



RAFAELA BONATO

PLANO DE NEGÓCIOS PARA LOCAÇÃO DE QUADRAS DE FUTEBOL COM GRAMA SINTÉTICA EM CAMPO LARGO

Trabalho apresentado ao curso MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Pós-Graduação *lato sensu*, Nível de Especialização, do Programa FGV Management da Fundação Getulio Vargas, como pré-requisito para a obtenção do Título de Especialista.

Jose Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

Gianfranco Muncinelli

Orientador

Curitiba – PR

2015

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

PROGRAMA FGV MANAGEMENT

MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

O Trabalho de Conclusão de Curso, **Plano de negócios para locação de quadras de futebol com grama sintética em Campo Largo**, elaborado por Rafaela Bonato e aprovado pela Coordenação Acadêmica, foi aceito como pré-requisito para a obtenção do certificado do Curso de Pós-Graduação *lato sensu* MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Nível de Especialização, do Programa FGV Management.

Data da Aprovação: Curitiba, 01/11/2015

Jose Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

Gianfranco Muncinelli

Orientador

TERMO DE COMPROMISSO

A aluna Rafaela Bonato, abaixo assinado, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Turma 14 do Programa FGV Management, realizado nas dependências da instituição conveniada ISAE, no período de 17/02/2014 a 11/11/2015, declara que o conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Reis Sports, é autêntico e original.

Curitiba, 01/11/2015

Rafaela Bonato

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - ANÁLISE SWOT.....	28
FIGURA 2 – LAYOUT.....	30

LISTA DE TABELAS

TABELA 1–PRODUTO INTERNO BRUTO (VALOR ADICIONADO) 2010.....	15
TABELA 2–SEMANA DO MÊS X HORAS ALUAGADAS- CENÁRIO PESSIMISTA....	20
TABELA 3–SEMANA DO MÊS X HORAS ALUGADAS- CENÁRIO REALISTA.....	21
TABELA 4–SEMANA DO MÊS X HORAS ALUAGADAS- CENÁRIO OTIMISTA.....	21
TABELA 5–SIMULAÇÃO DO CENÁRIO PESSIMISTA X PREÇOS.....	22
TABELA 6–SIMULAÇÃO DO CENÁRIO REALISTA X PREÇOS.....	22
TABELA 7–SIMULAÇÃO DO CENÁRIO OTIMISTA X PREÇOS.....	22
TABELA 8-SIMULAÇÃO DO CENÁRIO PARA LACHONETE.....	22
TABELA 9- RELAÇÃO DE CARGOS X SALÁRIOS.....	31
TABELA 10- LISTA DE ORÇAMENTOS.....	33
TABELA 11- DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO.....	34

LISTA DE GRÁFICOS

GRAFICO1–PIRÂMIDE ESTÁRIA CAMPO LARGO 2010.....	14
GRAFICO2–PRODUTO INTERNO BRUTO (CALOR ADICIONADO) 2010.....	15
GRAFICO3–RENDA MÉDIA PER CAPITA.....	15

SUMÁRIO

1. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	10
2. A EMPRESA – DESCRIÇÃO GERAL	11
2.1 IDENTIFICAÇÃO DO NEGÓCIO.....	11
2.2 VISÃO	11
2.3 MISSÃO	11
2.4 VALORES.....	11
2.5 OBJETIVOS	12
2.6 VANTAGENS COMPETITIVAS.....	12
2.7 TECNOLOGIAS	12
2.8 MERCADOS.....	12
2.9 FORNECEDORES.....	13
2.10 CONSUMIDORES.....	13
3. ANÁLISE DE MERCADO.....	14
3.1 O MERCADO.....	14
3.1.1 A CIDADE DE CAMPO LARGO	14
3.2 ANÁLISE SETORIAL.....	16
3.2.1 ASPECTOS GERAIS.....	16

3.2.2 FORNECEDORES.....	16
3.2.3 CLIENTES.....	18
3.2.4 BARREIRAS.....	19
3.2.5 MACROAMBIENTE.....	19
3.3 ANÁLISES DA DEMANDA	19
3.3.1 PERFIS DO CLIENTE.....	19
3.3.2 SEGMENTAÇÕES	20
3.3.3 QUANTIFICAÇÕES	20
3.3.4 PREÇOS.....	21
3.3.5 TENDÊNCIAS / PERSPECTIVAS	22
3.4 ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA	23
4. OFERTA DA EMPRESA	26
4.1 DESCRIÇÕES DETALHADA.....	26
4.2 POSICIONAMENTO/VANTAGEM COMPETITIVA	26
4.2.1 POSICIONAMENTOS	26
4.3 ESTRATÉGIAS DE MARKETING.....	26
4.3.1 CANAIS DE COMUNICAÇÃO.....	26
4.3.2 ESTRATÉGIAS DE MARKETING.....	27

4.3.2.1 PREÇOS	27
4.3.2.2 PRAÇA	27
4.3.2.3. PRODUTO	27
4.3.2.4 PROMOÇÕES	27
4.4 OPORTUNIDADES/AMEAÇAS (ANÁLISE SWOT)	28
4.4.1 MITIGAÇÕES DE RISCOS E AMEAÇAS	29
5. PLANO OPERACIONAL	30
5.1 INFRAESTRUTURAS	30
5.2 LOGÍSTICA	30
5.3 FORNECEDORES	31
5.4 RECURSOS HUMANOS	31
5.4.1 GERÊNCIA	31
5.5 SÓCIOS	32
6. PLANO FINANCEIRO	33
6.1. INVESTIMENTOS	33
6.2. ESTIMATIVAS DE FATURAMENTO	33
6.3 DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS DO EXERCÍCIO	34
6.4 ANÁLISES DE SENSIBILIDADE	35

7. CONCLUSÃO.....	36
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	37

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Este plano de negócios estuda a implantação de uma quadra de futebol 25x45 em grama sintética para locação, a estrutura contará com vestiários, banheiros, lanchonete e estacionamento próprio. Localizado na região metropolitana de Curitiba. A empresa deverá atender moradores de Campo Largo, classe A, B e C

O principal fator motivador para elaboração deste plano, foi o grande crescimento da procura por esportes e qualidade de vida nos últimos anos. O futebol é o esporte mais popular no nosso país e o custo para aluguel da quadra quando rateado pelos jogadores é baixíssimo. Verificamos também que todos fornecedores deste serviço na região estão com suas agendas lotadas, mesmo que em alguns casos, a estrutura não seja de qualidade.

Na área de Marketing, foi estabelecido como canal de comunicação com os clientes as redes sociais, como por exemplo o *Facebook*, *instagram*, etc. Também iremos buscar parcerias com grandes empresas da região, buscando organizar campeonatos, programas de fidelidade, etc.

No planejamento operacional da Reis Sports, foi definido que o estabelecimento será composto por uma quadra de futebol com grama sintética (25x45), contendo alambrado em toda sua volta, rede de cobertura e iluminação. Haverá bancos do lado de fora para que os acompanhantes possam assistir os jogos. Estarão disponíveis um vestiário masculino e um vestiário feminino com banheiros, chuveiros e armários para guardar pertences. Para maior comodidade dos clientes a Reis Sports, teremos uma lanchonete para servir salgados e bebidas.

O retorno do investimento será em aproximadamente 37 meses, o prazo estipulado pelos sócios para recuperação do capital era de no máximo 4 anos, então o projeto deve ser aceito. O VPL, considerando uma taxa de atratividade de 15% em um período de 5 anos é R\$ 37.532,12. A TIR do projeto é 20%.

2. A Empresa – Descrição Geral

A empresa estará localizada na Avenida Emma Taner, no município de Campo Largo, região metropolitana de Curitiba. O negócio terá dois sócios majoritários.

O empreendimento atuará no segmento esportivo, oferecendo locação de quadras de futebol em grama sintética. Contará com serviços de organização de campeonatos de futebol e atuará em estabelecer parcerias com empresas da região. O espaço contará com estacionamento próprio e vestiários, oferecendo mais conforto e comodidade a todos os clientes. A Reis Sports possuirá uma lanchonete no local para venda de bebidas e alimentos, proporcionando um ambiente familiar e saudável para prática de esportes.

2.1 Identificação do Negócio

O empreendimento será um espaço que oferece aluguel de quadras de futebol com grama sintética situado na cidade de Campo Largo, região metropolitana de Curitiba. O ambiente está destinado a proporcionar aos clientes um espaço seguro e organizado para prática do futebol. Haverá uma lanchonete com bebidas e lanches para atender os clientes.

2.2 Visão

Ser referência na cidade de Campo Largo como melhor lugar para prática de futebol até 2018.

2.3 Missão

A missão do Reis *Sports* é proporcionar ao cliente uma sensação agradável ao jogar futebol, contando com um ambiente seguro e saudável, com toda estrutura e serviços necessários para que eles possam apreciar cada momento de seu lazer.

2.4 Valores

- Comprometimento: As expectativas de nossos clientes serão superadas com o nosso serviço e soluções altamente qualificadas.
- Ética: Todas as ações e decisões serão tomadas com referência em princípios claros e éticos.
- Satisfação do cliente: Busca contínua pela satisfação dos clientes.
- Integridade: Nossos clientes, fornecedores e colaboradores serão tratados com integridade estabelecendo relações de confiabilidade e respeito mútuo.

2.5 Objetivos

- Oferecer um ambiente seguro e saudável para prática de esportes.
- Desenvolver um negócio sustentável.
- Incentivar a prática do futebol no município de Campo Largo.

2.6 Vantagens Competitivas

- Localização privilegiada, próximo às entradas e saídas da cidade, ao centro e as maiores empresas multinacionais da região.
- Horários de atendimento diferenciados.
- Organização de campeonatos e torneios de futebol.
- Extensa experiência com futebol por parte dos dirigentes.
- Estacionamento próprio.
- Qualidade no atendimento e prestação de serviço.

2.7 Tecnologias

Na proposta da empresa será construída uma quadra com grama sintética. A grama sintética apresenta alta qualidade e durabilidade, com muita semelhança com a grama natural. Essa tecnologia proporciona alta performance e custos de manutenção extremamente baixos.

A grama sintética pode aguentar significativamente mais seu uso do que a grama natural e por isso pode ser utilizada mais frequentemente, isso permite que as quadras da *Reis Sports* arrecadem mais lucros no seu negócio. A quadra de grama sintética proporciona melhor nivelamento no campo, grande absorção de impacto garantindo mais estabilidade e segurança durante a prática esportiva.

2.8 Mercados

A prática de esportes como ferramenta para aumentar a qualidade de vida, saúde e bem estar tem se difundido cada dia mais entre os brasileiros, o esporte é uma prática relativamente barata e que a longo/ médio prazo trás benefícios a saúde do corpo e mente, por isso tem sido umas das opções mais procuradas.

As pessoas buscam atividades que lhes tragam prazer e ao mesmo tempo as ajude na preparação física, o futebol é uma delas, característica cultural do nosso país, sendo o esporte mais praticado no Brasil. Assim identifica-se a oportunidade e um mercado disponível para desenvolvimento de atividades e serviços na área.

2.9 Fornecedores

Os fornecedores da *Reis Sports* estão todos localizados na cidade de Curitiba e região metropolitana, todos são consolidados no mercado e tem experiência com projeto e construção de quadras com grama sintética, alguns deles têm parcerias com grandes entidades esportivas da região.

Foi realizado um estudo para escolha do melhor fornecedor para construção e manutenção da quadra de grama sintética, mais informações e detalhes estão disponíveis no item 3.2.2, o fornecedor escolhido para construção da quadra foi a Pantelas. Os fornecedores de alimentos e bebidas serão locais, sempre buscando competitividade no preço e qualidade conforme explicado no item 3.2.2.

2.10 Consumidores

Os consumidores dos serviços da *Reis Sports* são os moradores da região de Campo Largo, que buscam a prática do futebol como forma de lazer a prática de atividade física.

Nota-se que apesar de esse serviço já ser oferecido por outras empresas ainda há mercado há ser preenchido, nos horários de pico, entre 17:00 a 22:00 não há fornecedores com quadras disponíveis para locação. A maioria dos fornecedores oferece o básico aos clientes, em alguns casos nem a estrutura é adequada e mesmo assim a procura é grande.

Nosso intuito é oferecer algo diferenciado aos consumidores de Campo Largo, um ambiente familiar, seguro e com opções de horários mais flexíveis, programas de fidelização de clientes e parcerias com empresas, tornar-se a primeira opção de escolha do nosso público alvo.

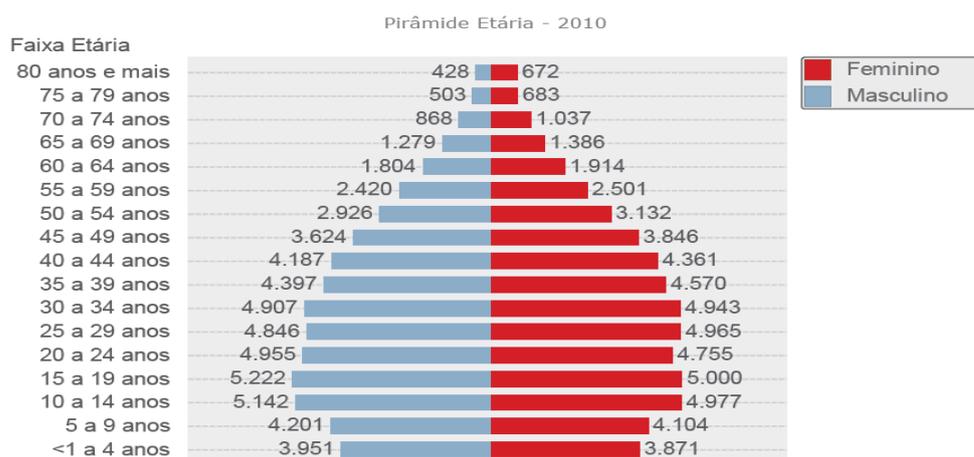
3. Análise de Mercado

3.1 O Mercado

3.1.1 A cidade de Campo Largo

Campo Largo tem muitos pontos fortes que a tornam uma cidade atraente para novos empreendimentos. Possui uma população estimada de 122.443 habitantes, sendo o 15º no ranking das cidades do estado, e uma área territorial de 1.243,552 km². No gráfico 1 – Pirâmide etária de Campo Largo 2010, temos descrito a faixa etária masculino e feminino da cidade.

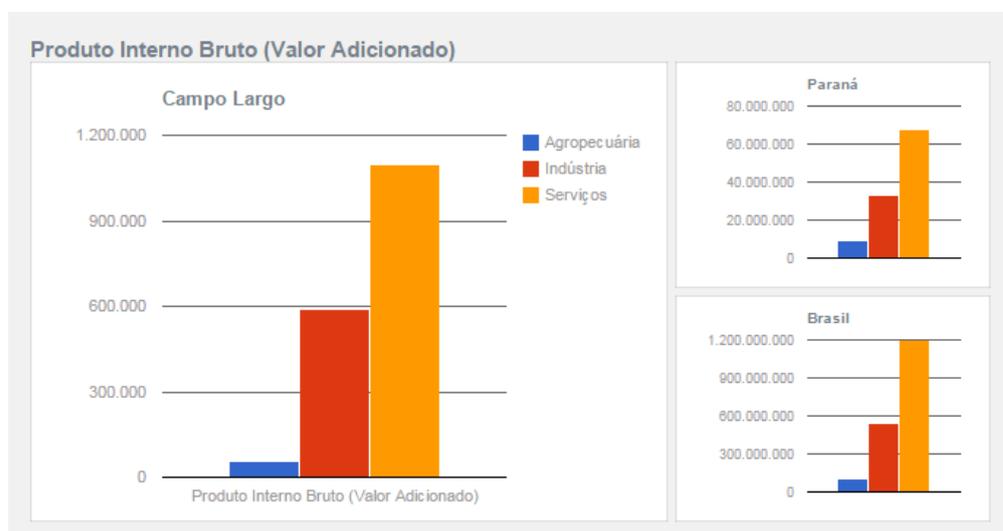
Gráfico 1- Pirâmide Etária de Campo Largo 2010



Fonte: IBGE / Censo Demográfico (2010)

O PIB do município é de 1.990.825 reais sendo o 16º no ranking das cidades do estado, considerando que são 399 municípios no estado do Paraná, o PIB per capita é 17.261,09 reais. No gráfico 2 e tabela 1, temos a ilustração do produto interno bruto de Campo Largo.

Gráfico 2- Produto interno bruto (valor adicionado) 2010



Fonte: IBGE / Censo Demográfico (2010).

Tabela 1- Produto interno bruto (valor adicionado) 2010

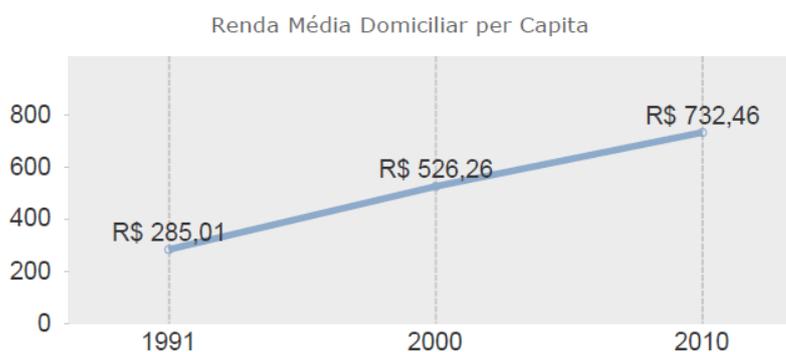
Variável	Campo Largo	Paraná	Brasil
Agropecuária	57.518	9.371.924	105.163.000
Indústria	588.986	33.429.611	539.315.998
Serviços	1.099.618	68.022.406	1.197.774.001

Fonte: IBGE / Censo Demográfico (2010).

O empreendimento deste plano de negócios é caracterizado como “serviços”, portanto verifica-se uma ótima oportunidade de negócio considerando que o setor corresponde a 62,97% do PIB da cidade.

A renda média domiciliar per capita é de R\$ 732,46, o gráfico 3 – Renda média domiciliar per Capita é ilustrado abaixo.

Gráfico 3- Renda média domiciliar per Capita



Fonte: IPARDES.

3.2 Análise Setorial

3.2.1 Aspectos Gerais

O empreendimento está inserido no setor de serviços, e visa oferecer a locação de quadras de futebol sintético, o projeto inicial é composto por uma quadra com grama sintética com tamanho de 25x45. O projeto contempla também a construção de vestiários, bar e estacionamento.

3.2.2 Fornecedores

O principal fornecedor da Reis Sports será a empresa que realizará a construção da quadra propriamente dita, ele também realizará a manutenção da grama sintética. Foram realizadas cotações com empresas de região metropolitana de Curitiba, os fornecedores que mais se encaixaram no perfil desejado pela empresa têm seu perfil descrito abaixo:

- Pantelas

A empresa surgiu em 1990 com o propósito de oferecer ao mercado a maior variedade de telas e produtos específicos para cercamento, além dos melhores serviços de instalação. Em 1991 a empresa construiu sua própria unidade industrial para fabricação de alambrados e cercamentos. Em 1992 a empresa ingressou no setor de construção de pisos e canchas esportivas, e está entre os líderes de mercado também neste segmento.

- Super Grass

O fornecedor atua com a marca de grama a 15 anos no mercado nacional, tem uma linha completa de pisos esportivos artificiais. Oferece serviços para quadras de

futebol, society, campos cobertos ou ao ar livre, grama sintética decorativa para playgrounds, decoração e paisagismo de empresas, moradias e condomínios.

- Grammados

A empresa trabalha com grama sintética esportiva para campos de futebol, tênis, golfe e também grama decorativa para playground e paisagismo de altíssima qualidade e durabilidade. A empresa conta com uma equipe especializada na construção de campos de grama sintética, oferecendo desde o projeto inicial como toda a construção do campo, piso base, alambrados, traves, redes de coberturas e lateral, iluminação e a grama sintética.

- Futgrass

A empresa está presente no mercado há mais de 10 anos, a Futgrass tem por objetivo acompanhar os processos evolutivos, oferecendo aos seus clientes e parceiros soluções inovadoras e lucrativas com máxima confiança e segurança. A empresa oferece grama sintética e construção de ginásios de esportes, alambrados, esportiva, estruturas metálicas outros produtos.

- Soccer Grass

A empresa atua desde 1995, como marca referência no mercado nacional pautada na transformação de investimento em patrimônio esportivo atrelada ao comprometimento com a excelência, paixão pelo esporte, transparência, responsabilidade socioambiental. É referência de mercado em construção de centros e empreendimentos esportivos, possui assessoria para implementação de quadras esportivas com grama artificial. A Soccer Grass foi a primeira empresa no Brasil a executar um campo de futebol com grama sintética homologado pela Federação Internacional de Futebol, no Sport Clube Corinthians.

- Grass forte

No princípio a empresa atuava como empreiteira de construções esportivas, executando serviços como preparação de piso para campos esportivos, fabricação e instalação de alambrados, estrutura metálica, instalação de redes laterais e de cobertura, instalação e manutenção de sistema de iluminação esportiva, instalação de grama sintética, etc. A partir de 2011 a empresa firmou uma parceria com uma empresa multinacional e começou a comercializar grama sintética importada de alto desempenho para campo de futebol, certificado pela FIFA.

- **Globo telas**

A empresa fornece a estrutura completa para construção de quadra esportiva, desde a preparação do piso, grama sintética, alambrados e iluminação.

A estrutura de lanchonete, vestiários também será cotada futuramente, mais temos recursos próprios para construção de um dos sócios, o custo não será alto considerando que só teremos gasto com material. Não teremos nenhum fornecedor específico para esse caso, optaremos pelo melhor preço, qualidade e opções de pagamento oferecido pelo mercado.

Tanto no setor de bebidas como no de alimentos, não existirá exclusividade com nenhuma marca em específico, estaremos indo sempre ao encontro do que será o ideal ao nosso consumidor. Teremos cuidados e preocupação com a qualidade do alimento, principalmente em sua validade e qualidade de entrega, teremos preferência em contratar empresas de Curitiba e Região metropolitana.

Os alimentos oferecidos ao público serão lanches rápidos, ou seja, comidas de fácil preparo como salgados fritos e assados. A princípio, não venderemos bebidas alcoólicas visando o foco e objetivo que nosso serviço oferece de manter os entornos da quadra um ambiente familiar.

Teremos fornecedores de material esportivo como, bolas, redes, coletes, camisetas, etc. Não buscaremos nenhum fornecedor específico ou exclusivo para esses itens, optaremos pelo melhor preço, qualidade, e condições de pagamento oferecidos pelo mercado.

Além dos itens já citados buscaremos também:

- provedora de canais pagos com variedade esportiva.
- Acesso à internet wifi para todos os usuários.

3.2.3 Clientes

Os moradores de Campo Largo podem ser considerados praticantes de esporte, mais especificamente a modalidade futebol, basta ver a grande procura pelas quadras esportivas que existem no município. Campo Largo é uma cidade muito grande em extensão, e seus moradores num geral, mesmo com a proximidade de Curitiba, evitam sair do município e preferem realizar suas atividades dentro da cidade, pensando nisso, a oferta de um serviço de

qualidade que se assemelhe ao oferecido em outros municípios pesará na escolha do cliente em sair ou ficar em Campo Largo, levando em consideração que ele já está propenso a permanecer na cidade.

Devemos levar em consideração que o nível socioeconômico dos moradores de Campo Largo não pode se assemelhar aos moradores da capital, portanto, valores devem ser adaptados a região onde vivem e não comparados com de outros municípios.

3.2.4 Barreiras

A grande quantidade de quadras existentes é um obstáculo que fazem com que o negócio necessite investir em tecnologia, infraestrutura e qualidade em atendimento, esses fatores são essenciais para atrair o público e se diferenciar de outros estabelecimentos.

3.2.5 Macroambiente

Em curto prazo as perspectivas econômicas não são positivas, estamos vivendo um momento de juros altos e desaceleração do crescimento. Esses pontos podem contribuir a reduzir a disponibilidade de dinheiro no mercado, assim as pessoas irão gastar menos com itens que não sejam de extrema necessidade. A empresa poderá sofrer uma pressão da inflação, pois os fornecedores e toda cadeia de valor acabam aumentando os preços, afetando o caixa da empresa, pois teremos diminuição de locações e margens de lucros.

Um fator positivo é que o aluguel das quadras é rateado entre os times, não ficando um valor alto por pessoa, fazendo com que a procura pelo serviço continue mesmo em época de crise.

Em longo médio/longo prazo as perspectivas econômicas são positivas, podemos observar os crescimentos das classes B e C e grandes eventos esportivos que motivam as pessoas a cada dia praticar mais esportes e zelar pela saúde.

3.3 Análises da Demanda

3.3.1 Perfis do Cliente

Os clientes que pretendemos alcançar tem uma faixa etária a partir de 18 anos de idade, na sua maioria homens, solteiros e com famílias pequenas. A média salarial é de R\$ 1.200,00 e sua escolaridade é segundo grau completo, residem em Campo Largo. Os clientes

costumam frequentar outras quadras na região, preferindo as de região central. O valor do aluguel cobrado varia em torno de R\$80,00 a R\$100,00 reais.

3.3.2 Segmentações

Quadras esportivas que ofereçam a prática esportiva para pessoas de diferentes idades e sexo, localizadas na Cidade de Campo Largo e Região. Mais especificamente quem busca a prática de futebol.

3.3.3 Quantificações

A expectativa é que a quadra suporte, além das pessoas que estiverem jogando, o público que está aguardando sua vez para jogar bem como aqueles que já realizaram sua prática e estão desfrutando do que o local oferece como os vestiários para se trocar e tomar banho, além da lanchonete.

A quadra de grama sintética, lanchonete e vestiários da Reis Sports serão projetadas para aproximadamente 12 pessoas por hora. O horário de maior procura é o da tarde para a noite, entre 18h00 as 24h00, isso durante a semana, pois nos finais de semana a procura tende a ser durante todo o dia.

As tabelas 2 ,3 e 4 apresentam uma estimativa de horas ocupadas das quadras ao longo de um mês. Está representado um cenário não pessimista, um cenário realista e um otimista.

Tabela 2- Semana do mês x Horas alugadas – Cenário pessimista

Dias da semana	Semana do mês x Horas alugadas (Cenário Pessimista)			
Segunda	3	3	3	3
Terça	3	3	3	3
Quarta	3	3	3	3
Quinta	3	3	3	3
Sexta	3	3	3	3
Sábado	4	4	4	4
Domingo	0	0	0	0
Total de horas (semanal)	19	19	19	19
Total de horas (mensal)	76			

Tabela 3- Semana do mês x Horas alugadas – Cenário realista

Dias da semana	Semana do mês x Horas alugadas (Cenário Realista)			
	1	2	3	4
Segunda	4	4	4	4
Terça	4	4	4	4
Quarta	4	4	4	4
Quinta	4	4	4	4
Sexta	4	4	4	4
Sábado	6	6	6	6
Domingo	2	2	2	2
Total de horas (semanal)	28	28	28	28
Total de horas (mensal)	112			

Tabela 4- Semana do mês x Horas alugadas – Cenário otimista

Dias da semana	Semana do mês x Horas alugadas (Cenário Otimista)			
	1	2	3	4
Segunda	6	6	6	6
Terça	6	6	6	6
Quarta	6	6	6	6
Quinta	6	6	6	6
Sexta	6	6	6	6
Sábado	12	12	12	12
Domingo	4	4	4	4
Total de horas (semanal)	46	46	46	46
Total de horas (mensal)	184			

3.3.4 Preços

O preço buscará ser próximo do que é cobrado pelos concorrentes no município, sem deixar de levar em consideração a boa localização e a qualidade do empreendimento. O valor está previsto para R\$85,00 a locação de uma hora da quadra. Para mensalistas, será cobrado um valor à vista de R\$300,00 adiantados sempre ao início do mês vigente.

Foi realizado um estudo de preço x horas alugadas conforme descrito na quantificação para a Reis Sports, o range de preços inicia com R\$ 80,00 como pior cenário, R\$ 85,00 como cenário mediano e R\$ 90,00 como o melhor cenário. Nas tabelas 5, 6,7 e 8 temos ilustrado os valores do lucro bruto mensal dos três cenários.

Tabela 5- Simulação do cenário pessimista x Preços

Simulação do cenário pessimista x Preços			
Valor do Aluguel	R\$ 80,00	R\$ 85,00	R\$ 90,00
Lucro bruto mensal	R\$ 6.080,00	R\$ 6.460,00	R\$ 6.840,00

Tabela 6- Simulação do cenário realista x Preços

Simulação do cenário realista x Preços			
Valor do Aluguel	R\$ 80,00	R\$ 85,00	R\$ 90,00
Lucro bruto mensal	R\$ 8.960,00	R\$ 9.520,00	R\$ 10.080,00

Tabela 7- Simulação do cenário otimista x Preços

Simulação do cenário otimista x Preços			
Valor do Aluguel	R\$ 80,00	R\$ 85,00	R\$ 90,00
Lucro bruto mensal	R\$ 14.720,00	R\$ 15.640,00	R\$ 16.560,00

Tabela 8 – Simulação de cenários para lanchonete

Cenário	Pessimista	Realista	Otimista
Lanchonete semana	R\$ 285,00	R\$ 1.260,00	R\$ 2.760,00
Lanchonete Mensal	R\$ 1.140,00	R\$ 5.040,00	R\$ 11.040,00

3.3.5 Tendências / Perspectivas

Com o crescimento das cidades, e a correria do dia a dia, a procura por espaços de práticas esportivas tende a aumentar cada vez mais. Isso se reflete no número de academias e espaços esportivos privados que aumentam de número e oferecem diversos planos e horários para esta prática. As quadras de futebol sintético oferecem a qualidade necessária para o praticante. Além disso, o valor da locação do espaço não pesa no bolso do consumidor uma vez que o valor na maioria dos casos é dividido entre os participantes, que, em muitos casos, não é menor do que o mínimo necessário para se jogar, no caso 10 pessoas.

É comum em nossa sociedade atualmente, a busca pela prática esportiva para o bem estar e saúde do corpo e da mente, o futebol pode oferecer esses dois benefícios aos clientes, além disso, a organização de eventos esportivos oferece ao público que tem interesse em

participação de torneios e campeonatos, muito procurados no âmbito do futebol. Verifica-se também que as empresas e indústrias vêm procurando parcerias com empresas que possam oferecer algum tipo de prática esportiva para seus funcionários.

O mercado potencial é o conjunto de clientes que demonstram um nível de interesse suficiente para uma oferta, e como já foi dito anteriormente, Campo Largo tem aproximadamente 122.000 mil habitantes sendo a 15ª cidade mais populosa do estado do Paraná, e sua renda per capita a coloca entre as 20 cidades do estado.

O mercado disponível é o conjunto de consumidores que possuem interesse, acesso, e renda, para uma determinada oferta, o maior número de pessoas no município se concentra entre 15 e 40 anos, público mais ativo para prática esportiva.

O mercado alvo é a parte do mercado disponível que empresa decide buscar, conforme foi descrito pretendemos alcançar clientes que tem uma faixa etária a partir de 18 anos de idade, na sua maioria homens, solteiros e com famílias pequenas.

3.4 Análise da Concorrência

A Reis Sports terá cinco concorrentes diretos, abaixo estão descritos com as características classificadas como importantes, pontos fortes e fracos para o negócio, bem como o que cada concorrente oferece.

A “A” Esportes cobra R\$ 100,00 por hora de locação, está localizada em um bairro próximo ao centro em Campo Largo. A empresa tem uma /quadra de grama sintética de ótima qualidade e ótimo estado de conservação, a quadra conta com uma cobertura e alambrados oferecendo um diferencial perante os outros concorrentes. A lanchonete foi avaliada como boa, pois ela oferece um bom espaço para os clientes, conta com cardápio diversificado, tem uma boa visão da quadra. Os vestiários são amplos e bem organizados. O estacionamento é grande e comporta uma grande quantidade de veículos, ele é todo cercado com portão, oferecendo segurança aos clientes e não é cobrado. A “A” tem a maioria de seus horários locados a partir das 18:00, atendimento de segunda a Domingo. Durante a semana nos horários que antecedem as 17:00 está em funcionamento uma escolinha de Futebol, um serviço que foi terceirizado pela “A”.

A “B” Esportes cobra R\$ 100,00 por hora alugada, está localizada no bairro na entrada da cidade, com fácil acesso a BR 277 – Campo Largo/Curitiba. Conta com duas quadras de grama sintética cobertas, em bom estado de conservação, as quadras são cobertas e com alambrados. Tem uma boa estrutura de lanchonete e vestiários são bons, com toda estrutura necessária para os clientes. O estacionamento deixa a desejar, com capacidade para aproximadamente apenas 10 carros, está sempre lotado, fazendo com que os clientes tenham que deixar o carro estacionado na rua. A “B” tem a maioria de seus horários locados a partir das 18:00, atendimento de segunda a domingo. Durante a semana nos horários que antecedem as 17:00 está em funcionamento uma escolinha de futebol, um serviço que foi terceirizado pela “B” Esportes.

A empresa “C” cobra R\$ 80,00 por hora alugada, localiza-se em um bairro próximo ao centro da cidade. Conta com três quadras de grama sintética, sendo uma delas com tamanho menor que o padrão com cobertura e alambrados e duas quadras tamanho padrão sem cobertura e com alambrados. Estão disponíveis vestiários classificados como razoável, são pequenos e não oferecem nenhuma estrutura para conforto do cliente. A lanchonete tem uma estrutura boa, mas o atendimento deixa a desejar. O estacionamento é amplo com capacidade aproximadamente para 40 carros. A empresa tem a maioria dos seus horários ocupados a partir das 18:00 e o atendimento é de segunda a sábado.

A “D” cobra por hora alugada R\$90,00, está localizada no centro da cidade de Campo Largo. Possui uma quadra tamanho padrão com grama sintética, com cobertura e alambrados. A empresa possui uma lanchonete que serve bebidas e lanches rápidos, com um bom espaço para visualização dos jogos. Oferece vestiários de excelente qualidade e conforto aos clientes, tem também um estacionamento com vaga para aproximadamente 20 carros, cercado em frente a quadra. A “D” tem a maioria de seus horários locados a partir das 18:00, realiza atendimento de segunda-feira a sábado. Durante a semana nos horários que antecedem as 17:00 está em funcionamento uma Escolinha de futebol, um serviço que foi terceirizado pela empresa.

A empresa “E” tem um valor de R\$ 80,00 por hora alugada, está localizada no bairro mais distante do centro da cidade. Possui uma quadra tamanho padrão com grama sintética e alambrados, a grama tem um padrão de qualidade bem inferior comparado aos concorrentes, os alambrados também não estão bem instalados. Toda a estrutura de lanchonete, e vestiários existe, porém não está bem acabada é pequena e não oferece nenhum o conforto e qualidade

ao cliente. O estacionamento é muito reduzido, não está bem demarcado. A empresa tem a maioria de seus horários de atendimento e locação a partir das 18:00, realiza atendimento de segunda-feira a domingo, sendo que no domingo a empresa organiza torneios. Durante a semana nos horários que antecedem as 17:00 está em funcionamento uma escolinha de futebol, um serviço que foi terceirizado pela empresa.

4. Oferta da Empresa

4.1 Descrições detalhada

A empresa oferecerá aluguel de quadra de grama sintética (25x45) para prática da modalidade futebol. A empresa funcionará de segunda a domingo no período matutino, vespertino e noturno. A estrutura contará com uma pequena lanchonete, vestiário e estacionamento próprios.

Serão promovidos eventos esportivos para o público e empresas parceiras. A empresa tem como objetivo oferecer um serviço diferenciado ao cliente, proporcionando um ambiente seguro e familiar, sendo sempre a primeira opção de escolha do nosso público alvo, nosso objetivo é criar um ambiente de parceria mutua.

4.2 Posicionamento/Vantagem Competitiva

4.2.1 Posicionamentos

A Reis Sports irá se posicionar como referência em aluguel de quadras de grama sintética, oferecendo conforto e sofisticação para seus clientes, buscando entretenimento aliado a um alto nível de serviço (atendimento e qualidade).

4.3 Estratégias de Marketing

4.3.1 Canais de comunicação

A Reis Sports terá um canal exclusivo com seus clientes através da internet, serão desenvolvidos página no Facebook e perfil no instagram para divulgação de horários, eventos, reservas, novidades, informações, etc.

O conteúdo da página no *facebook* e *instagram* será atualizado diariamente pelos donos e será composto basicamente por fotos de eventos, programação, agenda e novidades.

Tratando-se de comunicação off line, a Reis Sports fará a divulgação através de *outdoors* pela cidade, propagandas no rádio, distribuição de panfletos e divulgação nas empresas da região.

4.3.2 Estratégias de Marketing

4.3.2.1 Preços

Os preços que serão praticados pela empresa estão dentro do mesmo range oferecido pelos outros concorrentes, com pesquisas de mercado realizadas, estimamos que o preço fique entre 80 a 90 reais para locação da quadra. A forma de pagamento será somente dinheiro, considerando que o custo do aluguel é sempre rateado entre os jogadores.

4.3.2.2 Praça

A Reis Sports estará localizada na rua Ema Taner de Andrade, loteamento São José, Campo Largo, com acesso a BR 277 e centro da cidade, próximo a grandes empresas multinacionais.

A região onde a Reis Sports será instalada será um grande diferencial, o bairro tem evoluído muitos nos últimos três anos, com a instalação de duas grandes multinacionais e hipermercado, a avenida tornou-se uma das mais movimentadas da cidade de Campo Largo, foi recentemente reformada, possibilitando assim fácil acesso e segurança a nossos clientes. A empresa deverá atender moradores de Campo Largo, classe A, B e C.

4.3.2.3. Produto

O principal produto oferecido é o entretenimento e pratica de futebol através do aluguel da quadra de futebol em grama sintética, mas o empreendimento contará também com vestiários, estacionamento e pequena lanchonete.

4.3.2.4 Promoções

A Reis Sports pretende ter um relacionamento muito próximo com o cliente, para isso optamos por focar em uma forte presença no mundo digital, mantendo uma página no *facebook*, e perfil no *instagram*. Como ações de monitoramento, iremos utilizar sites de gerenciamento de perfis como *Hootsuite* e *Social mention*.

Afim de promover a página da Reis Sports no *facebook*, serão realizados anúncios através do *Facebook Ads*, contendo um texto e uma imagem ilustrativa, podemos determinar que o anuncio seja direcionado ao público desejado, podemos definir critérios como localização, idade, gênero, atividades, etc.

As campanhas pelo Facebook não têm um custo muito alto, pelo site deve ser estipulado um valor por dia para investir no anúncio, sendo CPC – custo por clique, ou CPM (Custo por mil). Para os anúncios da empresa serão utilizados os seguintes dados de segmentação de público:

Idade: 18 a 45 anos

Localização: Brasil – Campo Largo

Gênero: Homens

Atividades: Futebol

Interesses: Esportes, futebol.

Na comunicação off line, a empresa fará a divulgação através de outdoors pela cidade, propagandas no rádio, distribuição de panfletos e divulgação nas empresas da região.

4.4 Oportunidades/Ameaças (Análise SWOT)

Segue Abaixo análise SWOT, ilustrado pela figura 1 – Análise SWOT:

Figura 1- Análise SWOT

<p style="text-align: center;">FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualidade no atendimento e serviços; • Localização; • Organização de eventos; • Estacionamento; • Diferenciação no mercado; • Programa de fidelidade; • Estrutura enxuta, com baixo custo de mão de obra, e rápida tomadas de decisão; 	<p style="text-align: center;">FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiência no ramo; • Investimento inicial alto; • Falta de conhecimento em Marketing; • Marca pouco conhecida;
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento da cidade e do bairro com a instalação de empresas; • Aumento do interesse da população por esportes, devido aos benefícios trazidos a saúde e bem estar; • Esporte mais prático no país, com grande número de praticantes; • Diminuição de quadras públicas disponíveis e em boas condições para prática de futebol; • Possibilidade de formação de parcerias com empresas próxima; 	<p style="text-align: center;">AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concorrência de outras quadras; • Diminuição de demanda, devido à crise econômica; • Ofertas de outras modalidades, academias, podem absorver os potenciais clientes;

4.4.1 Mitigações de Riscos e Ameaças

Abaixo estão listadas as ações que serão tomadas para mitigar os riscos e ameaças descritos na matriz SWOT:

- I. Falta de experiência no ramo: Quanto a parte esportiva um dos sócios tem total conhecimento na área, são oito anos acompanhando o mercado profissionalmente. Na parte empreendedora, um dos sócios tem se aprofundado em gestão estratégica de negócios, com esses dois pontos esperamos superar a falta de experiência e proporcionar atendimento de qualidade a todos nossos clientes.
- II. Investimento inicial alto: O investimento inicial será parcelado em alguns meses, nem todo o investimento será a vista. O plano é que o investimento inicial seja pago após a entrada em operação, com os lucros obtidos.
- III. Falta de conhecimento em Marketing: Todo o material de divulgação será elaborado por uma acessória de comunicação, o foco da propaganda do negócio será nas redes sociais, considerando que nosso cliente alvo é usuário assíduo e gosta de atualizações instantâneas.
- IV. Marca pouco conhecida: Ações fortes de Marketing para divulgar o negócio através de redes sociais, promoção de campeonatos internos, parcerias com empresas.
- V. Concorrência de outras quadras: Neste quesito a principal ação é a qualidade das instalações e serviços, pelo estudo dos concorrentes, percebemos que um atendimento diferenciado é um grande atrativo aos clientes.
- VI. Diminuição de demanda, devido à crise econômica: A principal ação para reduzir essa ameaça é realizar um planejamento financeiro concreto, que implementado poderá ajudar a combater os possíveis impactos macroeconômicos, como inflação, diminuição do crescimento do PIB do país, etc. Assim, ajudando a empresa não ter grandes impactos na sua atividade.
- VII. Ofertas de outras modalidades, academias, podem absorver os potenciais clientes: Promover eventos esportivos divulgando a prática do futebol e evidenciando os benefícios deste esporte para saúde e bem estar social.

5. Plano Operacional

5.1 Infraestruturas

O estabelecimento será composto por uma quadra de futebol com grama sintética (25x45) com alambrado em toda sua volta, rede de cobertura e iluminação. Serão instalados bancos do lado de fora para que os acompanhantes possam assistir os jogos. Estarão disponíveis 1 vestiário masculino e 1 vestiário feminino com banheiros, chuveiros e armários para guardar pertences. Os vestiários terão capacidade para 12 pessoas, contarão com 12 duchas e 6 vasos sanitários, terão estrutura adaptada para deficientes físicos.

A Reis Sports contará com uma estrutura de lanchonete para servir os clientes, estarão disponíveis lanches como salgados, sanduiches naturais, frutas e bebidas. Será instalada uma TV para transmissão de jogos de futebol, e outros eventos esportivos. Toda a estrutura terá rampas de acesso e estrutura para portadores de necessidades especiais. A lanchonete contará com uma estrutura para atender aproximadamente 30 pessoas.

Os clientes também terão estacionamento disponível, com aproximadamente 30 vagas. A figura 2 ilustra o layout sugerido para o empreendimento.

Figura 2- Layout



5.2 Logística

O Processo logístico de recebimento de mercadorias será organizado de forma a evitar grandes estoques, visando oferecer produtos de qualidade superior e menor volume de dinheiro investido no estoque. A área da Reis Sports que terá impacto em logística é a

lanchonete. Os alimentos em geral serão fornecidos por empresas distribuidoras na região, com entregas diárias, será feita uma avaliação diária em todo o estoque e os produtos faltantes serão repostos diariamente, seguindo sempre o FIFO.

5.3 Fornecedores

O maior fornecedor da Reis Sports será a empresa que construirá a quadra de grama sintética com cobertura e alambrados, foi realizada uma pesquisa na região de Curitiba, e existem por volta de 11 empresas aptas a oferecer toda a estrutura necessária, além da posterior manutenção da grama.

No setor de alimentos para a lanchonete serão selecionados preferencialmente, fornecedores da região de Campo Largo, considerado que esses produtos são perecíveis e deverão ser constantemente repostos.

5.4 Recursos Humanos

A mão- de-obra da Reis Sports foi planejada para ser enxuta, reduzindo assim os custos, o próprio formato do negócio não requer muitos funcionários, abaixo a tabela 9 com descrição de cargos e salários.

Tabela 9 - Relação de Cargos x salários

Cargo	Quantidade	Salário
Atendente / Gerência	1	R\$1.000,00
Faxineira	1	R\$ 900,00

5.4.1 Gerência

No início do empreendimento o cargo de gerência e atendente foi planejado a ser ocupado pelos sócios. O sócio tem uma vasta experiência com futebol, podendo assim acompanhar os primeiros passos da empresa, o segundo sócio tem experiência em gestão e ferramentas de melhoria continua, acreditamos assim, que em conjunto consigamos vencer as barreiras no início, e para que posteriormente, quando mais consolidado no mercado possamos realizar novas contratações para cargo de gerência.

5.5 Sócios

Os sócios da Reis Sports têm conhecimento em diferentes áreas, mais que juntos estão trabalhando para o sucesso da empresa. O primeiro sócio tem formação em Educação Física, com mestrado e cursando doutorado na área, são nove anos trabalhando na área esportiva. O segundo sócio, tem formação em Engenharia, trabalhando na área de resolução de problemas e ferramentas de qualidade por cinco anos, e agora cursando MBA em Gestão Estratégica de Empresas pela FGV.

6. Plano Financeiro

6.1. Investimentos

O terreno onde será construída a Reis Sports, já é de propriedade de uns dos sócios da empresa, entretanto algumas adaptações ainda precisam ser feitas, entre elas: Aterramento, construção de rua de acesso, estacionamento, cercamento e a construção de vestiários e lanchonete. Tudo isso necessitará de um investimento de aproximadamente R\$120.000,00

A construção da quadra de 25x45 em grama sintética, com piso especial, alambrado, rede de cobertura, iluminação, traves e redes necessita de um investimento de R\$ 168.495,000. Teremos também gastos com inauguração e marketing. Estimamos um valor de R\$ 2000,00.

O fornecedor escolhido foi a Pantelas, mesmo com o maior investimento estamos apostando na qualidade e confiabilidade dos serviços, a tabela 10 resume a lista de orçamentos.

Tabela 10 - Lista de orçamentos

PLANILHA DE ORÇAMENTOS							
EMPRESA	PISO	GRAMA	ALAMBRADOS	REDE COBERTURA	TRAVES E REDES	ILUMINAÇÃO	TOTAL
PANTELAS	R\$ 22.500,00	R\$ 79.000,00	R\$ 49.015,00	R\$ 5.625,00	R\$ 1.900,00	R\$ 16.080,00	R\$ 168.495,00
SUPER GRASS	R\$ 28.200,00	R\$ 85.000,00	R\$ 37.200,00	R\$ 6.800,00	R\$ 1.600,00	R\$ 9.600,00	R\$ 168.400,00
GRAMMADOS	R\$ 22.500,00	R\$ 65.250,00	R\$ 29.400,00	R\$ 6.750,00	R\$ 2.000,00	R\$ 9.600,00	R\$ 135.000,00
FUTGRASS	R\$ 11.250,00	R\$ 87.750,00	R\$ 39.200,00	R\$ 5.625,00	R\$ 1.800,00	R\$ 11.000,00	R\$ 156.625,00
SOCERGRASS	n/a	R\$ 100.000,00	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
GRASSFORTE	R\$ 11.812,50	R\$ 63.618,75	R\$ 52.920,00	R\$ 8.212,50	R\$ 2.200,00	R\$ 11.520,00	R\$ 150.283,75
Globo telas	R\$ 19.000,00	R\$ 64.000,00	R\$ 38.500,00	R\$ 5.000,00	R\$ 1.700,00	R\$ 6.800,00	R\$ 135.000,00

6.2. Estimativas de faturamento

Conforme descrito anteriormente fizemos estudos com três ranges de preços (R\$ 80,00, R\$85,00 e R\$90,00) e três estimativas de ocupação (ocupação ruim. Mediana e boa), para a estimativa de faturamento estaremos considerando uma ocupação mediana (112 horas mensais), com um preço médio de R\$85,00.

6.3 Demonstração de resultados do exercício

O planejamento financeiro foi elaborado considerando 5 anos consecutivos. O regime de tributação será o Simples nacional na categoria Micro Empresa, considerando uma alíquota de 6,21% no primeiro ano, e 8,21% para os anos seguintes. O cenário considerado nessa DRE é cenário realista para preço, demanda.

Os sócios vão integralizar um Capital Social no valor de R\$ 290.495,00, para suportar os investimentos iniciais. O faturamento previsto para o primeiro ano é de R\$ 174.720,00 com um lucro líquido de R\$ R\$ 93.972,68. Para os outros foi considerado um crescimento médio de 4% na receita. Obtendo um lucro líquido de R\$ 94.097,41, R\$97.861,31, R\$ 101.775,76 e R\$ 105.846,79 respectivamente.

O retorno do investimento será em aproximadamente 37 meses, o prazo estipulado pelos sócios para recuperação do capital era de no máximo 4 anos, então o projeto deve ser aceito. O VPL, considerando uma taxa de atratividade de 15% em um período de 5 anos é R\$ 37.532,12. A TIR do projeto é 20%. Abaixo a tabela 11 com a demonstração do resultado do exercício.

Tabela 11 - Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita Bruta	R\$ 174.720,00	R\$ 181.708,80	R\$ 188.977,15	R\$ 196.536,24	R\$ 204.397,69
Locação das quadras	R\$ 114.240,00	R\$ 118.809,60	R\$ 123.561,98	R\$ 128.504,46	R\$ 133.644,64
Lanchonete	R\$ 60.480,00	R\$ 62.899,20	R\$ 65.415,17	R\$ 68.031,77	R\$ 70.753,05
(-) Impostos (simples)	R\$ 10.850,11	R\$ 14.918,29	R\$ 15.515,02	R\$ 16.135,63	R\$ 16.781,05
(=) Receita Líquida	R\$ 163.869,89	R\$ 166.790,51	R\$ 173.462,13	R\$ 180.400,61	R\$ 187.616,64
(-) CMV	R\$ 48.604,80	R\$ 50.548,99	R\$ 52.570,95	R\$ 54.673,79	R\$ 56.860,74
Bebidas	R\$ 12.096,00	R\$ 12.579,84	R\$ 13.083,03	R\$ 13.606,35	R\$ 14.150,61
Lachonete	R\$ 13.708,80	R\$ 14.257,15	R\$ 14.827,44	R\$ 15.420,54	R\$ 16.037,36
Mão de Obra direta	R\$ 22.800,00	R\$ 23.712,00	R\$ 24.660,48	R\$ 25.646,90	R\$ 26.672,78
(=) Lucro Bruto	R\$ 115.265,09	R\$ 116.241,52	R\$ 120.891,18	R\$ 125.726,82	R\$ 130.755,90
(-) Despesas Gerais	R\$ 21.292,41	R\$ 22.144,10	R\$ 23.029,87	R\$ 23.951,06	R\$ 24.909,10
Segurança	R\$ 1.800,00	R\$ 1.872,00	R\$ 1.946,88	R\$ 2.024,76	R\$ 2.105,75
Material esportivo	R\$ 720,00	R\$ 748,80	R\$ 778,75	R\$ 809,90	R\$ 842,30
Marketing	R\$ 1.200,00	R\$ 1.248,00	R\$ 1.297,92	R\$ 1.349,84	R\$ 1.403,83
Manutenção	R\$ 1.800,00	R\$ 1.872,00	R\$ 1.946,88	R\$ 2.024,76	R\$ 2.105,75
Água	R\$ 6.000,00	R\$ 6.240,00	R\$ 6.489,60	R\$ 6.749,18	R\$ 7.019,15
Luz	R\$ 9.772,41	R\$ 10.163,30	R\$ 10.569,84	R\$ 10.992,63	R\$ 11.432,33
(=) Lucro Operacional	R\$ 93.972,68	R\$ 94.097,41	R\$ 97.861,31	R\$ 101.775,76	R\$ 105.846,79
(+/-) Rec. / Desp. Financeiras	0	0	0	0	0
(=) Lucro antes dos impostos	R\$ 93.972,68	R\$ 94.097,41	R\$ 97.861,31	R\$ 101.775,76	R\$ 105.846,79
(-) Imposto de Renda	0	0	0	0	0
(=) Lucro líquido	R\$ 93.972,68	R\$ 94.097,41	R\$ 97.861,31	R\$ 101.775,76	R\$ 105.846,79

6.4 Análises de sensibilidade

Fizemos uma análise de sensibilidade considerando os três cenários: pessimista, realista e otimista, considerando demanda e preços. O cenário realista já foi apresentado no item 6.3.

No cenário pessimista o retorno do investimento será de aproximadamente 89 meses, o prazo estipulado pelos sócios para recuperação do capital era de no máximo 4 anos, o VPL para esse cenário foi menor que zero, baseado nesses dados o projeto não deveria ser aceito.

No cenário otimista o retorno do investimento será de aproximadamente 18 meses, o prazo estipulado pelos sócios para recuperação do capital era de no máximo 4 anos, o VPL para esse cenário não foi negativo, baseado nesses dados o projeto deveria ser aceito.

7. Conclusão

O Objetivo principal desse trabalho foi analisar a viabilidade da criação de uma empresa que trabalha focada na locação de quadra de futebol com grama sintética através da elaboração de um plano de negócios.

Pode-se entender que o plano de negócios é um conjunto de informações ordenadas, que nos ajuda a estimar os benefícios, receitas e custo de um determinado investimento, e as vantagens e desvantagens de implantá-lo. Estão disponíveis informações como descrição da empresa, produtos e serviço, análise de mercado, estratégias de Marketing, localização física, e planejamento financeiro. O Plano de negócios é essencial antes de qualquer tomada de decisão, afinal os investimentos são bem altos e devem ser planejados, estudados e avaliados.

Com base na análise do setor e do mercado, conclui-se que existe um mercado para ser explorado na locação de quadras de futebol em grama sintética em Campo Largo.

A localização da quadra foi identificada como fator crítico no sucesso do negócio, deve ser bem localizada, no centro da cidade ou o mais próximo possível, e ter acesso as principais vias da cidade. A localização sugerida para a Reis Sports é privilegiada, considerando sua proximidade a principal saída/entrada da cidade, proximidade das grandes empresas multinacionais e sua proximidade ao centro de Campo Largo.

O retorno do investimento será em aproximadamente 37 meses, o prazo estipulado pelos sócios para recuperação do capital era de no máximo 4 anos, então o projeto deve ser aceito. O VPL, considerando uma taxa de atratividade de 15% em um período de 5 anos é R\$ 37.532,12. A TIR do projeto é 20%.

8. Referências Bibliográficas

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

INSTITUTO Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **CENSO 2010**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/>

Acesso em 01/06/2013.