



“EXTENSÃO MARIA TRUJILO TORLONI”

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

MAGIC SPACE

Ana Cláudia de Oliveira da Silva

Beatriz Milena Gurskas

Cristiano Martins Reis Sena

Elton Cavalcante Veiga

Paulo Gabriel Pereira Lucena

Professor Orientador:

Renato da Silva

SÃO CAETANO DO SUL/ SP

2019

Ana Cláudia de Oliveira da Silva

Beatriz Milena Gurskas

Cristiano Martins Reis Sena

Elton Cavalcante Veiga

Paulo Gabriel Pereira Lucena

MAGIC SPACE

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como pré-requisito
para obtenção do diploma de
Técnico em Administração.

SÃO CAETANO DO SUL/ SP

2019

Agradecimentos

“Agradecemos a Etec Jorge Street pela oportunidade de realização do curso Técnico em Administração.

A Todos os professores que de alguma forma compartilharam seus ensinamentos para o nosso aprendizado neste trabalho e ao longo do curso.

Ao professor e orientador Renato Silva, que atuou durante o curso nos orientando.

Aos nossos familiares pelo apoio e incentivo e sempre.

Agradecemos também a Deus, por iluminar nossos caminhos em todos os momentos difíceis”.

“O maior recurso natural que temos
são as mentes de nossas crianças.”

Walt Disney

Resumo

Este trabalho de conclusão de curso foi desenvolvido para atender as necessidades dos pais que vão ao shopping e não tem onde deixar seus filhos. Trata-se de um espaço de recreação. O espaço funciona de acordo com o horário de funcionamento do Shopping Center Norte. O intuito é oferecer um espaço para que as crianças possam se divertir, socializar, incluir e trazer segurança aos pais e crianças, além de prezar questões como confiança, transparência, liberdade e união.

Palavras chave: Criança, Segurança, Inclusão, Confiança.

Abstract

This course completion work was developed to meet the needs of parents who go to the mall and have no place to leave their children. This is a recreation space. The space operates according to the opening hours of Shopping Center Norte. The aim is to provide a space for children to have fun, socialize, include and bring security to parents and children, as well as previewing issues such as trust, transparency, freedom and unity.

Keywords: Child; Security; Inclusion; Trust.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Logotipo da Empresa.....	17
Figura 2 – Layout.....	20
Figura 3 – Pagina Inicial Aplicativo.....	21
Figura 4 – Câmera Giga GS0042 - 4MP.....	22
Figura 5 – Organograma.....	33
Figura 6 – Pirâmide de Maslow.....	38
Figura 7 – Sistema PDCA.....	41
Figura 8 – Análise de SWOT.....	43
Figura 9 – Gráfico de Recreação Infantil.....	46
Figura 10 – Certidão de Nascimento Pelúcia.....	53
Figura 11 – Catálogo Magic Space.....	58
Figura 12 – Cartão Fidelidade.....	60

LISTA DE TABELA

Tabela 1 – Escala de Funcionários.....	36
Tabela 2 – Análise de SWOT.....	44
Tabela 3 – Planejamento Financeiro.....	62
Tabela 4 – Investimento Inicial.....	63
Tabela 5 – Simulação de Financiamento.....	64
Tabela 6 – Custos Pelúcias.....	65
Tabela 7 – Custos Acessórios Pelúcias.....	66
Tabela 8 – Custos Oficina Slimes.....	66
Tabela 9 – Planejamento Anual.....	67
Tabela 10 – Faturamento Anual.....	67
Tabela 11 – Despesas Fixas.....	68
Tabela 12 – Margem de Lucro.....	69
Tabela 13 – Lucro Líquido.....	69

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
2. ÉTICA.....	14
2.1. MISSÃO.....	14
2.2. VISÃO.....	14
2.3. VALORES.....	14
2.4. RESPONSABILIDADE SOCIAL E MEIO AMBIENTE.....	14-15
3. SURGINDO A IDEIA.....	16
3.1. PROPOSTA DE VALOR.....	16
3.2. JUSTIFICATIVA.....	16
3.3 OBJETIVOS GERAIS.....	16
3.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16-17
3.5 LOGOTIPO E LOGOMARCA.....	17
4. LOCALIZAÇÃO.....	18
4.1. ESTRUTURA.....	18
4.2. AMBIENTE.....	18
4.3. ESCOLHA DO LUGAR.....	18-19
5. LAYOUT.....	20
6. APLICATIVO.....	21
6.1. FUNCIONALIDADES DO APLICATIVO.....	22
6.2. CADASTRO.....	22
6.3. ACOMPANHAMENTO DE ATIVIDADES VIA CÂMERAS POSICIONADAS.....	22
6.4. NOTIFICAÇÕES.....	23
6.5. AGENDA DE EVENTOS.....	23
6.6. LOCALIZAÇÃO.....	23
6.7. CONTATOS.....	23
7. ASPECTOS LEGAIS E ESPECÍFICOS.....	24-26

7.1. DEFINIÇÃO DE SOCIEDADE LTDA.....	26-27
7.2. RESPONSABILIDADE DOS SÓCIOS	27
8. REGULARIZAÇÃO DA SOCIEDADE LTDA.....	28
9. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	29
10. EXIGENCIAS RECREAÇÃO INFANTIL	30-32
11. RECURSOS HUMANOS	33
11.1. ORGANOGRAMA DA EMPRESA	33-34
11.2. RECRUTAMENTO.....	34
11.3. CARGOS	34-35
11.4. ATIVIDADES DOS FUNCIONÁRIOS:.....	35-36
11.5. ESCALA DE TRABALHO.....	36
11.6. REMUNERAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS.....	37
11.7. TREINAMENTO.....	37
12. ETAPAS DE MOTIVAÇÃO	38-39
13. COMPRAS E ESTOQUE.....	40
14. O SISTEMA PDCA	41-42
15. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	43-44
16. PLANOS DE MARKETING	45-46
16.1. PESQUISA DE MERCADO	46-47
16.2. NOSSOS CLIENTES	47
16.3. PREOCUPAÇÕES DOS CLIENTES	47
16.4. ANÁLISE DE CONCORRENTES	47
16.5. PONTOS FORTES DO CONCORRENTE.....	47
16.6. PONTOS FRACOS DO CONCORRENTE.....	48
16.7. OS 4P'S DO MARKETING.....	48
16.8. OS 4A'S DO MARKETING.....	48-49
17. NECESSIDADES DOS CLIENTES	50

18. PUBLICO ALVO	51
19. OFICINAS.....	52
19.1. SLIME	52
19.2. MONTE SEU URSINHO	53
19.3. BLOCOS DA DIVERSÃO.....	54
19.4. ATIVIDADES EM ALTA	54
20. CRIANÇAS ESPECIAIS	55
21. AMBIENTES LIMPOS.....	56
22. DIVULGAÇÃO	57
22.1. PANFLETOS.....	57
22.2. CATÁLOGOS.....	57-58
22.3. MÍDIA SOCIAL.....	58
22.4. MARKETING - BOCA A BOCA.....	58
22.5. ENDOMARKETING	59
23. SERVIÇOS	60
24. PROCESSO OPERACIONAL.....	61
25. PLANEJAMENTO FINANCEIRO	62
25.1. INVESTIMENTO INICIAL.....	63
25.2. CAPITAL INICIAL	64
25.3. FINANCIAMENTO	64
25.4. CUSTOS POR ATIVIDADE	65-66
25.5. PLANEJAMENTO ANUAL	67
25.6. FATURAMENTO.....	67
25.7. DESPESAS FIXAS	68
25.8. MARGEM DE LUCRO	68-69
25.9. LUCRO LIQUIDO.....	69
26. CONCLUSÃO	70

27. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71-72
--------------------------------------	-------

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho de conclusão de curso, inicialmente procurou demonstrar a constituição de uma empresa diferenciada, com finalidade de elaborar um plano de negócios, objetivando a socialização das crianças, que terão a oportunidade de desenvolver suas habilidades de forma lúdica.

As atividades desenvolvidas terão custos de forma variável, de acordo com o brinquedo utilizado, para garantir a margem e atingir uma diversidade maior de classes sociais.

A denominação da empresa é Magic Space situada no município São Paulo-SP, onde a partir de dados coletados foi realizada uma análise da viabilidade econômica e financeira da mesma.

O significado da empresa é Espaço Mágico, criado de acordo com a realidade das atividades desenvolvidas, sendo que as crianças, pais ou responsáveis terão a oportunidade de usufruir da magia dos brinquedos no próprio espaço físico da loja, para posteriormente adquiri-los.

Esta atividade desenvolvida, de usufruir os brinquedos antes de adquiri-lo, foi pensada de forma diferenciada para o mercado, além de constituir um ambiente agradável e familiar.

O plano de negócio da presente empresa apresenta informações necessárias para embasar o seu objetivo em ambientes divertidos e familiares, com medidas preventivas, para maior segurança.

O primeiro item a ser abordado trata-se de um dos principais assuntos que deve existir em uma empresa, qual seja, a Ética, que estabelece valores e ações do grupo de colaboradores da empresa de acordo com os princípios da organização.

Já no desenvolvimento do trabalho, será apresentada as atividades realizadas, produtos fornecidos, layout da loja, planejamento etc.

2. ÉTICA

2.1. MISSÃO

A missão da Magic Space é oferecer produtos e serviços de extrema qualidade e as maiores novidades do Mercado atingindo uma amplitude da sociedade, fornecendo sempre um atendimento ético, transparente e cortês, satisfazendo a necessidade de consumo das crianças.

2.2. VISÃO

A visão da Magic Space é ser um dos melhores e maiores espaço de recreação infantil, visando a sustentabilidade de um futuro melhor para todas as crianças, garantindo a elas recreação, educação e divertimento na busca de uma sociedade mais fraterna e feliz.

2.3. VALORES

Dentre outros valores, os principais da Magic Space são:

- Segurança das crianças e conforto aos pais;
- Nossos colaboradores são nossa família;
- Transparência e simplicidade com desenvoltura;
- Públicos satisfeitos;
- Maestria nos negócios;
- Evolução constante;
- Seriedade e comprometimento;
- Ética nos comportamentos e atitudes;
- Total atenção e cuidados com as crianças.

2.4. RESPONSABILIDADE SOCIAL E MEIO AMBIENTE

A responsabilidade social da organização está no comprometimento em busca do consumo sustentável, minimizando custos ambientais e sociais, sempre respeitando os seres vivos e o ambiente. Também conta as com doações dos

brinquedos em bom estado para instituições de caridade após a manutenção das oficinas, e cursos, presenciais e online, de especialização de inclusão e tratamento de crianças com necessidades especiais.

3. SURGINDO A IDEIA

Percebendo a necessidade de lugares confiáveis e educativos para que os pais ou adultos responsáveis deixassem seus filhos, na hora de ir as compras, cinema, etc., ou até mesmo para a diversão em família, surgiu a Magic Space, com a proposta de trazer às crianças algo inovador, e promovendo novas amizades.

3.1. PROPOSTA DE VALOR

Receber os clientes no espaço de recreação dentro do horário de funcionamento do Shopping Center Norte com conforto, segurança e infraestrutura adequada para os pais e crianças, contando com pacotes de oficinas e vendas de brinquedos utilizados nas mesmas.

3.2. JUSTIFICATIVA

Feito pesquisas em sites (Portal da Educação, Globo, etc.), atualmente, em meio a tanta tecnologia, as crianças estão gradativamente mais distantes dos seus brinquedos, e seus colegas, vivendo em torno da tecnologia, os tornando tímidos e antissociais, assim como os pais estão cada vez mais ocupados e sem tempo para brincar com seus filhos. Com base nisso a organização pretende com a venda de produtos e serviços desta categoria, incentivar as brincadeiras às crianças, facilitando o dia a dia dos pais dando mais tempo aos mesmos, os quais poderão usar esse tempo em outras atividades.

3.3. OBJETIVOS GERAIS

Oferecer um espaço agradável, seguro e confortável para que pais deixem seus filhos e possam efetuar compras, passear e outras atividades no shopping.

3.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Excelência em atendimento;

Inovação em meios recreativos;

Inclusão social;
Satisfação dos clientes;
Crescimento no mercado;
Flexibilidade;
Profissionais Especializados.

3.5. LOGOTIPO E LOGOMARCA

O logotipo é a assinatura da empresa, é ele quem vai apresentar visualmente a empresa e criar identificação do cliente com a mesma. Um logotipo bem feito faz com o que a empresa se destaque das demais e transmita profissionalismo e credibilidade.

O nome Magic Space, foi pensado:

Chapéu de Mágico (Cartola): foi escolhido para chamar atenção do público, pois a cartola remete a mágica (que prende a atenção do público), trazendo ênfase a magia do espaço.

Estrela: Pensado de forma que também chame a atenção do público por se tratar de um corpo celeste, lembrar a questão do espaço e retratar muitas vezes aos sonhos e encantos.

Magic Space na tradução Espaço Mágico, o nome foi escolhido para já com ele trazer a ideia de diversão, alegria e liberdade. Um espaço onde as crianças possam dividir a magia umas com as outras.



Figura 1: Logotipo

Fonte: Elaboração Própria

4. LOCALIZAÇÃO

A Magic Space está localizada no Shopping Center Norte na cidade de São Paulo – SP. Através de pesquisas realizadas, o Shopping Center Norte tem uma grande circulação de pessoas por dia nas mais variadas idades. Aceitando até mesmo a visita de pets.

Recebe até 150 mil pessoas diariamente e por volta de 560 mil semanalmente;

Local de fácil acesso, ao lado da Av. Marginal Tietê;

Infraestrutura e segurança adequada para toda família.

4.1. ESTRUTURA

Área do espaço no shopping – 108m²;

4 áreas de recreação – 20m²(cada);

Capacidade de 12 crianças por área de recreação (totalizando 48);

6 banheiros, sendo 4 infantis (2 masculinos e 2 femininos) e 2 adultos (1 feminino e 1 masculino);

Bebedouro Aquarium (bebedouro infantil);

Estoque para brinquedos.

4.2. AMBIENTE

Um ambiente voltado e preparado ao público infantil, para que chame a atenção das crianças e as traga conforto, segurança e diversão, espaço todo colorido, oficinas criadas e atividades prestadas com materiais que não tragam riscos e prejudiquem as atividades das crianças. Assim também chamando atenção dos pais e passando a confiança e segurança para que possam deixar seus filhos enquanto realizam outras atividades.

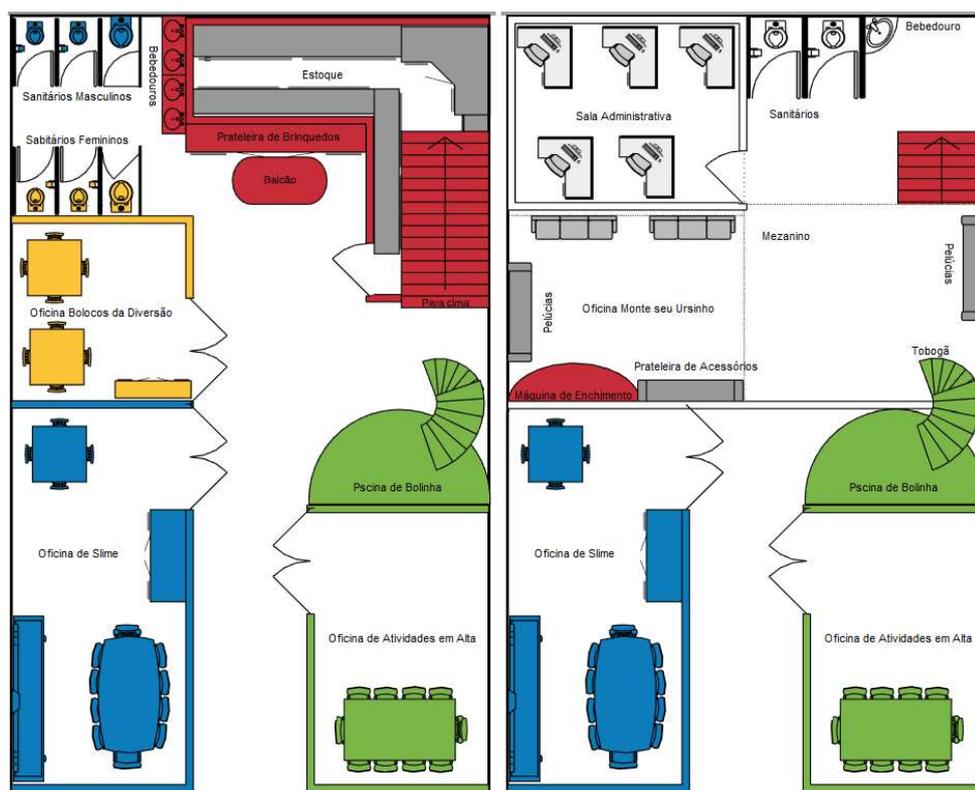
4.3. ESCOLHA DO LUGAR

O espaço será localizado em um shopping center, pois neste ambiente encontra-se algumas vantagens, dentre estas estão:

- Por ser uma área de lazer, haverá facilidade para que os pais deixem seus filhos disfrutando de nossos serviços, enquanto os mesmos façam outras atividades com mais tranquilidade;
- Um local fechado traz maior segurança, à empresa e aos pais;
- Acesso rápido e fácil à uma praça de alimentação, levando em conta que, a alimentação das crianças não estará inclusa nos serviços prestados, visando anular a possibilidade de uma intoxicação alimentar dentro do espaço, evitando maiores prejuízos;
- De acordo com o site cria amigos, a oficina “Monte seu Ursinho”, gera mais lucros em uma loja de shopping.

5. LAYOUT

O layout da empresa é muito importante no espaço, para que aflore o desejo e atraia cada vez mais os públicos. Um visual moderno e colorido, para chamar atenção das crianças e adultos. A venda dos brinquedos será feita no próprio balcão de atendimento, os produtos ficarão estocados em prateleiras atrás do balcão, de modo que estejam visíveis, nas laterais estarão as áreas de recreação, onde estarão disponíveis a oficina de slime, oficina blocos da diversão e a oficina das atividades em alta, todas bem visíveis para que chame a atenção do público, em cima haverá um mezanino, onde estará disponível a sala administrativa, um tobogã e a oficina monte seu ursinho.



6. APLICATIVO

A empresa contará com um aplicativo onde os responsáveis pelas crianças farão um cadastro com suas informações e das crianças, após o cadastro as informações serão inseridas em um banco de dados e toda vez que os responsáveis voltarem a empresa não será necessário preencher novamente o cadastro, será necessário apenas a apresentação do documento. Com o cadastro realizado os responsáveis podem solicitar quanto tempo desejam deixar as crianças, limitado a três horas. Após o cadastro e efetivação da solicitação, será liberado no aplicativo o acesso a funcionalidade de câmeras da empresa durante o período em que a criança ficará no espaço, após isso o acesso será bloqueado, assim os responsáveis terão acesso a um conjunto de câmeras estrategicamente posicionadas nas áreas de recreação para que assim possam monitorar as atividades das crianças e receber notificações com informações e desejos das crianças, se elas estão se queixando de algum mal estar, se querem ir embora, se estão com fome, dentre outras. Conseguirão também verificar a agenda de eventos da empresa, onde é localizada e os contatos da mesma.



Figura 3: Tela Inicial Aplicativo
Fonte: Elaboração Própria

6.1. FUNCIONALIDADES DO APLICATIVO

O aplicativo ficará disponível para Android e IOS, onde os responsáveis pelas crianças podem baixar diretamente da *Play Store* e *Apple Store*.

Cadastro;

Acompanhamento de atividades via câmeras posicionadas;

Notificações;

Agenda de eventos;

Localização;

Contatos.

6.2. CADASTRO

Caso os responsáveis pelas crianças optem por utilizar o aplicativo, os mesmos terão que preencher um cadastro com informações pessoais próprias e das crianças que irão deixar para realizar as atividades.

6.3. ACOMPANHAMENTO DE ATIVIDADES VIA CÂMERAS POSICIONADAS

Serão posicionadas nas oficinas da empresa câmeras Giga GS0042 - 4MP para que quando os responsáveis pelas crianças deixem a criança em alguma oficina e assim seja liberado o acesso as câmeras de segurança dentro do aplicativo, com isso ele pode acessar o aplicativo e consegue acompanhar as atividades da criança via *smartphone*.



Figura 3: Câmera Giga GS0042 - 4MP
Fonte: www.tudoforte.com.br

6.4. NOTIFICAÇÕES

O aplicativo contará com uma aba de notificações onde os responsáveis pelas crianças receberão notificações, sobre novidades da empresa, eventos e principalmente sobre o bem-estar de seus filhos, se eles estão tendo algum problema com as atividades, se queixando de dor, mal-estar ou desejando a companhia dos pais.

6.5. AGENDA DE EVENTOS

Na agenda de eventos os usuários poderão acompanhar as agendas de eventos da empresa, como eventos em épocas sazonais, por exemplo o dia das crianças e eventos de inclusão social para as crianças.

6.6 LOCALIZAÇÃO

Na aba localização os usuários poderão identificar onde está localizada a empresa Magic Space e definir a rota de onde está.

6.7. CONTATOS

Em contatos os usuários poderão localizar os números de telefone, e-mail da empresa ou preencher um formulário de contato.

7. ASPECTOS LEGAIS E ESPECÍFICOS

A Magic Space tem por finalidade, além atingir com qualidade e eficiência o público alvo, ser uma empresa de acordo com os padrões legais.

O direito comercial é que rege as normas a serem aplicadas nas empresas, disciplinando os atos de comércio e comerciantes, definindo quem seria comerciante (parte geral), os títulos de crédito, as marcas e patentes, a falência e concordata, o direito societário, dependendo da corrente doutrinária a ser seguida, também o direito do mercado de capitais e o direito bancário.

Por óbvio que atualmente não há um código comercial brasileiro, entretanto, o país possui leis específicas para cada tipo de sociedade formada.

Além das leis específicas, existe o amparo da jurisprudência e doutrina, que são fontes auxiliares do direito comercial.

O código comercial de Portugal, art. 2º define os atos do comércio:

"(...) serão considerados atos de comércio todos aqueles que se acharem especialmente regulados neste código e, além deles, todos os contratos e obrigações dos comerciantes, que não forem de natureza exclusivamente civil, se o contrário do próprio ato não resultar".

Por analogia, é observado que os atos do comércio, são regulamentados pela lei comercial e os civis pelo direito civil geral ou comum, não sendo, pois, comerciais.

Os atos de comércio, são na maior das vezes, contratos.

Assim como é realizado pela Magic Space, uma empresa constituída regularmente através de um contrato social, aplicando todas as normas civis e penais brasileiras.

Na vigência do Código Civil brasileiro de 2002, convencionou-se chamar de Direito Empresarial o conjunto das legislações, tanto públicas quanto privadas.

Pode-se destacar os seguintes ramos do Direito que compõem o que seria o

Direito Empresarial:

- 1 - Direito Civil - parte empresarial;
- 2 - Direito Comercial - parte do Código Comercial ainda em vigor;
- 3 - Direito Tributário - pessoas jurídicas e equiparadas;
- 4 - Direito do Trabalho - relações do empregador com o empregado e as entidades sindicais;
- 5 - Direito Administrativo - leis das empresas sob controle público;
- 6 - Direito Previdenciário - pessoas jurídicas que contribuem para o regime da previdência geral;
- 7 - Direito Societário - leis sobre as companhias brasileiras e os investimentos nos mercados de capitais;
- 8 - Direito Cambiário - leis sobre os títulos de crédito;
- 9 - Direito Falimentar - leis sobre a falência, recuperação judicial e extrajudicial e liquidação de entidades;
- 10 - Direito Econômico - leis sobre concessões públicas, regulação e defesa da concorrência e intervenção do estado na propriedade;
- 11 - Direito Constitucional - organização econômica;
- 12- Direito Penal - crimes dos administradores e contadores;
- 13 - Direito internacional privado - leis sobre o comércio, sobre o meio ambiente;
- 14 - Direito Financeiro - leis sobre instituições financeiras, aplicações em títulos financeiros, juros, empréstimos e moeda estrangeira.

Um dos principais diplomas do Direito Empresarial é o Código Civil, cuja qual, estão previstas as diretrizes mais importantes a serem observadas pelos empresários, sendo primordial os aspectos legais da atividade empresarial (constituição, administração, direitos e deveres de sócios, entre outros).

Neste contexto, a Magic Space segue as características do direito empresarial, quais sejam:

Universalidade: O mundo empresarial é universal, mesmo que cada país crie suas regras. De certo modo, todos agem da mesma maneira criando empresas, empregos e movimentando capital;

Onerosidade: A empresa possui fins lucrativos, ainda que existam atitudes empresariais que não tragam este retorno de imediato. Entre elas, pode-se citar ações como doações e amostras grátis. O objetivo final dos negócios sempre é o lucro em suas operações;

Simplicidade: A empresa Magic Space buscar ser simples, assim como o Direito Empresarial nas suas formas de tratar dos assuntos para não dificultar o seu desenvolvimento. Um exemplo disso ocorreria se a empresa ou Direito Empresarial regulamentasse que as empresas não podem aceitar cheques como pagamento, ou se trouxesse alguma condição para que as empresas aceitassem essa forma de pagamento;

Fragmentarismo: A Magic Space, além de respeitar as normas e características do Direito Empresarial, aplica-se de forma harmônica outros ramos do Direito, bem como fica atenta nos outros diplomas legislativos;

Dinamismo e Elasticidade: Conforme o desenvolvimento da Magic Space, algumas mudanças são necessárias, em conformidade com o Direito Empresarial. Isso ocorre quando surgem novas tecnologias e práticas comerciais, e por ser um direito universal, deve ocorrer a elasticidade para acompanhar o crescimento comercial do mundo.

7.1. DEFINIÇÃO DE SOCIEDADE LIMITADA

A sociedade Limitada, ou LTDA é um dos tipos societários mais comum no Brasil, se não for o mais comum.

Esse tipo societário é quando uma empresa é formada por 2 ou mais sócios que são responsáveis pelo seu bônus e seu ônus de forma limitada, ou seja, cada um tem sua participação definida, que é baseada em sua contribuição nas cotas da empresa.

Esse tipo de sociedade existe para possibilitar e regulamentar a abertura de um negócio que seja baseado puramente no investimento de cada sócio para formar o seu capital social.

É importante ressaltar que a sociedade limitada possui cláusulas que protegem o patrimônio pessoal dos sócios, principalmente nos casos de desligamento da empresa e falência.

Isso é possível pois, a participação de cada um é dada por meio de cotas e não por meio de ações, que é o caso das empresas que estão no regime de S/A, as Sociedades Anônimas.

7.2. RESPONSABILIDADE DOS SÓCIOS

Um dos pontos mais importantes nesse tipo de sociedade e também um dos que gera mais dúvidas é sobre a responsabilidades dos sócios da empresa.

Caso um sócio tenha autorização para retirar capital financeiro da conta da empresa, bem como seus lucros, será preciso repor essa quantia em um determinado tempo;

Após 5 anos do registro da empresa, todos os sócios respondem pela estimação dos bens concedidos ao capital social;

Caso o sócio ocupe o cargo de administrador da empresa, será preciso registrar essa particularidade em Contrato Social;

O sócio deverá exercer a função de administrador do negócio, quando aplicável, conforme uma série de deveres que é previsto por lei;

Os sócios podem participar ou não do conselho fiscal da empresa, caso ela opte por adotar esse recurso.

8. REGULARIZAÇÃO DA SOCIEDADE LIMITADA

Para fazer o registro de uma LTDA, será preciso se dirigir até a Junta Comercial da sua cidade e solicitar algumas inscrições nos órgãos regulatórios.

Por exemplo, será preciso da inscrição na Receita Federal, para emissão do CNPJ, autorização da prefeitura para obter o alvará de funcionamento e também da secretaria da Fazenda para emitir a inscrição estadual e o ICMS.

Além disso, será preciso fazer inscrições em órgãos específicos, tal como a Vigilância Sanitária. Isso vai depender da natureza do negócio, por isso é importante entender quais dessas inscrições serão necessárias para a sua empresa funcionar de forma legal.

9. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

Nome da empresa: Magic Space LTDA.

Nome fantasia: Magic Space.

Endereço: Shopping Center Norte, Tv. Casalbuono, 120 – Vila Guilherme, São Paulo – SP.

Forma jurídica: Sociedade Limitada.

Objetivo Social: Prestação de Serviços.

10. EXIGENCIAS RECREAÇÃO INFANTIL

LEI Nº 13.722, DE 4 DE OUTUBRO DE 2018

Torna obrigatória a capacitação em noções básicas de primeiros socorros de professores e funcionários de estabelecimentos de ensino públicos e privados de educação básica e de estabelecimentos de recreação infantil.

O P R E S I D E N T E D A R E P Ú B L I C A

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Os estabelecimentos de ensino de educação básica da rede pública, por meio dos respectivos sistemas de ensino, e os estabelecimentos de ensino de educação básica e de recreação infantil da rede privada deverão capacitar professores e funcionários em noções de primeiros socorros.

§ 1º O curso deverá ser ofertado anualmente e destinar-se-á à capacitação e/ou à reciclagem de parte dos professores e funcionários dos estabelecimentos de ensino e recreação a que se refere o caput deste artigo, sem prejuízo de suas atividades ordinárias.

§ 2º A quantidade de profissionais capacitados em cada estabelecimento de ensino ou de recreação será definida em regulamento, guardada a proporção com o tamanho do corpo de professores e funcionários ou com o fluxo de atendimento de crianças no estabelecimento.

§ 3º A responsabilidade pela capacitação dos professores e funcionários dos estabelecimentos públicos caberá aos respectivos sistemas ou redes de ensino.

Art. 2º Os cursos de primeiros socorros serão ministrados por entidades municipais ou estaduais especializadas em práticas de auxílio imediato e emergencial à população, no caso dos estabelecimentos públicos, e por profissionais habilitados, no caso dos estabelecimentos privados, e têm por objetivo capacitar os professores e funcionários para identificar e agir preventivamente em situações de emergência e urgência médicas, até que o suporte médico especializado, local ou remoto, se torne possível.

§ 1º O conteúdo dos cursos de primeiros socorros básicos ministrados deverá ser condizente com a natureza e a faixa etária do público atendido nos estabelecimentos de ensino ou de recreação.

§ 2º Os estabelecimentos de ensino ou de recreação das redes pública e particular deverão dispor de kits de primeiros socorros, conforme orientação das entidades especializadas em atendimento emergencial à população.

Art. 3º São os estabelecimentos de ensino obrigados a afixar em local visível a certificação que comprove a realização da capacitação de que trata esta Lei e o nome dos profissionais capacitados.

Art. 4º O não cumprimento das disposições desta Lei implicará a imposição das seguintes penalidades pela autoridade administrativa, no âmbito de sua competência:

I - notificação de descumprimento da Lei;

II - multa, aplicada em dobro em caso de reincidência; ou

III - em caso de nova reincidência, a cassação do alvará de funcionamento ou da autorização concedida pelo órgão de educação, quando se tratar de creche ou estabelecimento particular de ensino ou de recreação, ou a responsabilização patrimonial do agente público, quando se tratar de creche ou estabelecimento público.

Art. 5º Os estabelecimentos de ensino de que trata esta Lei deverão estar integrados à rede de atenção de urgência e emergência de sua região e estabelecer fluxo de encaminhamento para uma unidade de saúde de referência.

Art. 6º O Poder Executivo definirá em regulamento os critérios para a implementação dos cursos de primeiros socorros previstos nesta Lei.

Art. 7º As despesas para a execução desta Lei correrão por conta de dotações orçamentárias próprias, incluídas pelo Poder Executivo nas propostas orçamentárias anuais e em seu plano plurianual.

Art. 8º Esta Lei entra em vigor após decorridos 180 (cento e oitenta) dias de sua publicação oficial.

Brasília, 4 de outubro de 2018; 197º da Independência e 130º da República.

Fonte: Imprensa Nacional

11. RECURSOS HUMANOS

É chamado de Recursos Humanos o conjunto dos empregados ou colaboradores de uma organização. Mas o mais frequente deve chamar-se assim à função que ocupa para adquirir, desenvolver, usar e reter os colaboradores da organização. As áreas de atuação no RH estão ligadas à construção do relacionamento entre a empresa e os funcionários, realizando a gestão dos profissionais, muito além da contratação, como era vista no passado, prezando pela implantação de ambientes corporativos favoráveis à criação e produtividade e criando iniciativas para valorizar, motivar e reter os talentos da companhia.

11.1. ORGANOGRAMA DA EMPRESA

Organograma é um gráfico que representa a estrutura organizacional de uma empresa, indica de forma hierárquica e define os setores e cargos da organização para cada colaborador, dentro da empresa e a quem deve se relacionar diretamente.

Organograma Magic Space:

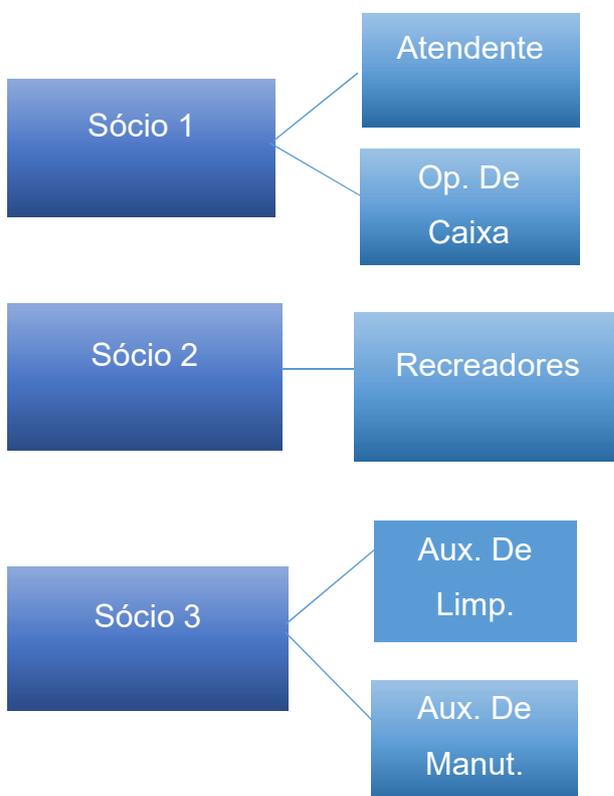




Figura 5: Organograma
Fonte: Elaboração Própria

11.2. RECRUTAMENTO

Recrutamento e seleção é um conjunto de técnicas e procedimentos que visa atrair candidatos potencialmente qualificados e capazes de ocupar cargos dentro da organização. A captação de candidatos interessados em concorrer à vaga pode ser feita por divulgação de várias formas: e-mails, divulgação em sites especializados em empregos, anúncio em jornal ou tv etc. Havendo disponibilidade de vagas o candidato é selecionado para uma entrevista e avaliação de seu perfil profissional, analisando as capacidades, experiências, competências e comportamento.

11.3. CARGOS

A equipe da Magic Space é composta por cinco sócios dos quais três dos cinco sócios são responsáveis por setores específicos, porém na tomada de decisões e coordenação da empresa é feita em conjunto:

A equipe é formada por Recepcionista, Atendente, Recreadores, Auxiliar de Limpeza e Auxiliar de Manutenção.

Sócio 1: Responsável pelo Atendente e Recepcionista.

Sócio 2: Responsável pelo Recreadores

Sócio 3: Responsável pelo Auxiliar de Limpeza e Auxiliar de Manutenção.

11.4. ATIVIDADES DOS FUNCIONÁRIOS:

Recepcionista: responsável por recepcionar pais e crianças, realiza o contato telefônico ou e-mail com o cliente, faz a abertura da ficha com todos os registros necessários da criança, disponibiliza os pacotes e valores, controla a entrada e saída e recebe o efetivo pagamento;

Atendente: é o profissional responsável pelo atendimento pessoal garantindo o suporte necessário ao cliente ou público em geral. Um Atendente esclarece dúvidas ou faz registro de reclamações, visando oferecer aos seus clientes um excelente atendimento, apresenta os produtos, realiza a organização de prateleiras, estocagem e organização do local;

Recreador: promove atividades recreativas, brincadeiras e jogos lúdicos visando o entretenimento, integração social e desenvolvimento pessoal. Auxilia crianças na higiene, e organização local;

Operador de Caixa: é responsável pela administração do dinheiro, contagem e administração da cobrança;

Auxiliar de Limpeza: é responsável por manter todo o ambiente organizado e limpo conforme cronograma de limpeza diária de áreas;

Auxiliar de Manutenção: auxilia nos reparos emergenciais, manutenção predial conforme as necessidades;

Finanças: parte responsável pela tomada de decisões da empresa, sobre investimentos, financiamentos e dividendos;

Administração: parte estratégica da empresa, com a responsabilidade de administrar ou gerenciar negócios, pessoas ou recursos, para alcance dos objetivos e metas definidas;

Recursos Humanos: O responsável pela conciliação dos interesses da empresa e dos funcionários exercendo atividades de administração e monitoramento de comportamentos e procedimentos internos, prover incentivos financeiros, treinamentos, seleção.

11.5. ESCALA DE TRABALHO

A jornada de trabalho é basicamente o período em que um funcionário passa em seu ambiente de trabalho, seguindo determinada carga horária, com base as regras das leis trabalhistas (CLT) e da Constituição Federal (CF).

A escala de trabalho será 6x1, que se define em 6 dias trabalhados para um de descanso, alternando entre um domingo e um dia na semana. Os funcionários revezarão entre turnos, período manhã/tarde e tarde/noite, sendo primeiro período das 9:30 horas às 17h30 horas e segundo das 14 horas às 22 horas durante a semana, e aos domingos um único turno das 14 horas às 20 horas, com 1 hora de almoço, resultando em 41 horas semanais.

FUNCIIONARIOS	QTD.	1º HORARIO (9H30 às 17H30)	2º HORARIO (14H às 22h)	SALARIOS POR FUNÇÃO
Recreador	8	4	4	R\$1.284,39
Operador de caixa	2	1	1	R\$1.228,00
Atendente	2	1	1	R\$1.002,78
Auxiliar administrativo	2	1	1	R\$1.322,00
Gestor Financeiro	1	1	x	R\$2.766,00
	Total: 15	Total: 8	Total: 7	Total: R\$20.146,68

Tabela 1: Escala de Funcionários

Fonte: Elaboração própria

11.6. REMUNERAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS

A empresa Magic Space efetua o pagamento de salários em uma data só, sendo ele todo quinto dia útil do mês.

O shopping disponibiliza de um refeitório completo para uso dos funcionários, e a empresa com os armários, geladeiras e micro-ondas.

- I. Auxiliar de Limpeza: Salário de R\$ 1.160,00 (um mil e cento e sessenta reais)
- II. Recreador: Salário de R\$ 1.284,39 (um mil duzentos e oitenta e quatro reais e trinta e nove centavos).
- III. Recepcionista: Salário de R\$ 937,00 (Novecentos e trinta e sete reais)
- IV. Auxiliar Administrativo: Salário de R\$ 1.322,00 (um mil trezentos e vinte e dois reais).
- V. Auxiliar de Manutenção: Salário de 1.352,27 (um mil e trezentos e cinquenta e dois e vinte e sete centavos).

11.7. TREINAMENTO

Os treinamentos são feitos pelos sócios, por meio de técnicas relacionadas à área do colaborador e sua experiência profissional. No decorrer do crescimento empresarial, serão realizados novos treinamentos, tanto para novos procedimentos, como para melhorias. Visando sempre a qualidade no serviço prestado.

12. ETAPAS DE MOTIVAÇÃO

A motivação no trabalho é uma das principais preocupações para a Magic Sapce, pois este fator está intimamente ligado com o rendimento no trabalho e, conseqüentemente, com os resultados da organização. Com essa concepção, a empresa toma como base para a motivação a pirâmide de Maslow.

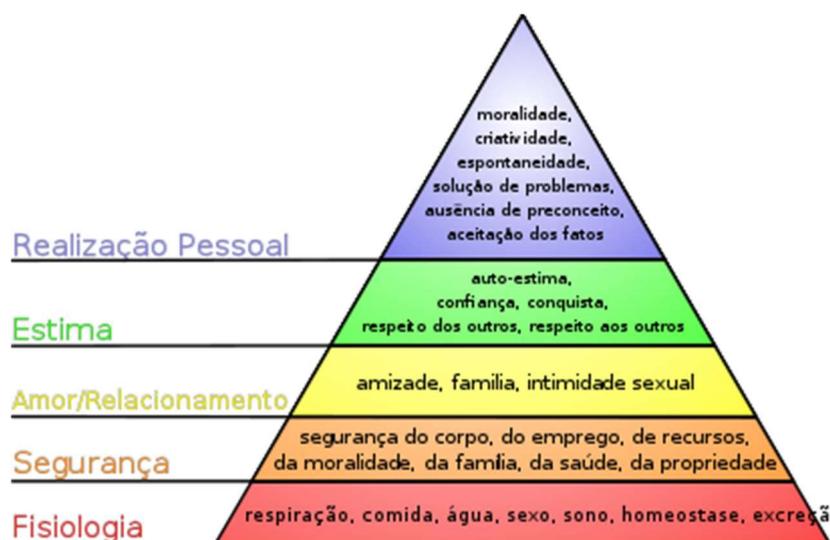


Figura 6: Pirâmide de Maslow

Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Hierarquia_de_necessidades_de_Maslow

1 – Necessidades fisiológicas: São aquelas que se relacionam com o ser humano como ser biológico. São as mais importantes: necessidades de manter-se vivo, de respirar, de comer, de descansar, beber, dormir, ter relações sexuais, etc.

No trabalho: Necessidade de horários flexíveis, conforto físico, intervalos de trabalho etc.

2 – Necessidades de segurança: São aquelas que estão vinculadas com as necessidades de sentir-se seguros: sem perigo, em ordem, com segurança, de conservar o emprego etc. No trabalho: emprego estável, plano de saúde, seguro de vida etc.

No trabalho: Necessidade de estabilidade no emprego, boa remuneração, condições seguras de trabalho etc.

3 – Necessidades sociais: São necessidades de manter relações humanas com harmonia: sentir-se parte de um grupo, ser membro de um clube, receber carinho e afeto dos familiares, amigos e pessoas do sexo oposto.

No trabalho: Necessidade de conquistar amizades, manter boas relações, ter superiores gentis etc.

4 – Necessidades de estima: Existem dois tipos: o reconhecimento das nossas capacidades por nós mesmos e o reconhecimento dos outros da nossa capacidade de adequação. Em geral é a necessidade de sentir-se digno, respeitado por si e pelos outros, com prestígio e reconhecimento, poder, orgulho etc. Incluem-se também as necessidades de autoestima.

No trabalho: Responsabilidade pelos resultados, reconhecimento por todos, promoções ao longo da carreira, feedback etc.

5 – Necessidades de autorrealização: Também conhecidas como necessidades de crescimento. Incluem a realização, aproveitar todo o potencial próprio, ser aquilo que se pode ser, fazer o que a pessoa gosta e é capaz de conseguir. Relaciona-se com as necessidades de estima: a autonomia, a independência e o autocontrole.

No trabalho: Desafios no trabalho, necessidade de influenciar nas decisões, autonomia etc.

13. COMPRAS E ESTOQUE

Hoje, para atender resultados satisfatórios de demanda, o conhecimento sobre o produto que se vende é importantíssimo, o que inclui a gestão de compras e estoque. Assim, a primeira fórmula que um bom empreendedor precisa pensar é para quem aquele produto se destinará, onde ele será utilizado, sua durabilidade e o retorno.

Fazer uma projeção de estoque mínimo para garantir que tanto o cliente que possui como outros possam adquirir seus produtos. Essa projeção, costuma-se chamar de estoque de segurança.

A Magic Space contará com um estoque pequeno para armazenamento de produtos que serão oferecidos nas áreas de recreação, como slimes, blocos de montagem, ursos de pelúcia, dentre outros. O estoque terá 9m² com prateleiras para separação dos produtos, será um espaço pequeno por haver grande rotação. Onde as reposições dos produtos serão feitas semanais, após identificar que todos os principais fornecedores ofertam frete grátis.

A área de compras ficará responsável pelas compras dos produtos que serão estocados e utilizados nas áreas de recreação, onde os fornecedores da empresa serão:

Universo da Pelúcia – O fornecedor principal da empresa para pelúcias e acessórios, entrega a partir de 1 dia útil (Av. João Neri de Carvalho, 801 São Paulo - SP);

Portal das Pelúcias – Será o fornecedor de contingência da empresa para pelúcias e acessórios por conta de o valor ser mais alto, porém possuir entrega imediata disponível (R. Alexandrino Pedroso, 148 - Brás, São Paulo -SP);

Casa da Arte – Fornecedor principal para materiais que serão utilizados na oficina de slimes, entrega em até 2 dias úteis ou retirada imediata (Rua Ibipetuba, 60, Mooca, São Paulo – SP);

Power Slimes – Fornecedor de contingência (Av. Giovanni Gronchi, 5930 - Vila Andrade, São Paulo – SP);

Atacado Baluarte – Fornecedor dos blocos de montagem (Rua Canindé, 431, Canindé - São Paulo – SP).

Toda segunda feira, será feito um controle de compras para identificar quais produtos serão necessários para reposição do estoque semanal de acordo com a demanda.

Nas oficinas de atividades em alta serão feitas pesquisas de viabilidade e custos para identificar como a empresa preparará os funcionários para tais atividades e compras, e se também haverá necessidade de estocagem.

14. O SISTEMA PDCA

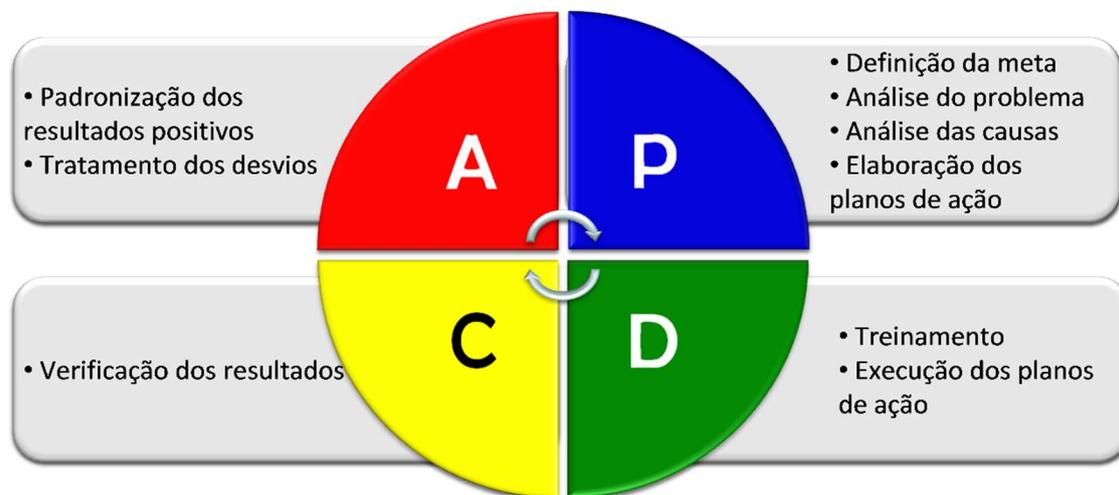


Figura 7: Sistema PDCA

Fonte: <http://www1.tce.pr.gov.br/conteudo/ciclo-pdca/235505/area/46>

P - Plan (planejar):

Meta

Promover ambiente seguro com diversas modalidades de atividades lúdicas, com intuito de proporcionar um momento de diversão no qual a criança desenvolvera sua coordenação motora e cognitiva.

Análise do problema

Falta de inovação nas atividades oferecidas.

Análise da causa

Falta de cursos que desenvolva novas habilidades nos funcionários.

Elaboração dos planos de ação

Oferecer cursos de aprimoramento para desenvolvimento de novas atividades.

D - Do (executar):

Treinamento

Contratar empresa que ofereça os treinamentos específicos.

Execução dos planos de ação

A cada três oferecer cursos e treinamento.

C - *Check* (verificar):

Verificação dos resultados

Através de pesquisas de satisfação e retorno dos clientes.

A - *Act* (agir):

Padronização dos resultados positivos

Verificar se o treinamento trimestral foi positivo para empresa tornando e uma padronização

15. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O conceito de planejamento estratégico se refere a um processo sistêmico que permite definir o melhor caminho a ser seguido por uma organização, para atingir um ou mais objetivos, dentro de um contexto previamente analisado. Isso se faz analisando cenários, definindo metas e ações que permitirão chegar onde se deseja.

Mas não basta definir uma direção. A estratégia tem que ser traduzida em planos e projetos específicos. Em cada caso, é preciso definir:

- Os objetivos a serem atingidos por cada estratégia, preferencialmente de forma quantitativa;
- Como será atingido, quais as ações requeridas para atingir o objetivo;
- Quais são os recursos necessários para implantar cada estratégia – humanos, financeiros, tecnológicos etc.;
- Os obstáculos a serem superados;
- As responsabilidades e prazos – quem fará o quê, quando;
- O retorno esperado sobre o investimento.

Uma das principais ferramentas do planejamento estratégico é a Análise de SWOT, onde é usada para analisar cenários e embasar a tomada de decisões. Acredita-se que esse método foi criado na década de 1960 pelo consultor de empresas Albert S. Humphrey, ao integrar um projeto do instituto de pesquisa de Stanford que foi financiado pelas maiores empresas da época.



Figura 8: Análise de SWOT

Essas palavras identificam quais análises são feitas: as forças e as fraquezas se referem à análise interna, ou seja, os pontos positivos e negativos da empresa ou do projeto que se quer implementar.

São fatores que, em sua maioria, estão sob controle da empresa e podem ser modificados por ela, diferentemente do ambiente externo, que é analisado nas oportunidades e ameaças. Elas englobam a análise de mercado, concorrentes, fornecedores e até o macroambiente político, econômico, social e cultural.

A Magic Space utiliza esta análise para identificar e analisar os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças da mesma.

	Fatores Positivos	Fatores Negativos
Fatores Internos	<p>S - Strengths (Forças)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diversificação de Atividades - Venda de Produtos - Atendimento Especializado - Localização 	<p>W - Weaknesses (Fraquezas)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Empresa Nova no Ramo - Alto Investimento
Fatores Externos	<p>O - Oportunities (Oportunidades)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Baixa Quantidade de Concorrentes - Fidelização de Clientes - Facilidade aos Pais - Atividades Sazonais do Shopping 	<p>T - Threats (Ameaças)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Confiança Inicial dos Pais - Rotatividade (Aumento de Concorrentes)

Tabela 2: Análise de SWOT

Fonte: Elaboração própria

16. PLANOS DE MARKETING

O Plano de Marketing é uma ferramenta de gestão que deve ser regularmente utilizada e atualizada, pois permite analisar o mercado, adaptando-se as suas constantes mudanças e identificando tendências. Por meio dele você pode definir resultados a serem alcançados e formular ações para atingir competitividade.

A análise de ambiente, além de ser o primeiro passo do Plano de Marketing, resume todas as informações pertinentes à empresa.

O ambiente externo que a envolve e a influência de maneira positiva ou negativa é composto pelos concorrentes, consumidores, fatores políticos, econômicos, sociais, culturais, legais, tecnológicos. Quando são analisados esses fatores, está sendo identificado as ameaças e oportunidades do negócio.

O ambiente interno da empresa também deve ser levado em consideração na análise, pois envolve aspectos fundamentais sobre o seu bom ou o mau funcionamento, como os equipamentos disponíveis, a tecnologia, os recursos financeiros e humanos utilizados, os valores e objetivos que norteiam as suas ações. A partir daí, consegue-se ter uma visão maior das forças e fraquezas que também poderão afetar positiva ou negativamente o desempenho da empresa.

O plano de marketing é composto de três etapas que, se bem aplicadas, possibilitarão tomar decisões seguras para alcançar objetivos e metas definidas.

O planejamento é voltado para a definição do negócio. Depois de uma análise de ambiente, na qual todas as informações a respeito da empresa são revisadas, com base na matriz F.O.F.A. (ou SWOT), são estabelecidos público-alvo, posicionamento de mercado, objetivos e metas, marca e estratégias de marketing.

A implementação é a etapa na qual se executam as estratégias de marketing, que devem assegurar a realização dos objetivos e das metas da empresa. O plano de ação é desenvolvido com base na especificação das atividades a serem desempenhadas, no seu período de execução, na forma como serão feitas, quem as fará e com que custo.

Ao final, deve ser feita uma avaliação, para verificar se as ações executadas estavam de acordo com o que foi planejado.

O plano de marketing é uma ferramenta de gestão que deve ser usada regularmente e atualizada sempre, pois auxilia empreendedores a se adaptar às constantes mudanças do mercado, identificar tendências e, com isso, criar vantagens competitivas em relação aos concorrentes.

16.1. PESQUISA DE MERCADO

Para conhecer o perfil dos clientes foram realizadas pesquisa por meio de redes sociais e boca a boca, colhendo o máximo de informação e características dos clientes para que possa oferecer um serviço de boa qualidade que supra as necessidades do negócio e atinja suas expectativas.

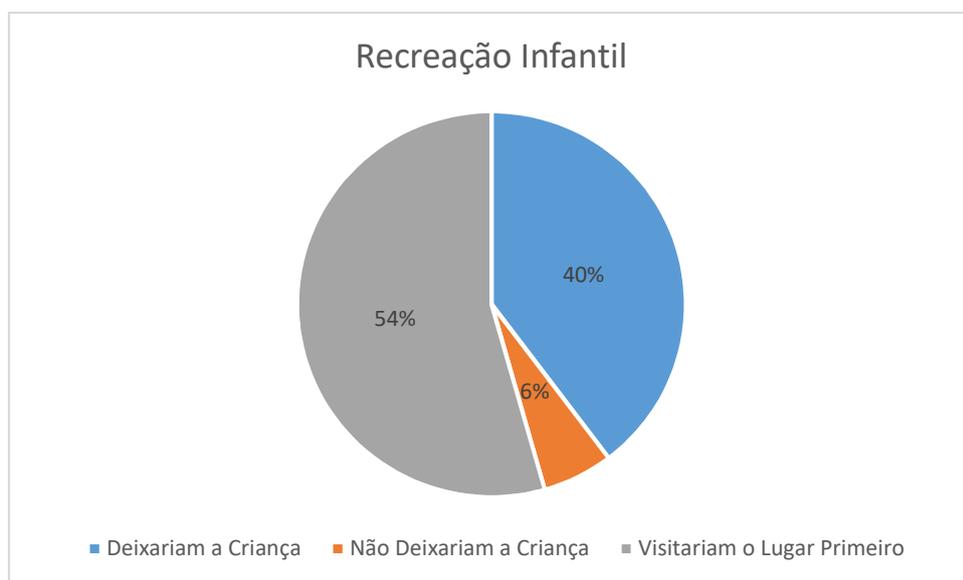


Figura 9: Gráfico Recreação Infantil

Fonte: Elaboração própria

Após a pesquisa de um total de 68 entrevistados, foi identificado que 27 dos pais ou responsáveis deixariam as crianças em espaços de recreação dentro de um shopping durante um período de 30 minutos a 3 horas apenas com a confiança inicial do local. Apenas 4 pais ou responsáveis disseram que de forma alguma deixariam os filhos sozinhos em espaços de recreação, mesmo dentro de um shopping, mas poderiam acompanhar os filhos nas atividades. E os outros 37 pais ou responsáveis, deixariam os filhos, mas visitariam o lugar e acompanhariam os filhos nas atividades

recreativas ao menos na primeira visita, após a confiança poderiam deixar os filhos no espaço.

16.2. NOSSOS CLIENTES

Os clientes da Magic Space são crianças a partir de 4 anos de idade, e seus pais/responsáveis, moradores da região de São Paulo (Zona Norte e Região), pertencentes as classes A, B e C.

16.3. PREOCUPAÇÕES DOS CLIENTES

Por meio de pesquisa, foram identificadas algumas necessidades e prioridades dos clientes, e o objetivo foi transformá-las em maior segurança e conforto para o desenvolvimento e melhoria do serviço prestado.

1. Processo rigoroso de seleção;
2. Treinamento rigoroso;
3. Programação visual (Layout, estrutura da empresa e aparência dos funcionários);
4. Segurança;
5. Valor.

16.4. ANÁLISE DE CONCORRENTES

Os concorrentes encontrados no Shopping Center Norte foram a OFICINA POWER SLIME e a PLAYLAND, havendo alta oportunidade no espaço por conta de os concorrentes não oferecerem o mesmo serviço.

16.5. PONTOS FORTES DO CONCORRENTE

Ambiente lúdico, atrativo e com intuito de cativar e chamar atenção de seus principais usuários (crianças e adolescentes).

Brindes através de tickets de pontuação a cada brinquedo utilizado.

16.6. PONTOS FRACOS DO CONCORRENTE

Reclamações de clientes em relação as empresas concorrentes em sites como www.reclameaqui.com.br.

Não há venda de brinquedos e as atividades são limitadas.

16.7. OS 4P'S DO MARKETING

Os 4 P's do marketing (também chamados de Mix de Marketing ou Composto de Marketing) representam os quatro pilares básicos de qualquer estratégia de marketing: Produto, Preço, Praça e Promoção.

- Preço- Os preços serão definidos de acordos com as atividades/ custos obtidos pelo mercado.
- Promoção- As promoções serão definidas por - férias escolares, dia das crianças, dia dos pais e dia das mães, que serão promovidas através das redes sociais (Facebook, Instagram e WhatsApp), SMS, pelo próprio site e aplicativo.
- Praça- A praça no Shopping Center Norte, localizado perto da Marginal Tietê em uma das regiões mais privilegiadas, a Magic Space estará posicionada próximo à praça de alimentação pois por conta de a empresa não oferecer alimentação e haver um grande fluxo de pessoas foi encontrada uma oportunidade.
- Produto- São os serviços e pacotes oferecidos para as crianças nas estadias de horas, que podem ser estendidos pelos os pais no aplicativo. Momentos de integração e comunicação de pais e filhos em épocas sazonais sendo elas para atividades, gincanas e etc.

16.8. OS 4 A'S DO MARKETING

Os 4 As são, basicamente, um sistema integrado que descreve as interações da empresa e seus componentes mercadológicos (ou força do mercado) a fim de avaliar as opções de marketing que melhor se alinham com os seus objetivos. São eles:

1. Análise;

2. Adaptação;

3. Ativação;

4. Avaliação.

- Análise de Competitividade, como a empresa tem concorrentes diretos, a empresa precisa pesquisar o Benchmarking Competitivos que são as empresas diretas (que são OFICINA POWER SLIME E PLAYLAND) e o Benchmarking Funcional que seria os com concorrentes indiretos que seriam a PBKIDS, RIHAPPY E BMART BRINQUEDOS)

- Adaptação, nessa fase a Magic Space estará ouvindo as sugestões e reclamações dos clientes e adaptando a empresa para melhor atendê-los, como por exemplo melhorando o posicionamento das câmeras, rotação dos recreadores, facilidades aos pais e cuidados com as crianças.

- Ativação, nessa etapa tem que ser feita a ativação do aplicativo e site da empresa.

- Avaliação, por último, depois de colocar o plano em ação, só tem um jeito de saber se ele deu certo: avaliando seus resultados, atendimento, infraestrutura, sites, e comparando com os seus concorrentes diretos, sendo assim fazendo o Benchmarking Competitivo. Aproveitando essas avaliações espontâneas dos clientes para garantir sua satisfação, fidelizar e melhorar a imagem da empresa on-line.

17. NECESSIDADES DOS CLIENTES

Os clientes da Magic Space serão os pais e crianças que irão utilizar o espaço para aprender coisas novas, se divertir ou explorar ainda mais as suas habilidades.

Uma das coisas mais legais que se pode observar em uma empresa de recreação infantil como a Magic Space, é resgate de brincadeiras tradicionais, e tem como objetivo promover a interação entre as crianças para estimular o bom relacionamento em sociedade, fazendo com que traga mais credibilidade e confiança aos pais, suprimindo a necessidade de desvincular as crianças dos meios eletrônicos. É por isso que, no geral, essas empresas não trabalham com jogos eletrônicos e vídeo games.

Quando as crianças forem bem tratadas, se entreterem e gostarem da estrutura, ainda mais por se tratar de algo novo para muitas delas, trarão conforto e segurança aos seus pais, que farão o serviço de divulgação pra quem conhecer e de forma gratuita. Não tem nada melhor do que ouvir a experiência de quem já conhece um serviço.

18. PUBLICO ALVO

A organização utilizará como estratégia, chamar a atenção das crianças, criando nestas necessidades de consumo, assim fazendo com que os pais e responsáveis adquiram os produtos da loja para seus filhos.

Crianças e adultos, trazendo novidade, qualidade e excelência nos brinquedos e serviços prestados.

- Crianças

O foco nas crianças é chamar a atenção para venda dos brinquedos por meio do marketing e a recreação, nas áreas de recreação estarão disponíveis brinquedos para que as crianças brinquem e despertem interesse em “levar para casa”, impulsionando o desejo as crianças irão pedir aos pais a compra dos mesmos.

- Adultos

E os adultos ao verem o espaço, o acompanhamento digital, o diferencial e o desejo dos filhos nos brinquedos sentirão segurança em deixar seus filhos nas áreas de recreação para que possam deixar seus filhos interagirem com outras crianças e serem auxiliadas em desenvolvimento. Também, deixando seus filhos nas áreas de recreação, eles terão um tempo livre para passear no shopping, fazer compras, almoços e aproveitarem o momento da forma que desejam, sem se preocuparem tanto com seus filhos. O aplicativo trará segurança dos pais para acompanhar os filhos nas áreas de recreação.

19. OFICINAS

A recreação é a prática de atividades lúdicas, que envolvem a espontaneidade, a liberdade de expressão, a criatividade, a alegria, o prazer de forma individual ou coletivo. As atividades recreativas envolvendo jogos, brinquedos e brincadeiras podem ser desenvolvidas em escolas, clubes, empresas, acampamentos, dentre outros espaços. No contexto da empresa, as atividades recreativas visam o desenvolvimento integral das crianças nos aspectos cognitivos, afetivos, sociais e motores.

A recreação possui como principais objetivos: integrar o indivíduo ao meio social; desenvolver o conhecimento mútuo e a participação grupal; facilitar o agrupamento por idade ou afinidades; desenvolver ocupação para o tempo ocioso; adquirir hábitos de relações interpessoais; desinibir e desbloquear; desenvolver a comunicação verbal e não-verbal; descobrir habilidades lúdicas; desenvolver adaptação emocional; descobrir sistemas de valores; dar evasão ao excesso de energia e aumentar a capacidade mental do indivíduo. (VIEIRA, 2016).

19.1. SLIME

Uma oficina de slime para que os pais deixem ou fiquem com os seus filhos para atividades com massas dermatologicamente testadas e não prejudiciais à saúde das crianças para criação de "slime".

Os pais optando por deixarem seus filhos, instrutores treinados irão instruir as crianças na criação das "slimes" incentivando o contato social com outras crianças e o trabalho em equipe, para que justamente o que a empresa acredita seja real, afastar as crianças do mundo virtual e trazer para o mundo real.

Na oficina de slime haverá um custo para as atividades prestadas e materiais usados na recreação.

Oficina de Slime: Crianças de 5 a 13 anos, não obrigatoriamente acompanhada dos responsáveis.

19.2. MONTE SEU URSINHO

Uma oficina onde haverá diversos modelos de ursos de pelúcia sem enchimento, letras e modelos de estampas termocolantes para que sejam fixados nas pelúcias para personalização, e diversos acessórios como óculos, chapéus, camisetas, pijamas, etc. Da mesma forma que a oficina de slime, os pais podem deixar os filhos ou participarem juntamente com eles, escolhendo a película, as estampas e os enchimentos. Após as escolhas, os instrutores irão instruir e auxiliar na montagem das pelúcias, sempre com cuidado e atenção, onde a colagem das estampas após escolha do local onde a criança quer que esteja a estampa seja feita somente pelos pais ou instrutores. Os ursos de pelúcia terão fechamento com velcro para facilidade e menores riscos. Após a finalização a criança deverá escolher um nome e sua certidão de nascimento, contendo as informações do seu novo amigo.

Na oficina monte seu ursinho haverá custos que serão definidos por: modelo de pelúcia, quantidade de estampas, acessórios e tempo de recreação. Oficina Monte seu ursinho: Crianças (não obrigatoriamente acompanhada dos responsáveis) e adultos.

Ao adquirir uma pelúcia, a criança receberá uma certidão de nascimento fictícia com os dados da pelúcia escolhidos pela criança.



Certidão de Nascimento

Foto

Nome:

Responsável:

Data de Nascimento:

Hora:

Tamanho:

MAGIC SPACE



Figura 10: Certidão de Nascimento Pelúcia

Fonte: Elaboração própria

19.3. BLOCOS DA DIVERSÃO

A oficina Blocos da Diversão contará com uma grande variedade de peças de blocos de montagem para que as crianças façam a montagem de diversos brinquedos com blocos, optando pela montagem por elas mesmas com acompanhamento ou com o auxílio dos recreadores ou responsáveis.

Serão disponibilizados manuais de montagem que estão inclusos com as peças que trarão instruções para montagem de determinados brinquedos.

19.4. ATIVIDADES EM ALTA

Haverá oficina com temas diferentes de acordo com atividades que estão em alta em determinada época, exemplo: havendo alta procura das crianças por brincadeiras, dança, jogos, será feita uma análise da viabilidade e após concluída será aplicada nesta área de "atividades em alta".

Serão feitas pesquisas diárias com os pais e crianças que visitarem a loja para identificar o que elas "queriam" que houvesse na loja, ajudando assim nessa área.

Os custos irão variar de acordo com as atividades prestadas.

20. CRIANÇAS ESPECIAIS

A empresa terá um diferencial que é o comprometimento dos sócios com cursos de especialização de inclusão e tratamento de crianças com necessidades especiais.

Para a Magic Space, a ideia da inclusão é mais do que somente garantir o acesso das crianças especiais nos ambientes recreativos. O objetivo é eliminar obstáculos que limitam a aprendizagem e participação das crianças especiais nos ambientes recreativos.

Segundo a colunista Lilian Kuhn (Revista Crescer noticia 2016/10) “Apesar desse número alto de pequenos cidadãos, a inclusão social é a grande barreira para a plena vivência das crianças com deficiência. Mas, o que realmente é “inclusão”? Será apenas aceitar a presença da criança com deficiência em uma sala de aula ou no parquinho do condomínio? Não! O conceito tem a ver com a noção de pertencimento: para ser incluída uma pessoa tem que fazer parte dos grupos (familiar, social e escolar) nos quais ela convive. Para isso, nós precisamos estar preparados para lidar com as diferenças de mobilidade, de pensamento, de interação, de comunicação... Na minha experiência profissional, a receita para uma sociedade realmente inclusiva é empatia + direitos.”

Os sócios participarão de treinamentos e cursos constantes referente a inclusão social e aos cuidados das crianças especiais, e não apenas com especializações, a Magic Space contará também com o ambiente apto para receber as crianças que precisam de cuidados especiais.

21. AMBIENTES LIMPOS

A área externa e interna conta com vistorias e limpeza diária. O espaço tem parceria com empresa terceirizada em limpeza, para a realização da desinfecção em áreas comuns, brinquedos coletivos e toaletes.

22. DIVULGAÇÃO

A divulgação aumenta a visibilidade da organização para atrair novos clientes e conservar os já existentes. Uma campanha de divulgação é feita por ações específicas, efetivas em um dado momento, que visam construir, fortalecer ou modificar positivamente a imagem da empresa.

A divulgação da empresa Magic Space, apresenta um trabalho transparente com informações reais, cumpridas firmemente, pois a intenção é construir uma boa reputação da empresa, melhorando os aspectos institucionais e chances de vendas, como o seu diferencial. E em conformidade acredita-se, que o sucesso da divulgação acontece de forma eficaz, nas relações públicas.

A estratégia de divulgação da empresa e seus serviços, será feita através de algumas ações de marketing.

22.1. PANFLETOS

São distribuídos em locais estratégicos para os clientes potenciais em escolas, feiras infantis, centros comerciais, shopping e eventos. Oferecendo de forma concisa as informações da empresa, sua atividade, localização, telefone para contato, site e aplicativo.

22.2. CATÁLOGOS

A empresa é apresentada para os clientes potenciais, com oferecimento dos serviços, espaço, condições de atividades, período e valores da empresa de forma organizada e detalhada.



Figura 11: Catálogo Magic Space

Fonte: Elaboração própria

22.3. MÍDIA SOCIAL

Serão criados perfis da empresa em redes sociais como instagram, whatsapp e facebook para divulgação da mesma, que serão utilizados os recursos das redes sociais para propaganda, onde são pagos valores mensais para propagação da informação a um público selecionado. Além da divulgação de eventos e novidades no espaço.

22.4. MARKETING - BOCA A BOCA

A Magic Space utiliza, como uma das ferramentas mais importantes o marketing boca a boca. Acredita que é uma ferramenta aliada a marca, resumida em uma única palavra: Confiança.

Acredita que os clientes satisfeitos, recomendam algo que gostam divulgando a marca. Através de um relacionamento diferenciado com o cliente, o marketing boca a boca, se auto promovera ao benefício do negócio.

22.5. ENDOMARKETING

O Endomarketing é uma das maneiras mais eficazes para reduzir o índice de rotatividade de funcionários e atrair profissionais altamente qualificados para a empresa.

A estratégia ajuda a criar e desenvolver uma imagem de bom lugar para se trabalhar a acaba se tornando o emprego dos sonhos para muita gente.

A Magic Space aplicará o Endomarketing de forma a motivar os funcionários e fazer com que os mesmos queiram permanecer na empresa, auxiliando assim na qualidade e efetividade dos serviços prestados. Serão aplicadas ao menos 15 estratégias do Endomarketing para tal efetividade:

1. Melhoria nos processos de comunicação interna;
2. Palestras e eventos motivacionais;
3. Iniciativas de integração;
4. Pesquisa de satisfação com os colaboradores;
5. Benefícios para os colaboradores;
6. Solicitação de referências aos colaboradores;
7. Estabelecimento de plano de carreiras;
8. Elogios e agradecimentos aos colaboradores;
9. Treinamentos para capacitar os colaboradores;
10. Divulgação de bons exemplos;
11. Vídeos institucionais;
12. Promoção das relações públicas;
13. Oferecimento de cursos e palestras a comunidade;
14. Participação em workshops;
15. Organização de eventos comerciais.

23. SERVIÇOS

As cobranças serão realizadas pelos serviços prestados nas oficinas de acordo com o tempo escolhido pelos pais ou responsáveis, as crianças podem escolher alternar entre as oficinas de slime, atividades em alta e blocos da diversão:

- 1/2 hora nas oficinas – 29,90;
- 1 hora nas oficinas – R\$ 49,00;
- 2 horas nas oficinas – R\$ 92,90;
- 3 horas nas oficinas – R\$ 129,90.

A empresa contará com promoções como:

- Aos pais que optarem pela opção de 3 horas nas oficinas, receberão 10% de desconto na oficina monte seu ursinho;
- Durante o período de 2 horas, as crianças recebem um mini kit slime;
- Cartão fidelidade, ao completar 10 visitas de pelo menos uma hora ou na montagem de 5 ursinhos, as crianças recebem uma hora de oficinas gratuitas. A cada visita ou montagem será carimbado no cartão fidelidade onde o benefício é acumulativo, necessária a apresentação do cartão fidelidade para receber o benefício.



Figura 12: Cartão Fidelidade

Fonte: Elaboração própria

24. PROCESSO OPERACIONAL

O estabelecimento trabalha com sistema de reserva de horário, que são efetuadas mediante ao contato telefônico antecipado e/ou pessoalmente na área, onde os pais e responsáveis informam a quantidade de horas escolhida e o período.

No Ato da entrada da criança na área, a família recebe o primeiro atendimento na recepção onde se faz a abertura da ficha cadastral e o login da criança, em seguida são apresentadas todas as oficinas, os ambientes e os procedimentos. O Recriador recepciona a chegada da criança, fazendo adaptação juntamente com os pais, quando se fizer necessário. Neste momento se inicia o processo de integração, para diversão, conforme sua faixa etária, e sua deficiência, mas com todo respeito, a liberdade de escolha da criança.

Para total segurança, a ficha cadastral permanece no arquivo, contendo os dados dos responsáveis e da criança com o pacote escolhido, data, valor e período, na qual gera um código de acesso ao aplicativo de segurança para os pais e responsáveis poderem visualizar em tempo real os ambientes. No momento da saída o acesso é expirado.

25. PLANEJAMENTO FINANCEIRO

O planejamento financeiro irá andar em conjunto com o controle financeiro, com uma base de dados para planejamento futuro.

A Magic Space utiliza um software que é imprescindível para sua organização, tornando um processo mais dinâmico.

A importância do preço no planejamento financeiro (produto/ serviço), é a estratégia mais importante da empresa, que é através dele que ela terá o resultado.

O comportamento organizacional da empresa, além de criar a estrutura e metas, é delegar responsáveis pelos departamentos e ações, definindo indicadores.

Seu planejamento é também monitorar e revisar, com o orçamento mensal, para ver se as contas atingem as metas de orçamentos, por exemplo a telefonia tem um orçamento para gastar, se estourar é necessário apurar o porque ultrapassou os limites.

No planejamento financeiro é estabelecido também a redução de encargos das receitas orçamentárias, visando os lucros que os diretores esperam desta receita.

O controle mais efetivo do planejamento financeiro da Magic Space, é o plano de contas, e um dos mais importantes, conforme abaixo:

MAGIC SPACE			
		Fluxo de Caixa	Relatório
Plano de Contas	Empresa: MAGIC SPACE LTDA		
Entradas	Data	Conta	Valor
Dinheiro			Fluxo
Cheque			
Cartão de Débito			
Cartão de Crédito			
Outros Recebimentos 1			
Outros Recebimentos 2			
Saídas			
Retirada de Sócio			
Transferências Bancárias			
Fornecedores			
Despesas Financeiras			
Impostos			
Despesas com Pessoal			
Saque			
Despesas Administrativas			
Contador			
Outras Saídas 1			
Outras Saídas 2			

Tabela 3: Planejamento Financeiro

Fonte: Elaboração própria

25.1. INVESTIMENTO INICIAL

A Magic Space fará investimentos com equipamentos, móveis, utensílios, balcão de atendimento, estantes, telefones, computadores, softwares financeiros e para controle de estoques e aplicativo da empresa. Além do investimento com instalações, adaptações, divulgações e formalidades legais.

Investimento	Unidade	Valor Unitário	Valor Total
Bebedouro	1	R\$3.600,00	R\$3.600,00
Chão EVA	36	R\$36,00	R\$1.296,00
Mesa Escritório	5	R\$750,00	R\$3.750,00
Cadeiras Infantis	16	R\$119,00	R\$1.904,00
Tela Protetora	1	R\$150,00	R\$150,00
Caixa Registradora	1	R\$1.560,00	R\$1.560,00
Computadores	5	R\$2.100,00	R\$10.500,00
Comanda digital	2	R\$350,00	R\$700,00
Led	5	R\$69,00	R\$345,00
Vaso Sanitário Infantil	4	R\$195,00	R\$780,00
Vaso Sanitário	2	R\$145,00	R\$290,00
Vaso Sanitário Especial	2	R\$240,00	R\$480,00
Balcão	1	R\$650,00	R\$650,00
Cadeiras de escritório	5	R\$250,00	R\$1.250,00
Prateleiras Estante	5	R\$120,00	R\$600,00
Impressoras	1	R\$720,00	R\$720,00
Puff	20	R\$30,00	R\$600,00
Mural de Fotos	2	R\$250,00	R\$500,00
Escorregador	1	R\$850,00	R\$850,00
Ursão	1	R\$1.800,00	R\$1.800,00
Máquina de encher pelúcia	1	R\$6.000,00	R\$6.000,00
Impressora de Pulseiras	1	R\$1.600,00	R\$1.600,00
Mezanino	1	R\$15.000,00	R\$15.000,00
Mesa Infantil 4 lugares	4	R\$322,00	R\$1.288,00
Mesa Infantil 8 lugares	2	R\$1.120,00	R\$2.240,00
Aplicativo	-	R\$20.000,00	R\$20.000,00
Mão de Obra	-	R\$40.000,00	R\$40.000,00
Estoque Oficinas	-	R\$28.000,00	R\$28.000,00
Funcionários	-	R\$20.000,00	R\$20.000,00
		Investimento Inicial Total:	R\$166.453,00

Tabela 4: Investimento Inicial

Fonte: Elaboração própria

25.2. CAPITAL INICIAL

O capital inicial da Magic Space terá início com um bom plano de negócio, que norteia suas ações, gastos, serviços, etc.

Logo, por ser uma empresa iniciante não está gerando lucros, e o que pagará as contas e manutenção, inicialmente, será o capital investido pelos sócios.

O investimento inicial será de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais), sendo integralizado no capital inicial o valor de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) para cada sócio.

25.3. FINANCIAMENTO

Após simulações, o banco que foram encontradas as melhores taxas foi o BNDES onde os juros serão de aproximadamente 15,30% em 24 meses.

Conforme demonstrativo abaixo:

MÊS	SALDO INICIAL	JUROS	AMORTIZAÇÃO	PRESTAÇÃO	SALDO FINAL
Mês Inicial	0	0	0	0	250.000,00
Mês 01	250.000,00	3.059,25	10.416,67	13.475,91	239.583,33
Mês 02	239.583,33	2.931,78	10.416,67	13.348,45	229.166,67
Mês 03	229.166,67	2.804,31	10.416,67	13.220,98	218.750,00
Mês 04	218.750,00	2.676,84	10.416,67	13.093,51	208.333,33
Mês 05	208.333,33	2.549,37	10.416,67	12.966,04	197.916,67
Mês 06	197.916,67	2.421,90	10.416,67	12.838,57	187.500,00
Mês 07	187.500,00	2.294,44	10.416,67	12.711,10	177.083,33
Mês 08	177.083,33	2.166,97	10.416,67	12.583,63	166.666,67
Mês 09	166.666,67	2.039,50	10.416,67	12.456,17	156.250,00
Mês 10	156.250,00	1.912,03	10.416,67	12.328,70	145.833,33
Mês 11	145.833,33	1.784,56	10.416,67	12.201,23	135.416,67
Mês 12	135.416,67	1.657,09	10.416,67	12.073,76	125.000,00
Mês 13	125.000,00	1.529,62	10.416,67	11.946,29	114.583,33
Mês 14	114.583,33	1.402,16	10.416,67	11.818,82	104.166,67
Mês 15	104.166,67	1.274,69	10.416,67	11.691,35	93.750,00
Mês 16	93.750,00	1.147,22	10.416,67	11.563,88	83.333,33
Mês 17	83.333,33	1.019,75	10.416,67	11.436,42	72.916,67
Mês 18	72.916,67	892,28	10.416,67	11.308,95	62.500,00
Mês 19	62.500,00	764,81	10.416,67	11.181,48	52.083,33
Mês 20	52.083,33	637,34	10.416,67	11.054,01	41.666,67
Mês 21	41.666,67	509,87	10.416,67	10.926,54	31.250,00
Mês 22	31.250,00	382,41	10.416,67	10.799,07	20.833,33
Mês 23	20.833,33	254,94	10.416,67	10.671,60	10.416,67
Mês 24	10.416,67	127,47	10.416,67	10.544,14	0
TOTAL		38.240,60	250.000,00	288.240,60	0

Tabela 5: Simulação de Financiamento

Fonte:

https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/simulador/?productCode=AOI_059&valorBem=250000&percentualFinanciado=100&prazoFinanciamento=24&prazoCarencia=0&spreadAgente=8&projecaoInflacaoAnual=3.63

25.4. CUSTOS POR ATIVIDADE

Após efetuar o levantamento de custos foram elaborados os valores das pelúcidas e atividades conforme tabelas a seguir:

Tabela de modelos de pelúcias				
Modelos	Tamanhos	Código	Valor de custo	Valor de venda
Urso	P = 25 CM	UR001	R\$14,90	R\$28,31
	M = 35 CM	UR002	R\$17,76	R\$33,74
	G = 55 CM	UR003	R\$21,10	R\$40,09
Urso Panda	P = 25 CM	UR004	R\$14,90	R\$28,31
	M = 35 CM	UR005	R\$17,76	R\$33,74
	G = 55 CM	UR006	R\$21,10	R\$40,09
Urso Polar	P = 25 CM	UR007	R\$14,90	R\$28,31
	M = 35 CM	UR008	R\$17,76	R\$33,74
	G = 55 CM	UR009	R\$21,10	R\$40,09
Ovelha	P = 20 CM	UR010	R\$17,99	R\$34,18
	M = 30 CM	UR011	R\$19,87	R\$37,75
	G = 45 CM	UR012	R\$23,90	R\$45,41
Macaco	P = 20 CM	UR013	R\$17,90	R\$34,01
	M = 35 CM	UR014	R\$19,69	R\$37,41
	G = 50 CM	UR015	R\$24,65	R\$46,84
Elefante	P = 25 CM	UR016	R\$17,00	R\$32,30
	M = 35 CM	UR017	R\$19,90	R\$37,81
	G = 50 CM	UR018	R\$21,59	R\$41,02
Girafa	P = 30 CM	UR019	R\$17,91	R\$34,03
	M = 35 CM	UR020	R\$19,90	R\$37,81
	G = 50 CM	UR021	R\$21,59	R\$41,02
Cachorro	P = 30 CM	UR022	R\$11,90	R\$22,61
	M = 40 CM	UR023	R\$13,49	R\$25,63
	G = 50 CM	UR024	R\$16,98	R\$32,26
Gato	P = 30 CM	UR025	R\$11,90	R\$22,61
	M = 40 CM	UR026	R\$13,49	R\$25,63
	G = 50 CM	UR027	R\$16,98	R\$32,26
Coelho	P = 25 CM	UR028	R\$17,91	R\$34,03
	M = 35 CM	UR029	R\$19,90	R\$37,81
	G = 45 CM	UR030	R\$21,59	R\$41,02
Leão	P = 25 CM	UR031	R\$16,99	R\$32,28
	M = 35 CM	UR032	R\$19,90	R\$37,81
	G = 50 CM	UR033	R\$20,38	R\$38,72
Total			R\$604,58	R\$1.148,70
Custo 210 Pelúcias Semanal:		R\$3.847,33	Lucro Bruto 30 Pelúcias Diárias	R\$1.044,27

Tabela 6: Custos Pelúcias

Fonte: Elaboração própria

Tabela de modelos de acessórios			
Modelos	Código	Valor de custo	Valor de venda
Coroa Princesa	AC001	R\$1,10	R\$2,09
Patins	AC002	R\$4,68	R\$8,89
Tenis	AC003	R\$7,38	R\$14,02
Pantufa	AC004	R\$8,18	R\$15,54
Vestido	AC005	R\$8,49	R\$16,13
Pijama	AC006	R\$6,45	R\$12,26
Shorts	AC007	R\$8,65	R\$16,44
Laços de fita	AC008	R\$1,10	R\$2,09
Bolsa	AC009	R\$7,43	R\$14,12
Óculos de sol	AC010	R\$2,12	R\$4,03
Óculos de grau	AC011	R\$1,98	R\$3,76
Cachecol	AC012	R\$8,58	R\$16,30
Touca	AC013	R\$7,98	R\$15,16
Muleta	AC014	R\$12,10	R\$22,99
Coberta	AC015	R\$5,93	R\$11,27
Mamadeira	AC016	R\$2,03	R\$3,86
Roupa de banho	AC017	R\$6,63	R\$12,60
Camisa	AC018	R\$7,95	R\$15,11
Camiseta	AC019	R\$7,54	R\$14,33
Tapa olho	AC020	R\$2,99	R\$5,68
Boné	AC021	R\$4,89	R\$9,29
Total		R\$124,18	R\$235,94
Custo 630 Acessórios Semanal:	R\$3.725,40	Média	R\$11,24
		Lucro Bruto 90 Acessórios Diários	R\$1.011,18

Tabela 7: Custos Acessórios Pelúcias

Fonte: Elaboração própria

Tabela Oficina de Slimes		
Slime	Custo	Valor por Hora de Oficina
Kit de Slimes P/ 15 Slimes	R\$150,00	R\$49,00
Custo 210 Slimes Semanal:	R\$2.100,00	Lucro Bruto por Slime
Valor Médio custo por Slime:	R\$10,00	R\$39,00
	Lucro Bruto 30 Slimes Diários	R\$1.170,00

Tabela 8: Custos Oficina Slimes

Fonte: Elaboração própria

25.5. PLANEJAMENTO ANUAL

Considerando o fluxo de atividade do shopping e o valor de cada serviço e venda realizados, foi elaborado um planejamento anual conforme demonstrativo abaixo:

Planejamento de Atividades Anual												
Serviços / Vendas	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Serviços nas Oficinas	2200	2200	2000	2000	2000	2000	2200	2000	2000	2400	2000	2500
Venda de Pelúcias	1020	1020	910	910	910	910	1020	910	910	1210	910	1210
Venda de Acessórios de Pelúcias	3060	3060	2730	2730	2730	2730	3060	2730	2730	3630	2730	3630
Venda de Brinquedos	130	130	104	104	104	104	130	104	104	195	104	260
Total de Atividades	6410	6410	5744	5744	5744	5744	6410	5744	5744	7435	5744	7600

Tabela 9: Planejamento Anual

Fonte: Elaboração própria

25.6. FATURAMENTO

Diante do planejamento anual de vendas, a Magic Space estima que o faturamento anual seja conforme a tabela a seguir:

Faturamento Anual (Estimativa Primeiro Ano)						
Serviços / Vendas	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun
Serviços nas Oficinas	R\$ 107.800,00	R\$ 107.800,00	R\$ 98.000,00	R\$ 98.000,00	R\$ 98.000,00	R\$ 98.000,00
Venda de Pelúcias	R\$ 35.506,20	R\$ 35.506,20	R\$ 31.677,10	R\$ 31.677,10	R\$ 31.677,10	R\$ 31.677,10
Venda de Acessórios de Pelúcias	R\$ 34.394,40	R\$ 34.394,40	R\$ 30.685,20	R\$ 30.685,20	R\$ 30.685,20	R\$ 30.685,20
Venda de Brinquedos	R\$ 2.069,60	R\$ 2.069,60	R\$ 1.655,68	R\$ 1.655,68	R\$ 1.655,68	R\$ 1.655,68
Total Mensal:	R\$ 179.770,20	R\$ 179.770,20	R\$ 162.017,98	R\$ 162.017,98	R\$ 162.017,98	R\$ 162.017,98
	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
	R\$ 107.800,00	R\$ 107.800,00	R\$ 98.000,00	R\$ 117.600,00	R\$ 98.000,00	R\$ 122.500,00
	R\$ 35.506,20	R\$ 31.677,10	R\$ 31.677,10	R\$ 42.120,10	R\$ 31.677,10	R\$ 42.120,10
	R\$ 34.394,40	R\$ 30.685,20	R\$ 30.685,20	R\$ 40.801,20	R\$ 30.685,20	R\$ 40.801,20
	R\$ 2.069,60	R\$ 1.655,68	R\$ 1.655,68	R\$ 3.104,40	R\$ 1.655,68	R\$ 4.139,20
Total Mensal:	R\$ 179.770,20	R\$ 171.817,98	R\$ 162.017,98	R\$ 203.625,70	R\$ 162.017,98	R\$ 209.560,50
					Total Anual:	R\$ 2.096.422,66

Tabela 10: Faturamento Anual

Fonte: Elaboração própria

25.7. DESPESAS FIXAS

Os gastos mensais constantes que não forem alteração de valor em caso de aumento ou diminuição de vendas são as despesas fixas, abaixo está a tabela com as despesas fixas da Magic Space:

Despesas	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun
Aluguel	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00				
Marketing	R\$ 2.500,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Materiais de Escritório	R\$ 150,00	R\$ 150,00				
Telefone/TV/Internet	R\$ 200,00	R\$ 200,00				
Funcionários	R\$ 20.146,68	R\$ 20.146,68				
Banco de Dados	R\$ 200,00	R\$ 200,00				
Empréstimo	R\$ 13.475,91	R\$ 13.348,45	R\$ 13.220,98	R\$ 13.093,51	R\$ 12.966,04	R\$ 12.838,57
Total	R\$ 46.672,59	R\$ 46.045,13	R\$ 45.917,66	R\$ 45.790,19	R\$ 45.662,72	R\$ 45.535,25
	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00				
	R\$ 2.500,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 3.000,00
	R\$ 150,00	R\$ 150,00				
	R\$ 200,00	R\$ 200,00				
	R\$ 20.146,68	R\$ 20.146,68				
	R\$ 200,00	R\$ 200,00				
	R\$ 12.711,10	R\$ 12.583,63	R\$ 12.456,17	R\$ 12.328,70	R\$ 12.201,23	R\$ 12.073,76
Total	R\$ 45.907,78	R\$ 45.280,31	R\$ 45.152,85	R\$ 46.025,38	R\$ 44.897,91	R\$ 45.770,44
	Total Anual				R\$ 548.658,21	

Tabela 11: Despesas Fixas

Fonte: Elaboração própria

25.8. MARGEM DE LUCRO

O faturamento menos os custos das atividades ou valor da pelúcia e brinquedos, obtém-se a margem de lucro bruto por serviço ou venda, conforme tabela:

Margem de Lucro						
Serviços / Vendas	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun
Serviços nas Oficinas	R\$ 85.800,00	R\$ 85.800,00	R\$ 78.000,00	R\$ 78.000,00	R\$ 78.000,00	R\$ 78.000,00
Venda de Pelúcias	R\$ 16.819,18	R\$ 16.819,18	R\$ 15.005,35	R\$ 15.005,35	R\$ 15.005,35	R\$ 15.005,35
Venda de Acessórios de Pelúcias	R\$ 16.309,80	R\$ 16.309,80	R\$ 14.550,90	R\$ 14.550,90	R\$ 14.550,90	R\$ 14.550,90
Venda de Brinquedos	R\$ 906,10	R\$ 906,10	R\$ 724,88	R\$ 724,88	R\$ 724,88	R\$ 724,88
Total Mensal:	R\$ 119.835,08	R\$ 119.835,08	R\$ 108.281,13	R\$ 108.281,13	R\$ 108.281,13	R\$ 108.281,13
	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
	R\$ 85.800,00	R\$ 78.000,00	R\$ 78.000,00	R\$ 93.600,00	R\$ 78.000,00	R\$ 97.500,00
	R\$ 16.819,18	R\$ 15.005,35	R\$ 15.005,35	R\$ 19.952,17	R\$ 15.005,35	R\$ 19.952,17
	R\$ 16.309,80	R\$ 14.550,90	R\$ 14.550,90	R\$ 19.347,90	R\$ 14.550,90	R\$ 19.347,90
	R\$ 906,10	R\$ 724,88	R\$ 724,88	R\$ 1.359,15	R\$ 724,88	R\$ 1.812,20
Total Mensal:	R\$ 119.835,08	R\$ 108.281,13	R\$ 108.281,13	R\$ 134.259,22	R\$ 108.281,13	R\$ 138.612,27
			Total Anual:	R\$ 1.390.344,63		

Tabela 12: Margem de Lucro

Fonte: Elaboração própria

25.9. LUCRO LIQUIDO

O lucro líquido refere-se a diferença da receita total e do custo total, assim obtendo-se os resultados abaixo:

Lucro Liquido					
Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun
R\$ 42.871,89	R\$ 47.889,95	R\$ 36.463,47	R\$ 36.590,94	R\$ 36.718,41	R\$ 36.845,88
Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
R\$ 43.636,70	R\$ 37.100,82	R\$ 37.228,28	R\$ 52.233,84	R\$ 37.483,22	R\$ 56.841,83
			Total Anual:	R\$ 501.905,22	

Tabela 13: Lucro Liquido

Fonte: Elaboração própria

26. CONCLUSÃO

No desenvolvimento do presente estudo, concluímos que é necessário incentivar o processo de desvinculação das crianças no mundo virtual e a retomada delas para o mundo infantil, com a utilização de brinquedos, dinâmicas, jogos, brincadeiras em grupo e gincanas, na qual é desenvolvido a coordenação motora, tornando-as mais sociáveis e com melhor convivência, conseqüentemente propondo mais confiança e conforto aos pais. Nesse sentido movimentando ambas as partes envolvidas no projeto.

27. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<https://criamigos.com.br/>

<https://rockcontent.com/blog/4-as-do-marketing/> - 14/09/2019 13:00

<https://www.guiadasemana.com.br/sao-paulo/compras/estabelecimento/shopping-center-norte> - 29/09/2019 15:27

https://pt.wikipedia.org/wiki/Shopping_Center_Norte - 29/09/2019 15:35

<https://www.montarumnegocio.com/empresa-de-recreacao-infantil/> 29/09/2019 16:00

<https://saiadolugar.com.br/sociedade-limitada/> - 29/09/2019 16:55

<https://blog.wedologos.com.br/design-grafico/logo/importancia-do-logotipo/> - 05/10/2019 14:45

<https://cursos.valecup.com.br/educacao-inclusi57> - 05/10/2019 - 14:00

<https://www.rhportal.com.br/o-que-e-recursos-humanos/> - 05/10/2019 - 14:50

<http://www.kenoby.com/blog/recursos-humanos/> - 05/10/2019 - 14:50

<http://www.sobreadministracao.com/diferenca-recrutamento-selecao/> 05/10/2019 - 15:00

http://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/44100850/do1-2018-10-05-lei-n-13-722-de-4-de-outubro-de-2018-44100725 - 09/10/2019 - 19:35

<http://www.sobreadministracao.com/a-piramide-hierarquia-de-necessidades-de-maslow/> - 09/10/2019 - 20:15

<https://www.nucleodoconhecimento.com.br/educacao/recreacao-escolar-o-brinquedo-brincadeira-e-o-jogo-na-educacao-da-infancia> - 09/10/2019 - 21:05

<https://blog.sebrae-sc.com.br/gestao-de-compras-e-estoque/> 15/10/2019 - 20:00

https://www.scopi.com.br/planejamento-estrategico/#o_que_e_pe 19/10/2019 - 14:35

<https://exame.abril.com.br/pme/como-montar-um-planejamento-estrategico/> 19/10/2019 - 14:45

<https://rockcontent.com/blog/como-fazer-uma-analise-swot/> 19/10/2019 – 15:00

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Busca?q=%20planejamento%20financeiro> 19/10/2019 - 16:40

https://www.reclameaqui.com.br/playland/insatisfacao_MarDkFIIfQrQMeVs/

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/como-elaborar-um-plano-de-marketing,084b6484b071b410VgnVCM1000003b74010aRCRD> - 22/10/2019 – 21:30

[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/1947E3304928A275032571FE00630FB1/\\$File/NT00032296.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/1947E3304928A275032571FE00630FB1/$File/NT00032296.pdf) - 22/10/2019 - 21:30

<https://rockcontent.com/blog/endomarketing/> - 24/10/2019 – 20:50

<https://revistacrescer.globo.com/Colunistas/Lilian-Kuhn/noticia/2016/10/inclusao-de-criancas-com-deficiencia-no-brasil.html> - 25/10/2019 - 22:50