

---

**Etec Padre José Nunes Dias**

**ETEC PADRE JOSÉ NUNES DIAS  
CLASSE DESCENTRALIZADA DE TANABI  
Técnico em Administração**

**Antonio Aparecido de Freitas Filho**

**Camilly Vitória Martines de Souza**

**Carla Aparecida Rodrigues**

**Clarice Trevelato Pereira**

**Fabiano Silva Ilario**

**Florinda Santos Medeiros**

**Ketlin Pereira**

**EMPRESA DE GESTÃO PARA FESTA DE FORMATURA**

**Estudo de caso realizado na formatura dos alunos do curso técnico  
em Administração**

**Tanabi/SP**

**2024**

**Antonio Aparecido de Freitas Filho**

**Camilly Vitória Martines de Souza**

**Carla Aparecida Rodrigues**

**Clarice Trevelato Pereira**

**Fabiano Silva Ilario**

**Florinda Santos Medeiros**

**Ketlin Pereira**

## **EMPRESA DE GESTÃO PARA FESTA DE FORMATURA**

**Estudo de caso realizado na formatura dos alunos do curso técnico  
em Administração**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Padre José Nunes Dias – Classe Descentralizada de Tanabi, orientado pelas Professoras. Andreia Nunes Matias e Rose Perpetuo do Nascimento, como requisito para obtenção do título de técnico em administração.

**Tanabi/SP**

**2024**

## FOLHA DE APROVAÇÃO

Antonio Aparecido de Freitas Filho

Camilly Vitória Martines de Souza

Carla Aparecida Rodrigues

Clarice Trevelato Pereira

Fabiano Silva Ilario

Florinda Santos Medeiros

Ketlin Pereira

### EMPRESA DE GESTÃO PARA FESTA DE FORMATURA

Estudo de caso realizado na formatura dos alunos do curso técnico em  
Administração

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Padre José Nunes Dias – Classe Descentralizada de Tanabi, orientado pelas Professoras. Andreia Nunes Matias e Rose Perpetuo do Nascimento, como requisito para obtenção do título de técnico em administração.

A banca examinadora dos Trabalhos de conclusão, em sessão pública realizado em 27 de junho de 2024:

---

***Rose Perpetuo do Nascimento***

---

***Andrea Nunes Matias***

---

***Jarbas Gabriel Costa Júnior***

**Tanabi/SP**

**2024**

## AGRADECIMENTO

Gostaríamos de expressar nossa profunda gratidão a todos que contribuíram para a realização deste trabalho de conclusão de curso. Sem o apoio e incentivo de cada um de vocês, este projeto não teria sido possível.

- **Aos professores:** Agradecemos por compartilharem seus conhecimentos, orientações e feedback valioso. Suas palavras e insights foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho.
- **Aos colegas de classe:** Obrigado por compartilharem ideias, debaterem conceitos e enfrentarem desafios juntos. Nossa colaboração enriqueceu nossa jornada no curso Técnico em Administração.
- **À nossa família:** Vocês foram nossa base, nosso apoio inabalável. Obrigado por acreditarem em nós e nos incentivarem a seguir em frente.
- **A Deus:** Nossa gratidão mais profunda. Sua orientação, força e inspiração estiveram presentes em cada etapa deste processo. Sem Sua graça, nada disso seria possível.

Que este trabalho possa contribuir de alguma forma para o conhecimento e para a sociedade. Mais uma vez, obrigado a todos!

O sucesso é a soma de pequenos  
esforços repetidos dia após dia

***Robert Collier***

## RESUMO

O trabalho de conclusão de curso (TCC) aborda a gestão de eventos com foco em festas de formatura. O objetivo é otimizar o planejamento e a prestação de contas desses eventos, maximizando seus processos. O estudo considera técnicas gerenciais e práticas do mercado de eventos, visando à eficiência, eficácia e efetividade. O projeto experimental explora estratégias para garantir o sucesso das festas de formatura, considerando aspectos como logística, orçamento, marketing e coordenação de equipes. Além disso, destaca-se a importância da visibilidade e promoção dos eventos no cenário global. Através deste estudo, o projeto concretizou a realização da festa de formatura do curso técnico em administração, e colocou em prática tudo que foi estudado e analisado.

**Palavras Chaves:** gestão de eventos, planejamento, mercados de eventos, festa de formatura, plano de negócio.

## **ABSTRACT**

The final project (TCC) focuses on event management with an emphasis on graduation parties. The objective is to optimize the planning and accountability of these events by maximizing their processes. The study considers managerial techniques and industry practices, aiming for efficiency, effectiveness, and efficacy. The experimental project explores strategies to ensure the success of graduation parties, taking into account aspects such as logistics, budgeting, marketing, and team coordination. Additionally, it highlights the importance of visibility and event promotion on a global scale.

**Keywords:** event management, planning, event markets, graduation party, business plan.

## ÍNDICE DE ILUSTRAÇÃO

<b>Figura 1</b> - Capa para a proposta de Formatura para os alunos do curso Técnico em Administração da Classe Descentralizada de Tanabi	
<b>Tabela 1</b> - Capital Inicial.....	32
<b>Tabela 2</b> - Custo Fixo.....	33
<b>Tabela 3</b> - Custo Variável.....	33
<b>Tabela 4</b> - Demonstrativo de Resultados.....	34
<b>Tabela 5</b> - Contribuição dos formandos.....	42
pa para a proposta de Formatura para os alunos do curso Técnico em Administração da Classe Descentralizada de Tanabi.....	36
<b>Figura 2</b> - Apresentação da empresa. Quem somos?.....	37
<b>Figura 3</b> - Cartaz de divulgação da ação entre amigos para captação de recursos	41
<b>Figura 4</b> - Escolha do cardápio: Resultado da pesquisa realizada entre os formandos.....	43
<b>Figura 5</b> - Escolha da Sobremesa.....	43
<b>Figura 6</b> - Escolha das Bebidas.....	43



# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>11</b>
1.1 Objetivo Geral	11
1.2 Objetivo Específico	11
1.3 Justificativa	12
1.4 Metodologia	12
<b>2. REVISÃO TEÓRICA</b>	<b>14</b>
2.1 História de formaturas	14
2.2 A importância do planejamento	15
2.3 O mercado de formatura no Brasil	15
2.3.1 Crescimento das Formaturas no Brasil	16
2.3.2. Negócio Lucrativo	16
2.3.3 Concorrência:	17
<b>3. SUMÁRIO EXECUTIVO</b>	<b>18</b>
3.1 A empresa	18
3.2 Missão, visão e valores	19
3.3 Produtos e serviços	19
<b>4. ANÁLISE DE MERCADO</b>	<b>21</b>
4.1 Estudos dos clientes	21
4.2 Estudos dos Concorrentes	22
4.3 Estudo dos Fornecedores	23
4.3.1 Dados dos fornecedores	23
<b>5. MAPA DE EMPATIA</b>	<b>24</b>
5.1. Com quem estamos sendo empáticos	24
5.1.2 O que ele vê?	24
5.1.3 O que ele precisa fazer?	24
5.1.4 O que ele faz?	24
5.1.5 O que ele fala?	24
5.1.6 O que ele escuta?	25
5.1.7 O que ele pensa e sente?	25
5.1.8 Dores	25
5.1.9 Desejos	25
5.1.10 Funcionários empáticos	26
<b>6. Business Model Canvas</b>	<b>27</b>
6.1 Proposta de Valor	27
6.2 Segmentação de Cliente	28
6.3 Canais	29
6.4 Relacionamento com Cliente	29
6.5 Fonte de Renda	29
6.6 Recursos Chaves	29
6.7 Atividades Chaves	30
6.8 Parceria Chave	30
6.9 Estrutura de Custo	31
<b>7. Plano Financeiro</b>	<b>32</b>
7.1 Capital de Investimento	32
7.2 Custo Operacional	32

7.2.1 Custo Fixo .....	33
7.2.2 Custo Variável .....	33
7.3 Receita.....	33
7.4 DRE .....	34
<b>8. PLANO DE MARKETING .....</b>	<b>35</b>
5.1 Marketing off-line .....	35
5.2 Marketing on-line .....	35
5.3 Objetivo do plano de marketing .....	35
<b>9. PROPOSTA DE ELABORAÇÃO PARA FORMATURA DO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO.....</b>	<b>36</b>
6.1 O evento .....	37
6.2 Levantamento de custos.....	37
6.3 Definição dos Orçamentos.....	40
6.4 Capitação de recursos .....	40
6.5 Cardápio do escolhido .....	42
<b>10. RESULTADO .....</b>	<b>44</b>
10.1 Formatura em Administração: Um Sucesso Colaborativo!.....	44
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>46</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>47</b>
<b>ANEXO .....</b>	<b>49</b>

# 1. INTRODUÇÃO

## 1.1 Objetivo Geral

Empresas de formatura são organizações que oferecem serviços para organizar e realizar o evento de formatura escolares, universitários e técnicos, geralmente possuem uma equipe especializada na elaboração e execução das etapas dos eventos, como decoração e contratação, são responsáveis em parceria com as instituições de ensino para garantir que o evento atenda às expectativas dos formandos e suas famílias. Empresas de formatura facilitam o processo de organização do evento, com conhecimento e experiência na área, além de oferecer uma variedade de opções e serviços personalizados.

## 1.2 Objetivo Específico

### **Desenvolver um Plano de Marketing Eficiente:**

- Estabelecer uma marca forte e reconhecida no mercado de eventos.
- Utilizar estratégias de marketing digital para alcançar um público mais amplo.
- Criar parcerias com instituições de ensino para a organização de formaturas e eventos cerimoniais.

### **Oferecer Serviços Personalizados:**

- Desenvolver pacotes de serviços que atendam às necessidades e preferências dos clientes.
- Proporcionar atendimento personalizado e exclusivo para cada evento.
- Inovar constantemente, incorporando novas tendências e tecnologias do mercado de eventos.

### **Garantir Qualidade e Excelência:**

- Selecionar fornecedores e parceiros de alta qualidade.
- Investir em treinamento e capacitação da equipe.
- Monitorar constantemente a satisfação dos clientes e implementar melhorias contínuas.

### **Gerenciar Recursos de Forma Eficiente:**

- Otimizar a alocação de recursos financeiros e humanos.

- Implementar sistemas de controle e gestão de projetos eficazes.
- Buscar constantemente novas oportunidades de redução de custos sem comprometer a qualidade.

### **1.3 Justificativa**

O objetivo deste evento é a realização do plano de negócio para a conclusão de curso, e demonstrar o conhecimento adquirido ao longo do estudo, e com isso também celebraremos a nossa formatura com os alunos formandos e seus familiares, uma festa que representa a conclusão de um ciclo, um marco importante na vida acadêmica de uma pessoa, simbolizando o fim de uma etapa e o início de novos desafios.

### **1.4 Metodologia**

A metodologia de uma empresa de gestão de eventos envolve várias etapas-chave para garantir o sucesso de um evento, desde o planejamento inicial até a avaliação final. Aqui está um resumo das principais etapas:

#### **Briefing e Definição de Objetivos:**

Reunião inicial com o cliente para entender suas necessidades e expectativas.

Definição clara dos objetivos do evento (ex.: lançamento de produto, conferência, festa corporativa).

#### **Planejamento e Orçamento:**

Desenvolvimento de um plano detalhado do evento, incluindo cronograma, atividades e logística.

Elaboração de um orçamento detalhado, contemplando todos os custos envolvidos (espaço, catering, entretenimento, etc.).

Identificação de possíveis patrocinadores e parceiros.

#### **Local e Logística:**

Seleção e reserva do local do evento.

Planejamento da logística, incluindo transporte, acomodação, e movimentação de materiais.

Coordenação de fornecedores (equipamento audiovisual, decoração, segurança, etc.).

### **Criação e Design:**

Desenvolvimento do conceito criativo e design do evento.

Criação de materiais de marketing e comunicação (convites, banners, programas, etc.).

Planejamento de atividades e entretenimento.

### **Marketing e Divulgação**

Desenvolvimento de uma estratégia de marketing para promover o evento.

Utilização de diferentes canais de comunicação (mídias sociais, email marketing, publicidade, etc.).

Gerenciamento de inscrições e confirmações de presença.

### **Execução e Coordenação:**

Montagem e decoração do local.

Coordenação de todos os aspectos do evento no dia, incluindo recepção, gestão de convidados, e resolução de problemas.

Supervisão de fornecedores e equipe.

### **Avaliação e Feedback:**

Realização de pesquisas de satisfação com os participantes.

Análise dos resultados e feedback para identificar pontos de melhoria.

Preparação de um relatório final para o cliente, incluindo avaliação do desempenho e cumprimento dos objetivos.

### **Desmontagem e Pós-evento:**

Desmontagem e retirada de materiais.

Resolução de pendências com fornecedores e parceiros.

Envio de agradecimentos aos participantes e envolvidos.

Cada um desses passos deve ser cuidadosamente planejado e executado para garantir que o evento seja bem-sucedido e atenda às expectativas dos clientes e participantes. A metodologia pode variar de acordo com o tipo e a escala do evento, mas esses elementos fundamentais são aplicáveis à maioria das situações de gestão de eventos.

## 2. REVISÃO TEÓRICA

### 2.1 História de formaturas

O segmento teve uma rápida ascensão junto ao setor de negócios desde o ano de 1950, nos Estados Unidos e aqui no Brasil. No início, apesar de um começo tímido dos eventos, muitas empresas começaram a promover e contratar. A primeira feira de negócios, aqui no Brasil, foi a Fenit – Feira Nacional da Indústria Têxtil, em 1958. Em 1970 tivemos a inauguração do complexo Anhembi com a feira do Salão do Automóvel. Os primeiros eventos que ocorreram não contavam com a venda de produtos e serviços no local, baseavam-se apenas na promoção.

Eventos com esse formato promocional e comercial é relativamente novo. A história dos eventos no Brasil mostra que houve o alcance de grande importância em nosso ao longo dos 62 anos desde a primeira feira, movimentando cadeias de negócios que atuam desde o planejamento até o pós-evento.

A diversidade em inúmeros segmentos de negócios e a popularidade alcançada pelos eventos também cresceu muito, transformando-os em commodities. Ao mesmo tempo em que os eventos e a sua popularidade cresciam exageradamente, problemas com planejamento, recursos, organização, operação, repetição das edições, entre outros também surgiram e contribuíram, de certa forma, para a banalização de muitas feiras e eventos.

A demanda crescente também fez muitos patrocinadores repensarem seus investimentos na escolha dos eventos mais relevantes.

A partir daí, começou a surgir alguns requisitos necessários ao proponente de eventos: novas ideias; criatividade; melhor estruturação; capacidade de comunicação; projetos e propostas eficientes e inovadores; facilidade de venda a patrocinadores.

Segundo a ABEOC Brasil – Associação Brasileira de Empresas de Eventos, até 2019 o segmento movimentava investimentos em torno de R\$ 210 bilhões/na em eventos corporativos e R\$ 16 bilhões em eventos sociais, representando 4,3% do PIB Nacional.

Descreveremos agora a história da nossa empresa: a mesma é especializada no ramo de gestão de eventos, garantindo que a celebração dos seus eventos seja memorável, buscando garantir satisfações, para seus contratantes e convidados.

Temos soluções criativas e personalizadas, além de todo comprometimento para entregar nossos eventos com garantia e agilidade.

## **2.2 A importância do planejamento**

É que a nossa heroína empresa de formatura entra em ação. Eles conhecem diversos fornecedores e já sabem como definir detalhes, como a quantidade de bebida ou comida necessários para a festa. Além disso, a experiência com o planejamento de eventos também garante o conhecimento de mercado para analisar as propostas. Orçamentos fora da realidade e Preços exorbitantes, A empresa consegue identificar todos esses casos para negociar as propostas e encontrar as melhores opções. Também é comum que elas tenham parcerias firmadas com alguns fornecedores, que podem resultar em vantagens para a turma, como descontos ou serviços especiais. Show!

A organização de uma festa de formatura também tem uma parte bem burocrática com contratos. Cada fornecedor tem um contrato detalhando os itens, valores, forma de pagamento e outras cláusulas que definem o serviço prestado. Garantir o melhor contrato para a sua turma, sem armadilhas. Os profissionais também estão preparados para resolver imprevistos e encontrar as melhores soluções para os problemas que, infelizmente, podem surgir nos preparativos. Atraso na entrega de serviços ou produtos atrapalham a festa e podem tirar a paz da comissão. Porém, uma empresa experiente consegue lidar com tudo isso, enquanto os clientes guardam.

<https://vivaeventos.com.br/mundoformatura/por-que-contratar-uma-empresa-de-formatura/>

## **2.3 O mercado de formatura no Brasil**

No Brasil, as formaturas representam um marco significativo na vida dos estudantes, celebrando a conclusão de uma etapa importante em sua educação. Esse evento, carregado de emoção e simbolismo, tem se tornado cada vez mais sofisticado, refletindo as mudanças sociais e econômicas do país. Com o aumento da valorização da educação e o crescimento das classes médias, as formaturas têm se tornado uma oportunidade lucrativa no mercado de eventos.

### 2.3.1 Crescimento das Formaturas no Brasil

Nos últimos anos, o mercado de formaturas no Brasil tem experimentado um crescimento expressivo. Vários fatores contribuem para essa expansão:

- **Aumento no Número de Graduados:**

Com a expansão do acesso ao ensino superior e técnico, o número de formandos tem aumentado significativamente. Instituições públicas e privadas têm ampliado suas vagas, permitindo que mais alunos concluam seus estudos e participem das cerimônias de formatura.

- **Valorização da Educação:**

A sociedade brasileira tem valorizado cada vez mais a educação como um caminho para o sucesso profissional e pessoal. Isso se reflete no desejo de celebrar essa conquista de forma grandiosa, aumentando a demanda por eventos de formatura elaborados.

- **Sofisticação e Personalização:**

As formaturas modernas vão além de simples cerimônias. Elas incluem eventos adicionais, como bailes, jantares de gala e festas temáticas, que agregam valor e tornam a celebração mais memorável. A personalização desses eventos, com temas, decorações exclusivas e serviços especiais, também contribui para o crescimento do mercado.

### 2.3.2. Negócio Lucrativo

O mercado de formaturas é altamente lucrativo, oferecendo diversas oportunidades de negócios para empresas de eventos. Alguns aspectos que destacam esse setor são:

- **Diversidade de Serviços:**

Empresas de formatura oferecem uma ampla gama de serviços, desde a organização completa do evento até a contratação de fornecedores para decoração, buffet, fotografia, filmagem, som e iluminação. Esse modelo de negócio permite que as empresas aumentem sua receita oferecendo pacotes completos e personalizados.

- **Alta Margem de Lucro:**



A organização de formaturas envolve a negociação com vários fornecedores, o que permite às empresas obter preços competitivos e, ao mesmo tempo, cobrar valores premium pelos serviços oferecidos aos formandos. A combinação de alta demanda e a disposição dos clientes em pagar por serviços de qualidade resulta em margens de lucro atraentes.

- **Eventos Recorrentes:**

Formaturas são eventos recorrentes, realizados anualmente por escolas, universidades e cursos técnicos. Isso garante um fluxo constante de clientes e a possibilidade de contratos a longo prazo com instituições de ensino.

### **2.3.3 Concorrência:**

A concorrência é acirrada, com várias empresas atuando no setor. Diferenciar-se pela qualidade do serviço, atendimento ao cliente e inovação é crucial para conquistar e fidelizar clientes.

As formaturas no Brasil representam um mercado em crescimento, impulsionado pela valorização da educação e pelo desejo de celebrar conquistas importantes de forma grandiosa. Esse setor oferece oportunidades lucrativas para empresas de eventos, que podem se beneficiar da diversificação de serviços, alta margem de lucro e demanda constante. Com inovação, personalização e foco na satisfação do cliente, as empresas podem se destacar em um mercado competitivo e continuar a prosperar.

<https://www.correiobraziliense.com.br/euestudante/2023/10/5132808-temporada-de-formaturas-escolares-aquecem-setor-de-eventos-na-capital.html>

## 3. SUMÁRIO EXECUTIVO

### 3.1 A empresa

A Seven Eventos e Festas nasce com um propósito nobre: transformar sonhos em experiências memoráveis. Somos uma empresa especializada na organização de eventos sociais, como casamentos, formaturas, debutes, confraternizações e muito mais. Acreditamos que cada evento é único e especial, por isso, nos dedicamos a criar momentos personalizados que superem as expectativas dos nossos clientes.

Oferecemos uma gama completa de serviços para tornar o seu evento um sucesso absoluto:

- **Planejamento e organização:** Cuidamos de todos os detalhes, desde a escolha do local até a logística do evento.
- **Decoração:** Criamos ambientes personalizados que refletem o estilo e a personalidade do cliente.
- **Buffet:** Oferecemos um cardápio variado e saboroso, com opções para todos os gostos.
- **Entretenimento:** Contratamos atrações musicais, DJs e outros profissionais para animar a sua festa.
- **Fotografia e filmagem:** Registramos os melhores momentos do seu evento em fotos e vídeos de alta qualidade.
- **Outros serviços:** Oferecemos diversos outros serviços, como aluguel de mobiliário, decoração floral, sonorização e iluminação.
- **Eventos Personalizados:**
  - Cada evento é único e especial, por isso, oferecemos pacotes personalizados que atendem às necessidades e desejos de cada cliente. Trabalhamos em estreita colaboração com os nossos clientes para entender suas expectativas e criar um evento que seja realmente inesquecível.

Diante do cenário atual do mercado, entendemos a necessidade de inovar para nos destacarmos da concorrência. Estamos sempre buscando novas tendências e tecnologias para oferecer aos nossos clientes experiências únicas e memoráveis.

### 3.2 Missão, visão e valores

**Missão:** Ser a melhor empresa de organização de eventos da região, oferecendo serviços de alta qualidade e atendimento personalizado aos nossos clientes.

**Visão:** Tornar-nos referência em organização de eventos, reconhecidos pela excelência dos nossos serviços e pela capacidade de transformar sonhos em realidade.

**Valores:**

- **Segurança:** Priorizamos a segurança de todos os envolvidos no evento.
- **Confiança:** Construimos relações de confiança com os nossos clientes e parceiros.
- **Honestidade:** Agimos com ética e transparência em todas as nossas relações.
- **Qualidade:** Oferecemos serviços de alta qualidade que superam as expectativas dos nossos clientes.
- **Eficiência:** Trabalhamos de forma eficiente para otimizar os recursos e o tempo dos nossos clientes.
- **Inovação:** Buscamos constantemente novas soluções e tecnologias para aprimorar os nossos serviços.

### 3.3 Produtos e serviços

**Pacotes de Formatura:**

- **Pacote Básico:** Cerimônia, decoração, buffet, som e iluminação.
- **Pacote Intermediário:** Cerimônia, decoração, buffet, som, iluminação, fotografia e filmagem.
- **Pacote Completo:** Cerimônia, decoração, buffet, som, iluminação, fotografia, filmagem, recepção com open bar e DJ.

**Serviços Adicionais:**

- Aluguel de mobiliário e decoração temática.
- Contratação de atrações musicais, DJs e apresentações.

- Serviços de maquiagem e cabelo.
- Assessoria para escolha de trajes e presentes.
- Brindes personalizados.

**Diferenciais da Empresa:**

- Atendimento personalizado e exclusivo.
- Equipe experiente e qualificada.
- Criatividade e inovação na elaboração dos eventos.
- Qualidade superior em todos os serviços.
- Preços competitivos e pacotes flexíveis.

## **4. ANÁLISE DE MERCADO**

A análise de mercado se configura como um farol que ilumina o caminho para o sucesso de qualquer negócio. Através dela, empresas de formaturas e cerimoniais podem desvendar as nuances do mercado, mapear oportunidades e desafios, e tomar decisões estratégicas assertivas que as impulsionam rumo à prosperidade.

O objetivo é gerar conhecimento sobre um mercado e seu público, identificar oportunidades e reduzir o risco na tomada de decisões estratégicas.

É um processo meticuloso que reúne dados e informações relevantes sobre o segmento em que a empresa atua ou pretende atuar. Essa investigação profunda permite identificar as necessidades e expectativas dos clientes, entender o comportamento dos concorrentes e avaliar a viabilidade de produtos e serviços.

A pesquisa de mercado é uma ótima maneira de ouvir as pessoas e entender o que está acontecendo no seu nicho de negócio. É captar as informações necessárias para tomar decisões certas, na direção correta, é uma ferramenta que permite o planejamento, coleta e análise de dados relacionados a um empreendimento. O objetivo é gerar conhecimento sobre um mercado e seu público, identificar oportunidades e reduzir o risco na tomada de decisões estratégicas.

A análise de mercado é composta por pesquisa de concorrente e pesquisa de público.

### **4.1 Estudos dos clientes**

A princípio notamos que nossa cidade de Tanabi não tinha uma empresa que comportasse a demanda de serviços relacionado a eventos.

A contratação de uma empresa que fornece serviços de eventos, tem em mente uma alternativa viável para conseguir os melhores resultados. Com a finalidade de garantir organização das atividades.

Os principais contratantes são famílias, noivos, formandos, com uma faixa etária variada entre 20 e 60 anos, empresas para confraternizações, pessoas que procuram não se preocupar e apreciam uma boa organização.

**Diversidade de Público:** A empresa atende a um público amplo e diverso, incluindo:

- **Casamentos:** Noivos e casais que buscam celebrar seu amor com um evento único e memorável.
- **Festas Sociais:** Aniversários, formaturas, bodas, confraternizações e outros eventos sociais que celebram momentos especiais da vida.
- **Eventos Corporativos:** Empresas que organizam lançamentos de produtos, confraternizações, congressos, palestras e workshops.
- **Eventos Governamentais:** Órgãos públicos que promovem eventos oficiais, cerimônias, congressos e outras atividades.

**Faixa Etária:** A faixa etária varia de acordo com o tipo de evento, mas geralmente se concentra entre 25 e 55 anos.

**Nível Socioeconômico:** O nível socioeconômico também é variável, abrangendo desde clientes de classe média até alta renda.

**Localização:** Os clientes estão concentrados na região de atuação da empresa, buscando serviços locais e personalizados.

**Características em Comum:** Apesar da diversidade, alguns traços comuns unem os clientes:

- **Busca por Experiências Únicas:** Desejam eventos personalizados que reflitam suas personalidades, estilos e sonhos.
- **Expectativa de Qualidade e Excelência:** Valorizam serviços de alta qualidade, profissionalismo e atenção aos detalhes.
- **Importância da Tranquilidade e Segurança:** Buscam empresas confiáveis que garantam a organização impecável do evento, proporcionando tranquilidade aos clientes.
- **Valorização da Criatividade e Inovação:** Apreciam ideias criativas e soluções inovadoras para tornar seus eventos memoráveis.
- **Consciência Ambiental e Social:** Valorizam empresas que adotam práticas sustentáveis e demonstram responsabilidade social.

## 4.2 Estudos dos Concorrentes

A pesquisa foi realizada em Tanabi e região.

- Concorrente Rose Soler: é uma empresa que atende Tanabi e região, está no ramo aproximadamente a mais de 20 anos, iniciando somente com decoração, atendendo a princípios aniversário e casamento. Em 2020 agregou ao seu negócio o serviço de buffet, inovando assim seu trabalho.
- Concorrente Raffa Buffet: é uma empresa que atende Monte Aprazível e região, está no ramo aproximadamente a mais de 15 anos, com serviços de buffet e decoração, atendendo eventos como aniversário, casamento, confraternização, entre outros.

### 4.3 Estudo dos Fornecedores

Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, que produz, monta, cria, constrói, transforma, importa, exporta, distribui ou comercializa produtos ou serviços.

O fornecedor pode ser classificado em três tipos básicos: o do produtor presumido que irá fornecer produtos não identificados, o do produtor real que está presente na fabricação dos produtos e o produtor aparente que não está presente na fabricação do produto, mas tem sua marca, nome ou algum sinal intensificando-o.

#### 4.3.1 Dados dos fornecedores

NOME	SERVIÇO/PRODUTO	CIDADE
Raffa Buffet	Buffet	Monte Aprazível
Badulak's	Decoração	Tanabi
Supermercado Tanabi	Bebidas	Tanabi
Supermercado Ivone	Bebidas	Tanabi
Casa do Suco	Bebidas	Tanabi

## **5. MAPA DE EMPATIA**

Mapa da Empatia é um material utilizado para conhecer melhor o seu cliente. A partir do mapa da empatia é possível detalhar a personalidade do cliente e compreendê-la melhor. O mapa da empatia faz 6 perguntas para identificar seu público-alvo e assim conhecer seus sentimentos, dores e necessidades.

### **5.1.Com quem estamos sendo empáticos**

Noivos, formandos, debutantes, pessoas que comemoram datas marcantes;

#### **5.1.2 O que ele vê?**

- Oportunidade de não se preocupar com a organização;
- Poucas opções de um bom serviço no mercado;
- Oportunidade de reunir os amigos;

#### **5.1.3 O que ele precisa fazer?**

- Confiar no serviço;
- Pagar um preço justo;
- Deixar claro suas expectativas;

#### **5.1.4 O que ele faz?**

- Exigem o que na hora do contrato não foi informado;
- Avalia o serviço e divulga, por meio de elogios;
- Atingir uma meta positiva de cliente;

#### **5.1.5 O que ele fala?**

- A organização dos eventos realizados não são cem por cento



satisfatório;

- Preços de organização de festas são altos;
- Os funcionários que trabalham nos eventos não são empáticos e treinados;

#### **5.1.6 O que ele escuta?**

- Que o contratante da festa, gastou muito para pouco resultado;
- Que determinada empresa promete e não cumpre todos os serviços contratado;
- Cliente não teve suporte necessário durante o evento;

#### **5.1.7 O que ele pensa e sente?**

- Os problemas de organização podem acontecer com eles;
- Que ele quer uma festa executada com êxito;

#### **5.1.8 Dores**

- Custo alto dos serviços oferecido;
- Insatisfação dos serviços oferecidos;
- Mal organização dos eventos;

#### **5.1.9 Desejos**

- Um evento/ festa de sucesso;
- Funcionários empáticos;
- Segurança, conforto, plasticidade e atendimento de toda expectativa dos serviços contratado;

### **5.1.10 Funcionários empáticos**

- Segurança, conforto, plasticidade e atendimento de toda expectativa dos serviços contratado.

## 6. BUSINESS MODEL CANVAS

Traduzido para o termo Modelo de Negócio, foi desenvolvido pelo consultor suíço Alexander Osterwalder, representa um diagrama que permite realizar a análise em blocos do tipo de negócio desenvolvido.

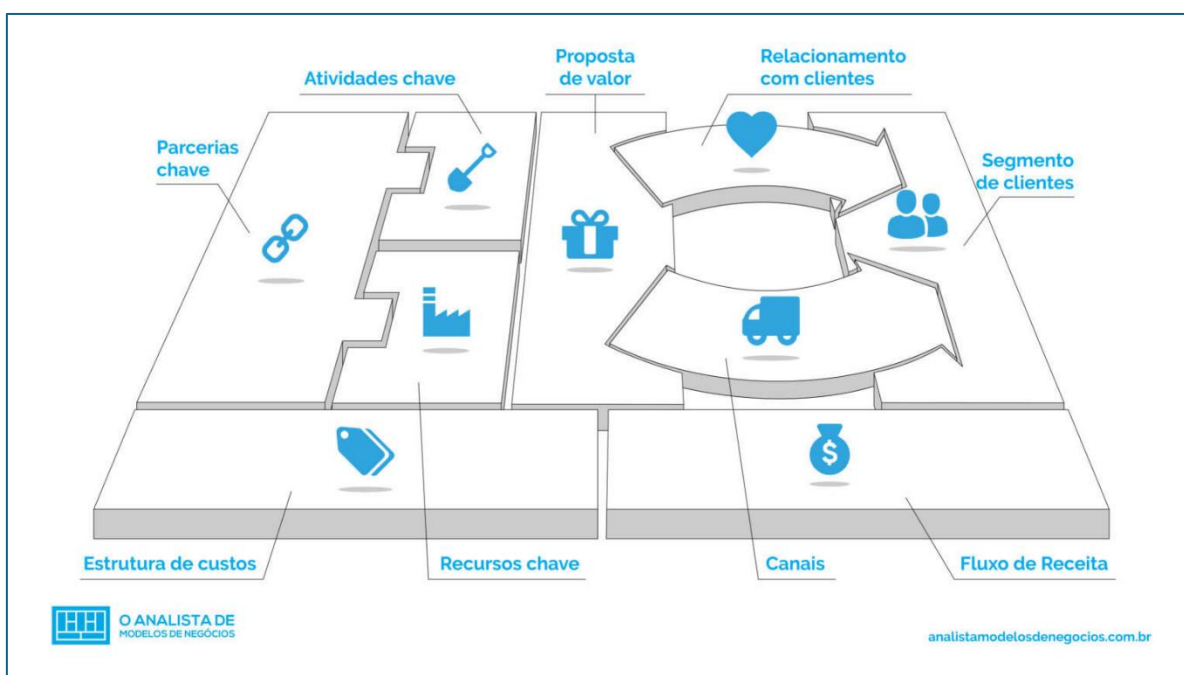


Figura 1 - Gráfico do Modelo de Negócios

Fonte: <https://analistamodelosdenegocios.com.br/o-que-e-o-business-model-canvas/>

### 6.1 Proposta de Valor

A proposta de valor é uma estratégia que mostra aos clientes os principais motivos pelos quais ele deve fechar negócio com uma determinada empresa.

A proposta de valor de uma empresa de eventos é a declaração clara dos benefícios únicos e dos valores que ela oferece aos seus clientes, em comparação com os concorrentes.

Para a empresa de eventos, a proposta de valor inclui:

- **Experiência e Conhecimento:** Na organização de eventos de formatura, garantindo um evento bem planejado e executado.
- **Serviços Personalizados:** Oferecer pacotes personalizáveis para atender às necessidades e preferências específicas dos formandos.

- **Qualidade e Excelência:** Compromisso com a alta qualidade em todos os aspectos do evento, desde a decoração até a comida e a música.
- **Suporte completo:** Suporte contínuo ao cliente durante todo o processo de planejamento e execução do evento.
- **Redes de Parceiros:** Relações estabelecidas com fornecedores confiáveis, como DJs, fotógrafos, e empresas de catering, para garantir serviços de alta qualidade.
- **Inovação e Criatividade:** Capacidade de oferecer ideias inovadoras e criativas para tornar cada formatura única e memorável.
- **Gestão de Orçamento:** Auxílio na gestão do orçamento dos formandos, oferecendo soluções que maximizem o valor sem comprometer a qualidade.

Uma proposta de valor bem definida ajuda a atrair e reter clientes, destacando o que torna a empresa de formatura uma escolha superior para a organização de um evento tão importante.

## **6.2 Segmentação de Cliente**

- **Segmentação Geográfica:** Atuamos na região de Tanabi e São José do Rio Preto.
- **Segmentação Demográfica:** Em relação a determinar o perfil do público-alvo as características não possuem uma única diretriz e sim uma abrangência formada por vários aspectos, sendo:
  - **Sexo:** Feminino 70%, Masculino 30%;
  - **Classe social:** B, C;
  - **Escolaridade:** Ensino médio completo; Superior.
- **Segmentação Sociocrática:** Pessoas que comemoram datas marcantes, apreciam encontros, boa música e diversão.
- **Segmentação Psicográfica:**
  - **Comportamento:** Relacionamento sério; Casados; Família com filhos pequenos.

### **6.3 Canais**

Os canais de uma empresa são:

- WhatsApp: Ofertas de festa, convites, anúncios e mudanças de pacotes de festa;
- E-mail: Agradecimento e contrato;
- Rede social;
- Visitas;
- Aplicativos personalizados;
- Plataforma exclusiva de atendimento;
- Reunião para proposta e negociação;

### **6.4 Relacionamento com Cliente**

A nossa empresa prioriza o relacionamento com cliente, de forma:

- Responder rapidamente;
- Oferecemos informações exclusivas;
- Ofereceremos um bom atendimento ao cliente;
- Pedindo feedbacks pós-evento;
- Atendimento presencial;
- Comunicação clara e efetiva;

### **6.5 Fonte de Renda**

A fonte de renda é qualquer meio ou recurso através do qual uma pessoa ou uma entidade (como uma empresa) obtém dinheiro.

A receitas da nossa empresa provém da organização da festa, eventos, e dos serviços prestados através de buffet, limpeza, contratos, etc.

### **6.6 Recursos Chaves**

- Físicos: Uma sala (escritório), para melhor atendimento;
- Carro social, e uma van para o transporte dos materiais.
- Barracão, para armazenamento.
- Intelectuais: gestão de eventos, através do conhecimento, know-how de nossos colaboradores e sócios.
- Humanos: Equipe especializada em limpeza;
- Equipe especializada para segurança do evento;
- Equipe credenciada, para resolver todo e qualquer problema que venha interferir no sucesso do evento;
- Financeiro; Empréstimos para compra matérias;

### **6.7 Atividades Chaves**

As principais atividades da empresa concentram-se em atividades que envolvem a gestão da organização de todo e qualquer evento realizado.

As atividades são:

- Venda de serviços de eventos (Formatura, casamentos, debutantes, etc.)
- Organização de festas e eventos

### **6.8 Parceria Chave**

Parcerias chave são colaborações estratégicas, que são essenciais para a realização bem-sucedida de um evento. Essas parcerias permitem que a empresa ofereça uma gama completa de serviços de alta qualidade, maximizando eficiência e minimizando riscos.

Aqui estão alguns exemplos de parcerias chave para uma empresa de formatura:

- Fornecedores de Alimentação e Bebidas;
- Empresas de Decoração e Cenografia;
- Serviços de Fotografia;
- Locais para Evento;

## 6.9 Estrutura de Custo

A composição de custos da empresa

- Custo Fixo: Salários, Pró-labore, Energia, Água, Aluguel, Marketing, Combustível, Materiais de uso consumo.
- Custo Variável: Garçom, Cozinheira, Auxiliar serviço gerais, Segurança.

## 7. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro é um documento que reúne as projeções e estratégias financeiras de uma pessoa, empresa ou projeto. Ele inclui previsões de receitas, despesas, investimentos, fluxo de caixa e metas financeiras, com objetivo do plano financeiro é proporcionar uma visão clara da situação financeira atual e futura, permitindo tomar decisões mais embasadas e alcançar os objetivos financeiros estabelecidos.

### 7.1 Capital de Investimento

O conceito de investimento inicial, nada mais, é todos os custos que serão necessários para a montagem do negócio, e começar seu funcionamento.

**Tabela 1** - Capital Inicial

Capital Inicial	
Investimentos	Valor
Capital de Giro	R\$ 18.320,00
Aquisição de Materiais	R\$ 200.000,00
Abertura de Empresa	R\$ 1.500,00
Marca/ Patente	R\$ 1.200,00
Móveis e Utensílios	R\$ 30.000,00
Máquinas	R\$ 10.000,00
Marketing	R\$ 5.000,00
Veículos	R\$ 100.000,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 366.020,00</b>

### 7.2 Custo Operacional

Os custos operacionais são todos os gastos que uma empresa tem para manter suas portas abertas e funcionar no dia a dia. São as despesas que a empresa precisa arcar para produzir e vender seus produtos ou serviços.



### 7.2.1 Custo Fixo

Custos fixos são aqueles que não têm variação, independentemente do volume de produção ou vendas de uma organização em um período específico ou mesmo com as mudanças de atividades comerciais.

**Tabela 2 - Custo Fixo**

Custo Fixo	
Descrição	Valor
Água	R\$ 200,00
Energia	R\$ 300,00
Marketing	R\$ 1.500,00
Material uso/consumo	R\$ 100,00
Pró-Labore	R\$ 14.000,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 16.100,00</b>

### 7.2.2 Custo Variável

Os custos variáveis, são aqueles que sofrem alteração, principalmente, porque estão relacionados com a quantidade de produtos ou serviços vendidos.

**Tabela 3 - Custo Variável**

Custo Variável	
Descrição	Valor
Garçom	R\$ 300,00
Cozinheira	R\$ 250,00
Auxiliar de Cozinha	R\$ 150,00
Churrasqueiro	R\$ 180,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 880,00</b>

### 7.3 Receita

A receita de uma empresa, também conhecida como faturamento ou renda bruta, refere-se ao montante total de dinheiro que uma empresa ganha com suas

atividades principais. Essa quantia representa a entrada de recursos financeiros resultante da venda de produtos, prestação de serviços ou outras atividades operacionais.

#### 7.4 DRE

A DRE foi baseada em seis eventos ao mês, dentro de cada evento foi somado sessenta pessoas, sendo R\$113,00 inteira cada, e dez meias a R\$56,50 cada, e R\$500,00 em sobremesa, somando o valor dos seis eventos, adquirimos a soma da receita bruta, assim deduzindo custo variáveis e custos fixos, restando o resultado líquido.

Tabela 4 - Demonstrativo de Resultados

<b>Demonstrativo de Resultados</b>	
<b>Receita Bruta de Vendas e/ou Serviços</b>	<b>R\$ 47.604,00</b>
Venda de produtos	R\$ 47.604,00
<b>Custos Variáveis</b>	
Custo de Bens e/ou Serviços Vendidos	-R\$ 19.277,88
Custo com o pessoal da produção	-R\$ 5.280,00
Custo de Mercadoria	-R\$ 13.997,88
<b>Custos Fixo</b>	
Custos fixo	-R\$ 18.320,00
Despesas de Marketing	-R\$ 600,00
Despesas com Alugueis	-R\$ 1.000,00
Despesa com Energia	-R\$ 300,00
Despesa com Água	-R\$ 200,00
Café e copa	-R\$ 100,00
Combustível	-R\$ 1.000,00
Despesa com Pessoal	-R\$ 15.120,00
<b>Total do Custo Operacional</b>	<b>-R\$ 37.597,88</b>
<b>Resultado Antes Tributação/Participações</b>	<b>R\$ 10.006,12</b>
Provisão para IR e Contribuição Social	-R\$ 2.451,50
Pis/ Cofins	-R\$ 2.856,24
Distribuição de lucros	
<b>Lucro/Prejuízo do Período</b>	<b>R\$ 4.698,38</b>
Retorno do Investimento	-R\$ 834,00
<b>Lucro/Prejuízo do Período Líquido</b>	<b>R\$ 3.864,38</b>

## **8. PLANO DE MARKETING**

Plano de marketing é um guia que serve para nortear as ações do setor com a missão de alcançar os objetivos propostos e colaborar para o crescimento da empresa.

Em outras palavras, ele é um documento que reúne todas as estratégias de marketing que serão realizadas durante determinado período.

Na ferramenta, estão presentes indicadores, análises, dados estatísticos, pesquisas de mercado, objetivos e muitas outras informações relevantes que ajudam a apontar caminhos para a organização em questão.

Ou seja, o plano de marketing é um recurso estratégico de gestão, que alinha metas mais amplas com a capacidade operacional de cada área do negócio. ”

### **5.1 Marketing off-line**

Marketing off-line é o método tradicional de promoção de produtos ou serviços, sendo um deles anúncios em revistas, rádios, televisões, outdoors e panfletos. Objetivo dele é atingir um público amplo, sempre com a intenção de atrair novos clientes.

### **5.2 Marketing on-line**

Já o marketing online, por um outro lado, se concentra em promover produtos ou serviços por meio da internet, seja com o tráfego pago, anúncios em mídias sociais, e-mails marketing, marketing de conteúdo, SEO, entre outras soluções.

Seu objetivo, portanto, é atingir um público mais específico, alcançando, ao mesmo tempo, mais engajamento e conversões.

### **5.3 Objetivo do plano de marketing**

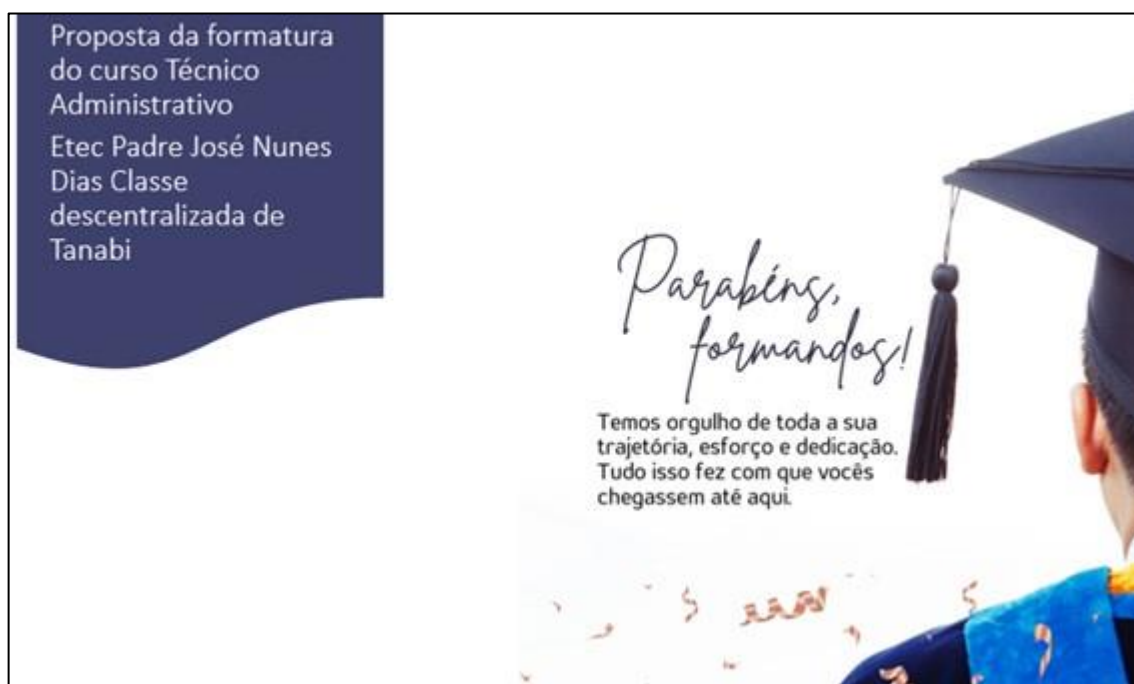
Trazer motivações para alcançar o público-alvo da empresa que são os alunos, estimular sentimentos de ansiedade e felicidade para esse momento de reta final do nosso curso

## 9. PROPOSTA DE ELABORAÇÃO PARA FORMATURA DO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

A formatura representa um momento único na vida dos técnicos em administração, marcando o fim de uma etapa e o início de uma nova jornada profissional. Através de uma proposta inovadora, personalizada e significativa, podemos transformar essa celebração em uma experiência memorável, que inspire e motive os formandos a alcançar seus objetivos futuros.

Com o objetivo de transcender a tradicional cerimônia de formatura, propomos uma experiência inovadora e personalizada, que atenda às expectativas e anseios dos futuros técnicos em administração. Essa proposta visa criar um ambiente memorável, propício para a celebração, a confraternização e a reflexão sobre o futuro profissional dos formandos.

**Cerimônia Significativa e Personalizada:** A cerimônia deve ser cuidadosamente planejada para honrar a conquista dos formandos, com discursos inspiradores, homenagens aos melhores alunos e momentos de emoção compartilhada entre familiares e amigos.



**Figura 2** - Capa para a proposta de Formatura para os alunos do curso Técnico em Administração da Classe Descentralizada de Tanabi



**Figura 3** - Apresentação da empresa. Quem somos?

### **6.1 O evento**

Um evento de formatura que será realizado em um salão do sindicato dos trabalhadores municipais de Tanabi. O local conta com capacidade para 150 pessoas. O curso técnico conta com um total de 29 alunos, deles serão dezenove participarão do evento, ao todo entre alunos, professores, familiares e amigos, serão 60 pessoas que abrilhantarão o evento.

A empresa oferece uma cerimônia emocionante e personalizada, com homenagens aos formandos, discursos inspiradores e momentos de confraternização com familiares e amigos. Um buffet requintado com opções para todos os gostos, incluindo pratos finos, salgados variados e doces irresistíveis, para tornar a festa ainda mais especial. E um espaço amplo e confortável para acomodar todos os convidados com segurança e comodidade.

### **6.2 Levantamento de custos**

A pesquisa foi realizada nas empresas de Tanabi e região conforme abaixo

<b>BUFFET</b>	
<b>EMPRESA</b>	<b>VALORES POR PESSOA</b>
Raffa Buffet – Monte Aprazível	R\$ 85,00
Rose Soler – Tanabi	R\$ 105,00

<b>DECORAÇÃO</b>	
<b>EMPRESA</b>	<b>VALORES</b>
Badulak's - Tanabi	R\$ 400,00
Rose Soler – Tanabi	R\$ 350,00

<b>SALÃO DE FESTA</b>		
<b>EMPRESA</b>	<b>VALORES</b>	<b>CAPACIDADE</b>
Sindicato dos Trabalhadores – Tanabi	R\$ 250,00	150 pessoas
Rose Soler – Tanabi	R\$ 1.200,00	650 pessoas

<b>LEMBRANCINHAS</b>			
<b>EMPRESA</b>	<b>PRODUTO</b>	<b>QTDE</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Lu Festa - Tanabi	Long Drink	15	R\$ 189,90
Lu Festa - Tanabi	Taças de Gin	15	R\$ 369,80
Lu Festa - Tanabi	Long Drink Alça	15	R\$ 219,80
Mirassol	Long Drink	15	R\$ 90,00
Mirassol	Taças de Gim	15	R\$ 230,00
Internet	Long Drink	15	R\$ 79,07
Internet	Taças de Gim	15	R\$ 104,43
Internet	Long Drink Alça	15	R\$ 77,92




- Supermercado Proença: R\$672,50 em 250 cerveja antártica, R\$109,90 em 10 garrafa de 2 litros de coca cola, R\$54,90 em 10 garrafa de 2 litros de cotuba;
- Supermercado Ivone: R\$597,50 em 250 cerveja antártica, R\$94,90 em 10 garrafa de 2 litros de coca cola, R\$77,90 em 10 garrafa de 2 litros de cotuba;
- Supermercado Tanabi: R\$572,50 em 250 cerveja antártica, R\$109,90 em 10 garrafa de 2 litros de coca cola, R\$53,90 em 10 garrafa de 2 litros de cotuba;

### 6.3 Definição dos Orçamentos

Através da pesquisa de orçamentos coletado, conversamos entre o grupo, decidindo ficar com o orçamento abaixo:

<b>CUSTO FESTA</b>		
<b>EMPRESA</b>	<b>PRODUTO</b>	<b>VALOR</b>
Badulak´s	Decoração	R\$ 350,00
Raffa Buffet	Buffet	R\$ 4.250,00
	Bebidas	881,30
	Fotógrafo	500,00
Sindicato dos Trabalhadores	Salão	250,00
Internet	Lembrancinhas	100,00
	Reserva	100,00
	<b>TOTAL</b>	<b>6.431,30</b>

### 6.4 Capitação de recursos

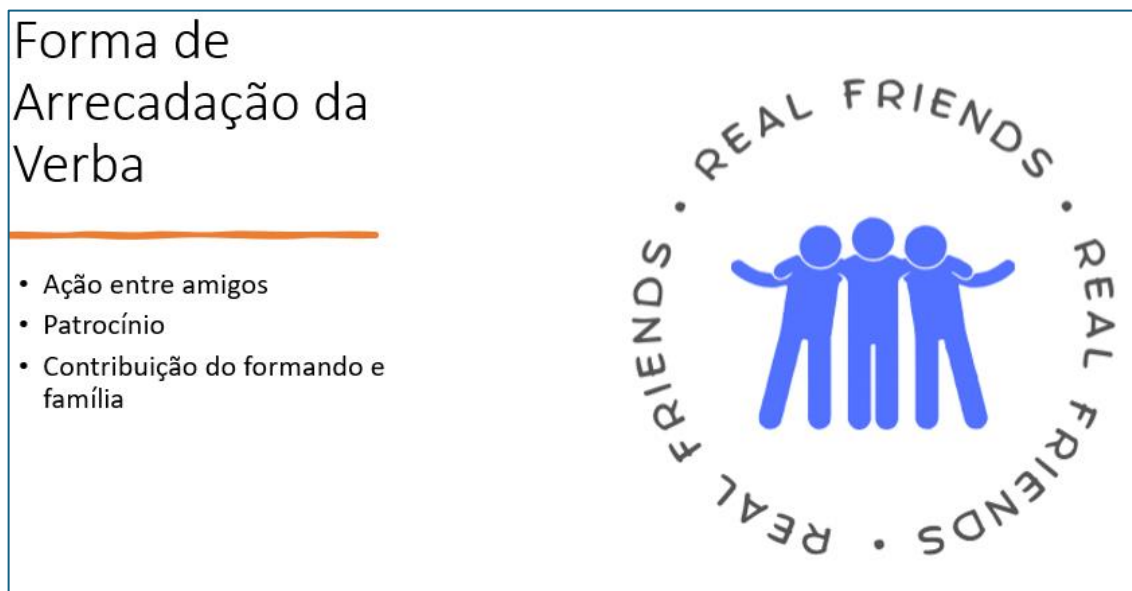


Através de uma iniciativa inovadora e colaborativa, os formandos conseguiram captar recursos suficientes para realizar uma festa inesquecível, demonstrando que, juntos, tudo é possível!

A arrecadação deu início com a doação de um móvel pela empresa de móveis JB Móveis. Vendo uma oportunidade de transformar essa doação em algo grandioso, os alunos se uniram e decidiram rifar o móvel. Com empenho e trabalho em equipe, eles divulgaram a venda das rifas nas redes sociais, entre amigos e familiares, e conseguiram arrecadar R\$ 1.175,00. Esse valor inicial serviu como base para a captação de recursos para a formatura.

Em seguida, os formandos se comprometeram a contribuir com R\$ 100,00 cada, com a possibilidade de dividir o valor em parcelas. Essa iniciativa, aliada à venda do móvel, proporcionou um bom aporte financeiro para a realização da festa.

Para complementar a captação de recursos, a turma também contou com a generosidade de voluntários que doaram serviços e produtos. A colaboração da comunidade foi fundamental para reduzir custos e tornar a formatura ainda mais especial.



**Figura 4** - Cartaz de divulgação da ação entre amigos para captação de recursos

Tabela 5 - Contribuição dos formandos

NOME	ACOMPANHANTE INTEIRA	ACOMPANHANTE MEIA	VALOR	MAIO	JUNHO
Angelo	0		R\$100,00	R\$50,00	R\$50,00
Antonio	6		R\$600,00	R\$300,00	R\$300,00
Camilly	3	2	R\$500,00	R\$200,00	R\$300,00
Carla	2		R\$300,00	R\$150,00	R\$150,00
Clarice	6		R\$700,00	R\$300,00	R\$200,00
Dirlene	3		R\$400,00	R\$200,00	R\$200,00
Fabiano	2	1	R\$350,00	R\$300,00	R\$50,00
Florinda	1		R\$200,00	R\$100,00	R\$100,00
Geovana	4	1	R\$550,00	R\$300,00	R\$250,00
Heliton	1		R\$200,00	R\$100,00	R\$100,00
Julio	4	1	R\$550,00	R\$250,00	R\$300,00
Ketlin	1		R\$200,00	R\$100,00	R\$100,00
Lucas Camilo	0		R\$100,00	R\$50,00	R\$50,00
Lucas Moreira	0		R\$100,00	R\$50,00	R\$50,00
Priscila	3	1	R\$450,00	R\$250,00	R\$200,00
Regiane	5	3	R\$750,00	R\$650,00	R\$100,00
Rose	1		R\$200,00	R\$50,00	R\$150,00
Tatiane	1	1	R\$250,00	R\$150,00	R\$100,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$6.500,00</b>		

### 6.5 Cardápio do escolhido

A escolha do cardápio para a formatura foi um processo democrático e saboroso, realizado através de uma enquete online no Google Forms. Ouvimos a voz de cada formando e, juntos, construímos um menu que agrada a todos os paladares e celebra este momento tão especial, que resultou em:

- **Entrada:** O patê de frango com torradas foi a entrada campeã, conquistando os corações e estômagos dos formandos com seu sabor irresistível e praticidade.
- **Jantar:** O arroz branco, clássico e versátil, se destacou como acompanhamento ideal. Para os pratos quentes, o creme de milho e o feijão gordo dividiram as preferências, proporcionando opções para todos os gostos. A mandioca cozida, farofa e salada verde completaram o menu com sabor e nutrição.
- **Carnes:** A alcatra macia e suculenta, a linguiça calabresa defumada e o frango assado temperado com ervas finas garantiram um churrasco completo e saboroso, agradando a todos os carnívoros da turma.

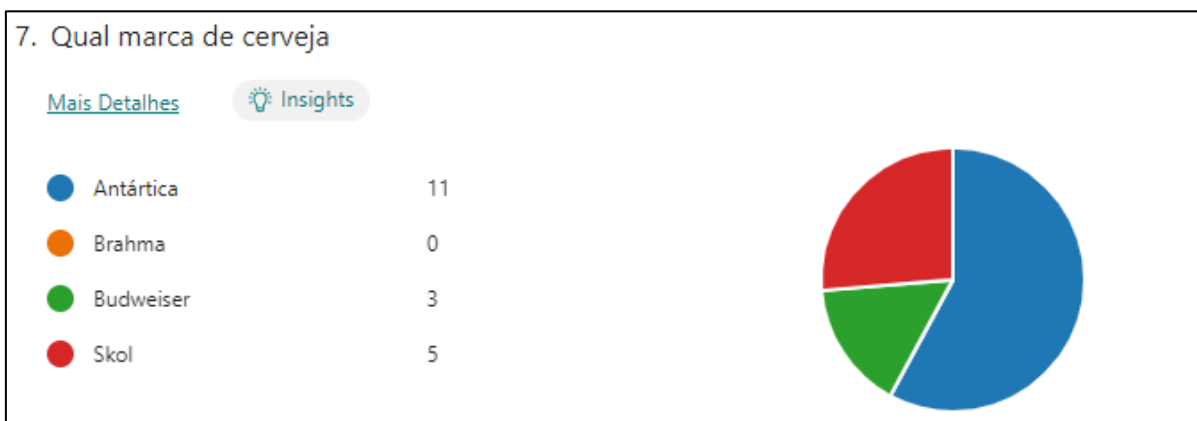
- **Bebidas:** Cerveja Antártica gelada, refrigerantes Coca-Cola e Guaraná, suco de laranja natural e água mineral compuseram a seleção perfeita para brindar, se refrescar e hidratar durante a festa.



**Figura 5** - Escolha do cardápio: Resultado da pesquisa realizada entre os formandos



**Figura 6** - Escolha da Sobremesa



**Figura 7** - Escolha das Bebidas

## 10. RESULTADO

### 10.1 Formatura em Administração: Um Sucesso Colaborativo!

Com todo o engajamento e o desenvolvimento de pesquisa para a realização do evento, a formatura dos alunos do curso Técnico em Administração demonstra o poder da união e da criatividade. Através de um esforço colaborativo, a turma de 29 formandos, no qual apenas 19 participaram e juntos com familiares e amigos resultando num total de 70 pessoas participaram d uma festa memorável, superando os desafios e construindo memórias inesquecíveis.

Para tornar a formatura uma realidade, os formandos uniram forças em diversas frentes:

- **Ações entre amigos:** A criatividade e o trabalho em equipe foram essenciais. Através da venda de rifas, bingos e outros eventos beneficentes, os alunos arrecadaram parte dos recursos necessários para a festa.
- **Doações generosas:** A comunidade local se uniu à causa, doando bens e serviços que foram fundamentais para reduzir custos e tornar a festa ainda mais especial.
- **Contribuição individual:** Cada formando contribuiu com um valor simbólico, demonstrando seu compromisso com a realização do evento e a importância da conquista coletiva.

O cardápio da formatura foi elaborado com cuidado, priorizando opções saborosas e que se encaixassem no orçamento disponível. A escolha de pratos tradicionais e a produção caseira de alguns itens permitiram oferecer uma refeição completa e satisfatória a todos os presentes.

A decoração da festa foi um reflexo da personalidade da turma: criativa, acolhedora e com um toque pessoal. Os formandos se uniram para decorar o local do evento, utilizando materiais reciclados e muita criatividade.

A música da festa foi escolhida com o objetivo de agradar a todos os gostos. A playlist eclética incluiu hits do momento, clássicos da MPB e músicas internacionais, criando um ambiente animado e convidativo para a dança.

A formatura foi um momento de grande alegria e emoção para os formandos, suas famílias e amigos. A festa celebrou a conquista de um importante ciclo na vida dos alunos e marcou o início de uma nova etapa, repleta de sonhos e possibilidades.

A organização da formatura foi uma experiência enriquecedora para todos os envolvidos. Os formandos desenvolveram habilidades de liderança, trabalho em equipe, comunicação e planejamento. A festa também serviu como inspiração para outras turmas, e para a criação de um empreendimento voltado para a realizações de eventos e cerimoniais, o que demonstra que é possível realizar grandes eventos com criatividade, colaboração e união.

## CONCLUSÃO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) se despede com um saboroso triunfo: a realização impecável da festa de formatura do curso técnico em administração. Mais do que um evento festivo, essa conquista representa a materialização de um estudo aprofundado sobre gestão de eventos, com foco nas festas de formatura.

Ao longo da pesquisa, foram exploradas técnicas gerenciais e práticas do mercado de eventos, buscando a otimização do planejamento, da prestação de contas e da maximização dos processos. Eficiência, eficácia e efetividade se tornaram os pilares norteadores do estudo, garantindo a excelência na organização da festa.

O projeto experimental, implementado na prática, serviu como um laboratório rico em aprendizados. Estratégias para garantir o sucesso da festa de formatura foram testadas e aprimoradas, desde a logística impecável até o orçamento otimizado. Marketing direcionado e coordenação de equipes coesas também foram essenciais para a concretização de um evento memorável.

A importância da visibilidade e da promoção dos eventos no cenário global foi evidenciada, abrindo portas para novas oportunidades e reconhecimento. Através da análise crítica e da aplicação prática do conhecimento adquirido, este TCC contribui significativamente para a área de gestão de eventos, especialmente no que tange às festas de formatura.

Mais do que uma festa de despedida, a formatura do curso técnico em administração se tornou um marco de sucesso, celebrando a conquista de um ciclo e abrindo caminho para um futuro promissor. O TCC, por sua vez, se despede com a certeza de ter cumprido seu objetivo com excelência, inspirando novas pesquisas e aperfeiçoando a arte de celebrar conquistas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<https://geofusion.com.br/blog/tipos-pesquisa-mercado/> - 14/03/2024

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD> – 21/03/2024

<https://www.jusbrasil.com.br/artigos/fornecedor/1286767008/amp> - 03/04/2024

<https://www.linkana.com/blog/tipos-fornecedores> - 03/04/2024

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-fazer-uma-boa-analise-de-mercado,2061b189deb36810VgnVCM1000001b00320aRCRD> – 23/05/2024

<https://www.fm2s.com.br/blog/estrategia#:~:text=Conceito,resposta%20definitiva%20para%20seu%20significado> – 23/05/2024

<https://www.rdstation.com/blog/marketing/mapa-da-empatia#:~:text=Mapa%20da%20Empatia%20%C3%A9%20um%20material%20utilizado%20para%20conhecer%20melhor,seus%20sentimentos%20C%20dores%20e%20necessidades> – 14/06/2024

<https://www.pereiramontenegro.com.br/blog/investimento-inicial-para-abrir-uma-empresa#:~:text=O%20conceito%20de%20investimento%20inicial,iniciais%20para%20montagem%20do%20neg%C3%B3cio> – 14/06/2024

<https://www.pereiramontenegro.com.br/blog/investimento-inicial-para-abrir-uma-empresa#:~:text=O%20conceito%20de%20investimento%20inicial,iniciais%20para%20montagem%20do%20neg%C3%B3cio> – 14/06/2024

<https://vexpenses.com.br/blog/custo-fixo#:~:text=Os%20custos%20vari%C3%A1veis%20C%20como%20j%C3%A1,custos%20vari%C3%A1veis%20tamb%C3%A9m%20ser%C3%A3o%20maiores> – 14/06/2024

<https://blog.omie.com.br/lucro-x-receita/#:~:text=A%20receita%20de%20uma%20empresa,servi%C3%A7os%20ou%20outras%20atividades%20operacionais> – 14/06/2024

<https://www.zendesk.com.br/blog/analise-de-mercado/>



## ANEXO

### Data e local

- 20 ou 27 de julho
- Salão do Sindicato



### Serviços Oferecidos

- Decoração
- Cerimônia
- Equipe prestadora de serviços
- Buffet



## Serviço do Buffet

- Entradas
- Jantar
- Sobremesa
- Bebida





**Raffa Buffet**  
**Rua: Celestino Cicote, 83**  
**Jardim Aroeira – Monte Aprazível - SP**  
**CNPJ: 12 120 951 0001-83**  
**Fones: 17-997851323(Claro) 17-991532904**



### Pré-Contrato – Dados

(Favor preencher os campos para a elaboração do contrato de prestação de serviços)  
(Documento editável)

#### Dados do Evento

Data: 20-07-2024  
Local: José Siriane 615  
Horário: 19:00  
Número de convidados adultos e adolescentes acima de 13 anos: 61  
Número de convidados de 07 a 12 anos (pagantes de meia): 9  
Número de convidados de zero a 06 anos (não pagantes): 4

#### Dados do(s) Contratante(s)

Nome: Clarice Trevelato Pereira  
CPF: 459.286.648-77  
RG: 55.162.9.757  
Endereço Residencial: Encarnação moreno versuti  
Data de Nascimento: 17/11/2000

#### Dados financeiros

O buffet trabalha com o pagamento do valor integral do evento em até 15 dias que o antecedem. É preciso estabelecer como será efetuado o pagamento do contrato. Marque a opção selecionada:

Opções

1. Pagamento à vista em até 15 dias anteriores ao evento (  )
2. Pagamento parcelado com o mesmo prazo de término via cartão de crédito (  )
3. Pagamento parcelado com o mesmo prazo de término via Pix ou transferência bancária (  )

(Para a opção 03- serão oferecidos os dados bancários da empresa)

Para quaisquer dúvidas quanto ao preenchimento deste formulário, entrar em contato via WhatsApp 17-991532904 – (Ana Marta)

