



**Luiz Afonso Caxambú e Souza**

## **Plano de Negócio - Man Cave Club**

Trabalho apresentado ao curso MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Pós-Graduação *lato sensu*, Nível de Especialização, do Programa FGV Management da Fundação Getúlio 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 Negócio - Man Cave Club**, elaborado por Luiz Afonso Caxambú e Souza 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 de Novembro de 2015

---

Jose Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

---

Gianfranco Muncinelli

Orientador

## **TERMO DE COMPROMISSO**

O aluno Luiz Afonso Caxambú e Souza, abaixo assinado, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Turma MBA-GEE-1/14 do Programa FGV Management, realizado nas dependências da instituição ISAE-FGV, no período de 01/01/2014 a 01/11/2015, declara que o conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Man Cave Club, é autêntico e original.

Curitiba, 21 de setembro de 2015

---

Luiz Afonso Caxambú e Souza

Dedicado a minha família

Aos professores que com sabedoria souberam transmitir conhecimentos de real importância para minha carreira.

Aos colegas de turma que tornaram o curso muito mais produtivo.

À minha esposa que me deu todo o suporte que eu precisava.

Agradecimentos

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – FOTOS ILUSTRATIVAS DO AMBIENTE PROPOSTO.....	10
FIGURA 2 – LOGOMARCA PROVISÓRIA DA EMPRESA .....	28
FIGURA 3 – GRÁFICO DE PESQUISA.....	13
FIGURA 4 – GRÁFICO DE PESQUISA.....	14
FIGURA 5 – GRÁFICO DE PESQUISA.....	14
FIGURA 6 – GRÁFICO DE PESQUISA.....	15
FIGURA 7 – GRÁFICO DE PESQUISA.....	15
FIGURA 8 – GRÁFICO DE PESQUISA.....	16
FIGURA 8 – GRÁFICO DE PESQUISA.....	16
FIGURA 10 – GRÁFICO DE PESQUISA.....	17
FIGURA 11 – GRÁFICO DE PESQUISA.....	17
FIGURA 12– GRÁFICO DE CLASSES DE RENDA DO IBGE.....	20
FIGURA 13 – FOTOS ILUSTRATIVAS DO AMBIENTE PROPOSTO.....	26
FIGURA 14 – FOTOS ILUSTRATIVAS DO AMBIENTE PROPOSTO.....	26
FIGURA 15 – FOTOS ILUSTRATIVAS DO AMBIENTE PROPOSTO.....	26

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – SENSO DEMOGRÁFICO.....	21
TABELA 2 – PREÇOS DOS SERVIÇOS.....	25
TABELA 3 – INVESTIMENTOS.....	28
TABELA 4 – CUSTOS DOS SERVIÇOS.....	28
TABELA 5 – DESPESAS FIXAS.....	29
TABELA 6 – CARGOS E SALÁRIOS.....	29
TABELA 7 – FLUXO DE CAIXA.....	29
TABELA 8 – DEMOSTRATIVO DE RESULTADOS.....	30
TABELA 9 – VOLUME DE VENDAS PESSIMISTA.....	30
TABELA 10 – FLUXO DE CAIXA PESSIMISTA.....	31
TABELA 11 – DEMOSTRATIVO DE RESULTADOS PESSIMISTA... ..	31
TABELA 12 – VOLUME DE VENDAS OTIMISTA.....	32
TABELA 13 – FLUXO DE CAIXA OTIMISTA.....	32
TABELA 14 – DEMOSTRATIVO DE RESULTADOS OTIMISTA.....	33
TABELA 15 – ANÁLISE DE VIABILIDADE CENÁRIO REALISTA.....	23
TABELA 16 – TABELA DO SIMPLES NACIONAL.....	35

## **SUMÁRIO**

1. SUMÁRIO EXECUTIVO	10
2. A EMPRESA – DESCRIÇÃO GERAL	11
3. ANÁLISE DE MERCADO	13
4. OFERTA DA EMPRESA	23
5. PLANO OPERACIONAL	26
6. PLANO FINANCEIRO	28
7. CONCLUSÃO	31
8. ANEXOS.	32

## 1. SUMÁRIO EXECUTIVO

O empreendimento MAN CAVE CLUB é uma oportunidade de negócio baseada na crescente demanda por entretenimento e lazer para o público masculino, o que vem ocorrendo como um contraponto aos altos níveis de stress enfrentados nos ambientes corporativos em que esse público está inserido. Com base nisso, foi criado o empreendimento, onde o ambiente, pensado para o público masculino, poderá usufruir de infraestrutura especialmente projetada para atividades envolvendo seus carros, jogos eletrônicos, churrascos ou mesmo assistir ao jogo do time do coração em companhia dos amigos em um ambiente diferenciado e agradável.

O conceito do ambiente baseia-se na “caverna do macho”, uma tradução livre do termo americano *MAN CAVE*, um ambiente onde toda a decoração e mobiliário é funcional e temático, incluindo esportes, temas automotivos, moto ciclísticos e tecnológicos. As *man caves* são muito usuais nos EUA onde ocupam um espaço nas residências. No Brasil, com a redução das residências, as *man caves* tornaram-se inviáveis para a maioria dos homens.

O empreendimento visa disponibilizar para seus clientes o espaço e o ferramental para realizarem serviços de oficina e lavagem de seus carros e motos. Ofertar espaço e equipamentos para ensaios musicais e também para jogos eletrônicos (vídeo game). Além de disponibilizar espaço para parceiros prestarem serviços de interesse dos clientes, uma sala de estar com TVs para assistir eventos esportivos e uma área de churrasqueira e cozinha para realização de eventos ou cursos de gastronomia.

Com um investimento inicial de R\$190.000,00 e receita líquida mensal de R\$8.000,00 o *payback* simples é de dois anos e meio. A recomendação é de investir neste negócio.

Abaixo, na figura 1, fotos ilustrativas que inspirarão a decoração do ambiente:



Figura 1

## 2. A Empresa – Descrição Geral

Para atender a demanda pela necessidade de lazer, é proposto um espaço para cuidar de seus carros e motos (oficina “faça você mesmo” e espaço e equipamentos para lavagem), reunir os amigos para jogar (baralho, sinuca, vídeo game), fazer um churrasco, clube do whisky e cafés. Locação para terceiros de espaço para serviços de barbearia e outros de interesse masculino. Sala acústica para tocar seus instrumentos musicais. Espaço para cursos de culinária (churrasco, hamburguês, comida japonesa, etc.).

O empreendimento visa disponibilizar para os clientes espaço e ferramental para realizarem serviços de oficina e lavagem em seus carros e motos. Oferta espaço e equipamentos para ensaios musicais, e equipamentos para jogos eletrônicos (vídeo game). Disponibiliza espaço para parceiros prestarem serviços de interesse dos clientes. Atende homens entre 30 a 50 anos, das classes A2; B1 e B2, que moram em Curitiba e região metropolitana, que tem como Hobby carros e motos, vídeo game e/ou hábito de encontrar-se com os amigos.

Seguem abaixo a Visão, missão, objetivos e valores propostos:

- Visão: ser referência em serviços relacionados à hobbies masculinos até 2018.
- Missão: atender com qualidade as necessidades de espaço e equipamentos para a realização de atividades relacionadas aos hobbies masculinos.
- Objetivos: criar uma empresa sólida financeiramente através da prestação de serviços para o público masculino.
- Valores: qualidade; respeito; inovação; agilidade.

Como vantagem competitiva oferecerá um serviço inovador, atendendo um nicho novo de mercado ainda sem concorrentes diretos em Curitiba e região metropolitana.

O empreendimento conta com Tecnologia de ponta tanto nos serviços como no sistema de gestão informatizado (ERP) e ferramentas e utensílios novos. Também conta com decoração funcional e moderna.

O mercado alvo são homens entre 30 a 50 anos, das classes A2; B1 e B2, que moram em Curitiba e região metropolitana, que tem como Hobby carros e motos, vídeo game e/ou hábito de se encontrar com os amigos.

Os fornecedores são empresas do ramo de barbearia, oficina mecânica, autopeças, produtos para homens, curso de culinária, etc. Além de fornecedores de salgadinhos (ex. Elma Chips) e bebidas em geral.

A logomarca provisória é mostrada na figura 2 abaixo:

**Man Cave Club**



Figura 2

### 3. Análise de Mercado

Foi realizada uma pesquisa com homens entre 30 a 50 anos, das classes A2; B1 e B2, que moram em Curitiba e região metropolitana, que tem como Hobby carros e motos, vídeo game e/ou hábito de se encontrar com os amigos.

Abaixo segue o resultado na íntegra das perguntas:

1. Levando em consideração às 168 horas de uma semana, quanto deste tempo você ocupa com atividades referentes ao trabalho? Resultado na Figura 3 abaixo.

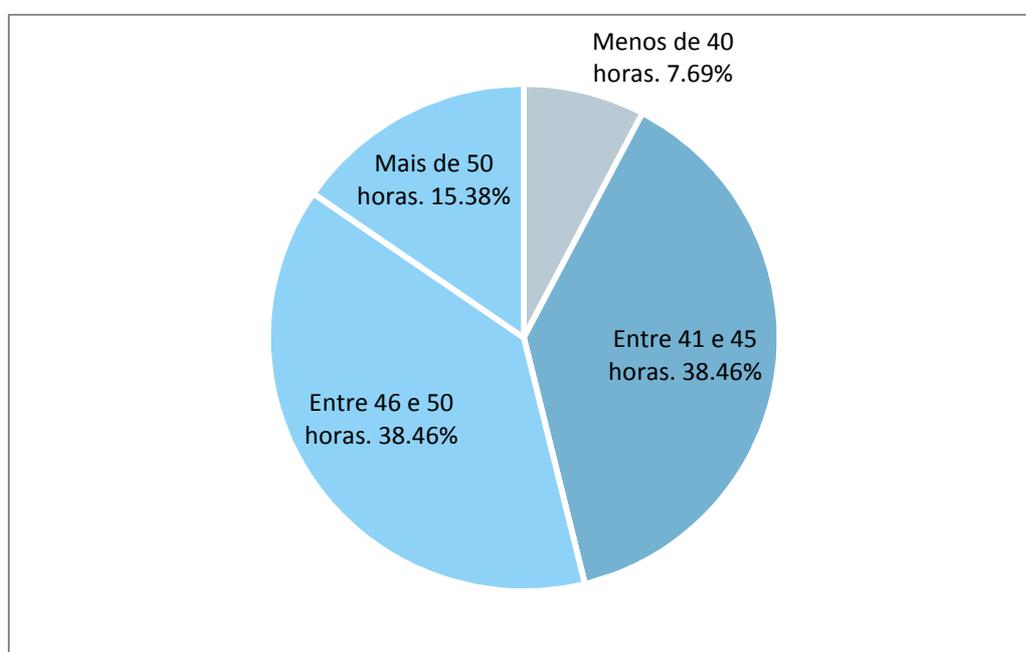


Figura 3

2. Entendendo que como lazer incluem-se atividades relacionadas ao entretenimento, turismo, divertimento e socialização. Quanto, dessas 168 horas semanais você ocupa com lazer? Resultado na Figura 4 abaixo.

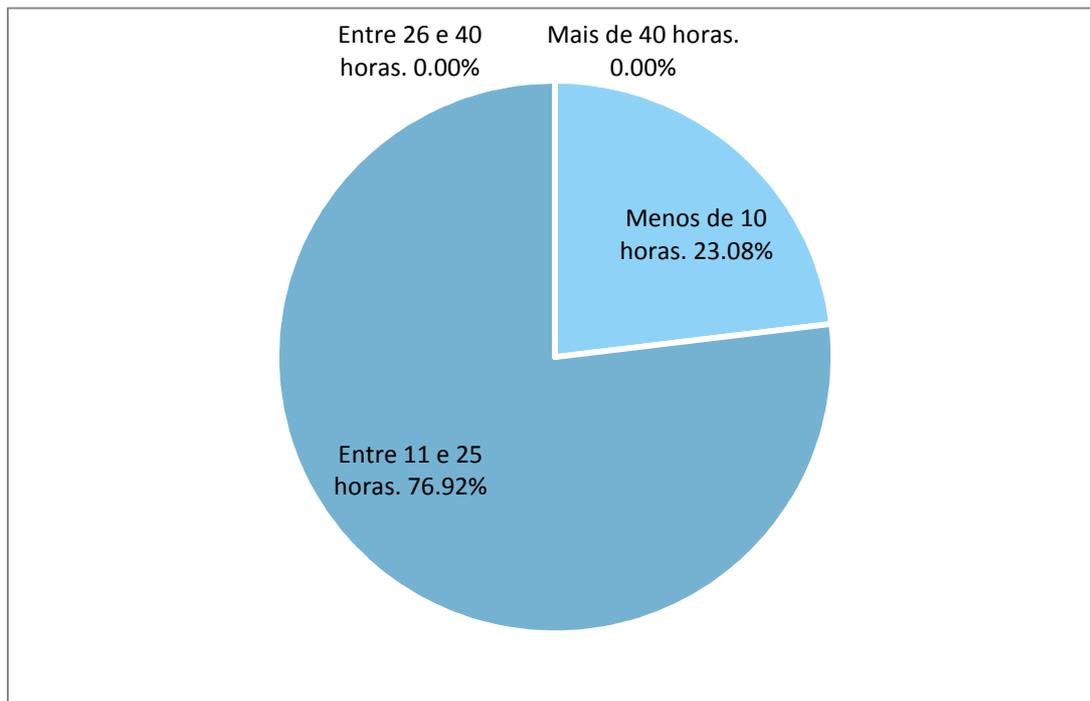


Figura 4

3. Em seu tempo livre, como você distribui suas atividades de lazer em relação às atividades de outras pessoas do seu convívio? Resultado na Figura 5 abaixo.

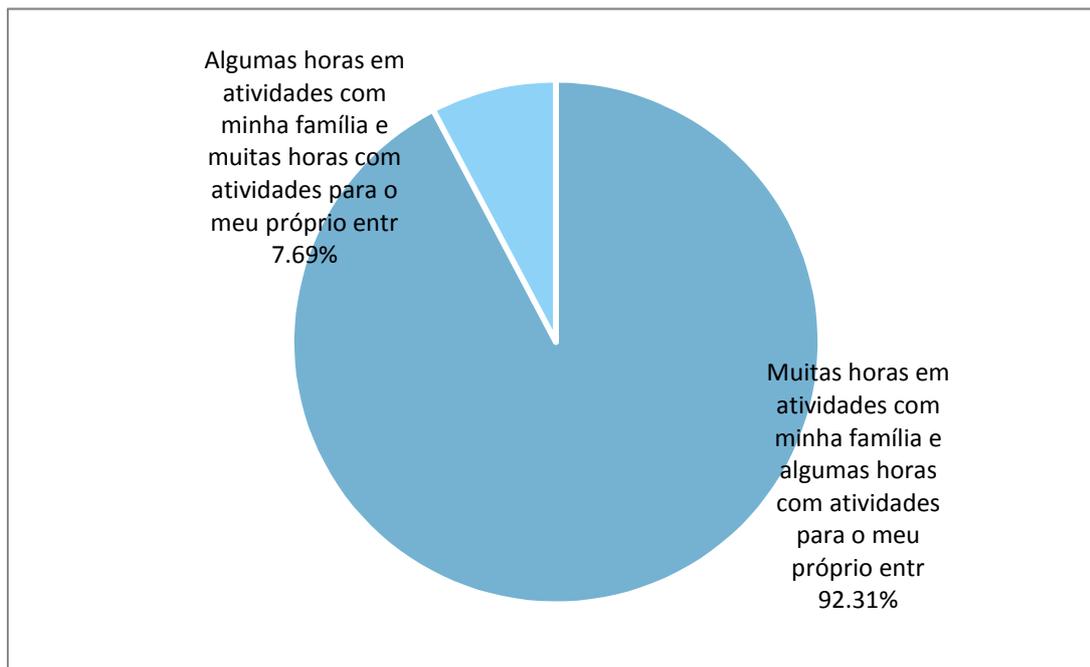


Figura 5

4. Você gostaria de usar mais do seu tempo de lazer com atividades para o seu entretenimento? Resultado na Figura 6 abaixo.

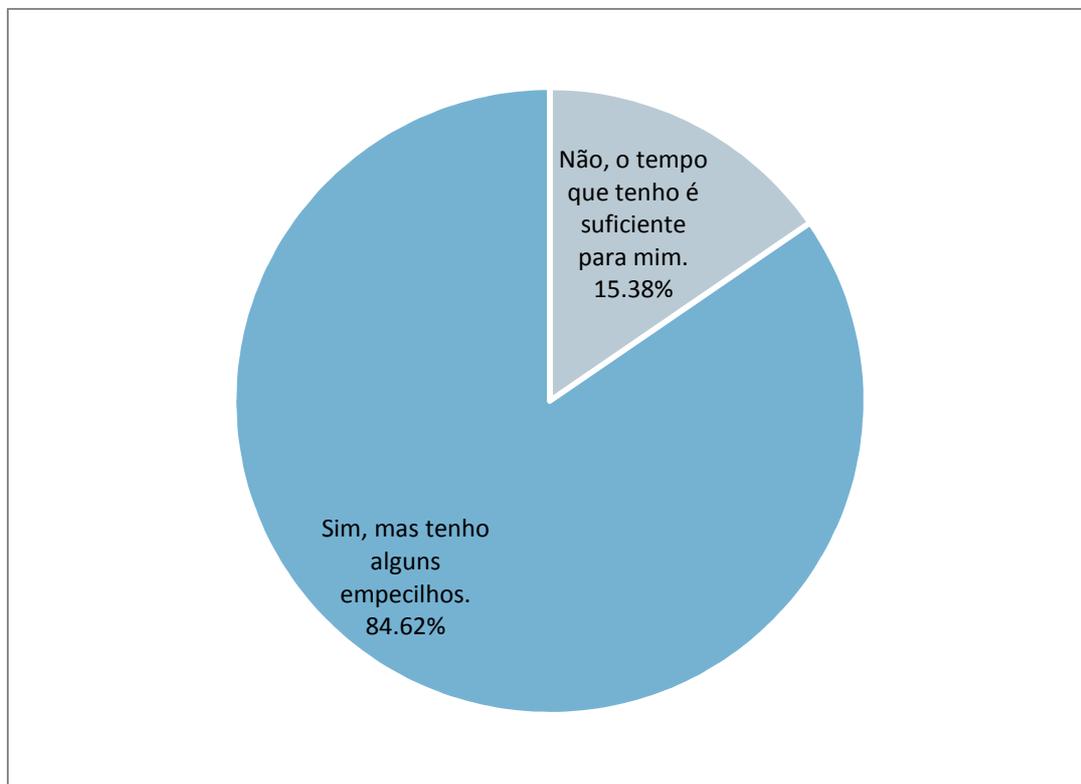


Figura 6

5. Porque você usa poucas horas do seu tempo livre para o seu entretenimento? Escolha quantas forem necessárias: resultado na Figura 7 abaixo.

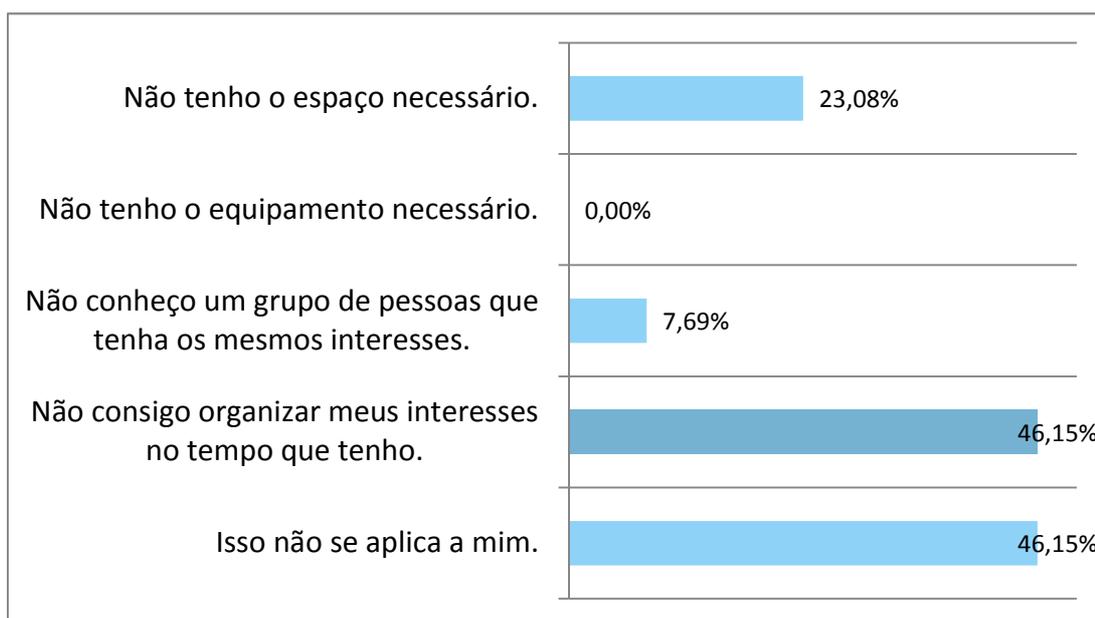


Figura 7

6. Quais atividades você desenvolve em seu próprio tempo de lazer? Escolha quantas forem necessárias. Resultado na Figura 8 abaixo.

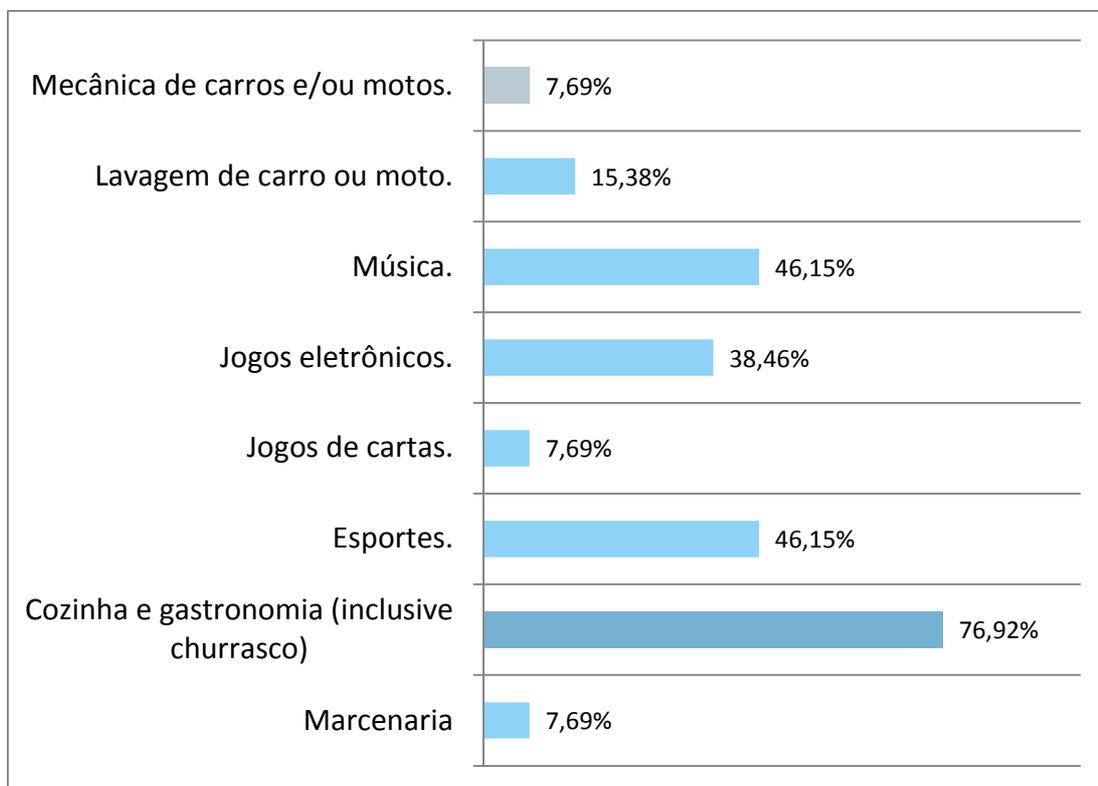


Figura 8

7. Probabilidade de tornar-me sócio de um local onde possa desfrutar de uma infraestrutura que possibilite minhas atividades de lazer. Resultado na Figura 9 abaixo.

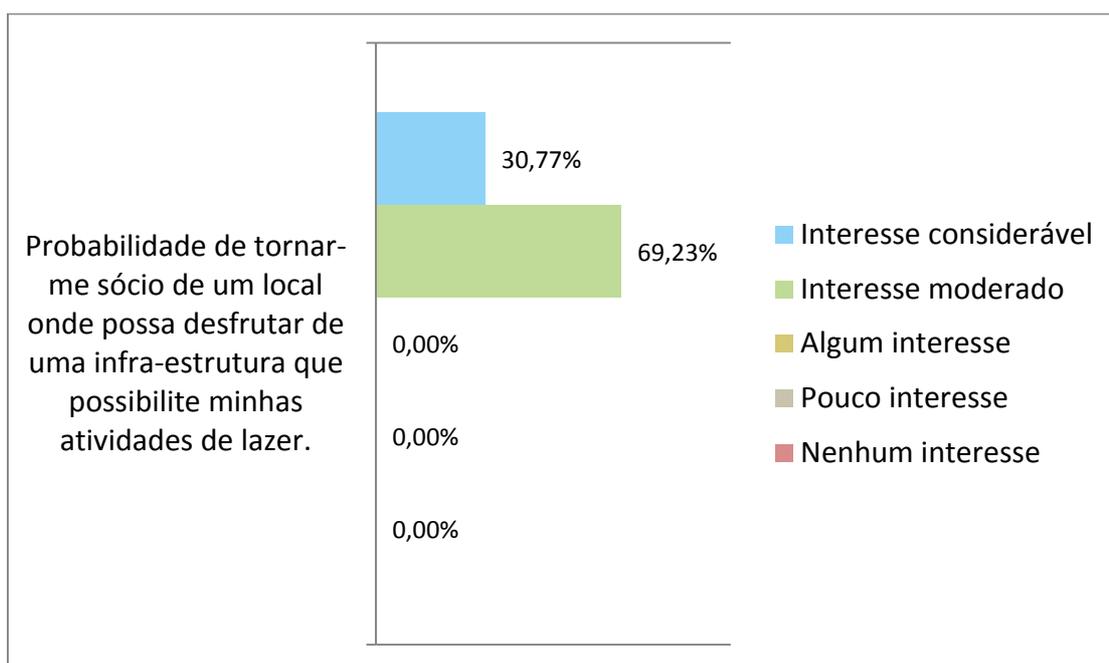


Figura 9

8. Quanto você estaria disposto a pagar por mês por uma infraestrutura que abrangesse suas escolhas de entretenimento. Entendendo seu uso livre e não restrito a dias específicos. Resultado na Figura 10 abaixo.

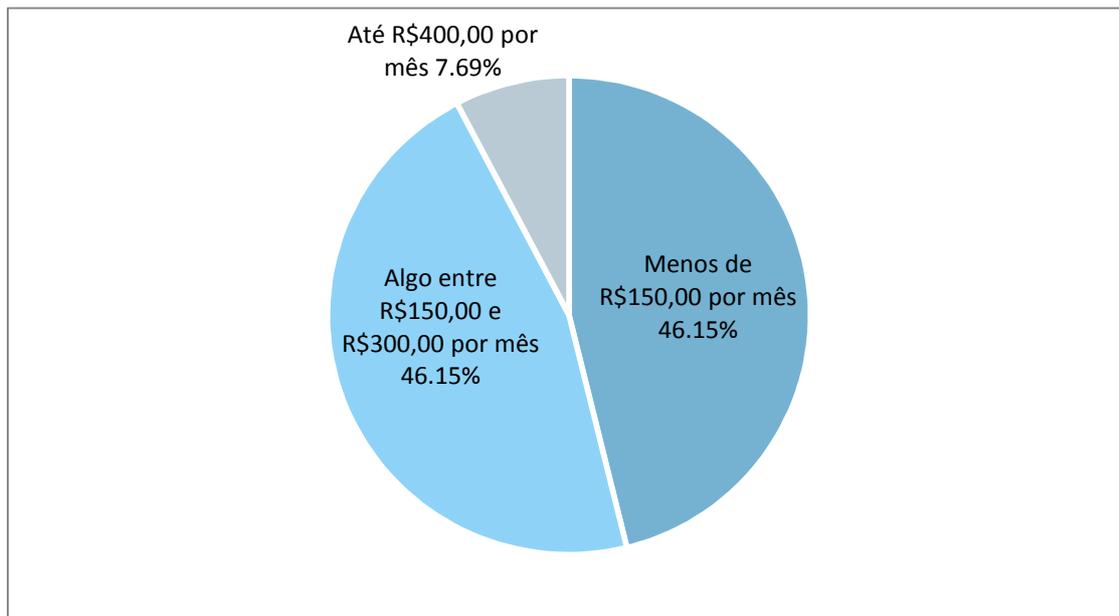


Figura 10

9. Quanto você estaria disposto a pagar por hora por uma infraestrutura que abrangesse suas escolhas de entretenimento. Resultado na Figura 11 abaixo.

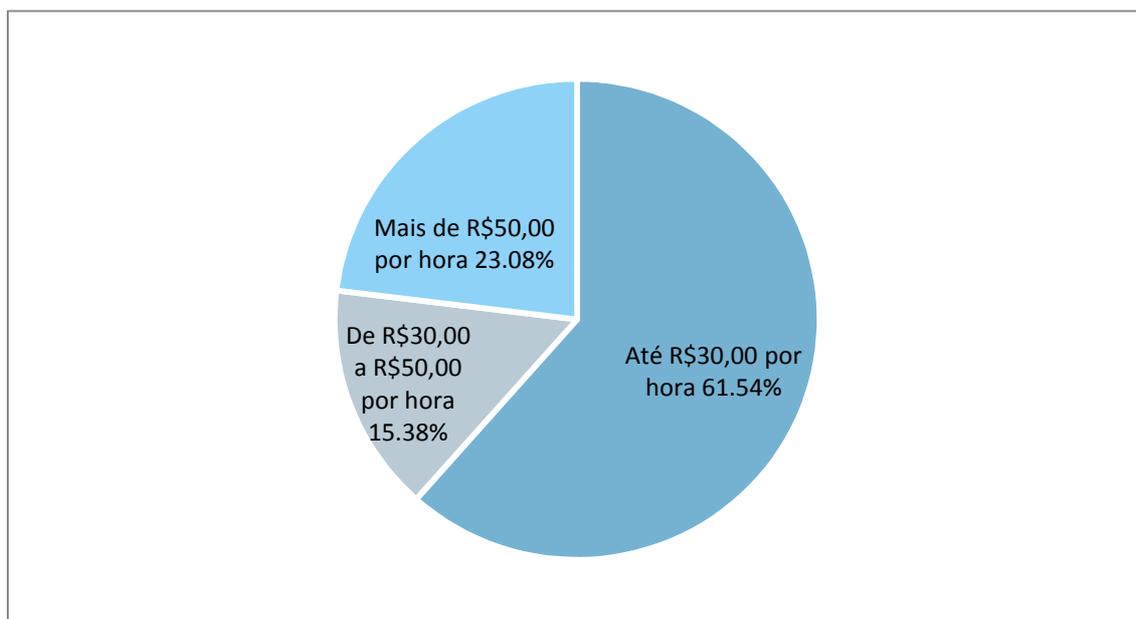


Figura 11

Além da pesquisa direta, o artigo “Demandas do mercado de móveis e decoração para o público masculino” publicado pelo SEBRAE, também relata o crescente interesse dos homens da faixa etária e classe social alvo do negócio, em investir no seu lazer e em espaços destinados e devidamente ambientados ao público masculino.

Analisando as pesquisas apresentadas, identifiquei que existe uma oportunidade de nicho de mercado para promoção de um serviço ligado aos hobbies masculinos que pode ser rentabilizado pela locação de espaço e ferramentas e utensílios para a realização destas atividades. Existe uma parcela dos homens que, por falta de espaço, não consegue realizar algumas atividades e sua residência e a empresa oferece uma solução para este problema.

Além disso, a pesquisa identificou uma grande parcela de homens com interesse em atividades culinárias, o que reforça a premissa de um lugar com espaço para cursos de cozinha, inclusive churrasco.

O modelo adotado será de um lugar com espaço apropriado e devidamente equipado que pode ser alugado por hora ou por pacotes de mensalidades com uma agenda pré-definida de uso (cotas).

Portanto o empreendimento visa disponibilizar para seus clientes espaço e ferramental para realizarem serviços de oficina e lavagem em seus carros e motos. Oferta espaço e equipamentos para ensaios musicais, e espaço e equipamentos para jogos eletrônicos (vídeo game). Além de disponibilizar espaço para parceiros prestarem serviços de interesse dos clientes, além de uma sala de estar com TVs para assistir eventos esportivos e área de churrasqueira e cozinha para realização de eventos ou cursos de gastronomia.

Atender homens entre 30 a 50 anos, das classes A2; B1 e B2, que moram e Curitiba e região metropolitana, que tem como Hobby carros e motos, vídeo game e/ou habito de se encontrar com os amigos.

Com isso atenderei a demanda de lazer específica para homens do grupo pesquisado, onde as atividades da empresa são relacionadas à hobbies automobilísticos, vídeo games, música e jogos. A demanda é por espaço infraestrutura apropriada para a realização deste tipo de atividades.

### **3.1 Análise Setorial**

O setor em que está inserido empreendimento é o de serviços de lazer.

A empresa irá atender um nicho de mercado ainda inexplorado. Não existe nenhuma empresa prestando serviço semelhante.

Os fornecedores são de insumos de produtos de limpeza, ferramentas e materiais de consumo (papelaria, acessórios para os vídeos games, etc.).

Os clientes são homens entre 30 a 50 anos, das classes A2; B1 e B2, que moram e Curitiba e região metropolitana, que tem como Hobby carros e motos, vídeo game e/ou hábito de encontrar-se com os amigos para assistir esportes.

Os potenciais clientes que não entenderem ou não valorizarem a ideia do espaço, podem, mesmo assim, usufruir dos serviços finais de lavagem de carros e oficina como um produto substituto.

Não há barreiras legais de entrada neste segmento.

A crise econômica e o cenário de recessão são uma ameaça ao negócio, pois como o mesmo se baseia em lazer e este não é uma necessidade básica, pode haver uma evasão dos clientes.

A busca por atividades de lazer pelo público alvo é crescente o que é uma grande oportunidade para o empreendimento.

## 3.2 Análise da Demanda

Os clientes potenciais são homens entre 30 a 50 anos, das classes A2; B1 e B2, que moram e Curitiba e região metropolitana, que tem como Hobby carros e motos, vídeo game e/ou habito de encontrar-se com os amigos.

O empreendimento está focado no segmento de serviços de lazer.

O mercado potencial por classe de renda está demonstrado na figura 12 abaixo:

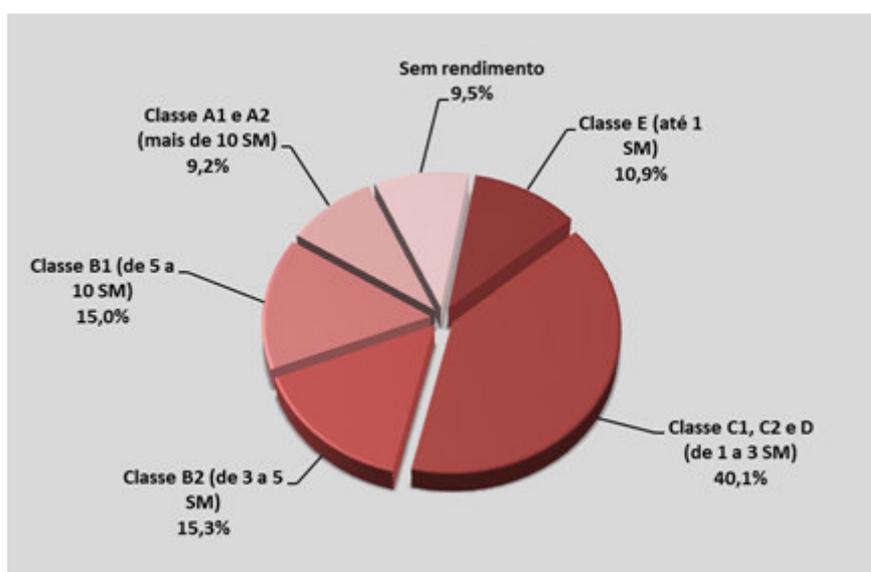


Figura 12

Fonte: IBGE/Censo Demográfico - 2010; IPPUC

Quantificando em volumes absolutos, segundo a pesquisa do IBGE conforme tabela 1 abaixo, são mais de cento e dois mil homens na faixa etária e de renda alvos do negócio.

Idade	Curitiba		Paraná		Brasil	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
<b>0 a 4 anos</b>	54.642	53.277	363.112	350.925	7.016.614	6.778.795
<b>5 a 9 anos</b>	57.263	54.785	390.883	377.509	7.623.749	7.344.867
<b>10 a 14 anos</b>	66.150	63.843	463.552	445.519	8.724.960	8.440.940
<b>15 a 19 anos</b>	70.051	69.461	469.762	458.869	8.558.497	8.431.641
<b>20 a 24 anos</b>	78.657	79.897	451.739	449.593	8.629.807	8.614.581
<b>25 a 29 anos</b>	81.266	84.484	436.675	443.557	8.460.631	8.643.096
<b>30 a 34 anos</b>	75.240	79.990	410.438	425.939	7.717.365	8.026.554
<b>35 a 39 anos</b>	66.109	71.894	384.351	403.019	6.766.450	7.121.722
<b>40 a 44 anos</b>	61.693	68.688	372.379	394.269	6.320.374	6.688.585
<b>45 a 49 anos</b>	56.039	66.648	336.461	363.723	5.691.791	6.141.128
<b>50 a 54 anos</b>	48.048	58.683	282.641	309.977	4.834.828	5.305.231
<b>55 a 59 anos</b>	39.047	47.963	231.993	256.686	3.902.183	4.373.673
<b>60 a 64 anos</b>	28.967	36.826	180.838	201.289	3.040.897	3.467.956
<b>65 a 69 anos</b>	19.615	26.345	133.729	151.451	2.223.953	2.616.639
<b>70 a 74 anos</b>	14.126	20.330	99.314	114.342	1.667.289	2.074.165
<b>75 a 79 anos</b>	9.364	15.272	64.121	80.272	1.090.455	1.472.860
<b>80 a 84 anos</b>	5.594	10.542	36.887	50.561	668.589	998.311
<b>85 a 89 anos</b>	2.404	5.288	15.588	23.876	310.739	508.702
<b>90 a 94 anos</b>	630	1.943	4.945	8.998	114.961	211.589
<b>95 a 99 anos</b>	167	536	1.273	2.538	31.528	66.804
<b>Mais de 100 anos</b>	43	97	313	620	7.245	16.987

Fonte: IBGE: Censo Demográfico 2010;

Tabela 1

### 3.3 Análise da Concorrência

Não há concorrentes com o mesmo perfil, é um nicho novo de mercado.

A concorrência é segmentada em atividades específicas, como oficinas mecânicas, lava car, cursos de culinária. Entretanto nenhuma delas foca em vender lazer e sim apenas o serviço em questão.

O mercado alvo é atender homens entre 30 a 50 anos, das classes A2; B1 e B2, que moram e Curitiba e região metropolitana.

Pontos fortes do empreendimento:

- Foco em atender a demanda de lazer dos homens, não focar no serviço final prestado (oficina, churrasco, lava car, etc.).
- Como envolve lazer, o investimento de tempo e dinheiro tende a ser maior.
- Não existe em Curitiba nenhum concorrente direto.
- Atrair o cliente com uma estrutura diferenciada onde se se sinta realmente em um momento de lazer.

Pontos fracos do empreendimento:

- O cliente não perceber como lazer e compará-lo com o serviço final (oficina, lava car, etc.).
- Alto investimento em infraestrutura e decoração para criar um ambiente diferenciado.
- O negócio demanda uma grande metragem quadrada e não pode ser muito longe do centro da cidade, o que aumenta a despesa de aluguel.

## 4. Oferta da Empresa

A empresa irá oferecer espaço e infraestrutura para a realização das seguintes atividades:

- Lavagem de carros e motos.
  - Disponibilizar lavadora de alta pressão, kit de panos e produtos básicos de limpeza (sabão, “pneu pretinho”, silicone, cera líquida e em pasta), aspirador de pó.
- Oficina de carros e motos.
  - Oficina com 1 elevador elétrico para carros até 2,5ton e uma rampa elétrica para motos, kit de pitos, parafusadeira pneumática, jogo de chaves combinadas, alicates, martelos, jogo de chaves completo (fenda, fenda cruzada, sextavada, canhão, etc.) barril de coleta de óleo, kit de panos, estopa, calibrador de pneus.
  - Na oficina haverá sempre o acompanhamento de um auxiliar, responsável pelo correto uso das ferramentas, principalmente do elevador.
- Vídeo Games (1 Xbox e 1 Playstation) da versão mais atual.
  - Disponibilização do vídeo game e jogos mais procurados, o usuário também pode levar seu jogo. Disponibilização de poltronas diferenciadas (super confortáveis) e para o caso de jogos de automobilismo cockpit com banco “concha” e volante e pedais. Teves de LED 42” e sistema de som 5.1 canais.
- Sala de música (sala acusticamente preparada).
  - Sala com isolamento acústico e acústica de “*studio*”. O usuário levará seus instrumentos e equipamentos. Inicialmente será montada somente a sala, mas há a possibilidade e evoluir para um *studio* completo.
- Cozinha e churrasqueira em ambiente integrado, com espaço para cursos e também para a realização de eventos de interesse dos clientes e do negócio.
  - Cozinha com fogão industrial de 4 bocas, pia com duas cubas, geladeira duplex 420litros, materiais de limpeza (bucha e detergente)

- Churrasqueira com boca de 90cm de largura por 60cm de altura e 60cm de profundidade, com 3 alturas de espeto e exaustão forçada.
- Área com mesa e cadeiras para 12 pessoas.
- A princípio não se disponibilizará jogos de pratos, copos e talheres.
- Espaço para terceiros (barbeiro, adega ou outros de interesse dos clientes)
  - Espaço para parceiro interessado, podendo ser fixo como uma barbearia ou variável como vitrine/*stand* para empresas que ofertam produtos de interesse dos clientes (tv a cabo, acessórios para carro, imóveis, carros, etc.)
- Sala de estar com TVs transmitindo canais de esporte.
  - Sala equipada com 4 TVs de LED de 50” transmitindo diferentes canais de esporte com os temas de interesse dos clientes.
  - Sofás e poltronas com capacidade para um total de 20 pessoas.

A empresa também contará com um bar, para comercialização de bebidas e petiscos industrializados (salgadinhos). Sem cozinha.

A ocupação dos espaços será feita mediante agendamento prévio ou conforme disponibilidade imediata. A cobrança será em dois modelos: mensal com cotas por atividade ou por hora para cada serviço.

O horário de atendimento será das 9:00 as 18:00 de segunda a sábado.

A publicidade será feita através dos meios eletrônicos, utilizando ferramentas sociais como Facebook e Instagram, além de buscadores como o Google. Com isso segmenta-se o impacto para o público alvo desejado a partir de um investimento relativamente pequeno.

Para os sócios será dado desconto de 10% na mensalidade ou aumento proporcional nas contas de uso para cada indicação de novo sócio (sempre após o fechamento da inscrição).

O preço das atividades é dado pela tabela 2 abaixo:

<b>Atividade</b>	<b>Preço</b>	<b>Tempo (minutos)</b>
<b>lava car</b>	<b>R\$ 20,00</b>	<b>60</b>
<b>oficina</b>	<b>R\$ 50,00</b>	<b>30</b>
<b>video game</b>	<b>R\$ 20,00</b>	<b>60</b>
<b>sala de música</b>	<b>R\$ 30,00</b>	<b>60</b>
<b>cozinha/churrasqueira</b>	<b>R\$ 50,00</b>	<b>60</b>
<b>Mensalidade</b>	<b>R\$ 150,00</b>	
<b>Bar (<i>ticket médio</i>)</b>	<b>R\$ 20,00</b>	

Tabela 2

## 5. Plano Operacional

A infraestrutura é diferenciada, como é um local de lazer o ambiente é agradável a todos os sentidos. Abaixo nas figuras 13, 14 e 15 algumas imagens que inspiram e ilustram a infraestrutura do empreendimento.



Figura 13



Figura 14



Figura 15

A decoração é baseada em temas automotivos e de esportes. Como o foco é o público masculino, toda a decoração é funcional. Um arquiteto é o responsável pela disposição das áreas de uso e também pela decoração.

O empreendimento conta com um gerente, um atendente no bar, um auxiliar na oficina, uma recepcionista responsável pela agenda das atividades e um monitor responsável pela organização dos espaços e também do acompanhamento do tempo de uso. No total são 5 funcionários diretos.

- Gerência: responsável pela gestão de pessoas (4 funcionários), resolução de problemas operacionais, recebimentos e caixa, além de atuar diretamente no atendimento aos clientes.
- Auxiliar da oficina: responsável pelo correto uso das ferramentas, operar os elevadores, manter a organização e limpeza do local, inventário das ferramentas.
- Atendente do bar: responsável pela venda dos produtos do bar, limpeza do local, caixa do bar, reposição do estoque de produtos.
- Recepcionista: responsável por receber os clientes e encaminhar as suas atividades, fazer os agendamentos e a gestão da agenda, receber os contatos por telefone para agendamento, vendedora dos serviços do empreendimento.
- Monitor: responsável pelo cumprimento do tempo contratado para cada atividade, arrumação e limpeza dos espaços entre o uso de cada cliente.

## 6. Plano Financeiro

O investimento total para iniciar o empreendimento está descrito na tabela 3 abaixo:

Investimento inicial	Valores em R\$
Reforma do galpão	R\$ 40.000,00
Montagem da oficina	R\$ 25.000,00
maquinário lava car	R\$ 1.200,00
Video games	R\$ 6.000,00
TVs	R\$ 14.000,00
Geladeiras	R\$ 5.000,00
Fogão	R\$ 800,00
Moveis	R\$ 60.000,00
decoreação	R\$ 20.000,00
iluminação	R\$ 8.000,00
sala acustica	R\$ 10.000,00
<b>Investimento Total</b>	<b>R\$ 190.000,00</b>

Tabela 3

O custo unitário, receita e a demanda por serviços estão descritos na tabela 4 abaixo:

Atividade	Preço	Tempo (minutos)	estimativa de vendas/dia	estimativa de vendas/mês	receita por serviço	custo fixo insumos diretos unitário	custo fixo insumos diretos total	Despesas fixas	lucro operacional
lava car	R\$ 20,00	60	5	120	R\$ 2.400,00	R\$ 5,00	R\$ 600,00	R\$ 21.580,00	R\$ 8.960,00
oficina	R\$ 50,00	30	6	144	R\$ 7.200,00	R\$ -	R\$ -		
video game	R\$ 20,00	60	10	240	R\$ 4.800,00	R\$ -	R\$ -		
sala de música	R\$ 30,00	60	3	72	R\$ 2.160,00	R\$ -	R\$ -		
cozinha/churrasqueira	R\$ 50,00	60	3	72	R\$ 3.600,00	R\$ -	R\$ -		
Mensalidade	R\$ 150,00		n/a	50	R\$ 7.500,00	R\$ 5,00	R\$ 250,00		
Bar (tickt médio)	R\$ 20,00		15	360	R\$ 7.200,00	R\$ 288,00	R\$ 4.320,00		

Tabela 4

A relação das despesas fixas é apresentada na tabela 5 abaixo:

<b>Despesas Fixas</b>	<b>Valores em R\$</b>
Folha	R\$ 7.600,00
Energia	R\$ 1.000,00
Água	R\$ 700,00
Aluguel	R\$ 8.000,00
Material de escritório e limpeza	R\$ 500,00
Seguro	R\$ 500,00
Telefonia e Internet	R\$ 300,00
TV a cabo	R\$ 300,00
Empresa de limpeza e manutenção	R\$ 1.500,00
Contador	R\$ 200,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 20.600,00</b>

Tabela 5

As despesas com folha de pagamento é descrito na tabela 6 abaixo:

<b>Cargo</b>	<b>Salários</b>	<b>Salário mais Encargos</b>
Gerente	R\$ 3.500,00	R\$ 4.550,00
Atendente	R\$ 1.200,00	R\$ 1.560,00
Recepcionista	R\$ 900,00	R\$ 1.170,00
Auxiliar	R\$ 1.000,00	R\$ 1.300,00
Monitor	R\$ 1.000,00	R\$ 1.300,00
<b>Folha total</b>	<b>R\$ 7.600,00</b>	<b>R\$ 9.880,00</b>

Tabela 6

O fluxo de caixa estimado de um mês é demonstrado na tabela 7 abaixo:

<b>Fluxo de Caixa Estimado Mensal</b>	
Saldo inicial do período	R\$ -
( + ) Entradas	R\$ 34.860,00
Recebimento à vista	R\$ 27.660,00
Receitas diversas	R\$ 7.200,00
( - ) Saídas	R\$ 26.589,92
Folha de pagamento	R\$ 9.880,00
Propaganda	R\$ 200,00
Despesas diversas	R\$ 11.300,00
Pagamento a fornecedores	R\$ 4.320,00
Manutenção de máquinas	R\$ 200,00
Imposto de renda	R\$ 689,92
( = ) Saldo final do período	R\$ 8.270,08

Tabela 7

O Demonstrativo de Resultados é apresentado na tabela 8 abaixo:

<b>DRE</b>	
Receita de vendas	R\$ 418.320,00
( - ) Custo Produto Vendido (CPV)	R\$ 62.040,00
( = ) Lucro bruto	R\$ 356.280,00
( - ) Despesas operacionais :	R\$ -
De vendas	R\$ -
Administrativas	R\$ 258.960,00
( = ) Lucro operacional	R\$ 97.320,00
Resultado financeiro	R\$ -
Outras receitas e despesas	R\$ -
( = ) Lucro líquido antes do IR	R\$ 97.320,00
( - ) Provisão para o IR	R\$ 26.763,00
( = ) Lucro líquido após o IR	R\$ 70.557,00
( = ) Lucro líquido do período	R\$ 70.557,00

Tabela 8

Os recursos usados no investimento inicial devem ser próprios, não foi considerado custo de empréstimos no planejamento financeiro.

### 6.1. Análise de Sensibilidade

Foram feitos dos cenários para o cálculo e sensibilidade um pessimista e outro realista. Foram consideradas demandas 20% menor no cenário pessimista e 20% maior do cenário realista, ambas em relação ao cenário realista apresentado na tabela 4 no item 6.

O custo unitário, receita e a demanda pessimista por serviços estão descritos na tabela 9 abaixo:

Atividade	Preço	Tempo (minutos)	estimativa de vendas/dia	estimativa de vendas/mês	receita por serviço	custo fixo insumos diretos unitário	custo fixo insumos diretos total	Despesas fixas	lucro operacional
lava car	R\$ 20,00	60	4	96	R\$ 1.920,00	R\$ 5,00	R\$ 480,00	R\$ 21.580,00	R\$ 3.824,00
oficina	R\$ 50,00	30	5	120	R\$ 6.000,00	R\$ -	R\$ -		
video game	R\$ 20,00	60	8	192	R\$ 3.840,00	R\$ -	R\$ -		
sala de música	R\$ 30,00	60	2	48	R\$ 1.440,00	R\$ -	R\$ -		
cozinha/churrasqueira	R\$ 50,00	60	2	48	R\$ 2.400,00	R\$ -	R\$ -		
Mensalidade	R\$ 150,00		n/a	50	R\$ 7.500,00	R\$ 5,00	R\$ 250,00		
Bar (ticket médio)	R\$ 20,00		12	288	R\$ 5.760,00	R\$ 288,00	R\$ 3.456,00		

Tabela 9

O fluxo de caixa estimado pessimista de um mês é demonstrado na tabela 10 abaixo:

<b>Fluxo de Caixa Estimado Mensal</b>	
Saldo inicial do período	R\$ -
( + ) Entradas	R\$ 28.860,00
Recebimento à vista	R\$ 23.100,00
Receitas diversas	R\$ 5.760,00
( - ) Saídas	R\$ 25.330,45
Folha de pagamento	R\$ 9.880,00
Propaganda	R\$ 200,00
Despesas diversas	R\$ 11.300,00
Pagamento a fornecedores	R\$ 3.456,00
Manutenção de máquinas	R\$ 200,00
Imposto de renda	R\$ 294,45
( = ) Saldo final do período	R\$ 3.529,55

Tabela 10

O Demonstrativo de Resultados é apresentado na tabela 11 abaixo:

<b>DRE</b>	
Receita de vendas	R\$ 346.320,00
( - ) Custo Produto Vendido (CPV)	R\$ 50.232,00
( = ) Lucro bruto	R\$ 296.088,00
( - ) Despesas operacionais :	R\$ -
De vendas	R\$ -
Administrativas	R\$ 258.960,00
( = ) Lucro operacional	R\$ 37.128,00
Resultado financeiro	R\$ -
Outras receitas e despesas	R\$ -
( = ) Lucro líquido antes do IR	R\$ 37.128,00
( - ) Provisão para o IR	R\$ 10.210,20
( = ) Lucro líquido após o IR	R\$ 26.917,80
( = ) Lucro líquido do período	R\$ 26.917,80

Tabela 11

O custo unitário, receita e a demanda otimista por serviços estão descritos na tabela 12 abaixo:

Atividade	Preço	Tempo (minutos)	estimativa de vendas/dia	estimativa de vendas/mês	receita por serviço	custo fixo insumos diretos unitário	custo fixo insumos diretos total	Despesas fixas	lucro operacional
lava car	R\$ 20,00	60	6	144	R\$ 2.880,00	R\$ 5,00	R\$ 720,00		
oficina	R\$ 50,00	30	7	168	R\$ 8.400,00	R\$ -	R\$ -		
video game	R\$ 20,00	60	12	288	R\$ 5.760,00	R\$ -	R\$ -		
sala de música	R\$ 30,00	60	4	96	R\$ 2.880,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 21.580,00	R\$ 14.096,00
cozinha/churrasqueira	R\$ 50,00	60	4	96	R\$ 4.800,00	R\$ -	R\$ -		
Mensalidade	R\$ 150,00		n/a	50	R\$ 7.500,00	R\$ 5,00	R\$ 250,00		
Bar (ticket médio)	R\$ 20,00		18	432	R\$ 8.640,00	R\$ 288,00	R\$ 5.184,00		

Tabela 12

O fluxo de caixa estimado otimista de um mês é demonstrado na tabela 13 abaixo:

<b>Fluxo de Caixa Estimado Mensal</b>	
Saldo inicial do período	R\$ -
( + ) Entradas	R\$ 40.860,00
Recebimento à vista	R\$ 32.220,00
Receitas diversas	R\$ 8.640,00
( - ) Saídas	R\$ 27.849,39
Folha de pagamento	R\$ 9.880,00
Propaganda	R\$ 200,00
Despesas diversas	R\$ 11.300,00
Pagamento a fornecedores	R\$ 5.184,00
Manutenção de máquinas	R\$ 200,00
Imposto de renda	R\$ 1.085,39
( = ) Saldo final do período	R\$ 13.010,61

Tabela 13

O Demonstrativo de Resultados otimista é apresentado na tabela 14 abaixo:

<b>DRE</b>		
Receita de vendas	R\$ 490.320,00	R\$ 40.860,00
( - ) Custo Produto Vendido (CPV)	R\$ 73.848,00	R\$ 6.154,00
( = ) Lucro bruto	R\$ 416.472,00	R\$ 34.706,00
( - ) Despesas operacionais :	R\$ -	
De vendas	R\$ -	R\$ -
Administrativas	R\$ 258.960,00	R\$ 21.580,00
( = ) Lucro operacional	R\$ 157.512,00	R\$ 13.126,00
Resultado financeiro	R\$ -	R\$ -
Outras receitas e despesas	R\$ -	R\$ -
( = ) Lucro líquido antes do IR	R\$ 157.512,00	R\$ 13.126,00
( - ) Provisão para o IR	R\$ 43.315,80	R\$ 3.609,65
( = ) Lucro líquido após o IR	R\$ 114.196,20	R\$ 9.516,35
( = ) Lucro líquido do período	R\$ 114.196,20	R\$ 9.516,35

Tabela 14

## 6.2. Análise de Viabilidade

O volume de vendas do cenário realista e o preço estimado são dados pela tabela 15 abaixo:

<b>Atividade</b>	<b>Preço</b>	<b>Tempo (minutos)</b>	<b>estimativa de vendas/dia</b>	<b>estimativa de vendas/mês</b>	<b>receita por serviço</b>
lava car	R\$ 20,00	60	5	120	R\$ 2.400,00
oficina	R\$ 50,00	30	6	144	R\$ 7.200,00
video game	R\$ 20,00	60	10	240	R\$ 4.800,00
sala de música	R\$ 30,00	60	3	72	R\$ 2.160,00
cozinha/churrasqueira	R\$ 50,00	60	3	72	R\$ 3.600,00
Mensalidade	R\$ 150,00		n/a	50	R\$ 7.500,00
Bar (tickt médio)	R\$ 20,00		15	360	R\$ 7.200,00

Tabela 15

O fluxo de caixa estimado que descreve as receitas, custos e despesas do item 6, foi usado para calcular o *payback* simples do empreendimento que é de 2,7 anos, considerando a demanda de vendas realista da tabela 15 acima.

Não foi considerado como investimento para o cálculo do Payback, o montante disponibilizado para capital de giro.

## 7. Conclusão

As análises financeiras foram baseadas nas seguintes premissas:

- Usado o cenário realista da demanda de vendas de serviços.
- Tributação pelo SIMPLES na faixa de Receita Bruta de De 360.000,01 a 540.000,00 (alíquota de 7,7%).
- Os preços foram definidos com base na pesquisa realizada com o público alvo do empreendimento.

O cenário macro econômico atual é ruim, mas isso traz algumas oportunidades. Como as vendas estão baixas, os preços de produtos diferenciados estão caindo, o que pode reduzir um pouco o investimento inicial. O momento também é oportuno, pois a expectativa é de retomada de crescimento no próximo ano quando as operações da empresa já estarão em pleno funcionamento garantido assim o máximo de rentabilização logo no início da retomada do consumo.

O capital necessário para iniciar o negócio é composto pelo investimento em infraestrutura e instalações e pelo capital de giro que deve estar disponível no início das operações.

Os valores são: R\$190.000,00 de investimento e R\$75.000,00 de capital de giro.

Com base no exposto neste documento, principalmente no item 6.1, recomendo ao investidor seguir com este empreendimento.

## 8. Anexos

Tabela do simples Nacional é apresentada na tabela 10 abaixo.

Alíquotas e Partilha do Simples Nacional - Receitas decorrentes da prestação de serviços

Receita Bruta em 12 meses (em R\$)	Alíquota	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	ISS
Até 180.000,00	4,50%	0,00%	1,22%	1,28%	0,00%	2,00%
De 180.000,01 a 360.000,00	6,54%	0,00%	1,84%	1,91%	0,00%	2,79%
De 360.000,01 a 540.000,00	7,70%	0,16%	1,85%	1,95%	0,24%	3,50%
De 540.000,01 a 720.000,00	8,49%	0,52%	1,87%	1,99%	0,27%	3,84%
De 720.000,01 a 900.000,00	8,97%	0,89%	1,89%	2,03%	0,29%	3,87%
De 900.000,01 a 1.080.000,00	9,78%	1,25%	1,91%	2,07%	0,32%	4,23%
De 1.080.000,01 a 1.260.000,00	10,26%	1,62%	1,93%	2,11%	0,34%	4,26%
De 1.260.000,01 a 1.440.000,00	10,76%	2,00%	1,95%	2,15%	0,35%	4,31%
De 1.440.000,01 a 1.620.000,00	11,51%	2,37%	1,97%	2,19%	0,37%	4,61%
De 1.620.000,01 a 1.800.000,00	12,00%	2,74%	2,00%	2,23%	0,38%	4,65%
De 1.800.000,01 a 1.980.000,00	12,80%	3,12%	2,01%	2,27%	0,40%	5,00%
De 1.980.000,01 a 2.160.000,00	13,25%	3,49%	2,03%	2,31%	0,42%	5,00%
De 2.160.000,01 a 2.340.000,00	13,70%	3,86%	2,05%	2,35%	0,44%	5,00%
De 2.340.000,01 a 2.520.000,00	14,15%	4,23%	2,07%	2,39%	0,46%	5,00%
De 2.520.000,01 a 2.700.000,00	14,60%	4,60%	2,10%	2,43%	0,47%	5,00%
De 2.700.000,01 a 2.880.000,00	15,05%	4,90%	2,19%	2,47%	0,49%	5,00%
De 2.880.000,01 a 3.060.000,00	15,50%	5,21%	2,27%	2,51%	0,51%	5,00%
De 3.060.000,01 a 3.240.000,00	15,95%	5,51%	2,36%	2,55%	0,53%	5,00%
De 3.240.000,01 a 3.420.000,00	16,40%	5,81%	2,45%	2,59%	0,55%	5,00%
De 3.420.000,01 a 3.600.000,00	16,85%	6,12%	2,53%	2,63%	0,57%	5,00%

Tabela 10

## Referências Bibliográficas

Sebrae Nacional, Demandas do mercado de móveis e decoração para o público masculino

Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Demandas-do-mercado-de-m%C3%B3veis-e-decora%C3%A7%C3%A3o-para-o-p%C3%BAblico-masculino>>

Acessado em: 15 out. 2015

Agência Curitiba, Rendimento das Pessoas Responsáveis Moradoras Em Domicílios Particulares Permanentes Por Classe Em Curitiba - 2010

Disponível em: <<http://www.agencia.curitiba.pr.gov.br/publico/conteudo.aspx?codigo=49>>

Acessado em: 20 out. 2015

IBGE, evolução populacional e pirâmide etária

Disponível em:

<<http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/populacao.php?lang=&codmun=410690&search=paranalcuritibalinfo%EFicos:-evolu%E7%E3o-populacional-e-pir%E2mide-et%E1ria>>

Acessado em: 20 out. 2015

Endereço eletrônico das imagens ilustrativas:

<https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQEK6SZT4BakjAT0uZqEmrUDtRZV9eN8N9T0zm6Bs-kFfmP5cNZHQ>

<https://encrypted-tbn2.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQmYdBP1Ue-afVtIQe9xdb8h27zoMyLajm4-XuAjYOsJ7XUQXfC>

[https://encrypted-tbn1.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQduCc6mB-\\_\\_Oq4s-iGivPeFY11q7eJI56XtuGpLzTQdEzrz6pU](https://encrypted-tbn1.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQduCc6mB-__Oq4s-iGivPeFY11q7eJI56XtuGpLzTQdEzrz6pU)