquedos criança / ano. O mercado da Bahia é responsável por 2,7% das vendas da indústria em todo Brasil Este mercado oferece oportunidades, com a vinda de novas fábricas sendo instaladas no estado da Bahia. Podemos considerar como ameaças e riscos a possível instalação de novas franquias e lojas em Salvador, com sua atividade bem estabelecida em outras cidades do país.

Faturamento do Setor:

Anos	Brinquedos (R\$/milhões)	Vídeos - games (R\$/milhões)	Total Setor	%
1995	454,0	181,2	635,2	--
1996	519,7	234,0	753,7	18,6
1997	543,8	222,0	765,8	1,6
1998	631,9	149,2	781,1	2,0
1999	718,1	102,0	820,1	5,0
2000	749,0	104,0	853,0	4,0
2001	804,7	116,5	921,2	8,0
2002	832,0	135,5	967,5	5,0
2003	718,0	102,0	820,0	(15,2)
2004*	792,0	108,0	900,0	9,8

* Estimativa

Fonte: Associados Abrinq

4.1.2 LIMITAÇÕES E ENTRAVES DO SETOR DA ECONOMIA

As limitações e entraves do setor da economia são ocasionados pelas mudanças na Legislação Federal, Estadual e Municipal, com a prática de aumentos e o surgimento de novas alíquotas em determinados produtos, onerando o custo do negócio, a exemplo da inclusão de IPI, pagamento da antecipação de ICMS nos postos fiscais, o crescimento constante da concorrência desleal, como a pirataria, sonegação de impostos. O mercado informal gera prejuízos ao setor, dificultando o incentivo à pesquisa e lançamentos de novos produtos, fazendo com que os fabricantes, tenham que desenvolver produtos com menos atributos e com preços menores. Outro aspecto que identificamos como possível entrave, é a relação do trabalhador com a Indústria, com as possibilidades de greves, que podem afetar diretamente a fábrica e conseqüentemente aos distribuidores.

È de grande importância para o nosso ramo de atividade estarmos associados a ABRINQ, por que através da mesma estaremos sempre atualizados, quanto as informações do segmento acompanhando os indicadores econômicos e suas tendências.

4.1.3 PANORAMA ATUAL E PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DO SETOR

A nova economia exige uma reforma dos sistemas tradicionais de gestão e das estruturas organizacionais. As estratégias que as empresas podem utilizar para competir nos mercados são norteadas pôr liderança em custos, através de economia de escala, redução de custos pela experiência; diferenciação, através da criação de algo que o mercado perceba como exclusivo; foco através do atendimento excelente, em qualidade, serviços e custo para um segmento de mercado alvo bem definido.

As indústrias de brinquedos instaladas no mundo, seguem um padrão de concorrência internacional , que a obriga a manter alta escalada de produção, visando redução de custos, abertura comercial do mercado brasileiro provocando maior exposição da indústria local à concorrência externa, dando início a um processo de reestruturação necessitando que seja alterado o modelo até então em vigor.

Tais alterações serão norteadas e beneficiadas pelos adventos tecnológicos, favorecendo a competitividade no segmento de brinquedos em função do seu dinamismo e concorrência intensa a partir do lançamento de novos produtos, a criação, o desenvolvimento em diversas linhas integradas com o setor de entretenimento e lazer. O setor adotou uma série de medidas de melhoria da qualidade e produtividade, com capacitação do capital intelectual, recursos humanos, participação em feiras internacionais, certificações de conformidade e segurança do brinquedo. O mercado de brinquedos tem a tendência de lançar aproximadamente 800 novos brinquedos por ano. (ABRINQ, 2003)

Lançamentos:

Unid: Qtd

Anos	Otd	%
1996	1.200	--
1997	1.500	25.0
1998	1.600	6.6
1999	1.968	23.0
2000	2.000	1.6
2001	2.500	25.0
2002	1.500	(40.0)
2003	1.000	(33.3)
2004*	1.200	20.0

*Estimativa

Fonte: Associados Abrinq

4.1.4 TAMANHO E TAXA DE CRESCIMENTO DO SETOR DA ECONOMIA

Tamanho da Indústria de brinquedos no Brasil:

ANOS	2003	2003	2004
Nº. FÁBRICAS	518	444	484

* Fonte: Associados Abrinq

Venda de brinquedos por Canais:

CANAIS	1998	1999*	2000	2001	2002	2003
Magazines	21.1	22.5	22.7	28.8	34.8	22.4
Auto service (supermercados, etc)	19.9	21.7	21.3	27.5	21.9*	18.3

Loias Especializadas	39.0	25.9	22.9	26.5	25.8	34.8
Atacadistas	14.0	29.9	14.4	17.2	17.5	24.5
Internet	--	--	0.2	--	--	--
Outras Loias	1.2	--	--	--	--	--
Distribuidores	0.7	--	--	--	--	--
Escolas	0.2	--	--	--	--	--
Outros	3.9	--	18.5	--	--	--
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

* Alteração de Critérios

Fonte: Associados Abring

4.1.5 SEGMENTAÇÃO NO SETOR DA ECONOMIA

A indústria de brinquedos representa no mercado um dos setores mais dinâmicos em termos de criação, uma vez que as novidades impulsionam as vendas, e aumenta a demanda no consumo de novos produtos, tornando-se uma constante por parte do consumidor.

Ao lado dos brinquedos e jogos tradicionais que permanecem indefinidamente em linha, é fácil identificar nesta procura de novidades a necessidade de atender as novas gerações de crianças que nascem a cada dia e a expectativa por novos conceitos, por novas formas de brincar, por momentos mágicos de lazer que são característica do homem. A própria história do brinquedo fornece informações valiosas sobre a origem da industrialização e o avanço das técnicas de produção. Tratam-se de um setor progressista, inovador e dinâmico por excelência. Descrevemos abaixo o setor de brinquedos por segmentos:

- Infantil
- Bonecas
- Ação Masculina
- Quebra Cabeça
- Pelúcia Passeio
- Pré-Escolar
- Veículos
- Jogos
- Atividades
- Outros

Segmentação dos Lançamentos:

Brinquedos por (família)	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
a) desenvolvimento afetivo	21,8	22,4	28,5	31,9	26,7	22,2	36,5	47,9	32,4
b) primeira idade	30,1	30,5	21,8	17,8	10,5	16,7	14,2	16,1	14,5
c) mundo técnico	3,8	2,7	2,3	5,9	8,9	4,5	6,1	1,0	9,6
d) atividade física	9,7	10,3	13,2	6,6	13,3	14,0	7,5	4,9	12,6
e) atividades intelectuais	11,1	9,9	9,0	13,0	14,5	9,4	7,7	10,0	7,1
f) criatividade	13,5	11,6	11,4	12,8	13,5	19,4	11,4	8,7	15,4
g) relações sociais	10,0	12,6	13,8	12,0	12,6	13,8	16,6	11,4	8,4
TOTAL	100,	100,	100,	100,	100,	100,	100,	100,	100,

- Fonte: Associados Abrinq

4.2 MERCADO ALVO

4.2.1 CARACTERÍSTICAS DO MERCADO ALVO E SEUS SEGMENTOS

Famílias de Classes A e B, com renda mínima acima de cinco salários mínimos, tendo como público alvo crianças com faixa etária de 0 a 10 anos, que também influenciarão na compra, ficando na posição de compradores e tomadores de decisão, homens e mulheres. No negócio não identificamos possíveis lobbies.

Identificamos como característica do mercado na tomada de decisão da compra, possíveis entraves na aquisição do estoque em relação à quantidade numérica de compra, forma de pagamento, prazo de entrega, pelo fato da empresa estar penetrando no mercado e ainda não possuir uma imagem sólida, com histórico de crédito, sem referências bancárias e comerciais. No ponto de vista legal, o ramo de atividade de brinquedos deve cumprir os regulamento já descritos.

População Brasileira - Março/2003 176.128.677 HAB

Anos	Nascimentos por 100	Taxa de Natalidade
1995	20,14	2,01
1996	19,69	1,96
1997	19,25	1,92
1998	18,81	1,88
1999	18,47	1,84
2000	18,23	1,82

2001	18,00	1,80
-------------	-------	------

* Fonte: IBGE **Nota:** 2001 / 1995 = (10,63%)

Número de Crianças Brasileiras

Brasil	0 a 4 Anos	5 a 9 Anos	10 a 14 Anos	Tot. Geral
Meninos	8.326.926	8.402.353	8.777.639	25.506.918
Meninas	8.048.802	8.139.974	8.570.428	24.759.204
Total	16.375.728	16.542.327	17.348.067	50.266.122

* Fonte: IBGE (censo 2000)

4.2.2 TAMANHO DO MERCADO ALVO

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Brinquedos, o setor estima um crescimento de 6% este ano, percentual bastante superior aos 3,5% de crescimento estimado para a economia brasileira. Juntos, os fabricantes deverão faturar cerca de R\$ 950 milhões. (ABRINQ, 2004). A participação estimada para o nosso mercado alvo será a população residente em Salvador, Camaçari, Lauro de Freitas e Simões Filho. Pretendemos atingir em um primeiro momento 15% do mercado total, com o objetivo de alcançar um mercado de 25% em 5 anos. Estarão fora do escopo da empresa pessoas que possuam renda inferior a cinco salários mínimos. O nosso público alvo estimado é de 278.975 consumidores.

4.2.3 COBERTURA GEOGRÁFICA

A Brincando & Educando, será uma empresa que atuará no mercado de Salvador e Região Metropolitana de Lauro de Freitas, Simões Filho e Camaçari, através da venda direta dos produtos, com estoque localizado na loja.

4.2.4 SEGMENTAÇÃO

A nossa segmentação será fundamentada na organização da comunicação, buscando atingir o nicho de mercado identificando claramente a faixa etária, renda, grau de instrução, modo de vida, aspirações de homens e mulheres a partir 25 anos, com renda ente 5 a 10 salários, com grau de instrução nível médio e superior, que tenham o hábito de ler revistas, jornais, TV (Isto É, Veja, Época, Você S/A, Carta

Capital, O Globo, Gazeta Mercantil, canais de TV fechado e TV Educativa), desenvolvendo políticas de comunicação seletiva, objetiva, atrativa e diferenciada que levante resultados através da aplicação de pesquisa de mercado, e elaboração de questionário, observação informal, sala de observação.

4.2.5 TEMPO DE ENTRADA NO MERCADO ALVO

A escolha deste mercado deu-se devido ao crescimento constante, e por ter identificado grande carência no setor de brinquedos educativos em Salvador. A nossa perspectiva de instalação e abertura negócio é de aproximadamente seis meses, após aprovação do plano e captação de recursos.

4.2.6 PESQUISA DE MERCADO

Nossa pesquisa de mercado foi realizada através de fontes primárias e secundárias. Fontes Primárias: Visita aos nossos principais concorrentes localizadas nos shopping Iguatemi, Barra e Itaipara, através de observação informal. [Fontes Secundárias: Consulta em sites diversos do ramo de atividade de brinquedos educativos, pesquisa em fontes alternativas através de estudos prontos elaborados pelo IBGE neste segmento.

Venda Por Estado Unidade: %

Estado	2000	2001	2002	2003
Acre	0.2	0.2	0.2	0.3
Alagoas	0.5	0.4	0.5	0.6
Amapá	0.3	0.3	0.4	0.3
Amazonas	1.1	1.1	1.6	0.9
Bahia	2.6	2.3	2.5	2.7
Ceará	1.7	1.5	1.6	2.3
Distrito Federal	1.9	1.9	1.7	1.5
Espírito Santo	1.6	1.6	1.9	1.3
Goiás	1.9	2.1	2.0	2.1
Maranhão	0.6	0.4	0.4	0.9
Mato Grosso	0.8	0.7	0.9	1.2
Mato Grosso do Sul	0.6	0.6	0.5	0.8
Minas Gerais	5.5	5.4	6.7	7.6
Pará	1.6	1.5	1.7	1.8

Paraíba	0.6	0.5	0.7	0.8
Paraná	4.5	4.6	5.1	4.3
Piauí	0.7	0.5	0.4	0.5
Pernambuco	3.8	3.9	3.4	3.6
Rio de Janeiro	14.2	15.3	14.7	13.4
Rio Grande do Norte	0.9	0.6	0.7	0.8
Rio Grande do Sul	6.1	4.9	5.2	4.4
Rondônia	0.4	0.3	0.4	0.5
Roraima	0.2	0.2	0.2	0.2
Santa Catarina	3.0	2.9	3.1	3.6
São Paulo	43.9	45.4	42.5	42.5
Serape	0.6	0.7	0.8	0.8
Tocantins	0.2	0.1	0.2	0.3
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0

*Fonte: Associados Abrinq

4.2.7 POTENCIAL DE ENTRADA NO MERCADO ALVO

O mercado de brinquedos oferece um grande potencial de mercado na cidade de Salvador, baseando-se no volume de vendas registradas nos últimos anos assim como os números de concorrentes, a participação de lojas especializadas na venda de brinquedos representou no ano de 2000, 24% como os dados demonstram:

Canais	2000
Magazines	8%
Auto-servico (supermercados. etc.)	37%
Loias Especializadas	24%
Atacadistas	14%
Outras Loias	12%
Internet	1%
Catálogos	4%
TOTAL	100.0%

Fonte: Associados Abrinq

Assim, verificamos que é possível aumentar a nossa participação baseada na média de crescimento anual em 12,25%, através do fortalecimento da marca, explorando o público que possui hábitos de compra pela Internet, pretendemos também realizar alianças com escolas particulares, creches e casas de eventos infantis.

4.2.8 TENDÊNCIAS E MUDANÇAS PREVISTAS NO MERCADO-ALVO

A transferência de um dos nossos fornecedores em curto prazo possibilitará uma melhor competitividade nos preços e na logística dos produtos. Com a transferência da fábrica de brinquedos educativos Baby Brink da matriz de Itaquaquecetuba em São Paulo para a cidade de Lauro de Freitas, na Bahia, estima-se uma redução em 15% os custos de produção.

4.2.9 PERFIL DOS CLIENTES

Nossos clientes estão identificados como: creches, escolas, homens e mulheres de 25 a 60 anos, que possuam renda superior a cinco salários mínimos, com grau de instrução médio ou superior, tendo hábitos de consumo e leituras, que valorizem o desenvolvimento educacional. Famílias que se preocupam em acompanhar e auxiliar o aprendizado dos seus filhos através de brinquedos que resgatem valores perdidos e incentivem a criança a desenvolverem coordenação motora, equilíbrio, percepção, estimulando a criatividade e a capacidade sensorial das crianças através de brinquedos que ofereçam atributos, como formas, cores, sons divertidos, de acordo com os padrões rígidos de qualidade exigidos pela NBR 11786 e INMETRO.

A Brincando & Educando estará localizada no Shopping, com facilidade de acesso, comodidade e segurança para os nossos clientes oferecemos diversas formas de pagamentos, atendimento diferenciado com Agentes de Negócios treinados e capacitados para atender, orientar e tirar dúvidas sobre todos os produtos, através do levantamento do perfil das crianças que irão manuseá-la.

4.2.10 NECESSIDADES DOS CONSUMIDORES

Pessoas físicas: Têm como interesse satisfazer os desejos da criança através de um brinquedo educativo que incentivem a criatividade, extravase energia e desperte interesse educacional, através de livros, jogos, etc.

Pessoas jurídicas: Escolas, creches que pretendem atingir objetivos didáticos, interação, convivência social e as brincadeiras como base de um aprendizado espontâneo no desenvolvimento físico, intelectual e emocional da criança.

4.2.11 MERCADOS-ALVO SECUNDÁRIOS

Nosso mercado alvo secundário será composto por consumidores do sexo masculino e feminino com idade entre 11 a 25 anos e acima dos 60 anos.

4.2.12 OPORTUNIDADES, AMEAÇAS E FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO

OPORTUNIDADES:

- 1) Foco principal na linha de brinquedos educativos.
- 2) Prestar serviços diferenciados com profissionais qualificados acima da média, com habilidades para identificar o perfil e as limitações das crianças que receberão os brinquedos, e que tenham conhecimento necessário dos produtos que negociamos. Dispor de funcionários preparados para atender o público é imprescindível para o sucesso de uma empresa, conforme apontam estudos realizados pela Abrine. A falta de preparo desses funcionários é uma das principais causas que levam à falência de uma empresa que atua neste setor. Não identificamos nos nossos principais concorrentes a atuação de profissionais com este perfil.
- 3) Instalação de um dos nossos principais fornecedores de brinquedos, a Baby Brink, que estará transferindo a sua matriz de Itaquaquecetuba, em São Paulo, está sendo transferida para o município baiano de Lauro de Freitas. Futuramente poderemos virá estabelecer alianças comerciais como representantes ou distribuidores exclusivos de seus produtos.
- 4) Explorar o mercado de escolas e creches, através da venda de brinquedos educativos e em segundo plano o comércio eletrônico.

AMEAÇAS:

- 1) O Fato da B MART estar instalada no Shopping Iguatemi, atuando no mercado a aproximadamente há dois anos, já possuindo com experiência no ramo de brinquedos.
- 2) Lojas de Departamento (como as Lojas Americanas), também instalada no Shopping Iguatemi, que comercializa alguns tipos de brinquedos que fazem parte do portfólio com preços mais competitivos.

FATORES CRÍTICOS:

- 1) Formação da carteira de clientes.
- 2) Utilizaremos estratégias para divulgação da chegada da empresa no mercado, através das ferramentas de marketing necessárias para uma boa divulgação.

4.3 CONCORRÊNCIA**4.3.1 DESCRIÇÃO DOS CONCORRENTES POR PRODUTO**

Principais concorrentes:

A pesquisa de mercado foi realizada através de fontes primárias e secundárias.

- Fontes Primárias: Visita aos nossos principais concorrentes localizados nos Shoppings Iguatemi (B Mart), Barra (PB Kids e Toy Kids) e Itaipara (o Brinquedão), através de observação informal.
- Fontes Secundárias: Feito através de consultas em sites diversos do ramo de atividade de brinquedos educativos e pesquisa em estudos prontos elaborados pelo IBGE sobre este segmento. Sites:

Fontes: <http://www.Shoppingitaigara.com.br>. Php, <http://www.Obrinquedao.com.br>

PB Kits, loja no 3. piso, leste, 14 BIS TOYS e Kits, Loja 216 2. Piso loja localizada no Shopping Barra, comercializa brinquedos no geral,

Fonte: <http://www.Shoppingbarra.Com/>.

Distribuição das Vendas por Linha de Produto:

Produtos	2000	2001	2002	2003
Bonecas e Bonecos em geral	26.5	28.8	36.7	33.9
Plásticos	34.2	33.1	30.1	37.9
Vinil	1.3	1.5	2.4	2.1
Pelúcia	3.6	5.0	2.3	1.0
Automovimento	14.0	11.9	8.9	7.8
Jogos	16.0	15.0	10.0	7.3
Madeira	1.5	0.8	1.1	6.1
Eletrônicos	1.2	1.3	7.1	1.6
Outros	1.7	2.6	1.4	2.3
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0

* Fonte: Associados Abrinq

4.3.2 CONCORRENTES INDIRETOS

Os nossos principais concorrentes indiretos serão as lojas que comercializam jogos eletrônicos, vídeo Games, mini games, Internet (E-Commerce, download de jogos gratuitos), quebra cabeça, bichos de pelúcia, carros, games, televisão, celular, bicicletas.

4.3.3 PARTICIPAÇÃO DE MERCADO DE CADA CONCORRENTE

Participação do mercado de brinquedos educativos em Salvador:

CONCORRENTES	PARTICIPAÇÃO
B Mart	42%
14 BIS TOYS	32%
PB Kids	18%
O BRINQUEDÃO	8%

* Fonte: Associados Abrinq

4.3.4 FORÇAS E FRAQUEZAS DOS CONCORRENTES

PONTO FORTE DOS NOSSOS PRINCIPAIS CONCORRENTES:

1) B Mart, PB Kits, possuem experiência de mercado. Essa posição coloca os nossos concorrentes em vantagem competitiva, pelo tempo em que atuam no mercado, e pela imagem conquistada junto aos compradores de brinquedos educativos, tem recursos financeiros, podendo ampliar o seu portfólio de produtos a qualquer tempo;

2) As instalações são adequadas, e suas marcas (B Mart, PB Kits) são reconhecidas como empresas revendedoras no mercado de Salvador pelos consumidores de brinquedos, além de ter uma diversificada linha de brinquedos em geral;

3) A BMART agrega outros produtos aos brinquedos que comercializam. Exemplo: Venda de produtos de utilidades do lar, artigos finos no geral. Seus preços são competitivos em relação aos demais concorrentes.

PONTOS FRACOS DOS NOSSOS CONCORRENTES:

- 1) Diversificar itens do ramo de brinquedos educativos.
- 2) Falta melhor percepção nas necessidades dos clientes em relação ao foco educativo.
- 3) Rede de distribuição fraca, poderia atuar com vendas através de representantes, internet, telemarketing, buscar novos clientes como creches, escolas.
- 4) Poderiam participar em feiras, exposições, palestras, em fim atuar com planejamento estratégico para aumentar sua fatia de mercado.

4.3.5 IMPORTÂNCIA DO MERCADO ALVO PARA OS CONCORRENTES

Os nossos principais concorrentes BMART e PB Kits não são considerados como carros-chefes na atuação do segmento de brinquedos educativos, estão mais voltados para brinquedos tradicionais e eletrônicos, por isso achamos que os nossos concorrentes são considerados secundários.

A perda de um cliente não gera um grande impacto para os nossos concorrentes. Na nossa posição de atuação no mercado, por sermos iniciantes a perda de um cliente gerará um impacto.

4.3.6 BARREIRAS A ENTRADA NO MERCADO

Nossos concorrentes apresentam aspectos de empresas com capital sólido, e atuante no mercado a mais de cinco anos, com experiência no segmento de brinquedos, já instalada em shoppings de grande circulação, com excelente estrutura física, operando com diversas formas de pagamentos, preços competitivos, dificultando a ação concorrência em relação às políticas comerciais.

Existe também a possibilidade de haver oscilação no mercado econômico que conseqüentemente afete o nosso segmento diretamente ou o nosso público alvo,

como por exemplo: Reajuste das mensalidades escolares, despesas com cursos de idiomas, esportes e outros.

O Poder de negociação dos nossos concorrentes, com representantes e distribuidores do mercado de brinquedos educativos, com concessão de percentuais de descontos diferenciados estando associado ao volume de compras e manutenção de estoques possibilitando aos mesmos a prática de preços diferenciados, dificultando a concorrência

4.4 ESTRATÉGIA DE MARKETING

4.4.1 ESTRATÉGIA DE ENTRADA NO MERCADO

A principal estratégia de penetração no mercado será o foco em lojas especializadas em brinquedos educativos, com o objetivo de diversificar os modelos já existentes, oferecendo serviços diferenciados, criando no interior da loja o “espaço de lançamento” (neste local disponibilizaremos os novos brinquedos, jogos, filmes, livro, cds, etc.) permitindo aos clientes o manuseio e funcionamento dos produtos, sob a orientação de um colaborador devidamente treinado, capacitado e empenhado em oferecer orientação ao consumidor na escolha de brinquedos e jogos adequados ao perfil de cada criança.

Haverá um espaço reservado para os pais ou responsáveis possam deixar as crianças enquanto realizam suas compras. Utilizaremos um “vale presente”, que possibilitará que o presenteado escolha o produto.

4.4.2 ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO

A empresa criará novos serviços, que ofereçam diferenciais competitivos, tanto no atendimento como nos produtos oferecidos, com profissionais qualificados, treinados para esclarecer e tirar dúvida orientar e sugerir produtos. As embalagens para presente serão alegres coloridas. A loja deverá oferecer espaços apropriados para que as crianças possam experimentar e escolher seus brinquedos assim como os pais poderão deixar seus filhos durante o período de compras, possibilitando o crescimento da empresa no período de maturação da marca.

4.4.3 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

A empresa adotará o sistema de venda direta ao consumidor final, que será realizado através de agentes de negócios (vendedores) que atenderão os clientes na loja, e em uma segunda etapa adotará o sistema de venda através de visitas as escolas, creches, condomínios, visando a venda de brinquedos educativos, livros, filmes, parquinhos e etc.

Vendas Por Canais

Canais	1998	1999*	2000	2001	2002	2003
Maqazines	21.1	22.5	22.7	28.8	34.8	22.4
Auto-servico (supermercados. etc.)	19.9	21.7	21.3	27.5	21.9*	18.3
Loias Especializadas	39.0	25.9	22.9	26.5	25.8	34.8
Atacadistas	14.0	29.9	14.4	17.2	17.5	24.5
Internet	--	--	0.2	--	--	--
Outras Loias	1.2	--	--	--	--	--
Distribuidores	0.7	--	--	--	--	--
Escolas	0.2	--	--	--	--	--
Outros	3.9	--	18.5	--	--	--
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

* Fonte: Associados Abrinq

4.4.4 ESTRATÉGIA DE MARCA

A empresa terá uma marca própria, a Brincando & Educando, com logotipo definido, pois sabemos que as marcas vencedoras não apresentam somente benefícios funcionais. O objetivo da empresa é criar também atributos emocionais que levem a fidelização do nosso consumidor. Esta marca será devidamente registrada, as nossas embalagens para presentes deverão ter um diferencial, com design alegre,

colorido e divertido. O layout da loja, junto com logotipo, conterão bastantes cores e movimento.



4.4.5 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

A empresa tem a intenção de promover uma campanha publicitária no lançamento do negócio que deverá ser veiculada pela, TV em horários matutinos (nos intervalos de programas infantis), pelo período de 30 dias. Posteriormente será utilizada como propaganda o patrocínio feito em locais reservados para festas infantis, divulgando a marca da empresa em convites, espaços internos das festas, e eventos infantis. Na promoção de vendas utilizaremos distribuição de brindes e também pinturas que serão realizadas nas datas comemorativas como o dia do Índio, o dia do livro, o dia da criança, o dia do amigo e outras datas.

4.5 ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO

4.5.1 FORÇA DE VENDAS

A venda varejista direta através de vendedores, e no segundo plano venda a escolas, creches. Para alcançarmos nossos objetivos comerciais na prospecção de

novos clientes, realizaremos eventos infantis em datas comemorativas no interior da loja, pinturas e brincadeiras, agregando serviços de entretenimento ao nosso produto. Será criado um espaço reservado para brincadeiras e lazer, que possibilite aos pais deixarem as crianças no momento das compras, através dos agentes de negócios externos.

Realizaremos visitas as escolas infantis, com o objetivo de fornecer livros e brinquedos educativos como material didático para as crianças, que poderão ser incluídos na lista de material escolar.

Adotaremos como argumento central de vendas a possibilidade das crianças desenvolverem um crescimento físico e psíquico de forma saudável através da utilização de brinquedos educativos, jogos, leitura infantil, brincadeiras e lazer, agregando serviços que ofereçam aos nossos clientes segurança, comodidade, informação e diversão. Para tanto a nossa força de vendas será composta de 04 Agentes de Negócios, 01 Supervisor, 02 Atendentes, que serão treinados, avaliados e acompanhados de forma contínua.

4.5.2 COMPOSIÇÃO DE PREÇOS

A nossa composição de preços será balizada pelos custos dos produtos comercializados acrescidos dos impostos, custos com salário e aluguel, com o objetivo de garantir um retorno mínimo do capital investido, com margem de lucro de 50% na venda de brinquedos, jogos e parquinhos, e lucro de 40% na venda de filmes e livros.

Os preços serão formatados de acordo com a segmentação do mercado-alvo com perspectiva de faturamento por linha de produtos que representará aproximadamente 40% de brinquedos, 30% de jogos, 10% de filmes, livros, 10% de parquinhos.

A empresa praticará descontos de 10% para os pagamentos á vista. Estamos considerando a nossa demanda como elástica, trabalharemos com o público de classe A e B, sendo assim um aumento ou diminuição nos preços não afetaria diretamente a demanda.

Preço dos Lançamentos ao Consumidor Final:

Faixas de Preço	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
a) até R\$ 10	36.5	39.6	44.5	25.0	28.4	33.2	26.2	15.4	24.7
b) de R\$ 11 a 20	22.4	23.6	19.3	26.7	29.8	21.4	29.8	29.4	25.1
c) de R\$ 21 a 30	11.1	11.3	14.5	21.2	16.9	16.2	20.8	20.6	19.3
d) de 31 a 50	8.4	9.3	11.9	14.2	11.2	10.3	13.6	22.0	12.9
e) de R\$ 51 a 100	7.0	6.0	4.6	7.7	8.2	9.2	6.0	6.0	9.5
f) acima de R\$ 101	14.6	10.2	5.2	5.2	5.5	9.7	3.6	6.6	8.5
TOTAL	100.0	100.	100.	100.	100.	100.	100.	100.	100.

* Fonte: Associados Abrinq

RESUMO:

Unidade: %

Preço	Anos	Total
Até R\$ 30.00	1996	70.0
Até R\$ 30.00	1997	74.5
Até R\$ 30.00	1998	78.3
Até R\$ 30.00	1999	72.9
Até R\$ 30.00	2000	75.1
Até R\$ 30.00	2001	70.8
Até R\$ 30.00	2002	76.8
Até R\$ 30.00	2003	65.4
Até R\$ 30.00	2004	69.1

Fonte: Associados Abrinq

EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DOS BRINQUEDOS DE ACORDO COM A FIPE

Mês	1996	1997	1998
JAN	-1.64	-1.36	-0.28
FEV	1.55	-0.88	-0.10
MAR	-1.54	0.93	-0.25
ABR	-0.90	0.29	0.15
MAI	1.43	-0.57	-0.93
JUN	-1.12	1.20	-0.95
JUL	0.34	-1.97	0.29
AGO	-1.10	-0.33	-0.39
SET	-0.50	-0.77	-0.43
OUT	-0.94	-1.60	-1.52
NOV	1.08	0.62	-0.14
DEZ	-0.54	-2.40	-1.84

* Fonte: Associados Abrinq

Mês	1999	2000	2001
JAN	0.45	0.14	0.72
FEV	-0.01	0.59	0.21
MAR	2.33	0.60	0.78
ABR	1.91	0.47	0.51
MAI	0.15	0.67	-0.15
JUN	-1.65	-0.92	0.58

JUL	-0.23	-0.10	0.39
AGO	1.30	-0.35	0.60
SET	0.02	-0.16	-0.99
OUT	-0.70	-0.20	0.49
NOV	1.26	-0.08	1.16
DEZ	0.07	-0.57	0.73

* Fonte: Associados Abrinq

Mês	2002	2003	2004
JAN	0.49	0.70	0.64
FEV	0.67	0.65	0.57
MAR	0.78	0.76	0.52
ABR	0.26	0.48	-0.35
MAI	-0.01	-0.22	-0.20
JUN	-0.32	0.68	-0.27
JUL	-0.59	-0.33	-0.50
AGO	0.52	0.85	0.98
SET	1.12	0.29	0.73
OUT	0.14	0.37	-0.68
NOV	2.13	0.77	1.34
DEZ	0.38	-1.17	-0.05

* Fonte: Associados Abrinq

Mês	2005
JAN	0.63
FEV	0.38
MAR	0.16

Mês	2005
JAN	0.63
FEV	0.38
MAR	0.16

4.5.3 PROJEÇÃO DE FATURAMENTO

Produto		Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Brinquedos Educativos	Receita	396.005	427.685	479.007	546.068	627.979
	Impostos	110.881	119.752	134.122	152.899	175.834
Filmes Infantil	Receita	99.144	107.076	119.925	136.714	157.221
	Impostos	27.760	29.981	33.579	38.280	44.022
Jogos Infantil	Receita	296.982	320.740	359.229	409.521	470.949
	Impostos	83.155	89.807	100.584	114.666	131.866
Livros Infantil	Receita	99.112	107.041	119.885	136.669	157.170
	Impostos	27.751	29.971	33.568	38.267	44.008
Parquinho Infantil	Receita	99.900	107.892	120.839	137.757	158.420

	Impostos	27.972	30.210	33.835	38.572	44.358
Total Receita >>>>>>>>>>		991.142	1.070.433	1.198.885,27	1.366.729	1.571.739
Total Impostos >>>>>>>>>>		277.520	299.721	335.688	382.684	440.087

4.5.4 EFEITOS DE SAZONALIDADES

A nossa estimativa de vendas estará sujeito a efeitos de sazonalidade, em épocas como, o Natal, Dia das Crianças, e férias escolares, nos períodos de baixa demanda, a empresa realizará eventos na loja, com o objetivo de captar clientes. aproveitando as datas comemorativas como; Dia do Índio, Semana do Livro, Dia do amigo, Páscoa e outras datas, realizando brincadeiras, jogos, pinturas e entretenimento infantil nas épocas favoráveis.

A empresa manterá um rigoroso controle de estoque anual, realizando compra programadas, com o intuito de manter o estoque abastecido para as datas comemorativas como Natal e Dias da Criança. Nesses períodos também aumentará o seu quadro de funcionários através de contratações temporárias e alongamento de prazos de pagamento.

SAZONALIDADE DAS VENDAS DA INDÚSTRIA

(mês a mês, em relação às vendas de cada ano).

Unidade: %

ANO	JAN	FEV	MAR	AB	MAI	JU	JU	AG	SE	OU	NO	DE	TOTA
1991	1,4	3,3	5,3	4,6	5,3	9,8	9,8	9,5	18,	7,5	16,4	8,4	100,0
1992	1,3	3,1	3,1	3,8	4,3	4,8	5,6	10,4	16,	11,5	25,6	10,	100,0
1993	1,3	2,2	3,7	3,5	4,4	4,5	5,2	10,4	18,	11,8	23,2	10,	100,0
1994	1,4	2,1	2,1	3,0	3,6	3,9	5,5	12,3	18,	14,9	21,8	10,	100,0
1995	2,9	4,2	6,9	6,9	6,6	5,5	7,2	13,5	17,	6,9	12,2	10,	100,0
1996	2,0	6,0	2,8	2,5	3,5	3,8	3,2	6,6	12,	17,7	26,5	13,	100,0
1997	2,3	2,3	4,2	3,1	6,0	6,2	6,7	10,9	18,	10,2	19,1	10,	100,0
1998	4,6	4,4	6,4	5,6	5,8	5,7	7,2	10,0	15,	8,0	16,5	10,	100,0
1999	4,9	4,8	6,2	5,5	5,9	6,2	7,7	10,3	14,	8,9	15,6	9,1	100,0
2000	3,8	3,7	4,1	3,6	3,9	5,6	7,4	12,4	18,	8,1	19,7	8,8	100,0
2001	3,1	2,5	3,9	3,7	4,5	4,1	7,7	12,2	17,	10,9	21,3	8,9	100,0

2002	3,2	2,3	3,7	4,0	6,1	6,5	6,5	11,3	16,	10,4	17,4	11,	100,0
2003	6,0	5,7	6,6	6,0	6,7	6,6	7,7	9,7	13,	8,8	14,2	8,9	100,0

* Fonte: Associados Abrinq

4.5.5 TEMPO DE ENTREGA DOS PRODUTOS / SERVIÇOS

O Mix de produtos da Brincando & Educando está disponível em gôndolas na loja para entrega imediata. Tratando-se de novos produtos, a exemplo dos parques, será acordado o prazo de entrega no pedido da compra. Ocorrendo atraso na entrega e/ou na instalação (que gere ônus aos clientes), nos comprometemos com reembolso de todas as despesas.

4.5.6 PROCESSOS DE PÓS-VENDA

O processo de pós-venda será realizado pelo departamento comercial, da seguinte forma: os vendedores entrarão em contato com os nossos consumidores logo após a venda para conferir se o produto e o atendimento corresponderam as suas expectativas. O sistema disponibilizara informações sobre cada um dos nossos clientes, como dados pessoais, frequência de compra, perfil de compra de cada cliente, assim como dados sobre os novos produtos, manutenção na venda de equipamentos de entretenimento, parquinhos (que serão terceirizado). O sistema disponibilizará também informações pertinente sobre os hábitos de compra de nossos clientes.

5. PLANO OPERACIONAL

5.1 FLUXO OPERACIONAL

5.1.1 DESCRIÇÃO DO FLUXO OPERACIONAL

RECEBIMENTO DOS NOSSOS PRODUTOS.

- 1) Conferência Física do produto (Nota Fiscal x Quantidade. Física incluindo contagem e/ ou pesagem dos volumes da carga como um todo).

2) Conferência Documental (Razão Social, Endereço, CNPJ, Inscrição Estadual) para os materiais e produtos adquiridos pela Brincando & Educando.

Qualquer Produto, Ativo Fixo, Bens de Consumo, etc., só devem ser recepcionados com base na NF e CTRC (Conhecimento de Transportes Rodoviários de Cargas – nos casos apropriados) e/ou qualquer outro documento fiscal e lançado no sistema de controle de estoque / sistema fiscal, após recepção e conferência pelo estoquista.

CHECAGEM A SEREM FEITAS DURANTE O RECEBIMENTO DO PRODUTO:;

- a. Se consta impresso nos brinquedos o selo de qualidade;
- b. Se constam nas embalagens à data de fabricação, liberação do INMETRO, indicação da faixa etária
- c. O nome do fabricante
- d. Ocorrendo alguma divergência, comunicar ao setor competente para tornar as devidas providências e autorização, preencher check list de recebimento de mercadoria.

PROCESSAMENTO DE VENDAS:

Definir as situações da comercialização dos produtos da Brincando & Educando, que antecedem o faturamento, a serem observadas pelo Supervisor Comercial, SNR (Suporte de Negócios e Resultados), DIR (Diretoria) e FAT (Faturamento) da loja.

PROCEDIMENTOS:

A ferramenta de trabalho do pessoal de Negócios e Resultados é o Sistema de Dados da empresa. A boa administração de informações ao pessoal de Negócios e Resultados (pois contém os registros de todas as operações realizadas pela empresa) é que o capacita a exercer suas atividades junto aos clientes, com segurança e tranquilidade. Possibilita o bom atendimento ao cliente - uma vez que a equipe de Negócios e Resultados pode colaborar com a melhoria dos negócios realizados, efetuando os registros relacionados a dificuldades gerais - preços de concorrentes, produtos escassos, produtos não aprovados pelo cliente (amostras para testes), etc - bem como às expectativas do mercado.

Possibilita o bom gerenciamento por parte da Direção da empresa, desde que as informações requeridas pelo banco de dados sejam constantemente alimentadas por todos os envolvidos.

5.2 PLANEJAMENTO DA CAPACIDADE DE PRODUÇÃO

5.2.1 CAPACIDADE DE PRODUÇÃO

O planejamento da capacidade de produção não está diretamente ligado à capacidade de produção dos nossos fornecedores, por que a Brincando & Educando terá um cadastro atualizado de fornecedores, para manter o poder de barganha, permitindo negociações favoráveis para as partes envolvidas.

A aquisição dos produtos será baseada no histórico de demanda dos nossos principais fornecedores, com o objetivo de criarmos um controle de previsões de venda, controle de estoque, pedidos de compra, de forma a diminuir custos e manter o estoque dos produtos atualizados.

Evitando o excesso ou falta, pois sabemos que os impactos causados pela falta destes controles afetam a natureza e as características da nossa empresa no sentido de garantir o atendimento da nossa missão, assim trabalharemos com compras programadas, em função das previsões de venda para os produtos de maior giro na empresa.

5.2.2 CAPACIDADE DE ENTREGA INTERNA E EXTERNA

A Brincando & Educando é uma empresa de comércio varejista, que trabalhará apenas com produtos acabados. O nosso layout interno deverá ser funcional, de forma que facilite o acesso dos clientes no seu interior, possibilitando a escolha dos produtos, com sinalização adequada, arrumados por categoria, preços visíveis, e acesso rápido e fácil aos caixas com locais específicos para embalagens. As exposições dos produtos serão feitas em gôndolas específicas permitindo a facilidade na escolha, com comodidade e segurança.

5.2.3 PROCEDIMENTOS DE ENTREGA DE PRODUTOS

Inicialmente os nossos produtos estarão estocados diretamente nas gôndolas, no interior da loja, dispensando a estocagem em armazéns. Trabalharemos com softwares que permitam manter um controle direto, confiável e atualizado de cada produto, dando baixa automática no estoque, à medida que vão sendo realizadas as

vendas o sistema deverá nos informar de forma automática o momento de compra quando estes chegarem a uma quantidade considerada mínima, pois inicialmente estes controles não estarão ligados on line com os nossos principais fornecedores.

5.2.4 PREVISÃO DE AUMENTO DE CAPACIDADE

Os nossos principais fornecedores ficam no Sul e Sudeste do país, levando de 5 a 10 dias para serem entregues os produtos, mas somente este fato não justificaria a formação de estoques. As nossas compras serão realizadas dentro de previsões de demanda e casos de sazonalidade, pois estoque parado significa prejuízo contábil. Após análise de vendas no primeiro ano, e as pesquisas de previsões de vendas que nos mostre a falta de produtos, passaremos a adotar um ponto de estoque intermediário para simplificar o processo de logística dos nossos estoques. O método utilizado para analisar esta variável será o de coleta de dados da previsão de demanda pela técnica da média exponencial móvel. Existe ainda a possibilidade de surgirem novos fornecedores na região, possibilitando uma melhor logística de estoque dos nossos produtos, reduzindo conseqüentemente o prazo de recebimento de determinados itens reduziria para 1 ou 2 dias.

5.2.5 VANTAGENS COMPETITIVAS NAS OPERAÇÕES

O objetivo da empresa é reduzir os custos totais de logística, melhorar os serviços e aumentar a flexibilidade. Para tanto, os nossos produtos estarão disponíveis em gôndolas no interior da loja. O sistema de transporte utilizado será basicamente o rodoviário (com fretes CIF e FOB), mas havendo necessidade, utilizaremos o transporte aéreo. Ocorrendo falta de produtos, buscaremos inovações que possam agregar valor ao nosso produto, como já foram descritos anteriormente.

5.3 FORNECEDORES E TERCEIROS

5.3.1 IDENTIFICAÇÃO DE FORNECEDORES CRÍTICOS

A Brincando & Educando terá como fornecedores críticos empresas situadas em outros estados (São Paulo, Rio Grande Sul, Goiás, etc). Exemplificando: Resam Brinquedos Pedagógicos, Brinquedos Bandeirantes, Brinquedos Estrela, Brinquedos Pedagógicos Dagmar, Brinquedos Elka, Grow, Gulliver, Xalingo, dentre outros, e que não possuam distribuidores no Nordeste. Pretendemos trabalhar com estoque informatizado e automatizado, utilizando programas que nos sinalize a criticidade de cada item em estoque, para que a sua reposição seja feita de forma programada, evitando assim a falta total do item de forma inesperada, vindo a alterar o nosso fluxo de compras, guardando as devidas proporções para os períodos de sazonalidade.

5.3.2 DESCRIÇÃO DE PARCEIROS

A Brincando & Educando manterá relação de parcerias com profissionais que venham complementar as atividades internas e externas da empresa:

Externas: Profissionais da área de Contabilidade: Recursos Humanos, Treinamento e capacitação (que prestem serviços de reciclagem dos nossos colaboradores); Escolas; Creches; Pedagogas; Psicopedagogas; Transportadores e Assessoria Jurídica quando forem necessários.

Interna: Vitrinistas; fornecedores de embalagens; Estoquistas e etc.

5.3.3 REQUISITOS DE TEMPO

A Brincando & Educando investirá na informatização e automação de seus processos internos, buscando os recursos necessários para que sejam criadas rotinas de trabalhos diárias e/ou periódicas de checagem de estoques, contas a pagar, contas a receber, conciliações bancárias e programação de compras, para que as atribuições de nossos colaboradores tenham suas durações otimizadas e organizadas de tal forma que nos permita agilidade nos processos.

Buscando ter uma equipe trabalhando em sintonia, comprometida e que realize periodicamente rodízios de atividades entre os funcionários de todos os sub setores

da empresa, a fim de evitarmos que determinadas atividades sejam apenas executadas exclusivamente por uma determinada pessoa. Com a finalidade de trabalharmos ao máximo para que haja otimização do nosso tempo e maximização de nossos lucros e oferta de atendimento rápido, dinâmico, eficiente e satisfatório para os nossos clientes, visando sempre a satisfação de suas necessidades e superar a expectativa de nosso atendimento para os mesmos.

5.4 SISTEMAS DE GESTÃO

5.4.1 GESTÃO DE ESTOQUE E INVENTÁRIO

O estoque da Brincando & Educando será informatizado e automatizado. Para cada produto adquirido, serão criados códigos de acordo com sua especificação e tipo de cada brinquedo. Esses produtos são recebidos mediante apresentação de nota fiscal e que após a conferência de todos os itens, valores, impostos destacados, são liberados para implantação no sistema.

A cada venda realizada emitiremos cupom fiscal, utilizando sistema interligado, que realizará a baixa automática no estoque. Trabalharemos com estoque mínimo para cada item e atingindo este ponto de equilíbrio o próprio sistema sinaliza para necessidade de novas aquisições do produto. O sistema permite a geração de relatório de produtos vendidos diariamente e / ou por período a fim de checarmos diariamente os estoques e suas respectivas saídas. Ficará determinado que no primeiro dia útil do mês subsequente, será feito um inventário parcial, a fim de checarmos todas as entradas, saídas, emissão de notas de todos os produtos, assim como os pagamentos de seus respectivos impostos. No final de cada semestre faremos o Processo de Inventário Integral - espécie de auditoria realizada por nossos colaboradores sob supervisão dos gerentes Comercial, Administrativo e Financeiro.

5.4.2 GESTÃO DA QUALIDADE

A Brincando & Educando não é uma empresa certificada pelo sistema de qualidade, entretanto já consta em seu planejamento, a implementação à curto prazo dos procedimentos já descritos e requeridos pela norma, com o objetivo de aperfeiçoar

os seus processos, atendendo as necessidades dos nossos clientes internos e externos, nos tornando cada vez mais competitivos.

O primeiro passo será a nomeação do seu comitê de qualidade, para melhor análise do sistema de gestão da qualidade, e acompanhamento dos indicadores de desempenho que envolve: a qualidade do produto, reclamação de clientes, controle de ação corretiva e preventiva, não conformidades, e a capacitação dos seus funcionários, para a melhoria continua do processo, baseado no manual da Qualidade.

A empresa implementará as rotinas de controle de documentos e dados, controle de registros, treinamento, auditoria interna, ação corretiva e preventiva, análise crítica, recrutamento e seleção, condutas e disciplinas, comunicação, seleção e avaliação de Fornecedores, controle de serviço não conforme, e análise de dados. Estará ainda medindo anualmente o grau de satisfação dos seus clientes através de pesquisas.

5.4.3 GESTÃO DE SEGURANÇA E SAÚDE

Como a Brincando & Educando será instalada no Shopping Iguatemi, o sistema de segurança patrimonial é acobertado pelo contrato. O nosso ramo de atividade não está enquadrado no grau de risco de periculosidade que comprometa a integridade física do trabalhador, entretanto estaremos atendendo a NR 6 (Norma Regulamentadora), disponibilizando EPI (Equipamento de Proteção Individual) como: luvas, fardamento, e máscaras adequadas para a execução das rotinas desempenhada pelo Auxiliar de Serviços Gerais, e outros equipamentos necessários para o desempenho de suas atividades.

Também como medida de segurança e saúde, estaremos elaborando o PPRA (Programa de Prevenção de Riscos Ambientais) e o PCMSO (Programa de Controle Medicina e Saúde Ocupacional), para realização dos exames necessários de acordo com os riscos do ambiente.

5.4.4 GESTÃO DO IMPACTO AMBIENTAL

A gestão Ambiental da Brincando & Educando será realizada através de um programa de conscientização dos nossos colaboradores. Estaremos realizando

palestras educativas, campanhas para a preservação da natureza, disponibilizaremos em nossa loja vasilhames para coleta seletiva de papéis, plásticos, vidros, lâmpadas, baterias, etc. Nossa atividade não é industrial mas poderemos contribuir com o meio-ambiente com o gerenciamento de nossos resíduos domésticos que poderemos reutilizar, como o papel, ou dar destinação para cooperativas, contribuindo assim com a geração de renda.

5.4.5 SISTEMAS DE INFORMAÇÃO E AUTOMAÇÃO

A Brincando & Educando investirá em tecnologia, a fim de alocar recursos que nos permita um melhor monitoramento e visão ampliada de todas as negociações realizadas em nossa empresa. Um sistema integrado de informações, com funcionamento em rede através de terminais para acesso de nossos colaboradores, permitindo a realização de consulta de estoque, emissão de pedidos diretamente interligados com nosso caixa.

Trabalharemos de forma integrada, otimizando todos os processos de compra, venda (cartões, cheque, á vista), estoque, emissão de cupom fiscal e/ou notas fiscais, com baixas automáticas.

6. PLANO FINANCEIRO

6.1 INVESTIMENTOS

Detectamos que precisaremos de aproximadamente R\$ 227.000,00 de Capital Social, para cobertura dos Investimentos e Capital Giro (investimento + capital de giro) Capital Social, para a aquisição de máquinas e equipamentos, materiais de expedientes, qualificação da mão-de-obra e aquisição de produtos para vendas entre outros.

Tipo	Ítem	Qtd	Vlr. unitário	Valor Total	Depreciação
Equipamentos	DVD	1	480	480	48
Equipamentos	TELEFONES	5	39	195	20
Equipamentos	TV	1	900	900	90
Equipamentos	VIDEO CASSETE	1	320	320	32

Equipamentos	AR CONDICIONADO	1	900	900	90
Equipamentos	Leitor de código de barra manual	1	700	700	70
Equipamentos	Impressora de código de barra	1	1.200	1.200	120
Equipamentos	Terminal de consultas de código de barra	1	2.900	2.900	290
Sub-Total >>>>>>>>>				7.595	760
Estoque Inicial	Filmes Educativos	170	17	2.871	0
Estoque Inicial	Livros Educativos	345	8	2.874	0
Estoque Inicial	Parquinhos	5	413	2.065	0
Estoque Inicial	Brinquedos Educativos	844	10	8.170	0
Estoque Inicial	Jogos Educativos	737	8	6.132	0
Sub-Total >>>>>>>>>				22.112	0
Instalações	REFORMA GERAL	1	70.000	70.000	7.000
Sub-Total >>>>>>>>>				70.000	7.000
Material Informática	FAX	1	550	550	55
Material Informática	IMPRESSORA MULTIFUNCIONAL	1	1.300	1.300	130
Material Informática	IMPRESSORA MATRICIAL	1	2.600	2.600	260
Material Informática	DIVERSOS	1	1.000	1.000	100
Material Informática	MAQUINA CUPON FISCAL	1	1.500	1.500	150
Material Informática	software	1	5.000	5.000	500
Sub-Total >>>>>>>>>				11.950	1.195
Móveis e Utensílios	BEBEDOURO	2	360	720	72
Móveis e Utensílios	BALCÃO DE PACOTE	1	1.500	1.500	150
Móveis e Utensílios	balcão caixa	1	2.500	2.500	250
Móveis e Utensílios	MESA DE ESCRITORIO	3	400	1.200	120
Móveis e Utensílios	MAQUINA CALCULAR DE MESA	2	160	320	32
Móveis e Utensílios	CADEIRA GIRATORIA	5	300	1.500	150
Móveis e Utensílios	CAFETEIRA	1	120	120	12
Móveis e Utensílios	ARMARIOS SOB MEDIDA	2	1.200	2.400	240
Móveis e Utensílios	PERSIANA	1	80	80	8
Móveis e Utensílios	gondulas	15	200	3.000	300
Móveis e Utensílios	ARQUIVO PASTA SUSPensa	2	300	600	60
Sub-Total >>>>>>>>>				13.940	1.394
Total Geral >>>>>>>>>				125.597	10.349

6.2 PROJEÇÃO DE VENDAS

Após a análise de Mercado em relação à concorrência e das projeções de crescimento do segmento de Brinquedos Educativos, criamos uma família de linhas de Produtos, considerando as seguintes categorias:

- 1) Brinquedos Educativos com estimativa de 900 unidades vendidas.
- 2) Filmes Educativos com estimativa de 170 unidades vendidas.
- 3) Jogos Educativos com estimativa de 770 unidades vendidas.
- 4) Livros Educativos com estimativa de 335 unidades vendidas.
- 5) Parquinhos Infantis com estimativa de 20 unidades vendidas.

6.3 PROJEÇÃO DE CUSTOS VARIÁVEIS

Tomamos como base, para cálculo dos custos variáveis, o percentual de pagamento referente às comissões sobre vendas, distribuídos entre os Agentes de Negócios e o Supervisor de Vendas, tendo como total de 3%, deduzimos os valores correspondentes a carga tributária correspondente a empresa EPP (Empresa de Pequeno Porte), com o percentual de 8,2, mais o ICMS 4%, Frete 10% e margem de lucro que varia de 40 a 50%.

Produto	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Brinquedos Educativos	98.039	105.882	118.588	135.190	155.469
Filmes Infantil	34.456	37.212	41.677	47.512	54.639
Jogos Infantil	73.582	79.469	89.005	101.466	116.685
Livros Infantil	34.486	37.245	41.715	47.555	54.688
Parquinho Infantil	24.787	26.770	29.983	34.180	39.307
Total Custo Variável >>>>>>>>>	265.350	286.578	320.968	365.903	420.788

6.4 PROJEÇÃO DE CUSTOS FIXOS E DESPESAS

Foram consideradas todas as despesas para implantação do negócio, como estoque inicial, máquinas, equipamentos, reforma. Estabelecemos também uma previsão de consumo maior no período inicial, com perspectiva de reduções gradativas nos quatro primeiros anos, através de uma análise do histórico de consumo, do conhecimento do empreendimento e identificação das suas reais necessidades.

Ítem da Despesa	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Aluguel Sala de Apoio	4.800,00	5.040	5.242	5.451	5.615
Condominio Shopping	90.000,00	94.500	98.280	102.211	105.278
Curso e Treinamentos	4.800,00	5.040	5.242	5.451	5.615
Embalagens	3.600,00	3.780	3.931	4.088	4.211
EPI	1.200,00	1.260	1.310	1.363	1.404
Equipamento Segurança	600,00	630	655	681	702
Fardamento	1.680,00	1.764	1.835	1.908	1.965
Material Expediente	4.200,00	4.410	4.586	4.770	4.913
Pró-labore	54.000,00	56.700	58.968	61.327	63.167
Propaganda	9.600,00	10.080	10.483	10.903	11.230
Telefone	8.400,00	8.820	9.173	9.540	9.826
Ticket Restaurante	14.400,00	15.120	15.725	16.354	16.844
Vale transporte	8.640,00	9.072	9.435	9.812	10.107
Total Das despesa >>>>>>>>>	205.920	216.216	224.865	233.859	240.875

Sabemos que necessitamos de Capital Social de aproximadamente de R\$ 227.000,00, para a implantação do empreendimento, sendo que o fluxo de caixa demonstra um lucro acumulado a partir do 1º ano, que aumenta nos períodos subseqüentes, tendo um aumento maior no 5º período.

Discriminação	Ano 0	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Investimento Inicial	226.939					
(+) Entradas de Caixa						
Recebimentos		991.142	1.070.433	1.198.885	1.366.729	1.571.739
(-) Saídas						
Impostos S/Vendas		277.520	299.721	335.688	382.684	440.087
Custos dos Produtos		265.350	286.578	320.968	365.903	420.788
Folha de Pagamento		61.949	65.046	68.949	73.775	79.677
Despesas Operacionais		205.920	216.216	224.865	233.859	240.875
Imposto S/Lucro			0	0	0	0
(=) Saldo do Período	-226.939	180.403	202.872	248.416	310.507	390.311
(+) Saldo Inicial		-226.939	-46.536	156.336	404.752	715.259
(=) Saldo Final	-226.939	-46.536	156.336	404.752	715.259	1.105.570
Necessidade de Capital de Giro		101.342	108.445	117.934	132.028	147.678

6.7 PROJEÇÃO DA NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO

Verificamos todo o montante de recursos necessários para implantação de toda infra-estrutura, baseado na nossa projeção de faturamento, que deve ser resultante do potencial do mercado com a nossa capacidade de vendas, sempre analisando os custos fixos e variáveis do negócio, para estabelecimento do preço de venda, baseados no custo do produto, custo de comercialização e margem de lucro pretendida. Portanto para alcançarmos os objetivos descrevemos abaixo a necessidade de capital de giro ano após ano:

- 1º ano – R\$ 101.342,00
- 2º ano – R\$ 108.445,00
- 3º ano – R\$ 117.934,00

- 4º ano – R\$ 132.028,00
- 5º ano – R\$ 147.678,00

6.8 ANÁLISE DE SENSIBILIDADE

O nosso Valor Presente do Fluxo de Caixa foi R\$ 526.442,00, Valor Presente Líquido foi de R\$ 299.504,00, a Taxa de Retorno do nosso negócio é de 90,0%, no segundo ano, com o Payback Simples de 1,2 e com ROI de 1,3.

FORMA DO CÁLCULO:

Ano	0	1	2	3	4	5
Investimento Inicial	(227.689)					
Saldo do Período	(226.939)	180.403	202.872	248.416	310.507	390.311
Fluxo de caixa acumulado	(226.939)	(46.536)	156.336	404.752	715.260	1.105.571
PayBack Simples		0,0	1,2	0,0	0,0	0,0

RENTABILIDADE DO PROJETO

TAXA DE DESCONTO	35,00%
INVESTIMENTO INICIAL	(226.939)
Valor Presente do fluxo de caixa	526.442
VPL - Valor Presente Líquido	299.504
TIR - Taxa Interna de Retorno	90,0%
ROI - (Return On Investment)	1,3

ANEXOS

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 22. ed. - São Paulo: Cortez, 2002.

KISHIMOTO, Tizuko Morchida. **Jogo, Brinquedo, Brincadeira e a Educação**. 7.ed. – São Paulo: Cortez, 2003.

NETO, Carlos Alberto Ferreira. **Motricidade e Jogo na Infância**. 3. ed – Rio de Janeiro: Sprint, 2001.

KISHIMOTO, Tizuko Morchida. **O Brincar e suas teorias.** – 1. ed - São Paulo: Pioneira, 2002.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing:** análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. – São Paulo: Atlas, 1998.

ASSAF NETO, Alexandre, SILVA, César Augusto Tibúrcio. **Administração do capital de giro.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 1997.

BRASIL. **Lei n.º 6.404**, de 15 de dezembro de 1976. Dispõe sobre as sociedades por ações

CAMPOS FILHO, Ademar. **Demonstração dos fluxos de caixa:** uma ferramenta indispensável para administrar sua empresa. São Paulo: Atlas, 1999.

FREZATTI, Fábio. **Gestão do fluxo de caixa diário:** como dispor de um instrumento fundamental para o gerenciamento do negócio. São Paulo: Atlas, 1997.

IASC - International Accounting Standards Committee. **Normas internacionais de contabilidade.** São Paulo: IBRACON, 1998.

IUDÍCIBUS, Sérgio de, MARION, José Carlos. **Introdução à teoria da contabilidade:** para o nível de graduação. São Paulo: Atlas, 1999.

ZDANOWICZ, José Eduardo. **Fluxo de caixa:** uma decisão de planejamento e controle financeiros. 5.ed. Porto Alegre: Sagra-DC Luzzatto, 1992.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BRINQUEDOS – ABRINE. **Abrine trabalha para levantar a imagem dos brinquedos educativos.**

Disponível em: <[HTTP:// www.abrine.com.br/noticias050501.htm](http://www.abrine.com.br/noticias050501.htm). Acesso em: 08 mar. 2005.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS FABRICANTES DE BRINQUEDOS – ABRINQ. **Parceria com a Fundação Abrinq pelos direitos da criança e do adolescente.**

Disponível em: <[HTTP://www.abrinq.com.br/conhecimento/setorial/is16brin.pdf](http://www.abrinq.com.br/conhecimento/setorial/is16brin.pdf) .
Acesso em: 08 mar. 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisas de consumo de brinquedos – 2004: Salvador.

Disponível em: <[HTTP://www.ibge.gov.br/pesquisas/exercicio2004.pdf](http://www.ibge.gov.br/pesquisas/exercicio2004.pdf) . Acesso em: 08 mar. 2005

FEIRAS EMPREENDIMENTOS E NOTÍCIAS - FRANCAL . Abrine promove reunião de grupo de estudos sobre brinquedos.

Disponível em: <[HTTP://www.francal.com.br/codigo/noticias-conteudo.asp?noticiaID=6194](http://www.francal.com.br/codigo/noticias-conteudo.asp?noticiaID=6194) . Acesso em: 10 mar. 2005

BARÃO BRINQUEDOS - Site E-Commerce

Disponível em: <[HTTP://www.baraobrinquedos.com.br/fornecedores](http://www.baraobrinquedos.com.br/fornecedores). Acesso em: 10 mar. 2005

PEDAGOGIA DO VIVER - Site E-Commerce

Disponível em:

<[HTTP://www.pedagogiadoviver.com.br/?OVRAW=ESPA%C3%87O%2](http://www.pedagogiadoviver.com.br/?OVRAW=ESPA%C3%87O%2)

0BRINQUEDO&OVKEY=brinquedo&OVMTTC=advanced. Acesso em: 16 mar. 2005

ESPAÇO BRINQUEDO - Site E-Commerce

Disponível em: <[HTTP://www.espacobrinquedo.com.br/fornecedores.html](http://www.espacobrinquedo.com.br/fornecedores.html) . Acesso em: 20 mar. 2005

COMPARE PREÇOS – Site E-Commerce

Disponível em: <[HTTP://www.compareprecos.com.br/Brinquedos-Jogos.asp?category_id=3321](http://www.compareprecos.com.br/Brinquedos-Jogos.asp?category_id=3321) . Acesso em: 22 mar. 2005

BRINQ MANIA – Site E-Commerce

Disponível em: <[HTTP://www.brinqmania.com.br/](http://www.brinqmania.com.br/) . Acesso em: 24 abr. 2005.

COMPARE PREÇOS – Site E-Commerce

Disponível em: <[HTTP://www.compareprecos.com.br/Brinquedos-Jogos.asp?category_id=3321](http://www.compareprecos.com.br/Brinquedos-Jogos.asp?category_id=3321) . Acesso em: 24 abr. 2005

BRINQUEDOS SIDERAL - Fábrica de brinquedos em plástico: bonecas, boliche, bichinhos e outros.

Disponível em: <[HTTP://www.sideralplasticos.com.br/](http://www.sideralplasticos.com.br/) . Acesso em: 26 abr. 2005.

KID TOYS BRINQUEDOS – FÁBRICA DE BRINQUEDOS - Brinquedos, vendas, distribuição, manutenção e locações

Disponível em: <[HTTP://www.Kidtoysbrinquedos.com.br](http://www.Kidtoysbrinquedos.com.br). Acesso em: 04 mai. 2005

FÁBRICA DE BRINQUEDOS ESTRELA - catálogo de brinquedos para diversas idades, lançamentos, história da empresa, jogos online e mais.

Disponível em: <[HTTP://www.estrela.com.br/htm/default.htm](http://www.estrela.com.br/htm/default.htm). Acesso em: 04 mai. 2005.

FÁBRICA DE BRINQUEDOS BANDEIRANTES - Brinquedos de alta qualidade que exercitam o corpo e a mente

<[HTTP://www.brinquedosbandeirante.com.br/default.asp](http://www.brinquedosbandeirante.com.br/default.asp). Acesso em: 16 mai. 2005.

FÁBRICA DE BRINQUEDOS ELKA – Portfólio de Lançamento de Produtos

<[HTTP://www.elka.com.br/produtos/consulta.asp?IND_LANCAMENTO=1&secao=lançamentos](http://www.elka.com.br/produtos/consulta.asp?IND_LANCAMENTO=1&secao=lançamentos). Acesso em 16 mai. 2005.

