

**FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS
INSTITUTO SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS**

**ISIDORO LOPES
FABIOLA MESQUITA
GUILHERME WAHRHALFTIG
PERI SANGLARD
ROBSON PRIVADO
DANIEL SPINELLI
TIAGO VOLPATO**

**PLANO DE NEGÓCIOS
FUNTASTIC**

**CURITIBA
2012**

ISIDORO LOPES
FABIOLA MESQUITA
GUILHERME WAHRHALFTIG
PERI SANGLARD
ROBSON PRIVADO
DANIEL SPINELLI
TIAGO VOLPATO

PLANO DE NEGÓCIOS - FUNTASTIC

Trabalho de conclusão de curso
apresentado como requisito, do MBA em
Gestão Estratégica de Empresas, do
Instituto Superior de Administração e
Economia da Fundação Getúlio Vargas.
Orientador: Prof. Augusto Dalla Vecchia

CURITIBA
2012

Plano de negócios FUNtastic / Isidoro Lopes / Daniel Spinelli / Fabiola Mesquita / Guilherme Wahrhaltig / Peri Sanglard / Robson Privado / Tiago Volpato; orientador Augusto Dalla Vecchia – Curitiba: ISAE/ FGV, 2012.

Trabalho de conclusão de curso – Instituto Superior de Administração e Economia da Fundação Getúlio Vargas, FGV Management, MBA em Gestão Estratégica de Empresas, 2012.

1. Entretenimento. 2. Diversão.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS
PROGRAMA FGV MANAGEMENT
MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

O Trabalho de Conclusão de Curso
“Pano de negócios FUNTastic”

elaborado por Isidoro Lopes / Daniel Spinelli / Fabiola Mesquita / Guilherme
Wahrhaltig / Peri Sanglard / Robson Privado / Tiago Volpato

e aprovado pela Coordenação Acadêmica do MBA em Gestão Estratégica de
Empresas, foi aceito como requisito para obtenção do certificado do curso de pós-
graduação, nível de especialização, do Programa FGV Management.

Curitiba, 30 de Outubro de 2012

Antônio André Neto
Coordenador

Augusto Dalla Vecchia
Professor Orientador

RESUMO

A partir de um desejo não atendido, nasceu a ideia do nosso negócio e uma excelente oportunidade. O conceito de *buffet* infantil é altamente rentável e muito explorado no mercado, mas inexistente para o público adulto.

Neste espaço se vê a diversão das crianças que aproveitam o melhor da sua infância, brincando ao máximo.

Agora, quando pensamos nas possibilidades de entretenimento para o público adulto, só encontramos bares e restaurantes que deixam de oferecer algo diferente e inovador.

Foi neste cenário e sentimento de desejo não atendido que nasceu a oportunidade que os empreendedores têm a pretensão de atuar.

A casa FUNtastic oferecerá ao seu público entretenimento para promover a diversão.

E este espaço contará com brinquedos diversos geridos por agendamento eletrônico. Ou seja, entre uma brincadeira e outra você continuará curtindo com seus amigos, familiares e colegas de trabalho a boa comida, bebida e música.

O espaço atuará em regime de casa fechada e aberta em dias e horários definidos.

A FUNtastic estará preparada para atender exclusivamente a um evento ou promover pequenos eventos ao mesmo tempo e ainda ter a casa aberta ao público em geral.

Inovaremos porque teremos uma casa de eventos com clima de bar e neste mesmo lugar teremos brinquedos para nossos clientes se divertirem além da música, bebida e comida, tradicionalmente oferecida. Os nossos brinquedos serão especialmente desenvolvidos e pensados para gerar atração e efetiva diversão do público adulto.

Serão algumas de nossas opções de entretenimento: Arco e Flecha, Video Game, Autorama, Boliche, Cama elástica, Escalada, Tirolesa, Touro Mecânico.

Existiremos para promover entretenimento, bem estar e relacionamento interpessoal com diversão de qualidade.

Seremos a melhor referência de diversão e a melhor opção de entretenimento da cidade, sendo eficientes e lucrativos com um time comprometido e capaz de prestar atendimento em alto nível.

Trabalharemos comprometidos , mas nos divertiremos, seremos apaixonados por atender e servir com qualidade.

Na comida nossos clientes poderão escolher as opções que mais lhe agradem: Petiscos Volantes, servidos sem precisar pedir; *Buffet- Self Service* – cliente escolhe o *menu*; *Menu Selecionado* – cliente escolhe o que será servido; Espaço *Gourmet* – cliente é o chefe, os ingredientes e espaço são nossos.

Na bebida também teremos a oferecer: Barril de Chopp - *Self Service*, cliente se serve a todo momento e o quanto desejar, não precisa esperar o garçom passar e até um Mini Bar – *Barman* exclusivo para preparar a sua bebida.

A pedido do cliente, o espaço poderá ser personalizado, com ambientação a sua escolha, disponíveis num cardápio de opções de temas. Nós cuidaremos da ambientação: da música, da comida, da bebida e até dos trajes da nossa equipe.

No nosso *mix* de serviços há possibilidade de termos mais de um evento ao mesmo tempo ou da casa estar aberta para atendimento ao público em geral assim, pensamos também na sistemática para operar os brinquedos e permitir que todos se divirtam.

A casa contará com agendamento eletrônico dos brinquedos para evitar desperdício de tempo em filas.

Isso mesmo, enquanto o brinquedo não está disponível nosso cliente continua se divertindo e curtindo a ambientação, boa comida e bebida com seus amigos.

Haverá um *sistema de divulgação eletrônica* que indicará em tempo real a disponibilidade dos brinquedos e os próximos horários para agendamento. Bastará selecionar o brinquedo desejado e horário.

Haverá dois painéis com os horários e disponibilidade de agendamento: um na entrada e outro no salão.

No salão haverá totens para o agendamento dos brinquedos com a impressão do cupom com código de barras para acesso ao brinquedo no horário programado.

Enfim, a FUNtastic é um espaço diferenciado que proporcionará momentos de descontração e diversão, proporcionando conforto e um excelente atendimento. Um negócio inovador, rentável e escalonável, uma ótima oportunidade de investir e uma tentação para ser um cliente assíduo.

O projeto necessita de um investimento inicial de R\$ 858.200,00 (oitocentos e cinquenta e oito mil e duzentos reais), sendo R\$ 100.000,00 (cem mil reais) de capital próprio dos sócios empreendedores, R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais)

de capital próprio dos sócios investidores e R\$ 358.200,00 (trezentos e cinquenta e oito mil e duzentos reais) proveniente de empréstimo bancário.

A projeção de vendas do projeto é de 2 milhões de reais em média por ano, com um lucro líquido anual de 630 mil reais em média. A previsão de fluxo de caixa apresenta um saldo final de 2,6 milhões de reais no final do quinto ano de operação.

Na tabela abaixo temos os principais indicadores financeiros do projeto:

TIR	14%
Taxa Juros	0,80% am
VPL	R\$ 2.009.634
Pay Back	18 meses

SUMÁRIO

OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO.....	10
<i>Negócio</i>	11
<i>Missão</i>	11
<i>Valores</i>	12
ORGANIZAÇÃO SOCIETÁRIA	12
PROPOSTA DE VALOR.....	13
Vantagem competitiva.....	14
Descrição das atividades.....	14
Gestão de Pessoas - Capacitação dos Funcionários.....	23
O MERCADO	24
Segmentação Clientes.....	24
Estudo dos Concorrentes	25
Pontos Fortes e Fracos de bares e restaurantes:	25
Fortes	26
Fracos.....	26
ANÁLISE DO NEGÓCIO FRENTE AO MERCADO	26
Novos Entrantes.....	26
Produtos ou Serviços Substitutos	26
Concorrentes	27
Poder dos Fornecedores	27
Poder dos Compradores.....	27
Análise de Rivalidade no Setor.....	27
Fortalezas.....	28
Fraquezas	28
Oportunidades	28
• Parcerias com empresas para eventos;.....	28
Ameaças.....	28
Mix de Produtos	29
Promoção	31
Preço.....	32
Localização	33
COMERCIALIZAÇÃO.....	34
O MODELO DE NEGÓCIO	34
Proposta de Valor que será entregue aos Clientes:	34
Principais indicadores de Performance:.....	35
Tamanho da Operação:	36

Fatores Críticos de Sucesso no Aspecto Operacional:	37
OPERACIONALIZAÇÃO	38
INFORMAÇÕES FINANCEIRAS	45
Investimento Inicial	45
Plano de vendas	45
DRE	46
Fluxo de caixa	47
Balanço Patrimonial.....	47
CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO	48
CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
Conclusão	49
ANEXOS	50
APÊNDICES.....	56
APÊNDICE A- DIRETRIZES ESTRATÉGICAS FUNtastic.....	57

OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO

Infinitas são as opções para comemorações, celebrações entre amigos, familiares e até mesmo para grupos de empresas, em bares, restaurantes e espaço de eventos, alocados também em hotéis. Mas, algo diferente que possa propiciar a diversão, que vá além da boa comida e bebida, aí sim, está diante de um cenário bem diferente e com muitas oportunidades para explorar.

Definitivamente, há espaço para uma oportunidade de entretenimento diferenciado e o mercado carece disso. É exatamente neste contexto e nicho que temos a pretensão de atuar.

Nossa proposta de negócio é uma casa de entretenimento que ofereça desde um evento fechado e exclusivo ou apenas espaços reservados e contará com opções de brinquedos diferenciados com agendamento eletrônico e até ambiente personalizado. Enfim, tudo voltado para diversão.

Buffet é um negócio que está relacionado à realização de sonhos das pessoas. Conseguiremos em um único espaço promover a exclusividade do Buffet mesmo não sendo o espaço exclusivo e poderão propiciar a comemoração de sonhos que estão ligados a datas importantes, como: nascimento, aniversário, casamento, formatura, bodas, reencontros familiares e confraternizações diversas.

Festas dessa natureza exigem que nenhum detalhe seja esquecido, pois o momento sonhado não pode virar pesadelo. Logo, é uma atividade que requer planejamento compartilhado com os clientes e execução impecável. Realizar festas especiais envolve uma série de itens, seja o tema do momento, a criatividade do convite, a filmagem dos momentos que ficarão para sempre, a produção do ambiente, a música, as atividades de entretenimento para os convidados e as guloseimas que serão servidas.

A ideia do projeto FUNtastic foi inspirada no segmento de *buffets* infantis, especializados na diversão de crianças e ausência de oferta ao público adulto. Vislumbramos a oportunidade porque a demanda está reprimida e é um desejo ainda não atendido.

Teremos a oferecer diversões que realmente integrem como pista de boliche; autorama; arco e flecha; escalada; cama elástica; touro mecânico. E claro, o melhor com pista de dança e barzinho para um momento de degustação de boa bebida.

Profissionais diferenciados também não faltarão em nosso espaço, como caricaturistas para a todo tempo levar a diversão e integrar todos os presentes no evento.

Pretendemos explorar o máximo do potencial do nosso espaço, por isso que diversão é a nossa palavra chave.

No aspecto pessoal pretendemos atingir o público adulto, principalmente “business people” que potencialmente valorizam o entretenimento e a diversão de qualidade com pontualidade, valorizando cada minuto do seu tempo.

FUNtastic espera que seu cliente utilize o espaço e os serviços para se divertir com qualidade, diferenciando-se das outras opções oferecidas pelo mercado com um novo conceito. Esse novo conceito proporcionará ao cliente economia do seu tempo, diversão sem surpresas desagradáveis, correria, filas ou atrasos, sentimento de bem estar para consigo e com os outros, diversão sem preocupação.

E nesse contexto, definimos as nossas diretrizes estratégicas do Espaço FUNtastic:

A nossa empresa adotará a estratégia de enfoque porque enfocaremos em um determinado grupo comprador: o público adulto.

Não atuaremos de forma ampla ou diversificada, mas sim com enfoque que tem por conceito ser essencialmente direcionado para demanda.

É nesse contexto que definimos a nossa estratégia e promoveremos a diversão apenas do público adulto, nos relacionamentos familiares, pessoais e profissionais. Não abriremos o segmento para atendimento de crianças e adolescentes e nos tornaremos especializados neste segmento.

Negócio

FUNtastic é uma casa de entretenimento que oferece diversão diferenciada em um ambiente exclusivo.

Missão

FUNtastic existe para promover entretenimento, bem estar e relacionamento interpessoal com diversão de qualidade.

Visão

Ser a melhor referência de diversão na região onde atuamos, ser a melhor opção de entretenimento da cidade, ser eficiente e lucrativo, ser o time mais comprometido com o bem estar das pessoas garantindo a melhor experiência de diversão para nossos clientes.

Valores

Trabalhamos duro e nos divertimos.

Tratamos todos com respeito.

Curtimos o que fazemos.

Obcecados por atender e servir com qualidade.

ORGANIZAÇÃO SOCIETÁRIA

A sociedade será constituída na forma de LTDA com a responsabilidade dos sócios limitada ao capital integralizado.

O capital social será de R\$ 500.000,00 (cem mil reais), sendo que cada quota terá o valor de R\$ 1,00 (um real), a ser integralizado imediatamente após o registro da sociedade.

As quotas societárias serão divididas na seguinte proporção:

- 70% das quotas serão destinadas aos sócios empreendedores – R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais), divididas, igualmente, para cada sócio empreendedor, sendo que cada um ficará com 10% das quotas totais.
- 30% das quotas aos investidores – R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais).



PROPOSTA DE VALOR

A FUNtastic é uma casa de eventos inovadora que oferece diversão e gastronomia em um espaço “FUNtástico”, com objetivo de proporcionar ambiente e entretenimento de alta qualidade, promovendo o bem estar de nossos clientes e sempre inovando os nossos serviços. Profissionais qualificados priorizam a pontualidade e a adaptação de nossos serviços para atender comemorações diversas.

Contaremos com uma infraestrutura adequada e especializada neste segmento, um espaço onde em um só lugar, reúna opções de entretenimento e momentos agradáveis ao nosso público alvo.

Oferecer um espaço como este é de pouca barreira aos entrantes, sabendo disso, nossa vantagem competitiva não estará apenas no espaço e nas opções de divertimentos propostas.

Vamos atuar focados para promover o melhor ambiente de diversão e para isso investiremos em nossa equipe com intenso treinamento e sempre buscaremos reinventar nas opções de nossos brinquedos.

Investiremos na constante inovação e renovação dos nossos conceitos de diversão.

Vantagem competitiva

Será a união de opções de diversão, equipe e constantes inovações.

Nossos colaboradores internos estarão presentes a todo o momento e serão treinados para promover a diversão. Afinal, queremos conquistar o mercado sendo referência em espaço para diversão nas Cidades onde atuamos.

Com certeza, será o investimento em nossos recursos humanos e estruturação de uma equipe especializada, comprometida com que faz e apaixonada, a forma como concretizaremos a diversão porque existiremos para sempre inovar e fortalecer os relacionamentos interpessoais dos nossos clientes.

Todos os nossos valores estão embasados no que buscamos como diferencial competitivo: o compromisso com o entretenimento, a constante inovação e um ambiente extremamente agradável e gentil.

Estamos dizendo que todos estes brinquedos serão um meio de integrar, mas não apostaremos neles como sendo o único diferencial porque os nossos colaboradores estarão preparados para promover o nosso negócio.

Descrição das atividades

Gerente Geral

Missão do cargo: Gerenciar, organizar, comandar e controlar políticas de recursos humanos, visando o aperfeiçoamento contínuo dos funcionários. Controlar o processo de compra e otimizar recursos financeiros.

Atividades Rotineiras:

- Definir o perfil dos funcionários juntamente com as áreas fins;
- Analisar e arquivar os currículos;
- Agendar e entrevistar os candidatos;
- Elaborar a programação de capacitação;
- Desenvolver atividades voltadas à reciclagem dos funcionários;
- Controlar a folha ponto dos funcionários;
- Controlar carteira de fornecedores;
- Negociar preços e formas de pagamento;
- Otimizar os estoques do restaurante;
- Elaborar os processos de compras.

Atividades Periódicas:

- Dar feedback aos funcionários juntamente com as áreas fins;
- Promover cursos de aperfeiçoamento de acordo com as atividades desenvolvidas;
- Controlar os processos rescisórios;
- Realizar os processos de demissão.

Escolaridade: Formação em Administração de Empresas

Conhecimentos técnicos: Sistemas de folha de pagamento e compras, gestão de recursos humanos.

Competências interpessoais: Organização, criatividade, flexibilidade, iniciativa, habilidade de comunicação (oral e escrita), facilidade no relacionamento interpessoal.

Experiência: 5 anos em casas noturnas e 2 anos com liderança de pessoas.

Responsabilidades: gestão de pessoal (contratação, capacitação, reciclagem, demissão e folha de pagamento) e compras.

Carga Horária: 44 horas semanais.

Cozinheiro

Missão do cargo: Preparação dos alimentos oferecidos nos eventos.

Cargo hierarquicamente superior: Gerente Geral

Cargo hierarquicamente inferior: Auxiliares de cozinha

Atividades Rotineiras:

- Efetuar manipulação e preparação do buffet oferecido nos eventos de acordo com as normas estabelecidas pelo Nutricionista;
- Observar os tempos de preparo de alimentos estabelecidos pela Gerência, de forma a garantir que a reposição dos alimentos seja feita com a velocidade e eficiência necessárias;
- Observar as boas práticas de manipulação e preparo de alimentos.

- Em conjunto com o Nutricionista, orientar as atividades dos Auxiliares de cozinha, de forma que atendam as necessidades de reposição dos alimentos seja feita com a velocidade e eficiência necessárias.

Escolaridade: Ensino Médio completo.

Conhecimentos técnicos: Culinária e boas práticas de manipulação e preparo de alimentos.

Competências interpessoais: Organização, iniciativa, facilidade no relacionamento interpessoal.

Experiência: 3 anos

Responsabilidades: Preparo dos alimentos servidos nos eventos

Carga Horária: 44 horas semanais.

Auxiliar de Cozinha

Missão do cargo: Auxiliar Nutricionista e o Cozinheiro na Preparação dos alimentos oferecidos nos eventos e efetuar limpeza da cozinha sempre ao final do atendimento dos clientes.

Cargo hierarquicamente superior: Cozinheiro

Cargo hierarquicamente inferior: Não existe

Atividades Rotineiras:

- Auxiliar Nutricionista e Cozinheiro na Preparação dos alimentos oferecidos nos eventos;
- Efetuar limpeza da cozinha sempre ao final do atendimento dos clientes do Restaurante;
- Observar os tempos de preparo de alimentos estabelecidos pela Gerência, atendendo às solicitações do Cozinheiro;
- Observar as boas práticas de manipulação e preparo de alimentos.

Atividades Periódicas:

- Limpeza semanal (aos sábados). Neste dia, deve-se, sob a orientação da Gerência efetuar limpeza mais aprofundada dos equipamentos de cozinha.

Escolaridade: Ensino Médio completo.

Conhecimentos técnicos: Culinária e boa prática de manipulação e preparo de alimentos, zeladoria de cozinha.

Competências interpessoais: Organização, iniciativa, facilidade no relacionamento interpessoal.

Experiência: 1 ano

Responsabilidades: Auxílio no preparo dos alimentos servidos nos eventos; higiene da Cozinha.

Carga Horária: 44 horas semanais.

Vendedor

Missão do cargo: Responsável pela prospecção de clientes, através de diferentes meios, como visitas a empresas, realização de contrato com rádios, revistas, etc, buscando atrair o maior número de clientes possíveis.

Cargo hierarquicamente superior: Gerente Geral

Cargo hierarquicamente inferior: Não existe

Atividades Rotineiras:

- Prospecção de novos clientes
- Busca de parceiros para a divulgação do espaço
- Análise de meios de comunicação para a realização de propagandas

Escolaridade: Desejável Superior Completo

Conhecimentos técnicos: Conhecimento de Informática (Word e Excel), experiência comprovada com vendas externas

Competências interpessoais: Iniciativa, dinamismo, e capacidade de trabalho em equipe. Organização pessoal, bom gerenciamento de tempo e flexibilidade de horários.

Experiência: Desejável 2 anos na área

Carga Horária: 44 horas semanais.

Auxiliar Administrativo

Missão do cargo: Executar tarefas específicas e rotinas administrativas, financeiras e assessorar o Gerente Geral no desempenho das mesmas.

Cargo hierarquicamente superior: Gerente Geral

Cargo hierarquicamente inferior: Não existe

Atividades Rotineiras:

- Realizar as tarefas e rotinas administrativas (preenchimento de fichas e prontuários, organização do atendimento; organização e manutenção do arquivo e armário de materiais, organização do espaço de atendimento e escritório; atendimento e contatos telefônicos; agendamento das atividades internas e externas do projeto; digitação de relatórios, formulários e demais documentos, controle de livro de ponto, etc)
- Auxiliar no controle e gestão dos recursos financeiros e logísticos (rotinas de estoque e controle de caixa, entrega de contracheques da equipe, recolhimento de recibos e cópias, controle dos vales transporte, recepção, controle e estoque de material e medicamentos, etc)
- Zelo e conservação do material da organização;

Escolaridade: Ensino Médio completo.

Conhecimentos técnicos: Conhecimento de Informática (Word, excel) e serviços de escritório.

Competências interpessoais: Iniciativa, dinamismo, e capacidade de trabalho em equipe. Organização pessoal, bom gerenciamento de tempo e flexibilidade para auxiliar em outras necessidades da equipe;

Experiência: Desejável 1 ano na área

Carga Horária: 44 horas semanais.

Técnico dos brinquedos

Missão do cargo: Auxiliar os clientes nas atividades com os brinquedos, visando ao entretenimento e à integração social.

Cargo hierarquicamente superior: Gerente Geral

Cargo hierarquicamente inferior: Não existe

Atividades Rotineiras:

- Orientar e acompanhar os clientes nas atividades dos brinquedos, de acordo com o limite de idade e condições físicas de cada um.
- Ensinar e/ou demonstrar as atividades propostas.
- Manter em condições adequadas os equipamentos e materiais para recreação.
- Identificar áreas e situações de risco bem como sua prevenção
- Participar de programa de treinamento, quando convocado.
- Executar tarefas pertinentes à área de atuação, utilizando-se de equipamentos de medição e de programas de informática.

Escolaridade: Ensino Médio completo.

Conhecimentos técnicos: Conhecimento de Informática (Word, excel) e serviços de escritório.

Competências interpessoais: Demonstrar atenção, iniciativa, paciência, trabalhar em equipe, extroversão, empatia, criatividade.

Experiência: Não necessária

Carga Horária: 44 horas semanais.

Operador de caixa

Missão do cargo: Receber valores de vendas de produtos e serviços, controlar numerários e valores do seu caixa, vender bilhetes e ingressos e preencher formulários e relatórios administrativos.

Cargo hierarquicamente superior: Gerente Geral

Cargo hierarquicamente inferior: Não existe

Atividades Rotineiras:

- Receber os valores de vendas dos produtos e serviços oferecidos na casa, bem como controlar a entrada e saída de seu caixa.
- Participar de programa de treinamento, quando convocado.
- Executar tarefas pertinentes à área de atuação, utilizando-se de equipamentos de medição e de programas de informática.

Escolaridade: Ensino Médio completo.

Conhecimentos técnicos: Conhecimento básico de Informática

Competências interpessoais: Demonstrar atenção, iniciativa, paciência, trabalhar em equipe, empatia.

Experiência: Desejável 1 ano na área

Carga Horária: 44 horas semanais

Garçom

Missão do cargo: Atender os clientes, recepcionando-os e servindo refeições e bebidas, montar e desmontar o salão (mesas e cadeiras), organizar, conferir e controlar materiais de trabalho. Preparar bebidas, realizando também serviços de vinhos.

Cargo hierarquicamente superior: Gerente Geral

Cargo hierarquicamente inferior: Não existe

Atividades Rotineiras:

- Participar de programa de treinamento, quando convocado.

Escolaridade: Desejável Ensino Médio completo.

Conhecimentos técnicos: Conhecimento e habilidades comprovadas como garçom

Competências interpessoais: Demonstrar atenção, iniciativa, paciência, trabalhar em equipe, empatia.

Experiência: Desejável 2 anos na área

Carga Horária: 44 horas semanais.

Recepcionista

Missão do cargo: Recepcionar os clientes, leva-los até a mesa, auxiliá-los em escolhas, esclarecer dúvidas, entre demais atividades da função.

Cargo hierarquicamente superior: Gerente Geral

Cargo hierarquicamente inferior: Não existe

Atividades Rotineiras:

- Participar de programa de treinamento, quando convocado.

- Executar tarefas pertinentes à área de atuação, utilizando-se de equipamentos de medição e de programas de informática.

Escolaridade: Desejável Ensino Médio completo.

Conhecimentos técnicos: Conhecimento e habilidades comprovadas como recepcionista

Competências interpessoais: Demonstrar atenção, iniciativa, paciência, trabalhar em equipe, empatia.

Experiência: Desejável 1 ano na área

Carga Horária: 44 horas semanais.

Segurança

Missão do cargo: Realizar a segurança da casa, afim de prevenir possíveis incidentes e controlar a entrada e saída de clientes.

Cargo hierarquicamente superior: Gerente Geral

Cargo hierarquicamente inferior: Não existe

Atividades Rotineiras:

- Participar de programa de treinamento, quando convocado.

Escolaridade: Desejável Ensino Médio completo.

Conhecimentos técnicos: Conhecimento e habilidades comprovadas como segurança

Competências interpessoais: Demonstrar atenção, iniciativa, paciência, trabalhar em equipe, empatia.

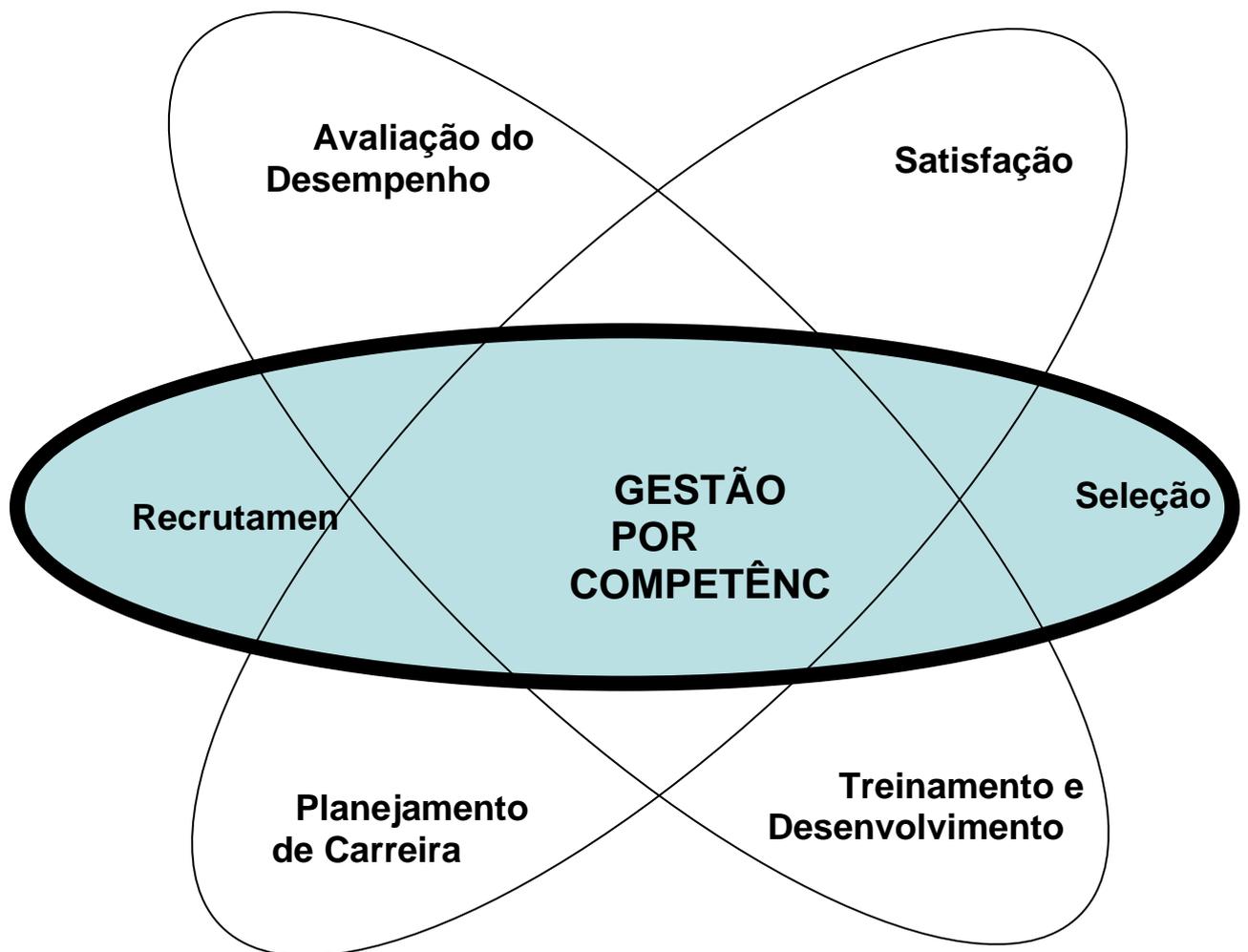
Experiência: Desejável 1 ano na área

Carga Horária: 44 horas semanais

GESTÃO DE PESSOAS – DIRETRIZES

O sistema de gestão de pessoas da FUNtastic foi planejado para ser o diferencial competitivo do negócio e para isto a gestão de pessoas deverá seguir um restrito plano de que foi estruturado em um sistema integrado e pode ser esquematizado conforme abaixo :

Gestão por Competências = Sistema integrado



O modelo de gestão por competências da FUNtastic tem o objetivo de atrair, selecionar, treinar e manter profissionais altamente qualificados, auto motivados e extremamente sensíveis as necessidades dos clientes. O foco principal será no servir e atender de forma impecável os clientes, propiciando uma experiência inigualável de atendimento desde o primeiro contato.

Nossos profissionais vão extrapolar no entretenimento e diversão, serão tratados com respeito para que possam tratar os clientes com extrema delicadeza e cuidado.

Para que esse diferencial seja parte integrante da cultura e do negócio da FUNtastic a gestão dos recursos humanos será estruturada para implementar e conduzir as melhores e mais modernas práticas de motivação e satisfação no trabalho.

A motivação para o trabalho em equipe será altamente valorizada e possui um objetivo: o atendimento às necessidades dos clientes.

Alguns fatores motivacionais que estarão sendo monitorados e definidos como fatores críticos para manutenção da vantagem competitiva da FUNtastic são : Salário competitivo, reconhecimento pelo desempenho, condições adequadas de trabalho e oportunidade de crescimento.

O sistema de remuneração será composto por uma parte fixa e outra variável para todos os funcionários, apoiada em metas por setor e geral da empresa. Obviamente indicadores de satisfação dos clientes, crescimento do negócio e desempenho individual serão mensurados para avaliação total dos colaboradores da FUNtastic.

Gestão de Pessoas - Avaliação de Desempenho e do Potencial dos profissionais:

- Sistema de Avaliação 360º graus semestral;
- Programa de identificação de talentos internos;

Uma empresa de assessoria em RH apoiará na gestão e realizará a operação dos dois projetos citados acima.

Gestão de Pessoas - Capacitação dos Funcionários

A gestão da capacitação dos funcionários será feita através de um plano de capacitação por função na empresa o qual será gerenciado pelo coordenador de RH da empresa. O levantamento das necessidades de treinamento e desenvolvimento será elaborado baseado nas competências necessárias para o start-up do negócio e será retroalimentado a cada ciclo de avaliação de desempenho e das competências exigidas.

As competências essenciais para a FUNtastic são :

- Orientação para o cliente – SATISFAÇÃO
- Incentivar a diversão em equipe – DIVERSÃO
- Iniciativa
- Adaptabilidade
- Autoconfiança
- Integridade
- Comprometimento

O MERCADO

Segmentação Clientes

O conceito Funtastic é voltado para adultos residentes em Curitiba, solteiros ou casados ainda sem filhos, ou com filhos pequenos, com escolaridade de nível médio à superior completo, entre 23 e 45 anos, idade em que os mesmos ainda têm a vontade de aproveitar o conceito e já podem arcar com seus custos diferenciados, geralmente iniciando uma atratividade ao conceito logo após formados, permanecendo até a idade em que fisicamente as atrações não mais os atraem.

Considerando que o valor do ingresso ao espaço Funtastic girará em torno de R\$ 85,00 por pessoa e que, pelos dados do IBGE, uma família investe, em média, 1,6% de seu rendimento mensal em Recreação e Cultura, temos a seguinte estrutura de investimento:

- Classe A1 – Média investida: R\$ 155,73 ou mais (aproximadamente à vista);
- Classe A2 – Média investida: de R\$ 105,02 à 155,72 (aprox. à vista);
- Classe B1 – Média investida: de R\$ 55,67 à 105,01 (aprox. 02 parcelas);
- Classe B2 – Média investida: de R\$ 32,20 à 55,66 (aprox. 03 parcelas);
- Classe C1 – Média investida: de R\$ 19,11 à 32,19 (aprox. 05 parcelas);

Percebe-se que abaixo das classes citadas, dificilmente haverá poder de compra para o ingresso do nosso conceito, razão pela qual definimos claramente que nossos alvos são os clientes das classes A, B e C1, visto que o preço final está em torno de R\$ 115,00 por pessoa, considerando ingresso e comida.

Classes	% da população	Renda Média Mensal Familiar (R\$ / pessoa)	
		de	até
Classe A 1	1%	9.733,47	acima
Classe A 2	4%	6.563,73	9.733,47
Classe B 1	9%	3.479,36	6.563,73
Classe B 2	15%	2.012,67	3.479,36
Classe C 1	21%	1.194,53	2.012,67
Classe C 2	22%	726,26	1.194,53
Classe D	25%	484,97	726,26
Classe E	3%	276,7	484,97
Classe Média (renda aprox.)		1.500,00	2.600,00

Estudo dos Concorrentes

Os concorrentes diretos para os clientes acima ainda não existem, porém, podemos elencar uma gama enorme de concorrentes indiretos que fazem frente ao conceito que está se desenvolvendo, como bares, restaurantes, cinemas, boliche, karaoke, paintball, airsoft, kart e outras atrações do gênero.

O mercado que o empreendimento busca atender hoje é ocupado principalmente por bares e restaurantes para as comemorações e confraternizações de pessoa física, por hotéis e salões de eventos para as confraternizações dos clientes pessoa jurídica.

Curitiba tem cerca de 150 bares, mais de 350 restaurantes cadastrados pela ABRASEL-PR e 150 hotéis com possibilidade de atender eventos.

Empresas de médio e grande porte na grande Curitiba (IPPUC 2008)					
Porte da empresa (número de funcionários)	Indústria	Prestação de Serviços	Construção Civil	Comércio	
Média (100 a 499)	98	306	32	116	
Grande (500 ou mais)	20	109	6	2	

Pontos Fortes e Fracos de bares e restaurantes:

Fortes

Disponibilidade e facilidade

Preços acessíveis

Possibilidade de fácil divisão de custos

Fracos

Apenas um tipo de entretenimento

Falta privacidade

Ambiente pouco agradável para relacionamentos interpessoais

ANÁLISE DO NEGÓCIO FRENTE AO MERCADO

O ritmo acelerado de vida da população das cidades e a crescente especialização desse segmento de negócio têm sido responsáveis pelo crescimento do setor, em face da comodidade que oferece. Fazer uma festa ou uma recepção em um buffet implica apenas em contratar uma empresa, reunir os amigos e abrir os presentes.

O mercado de realização de festas e eventos apresenta nível de crescimento acelerado.

Novos Entrantes

A facilidade de se iniciar ou se adentrar no negócio é relativamente simples, visto a "febre" ocorrida na abertura de buffet's infantis em todas as cidades. Não existe nenhuma barreira tecnológica e é de fácil imitabilidade. Os equipamentos não são exclusivos e o investimento inicial é relativamente baixo, apesar de ser necessário o aluguel ou compra de um local numa área de classe média alta com facilidade de estacionamento. Desta forma pensamos que o potencial de novos entrantes é alto.

Produtos ou Serviços Substitutos

Alguns serviços substitutivos como o "Party Maker" que prepara o evento na sua casa, assim como as pistas de Kart que oferecem além da corrida de Kart um espaço para eventos são considerados de baixa influência devido à baixa atratividade e limitação das ofertas de serviços e diversões.

Outro serviço substituto que merece comentário são os espaços para locação dedicados para eventos. Estes espaços oferecem uma boa infraestrutura, porém não oferecem o serviço do entretenimento e nenhuma opção de diversão sendo necessária a contratação de várias empresas para a execução de um evento.

Concorrentes

A análise da concorrência demonstra um cenário de competitividade médio devido à cultura da saída para bares, restaurantes e até mesmo discotecas. A opção entre fazer um evento na própria residência ou fora é considerado baixo, pois, atualmente cada vez mais, as pessoas evitam o grande trabalho de preparação e arrumação pré e pós evento devido a limitação do tempo.

Outra concorrência que tem algumas opções de entretenimento, espaço para comemorações são as pistas de boliche, que além do boliche oferecem algumas mesas de sinuca, bar e até mesmo alguns brinquedos eletrônicos tipo fliperama, porém, os ambientes não são únicos atendendo vários grupos ao mesmo tempo sem aquele "ar" de intimidade e conforto de um evento único, dedicado e moldado no gosto do cliente.

Poder dos Fornecedores

O poder dos fornecedores é considerado médio, pois, alguns serão muitas vezes maiores e nosso negócio não será representativo no "share of wallet" do fornecedor (fornecedor de alimentos e bebidas) porém para alguns fornecedores seremos importantes como é no caso das pequenas empresas de locações de equipamentos como Kart, mini-golfe, etc.

Poder dos Compradores

Na análise do poder dos compradores concluímos que é de nível baixo. Concluímos desta forma analisando as baixas opções disponíveis de entretenimento deste porte além do alto conforto, comodidade, praticidade facilidade de obter o serviço, sem a necessidade de gastar tempo na preparação pré e pós evento.

Análise de Rivalidade no Setor

Considerada de média para baixa primeiramente pela relativa novidade do negócio, porém, não podemos deixar de se preocupar com a facilidade de imitação e cópia do modelo de negócio.

ANÁLISE SWOT

Fortalezas

- Não haver necessidade de investimento inicial em equipamentos podendo a grande maioria ser alugada;
- Não necessidade de compra de imóvel podendo ser locado;
- Possibilidade de mudanças de cenários a cada evento;
- Ofertar variadas opções de diversão e temas;

Fraquezas

- Baixo ou nenhum conhecimento no ramo de entretenimento;
- Necessidade de local em área nobre e valorizada;
- Modificação do imóvel para adequação ao negócio;
- Capital de giro para o primeiro ano de operação;
- Fácil imitabilidade, pouca barreira de entrada;

Oportunidades

- Parcerias com empresas para eventos;
- Parcerias com consultorias de desenvolvimentos de times/equipes;
- Abertura de rede de franquias;

Ameaças

- Necessidade de alto investimento em marketing para divulgação;
- Acidente durante evento prejudicando a imagem do negócio;
- Obtenção de licença de operação devido a ruído;

MARKETING

Mix de Produtos

Política de Venda para Casa Aberta:

1 Serviços Disponíveis Integralmente (independentemente da forma da contratação):

1.1 Rodízio de Petiscos

1.2 Serviço de agendamento de utilização dos brinquedos

1.3 Pista de Dança com Música (agenda de aulas de dança)

2 Serviços Opcionais:

2.1 Bebidas / Comidas que não estejam no rodízios.

3 Forma de Compra:

3.1 Entrada Individual (Sujeito a disponibilidade de mesas)

3.2 Reserva de Mesa

Cliente liga e faz a reserva da mesa para pagamento no local, na hora do evento.

Desconto e possibilidade de pré-agendamento de brinquedos em caso de pagamento antecipado (Cartão de crédito ou depósito)

3.3 Eventos Semi-fechados (mínimo 16 pessoas). Pagamento de Sinal de Negócio antecipado. Inclui pré-agendamento dos brinquedos. Ver cardápio de serviços opcionais.

Política de Venda para Casa Fechada:

Disponível apenas nos dias horários previstos para eventos fechados. Ver cardápio de serviços opcionais.

Cardápio de Serviços Opcionais:

Serviço	Evento Semi-fechado	Casa Fechada
Garçons Exclusivos	x	x
Tematização do Ambiente		x
Cardápio do Rodízio Diferenciado	x	x
Convites para o evento (criação e disparo)	x	x
Serviço RSVP (confirmação de presença)	x	x
Cursos (Gastronomia, Dança, Vinhos, etc..)		x
Profissionais Especializados (Caricaturista, Mágico, Contador de História, Palhaço, Recreadores, etc..)		x
Serviço de controle de acesso a pessoas não pertencentes ao evento	x	

Planilha de Disponibilização da Casa:

	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sabado	Domingo
Manhã	ND	F	F	F	F	F	F
Tarde	ND	F	F	F	F	A	A
Noite	ND	F	F	A	A	A	A

F = Somente para Eventos Fechados

A = Casa Aberta ao Público

Horário de funcionamento:

- Eventos fechados
 - 9:00 às 12:00
 - 14:00 às 18:00
 - 19:00 às 00:00
- Eventos abertos
 - Quinta-feira -19:00 às 01:00
 - Sexta-feira -19:00 às s 02:00
 - Sábado - 14:00 às 02:00
 - Domingo - 14:00 às 00:00

Promoção

A promoção do espaço FUNtastic se dará em 3 estágios:

1 – Lançamento

Um grande esforço de comunicação será realizado com:

- Lançamento de um website
- 2 a 3 eventos com convidados VIPs na casa
- Blitz na noite curitibana
- Mala Direta para o departamento de Marketing das principais empresas

de Curitiba e Região

- Divulgação em revistas de Clube
- Redes Sociais (Facebook)
- Webmarketing com Adwords, SEO, Banners

2 – Fase Inicial

Nos três primeiros meses de funcionamento da casa haverá as seguintes ações:

- Campanha em redes sociais (Facebook)
- Webmarketing
- Visita do nosso atendimento externo às empresas
- Campanha em rádio
- Panfletagem na noite curitibana
- Promoções

3 – Fase Manutenção

Para a manutenção da promoção serão realizadas consistentemente as seguintes ações:

- Campanhas em redes sociais
- Webmarketing
- Processo de relacionamento com departamento de marketing das empresas
- Promoções esporádicas em rádios
- Boletim eletrônico e Telemarketing para clientes do espaço

- Promoções

Preço

Temos três formas para precificar:

- 1- Com base nos custos da FUNtastic somado ao markup esperado
- 2- Com base nos concorrentes
- 3- Com base nos consumidores.

Considerando que não encontramos concorrentes em nossa proposta de valor, apresentamos nossos preços com base exclusivamente no mercado consumidor, e realizamos a contabilidade inversa para viabilização do negócio.

Comparativamente temos:

	Emoção	Duração	Acesso	Média	Preço
Bares	2	4	5	3,67	R\$ 45,00
Restaurantes	1	3	5	3,00	R\$ 65,00
Cinemas	2	3	5	3,33	R\$ 50,00
Bolicho	3	3	3	3,00	R\$ 65,00
Karaoke	2	4	3	3,00	R\$ 80,00
Paintball	5	2	2	3,00	R\$ 100,00
Airsoft	5	2	2	3,00	R\$ 100,00
Kart	5	1	2	2,67	R\$ 150,00
Rapel	4	1	1	2,00	R\$ 180,00
Funtastic	4	5	4	4,33	R\$ 135,69

Na FUNtastic o preço médio por pessoa será de R\$ 50,00 (cinquenta reais) para eventos fechados e R\$ 70,00 (setenta reais) para os dias de casa aberta ao público.

Consideramos que o valor sugerido para a participação em um evento em grupo de amigos é um valor perfeitamente acessível à classe consumidora, para a proposta de serviço e entretenimento sugerida.

Foi considerada também a média de gastos em diversão e entretenimento realizado por adultos das classes consideradas como foco para estimativa da precificação do serviço.

Localização

Como o espaço FUNtastic trabalhará basicamente com grupos fechados, a localização deverá priorizar os seguintes critérios:

- Espaço que ofereça estacionamento
- Segurança
- Visibilidade para gerar curiosidade e interesse de quem passar na frente.

Desta forma, deve-se priorizar um local com fluxo de carros no perfil do nosso público-alvo. Por exemplo: Vias Rápidas de acesso ao Bigorriho e Ecovile. Av Nossa Senhora da Luz no Jardim Social, ruas principais do Bairro Água Verde, entre outras com as mesmas características.

Os fatores urbanos relacionados à segurança do local são itens muito importantes para a decisão de localização. É necessário observar a existência nas proximidades de terrenos baldios, imóveis abandonados e com má conservação, zona de prostituição, assim como a iluminação das ruas próximas.

COMERCIALIZAÇÃO

O processo de vendas se dará através de uma equipe de atendimento, sendo 01 pessoa no escritório e 01 pessoa externa. Os pagamentos poderão ser via cartão de crédito, depósito ou cheque.

A empresa ou pessoa organizadora do grupo poderá fazer o pagamento das seguintes formas:

- 1 – Pagamento antecipado do número de pessoas reservadas.
- 2 – Sinal de negócio + cheque garantia da quantidade mínima de pessoas. No dia do evento cada convidado paga sua parte e o sinal e a garantia são devolvidos.

O MODELO DE NEGÓCIO

Proposta de Valor que será entregue aos Clientes:

Diversão e entretenimento para adultos, com qualidade, economia de tempo, ambiente agradável.

Entretenimento é o conjunto de atividades que o ser humano pratica sem outra utilidade senão o prazer. É o desvio do espírito para coisas diferentes das que preocupam. Pode ser uma distração, um passatempo ou um desporto.

“Não é Shopping, também não é Boteco, é Simplesmente FUNTastic”.

O projeto e idealização do Parque FUNTastic está sendo concebido por um grupo de 06(seis) empreendedores, formandos do ISAE-FGV – Curitiba/PR.

Trata-se tão e simplesmente de um parque indoor que agregará brinquedos inspirados naqueles que os pais sempre pagaram para seus filhos se divertirem, mas nunca tiveram a chance de desfrutar, quase sempre pela limitação da especificação técnica do brinquedo.

Identificamos uma potencial demanda reprimida e não atendida para este serviço voltada ao público adulto, onde criança não entra, ou seja, um espaço alternativo e único para as famosas festas de datas comemorativas como: Aniversários, finais de ano, amigo secreto, encontro de turmas de formandos, encontros de família eetc, que são realizadas quase sempre em bares ou em salões neutros sem argumentos atrativos e criativos.

A venda do serviço será feita ao público através de publicidade local em: TV, Revistas, Jornais e divulgação direta em empresas e panfletagem.

A localização da FUNtastic considerando o público alvo, classes AA, A e B, será em bairro nobre da cidade de Curitiba/PR.

O Argumento visual trará elementos neutros que figurem a lembrança de grandes parques temáticos como: Disney World, Beto Carreiro World e Hoppi-Hari, reservadas as devidas proporções e ressaltando a idéia de diversão num ambiente indoor.

Os recursos para construção do imóvel, instalações, infraestrutura, máquinas/equipamentos, brinquedos, documentos, alvarás, etc, sairão do plano de investidores que apostarão na idéia como sócios do empreendimento FUNTastic.

São algumas de nossas opções de entretenimento: Arco e Flecha, Autorama, Boliche, Cama elástica, Escalada, Tiroleza, Touro Mecânico, Pista de Dança.

Principais indicadores de Performance:

Indicadores Internos:

- Indicador de rentabilidade: será definido índice mínimo anual de EBITDA como objetivo a ser atingido para:

- Manutenção do parque;
- Ampliação da operação com abertura de novas unidades;

- Estudo futuro de lançamento do modelo de Franchising como expansão da rede FUNTastic.

- Turnover de funcionários: será definido plano de incentivos para manutenção e retenção dos funcionários com base na motivação e ganhos variáveis conforme a rentabilidade do parque.

- Indicador de Vendas: proporcionadas pela área comercial do Parque e definido por metas de vendas com premiações por atingimento dos objetivos de ganhos de contratos com empresas que garantirão a receita recorrente anual do parque.

Indicadores Externos:

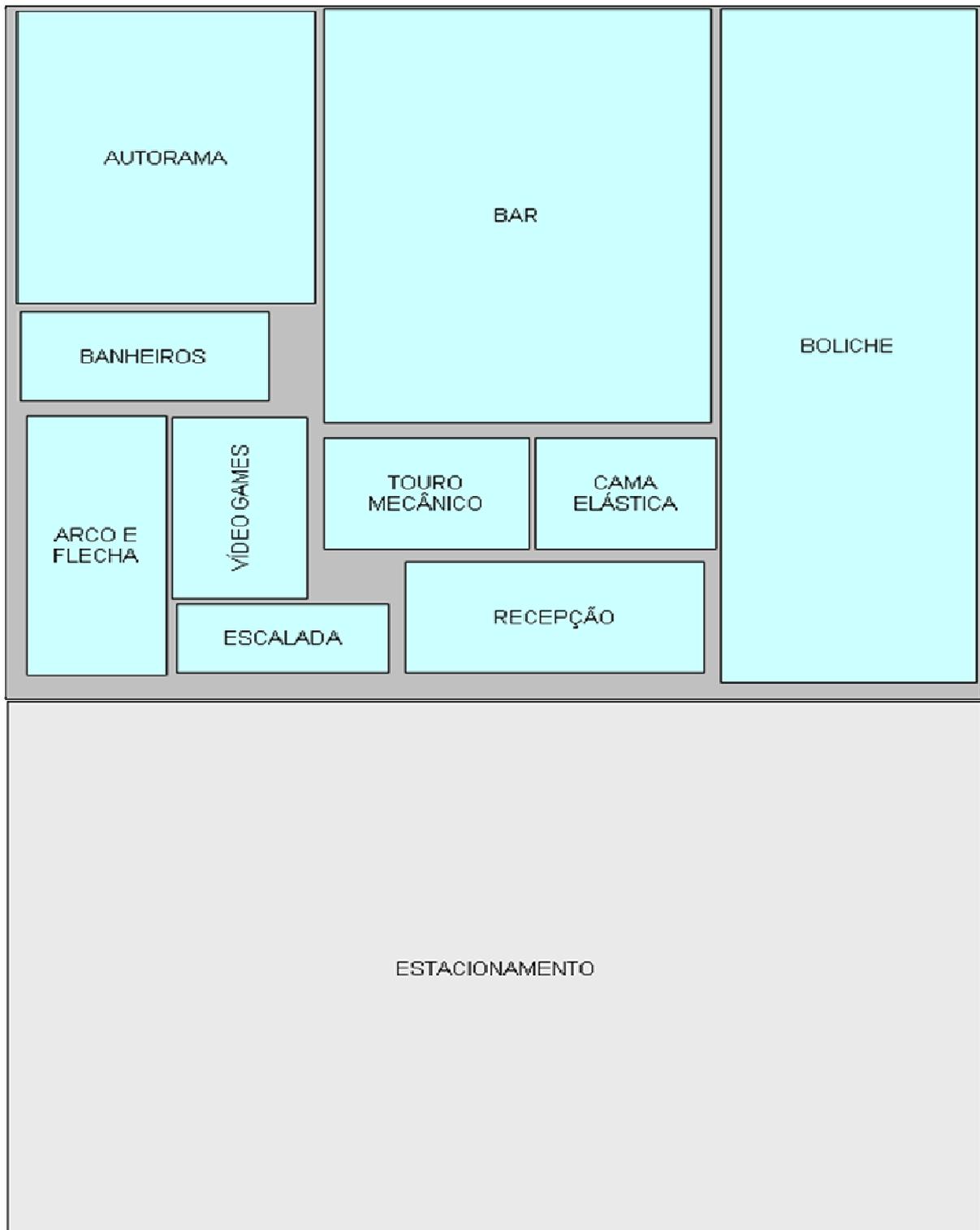
- SAC – será divulgado para contato direto com o administrador do parque com a intenção de manter um canal de comunicação para: sugestões, reclamações diretamente dos usuários do parque.

- ISC – Índice de Satisfação do Cliente que fará parte da meta de desempenho de todos os funcionários da FUNTastic além de meta global à ser reportada aos sócios investidores com periodicidade semestral, acompanhada através de pesquisa junto aos clientes que freqüentaram o parque nos últimos 6 meses. Esta pesquisa deverá ser desenvolvida e realizada por empresa especializada com intuito de garantir sua integridade e confidencialidade e confiabilidade para reporte aos sócios.

- Pesquisa de imagem: Contratado junto à empresa especializada em Marketing buscando o aprimoramento da imagem do Parque junto ao cliente alvo e expansões.

Tamanho da Operação:

- Imóvel modelo galpão com 700 m2
- Capacidade para 100 pessoas
- Estacionamento para 30 carros com 1.500 M2



Desenho esquemático do layout da FUNtastic.

Fatores Críticos de Sucesso no Aspecto Operacional:

- Qualidade no serviço prestado de Diversão e Entretenimento.
- Qualidade e funcionalidade dos brinquedos oferecidos no parque.
- Qualidade e diversificação na oferta de food-services.
- Segurança aos usuários do parque. Nos casos de acidentes, o serviço de assistência médica deve ser eficiente e de qualidade.

- Baixo índice de Turnover dos funcionários – Atendentes de brinquedos, garçons e seguranças, garantindo qualidade no atendimento aos clientes;

OPERACIONALIZAÇÃO

A casa atuará no seguinte mix de serviços:

- a) casa fechada para eventos
- b) casa aberta ao público e reserva para eventos.

Para cada segmento: casa fechada ou casa aberta a operação terá seus diferenciais.

CASA FECHADA - Eventos

Comida

Nossos clientes poderão escolher as opções que mais lhe agradem:

- Petiscos Volantes - cliente escolhe os melhores petiscos para degustar com a sua bebida preferida e nós passaremos sem ele lembrar de pedir.
- *Buffet – Self Service* – cliente escolhe o *menu* e os convidados quando e quanto desejam.
- *Menu Selecionado* – cliente escolhe o que será servido e serviremos com requinte de serviço à americana.
- Espaço *Gourmet* – cliente é o chefe e os ingredientes e espaço são nossos.

Bebida

Na bebida também não será diferente, temos a oferecer:

- Barril de Chopp - *Self Service*, cliente se serve a todo momento e o quanto desejar, não precisa esperar o garçom passar

- Mini Bar – Barman exclusivo para preparar a sua capirinha e drink
- Vinhos e Espumantes – cliente escolhe do cardápio da casa

Ambientação

Não é apenas na comida e bebida que o nosso cliente poderá escolher como prefere, também será oferecida a possibilidade de ter um evento temático. Nós cuidaremos da ambientação e de tudo: da música, tema, comida e da bebida.

Nosso cliente escolhe o ambiente do evento.

Os trajes da nossa equipe e a decoração será personalizada de acordo com o tema escolhido.

Os temas sempre serão renovados conforme a demanda e pedido do público.

Como temas iniciais, sugerimos:

- ❖ Mexicano
- ❖ Sertanejo
- ❖ Árabe
- ❖ Samba

Pré-Evento

Venda

A venda do evento terá dois canais:

- Via Site
- Personalizada

Na venda via site será possível a simulação das opções de diversão, com a escolha do tema, tipo de comida e bebida e prévio agendamento dos brinquedos.

No site será informado o valor por pessoa nas opções escolhidas e a agenda disponível.

Na venda personalizada haverá um profissional que agendará visitas para atendimento pessoal que buscará entender as necessidades do cliente e oferecer o serviço customizado.

Profissional

O gerente operacional será responsável por coordenar o evento com a gestão da equipe para os seguintes serviços:

- Convidar
- Confirmar a Presença
- Ambientação: tema e música
- Bebida e Comida
- Equipe
- Agendamento dos brinquedos

Os eventos serão no mínimo para 16 pessoas e contará com a seguinte equipe da casa:

- 01 garçon
- 01 barman se for escolhido o serviço de barzinho

Brinquedos

Considerando que o mix de serviços da casa quando fechada prevê a possibilidade de ao mesmo tempo ter mais de um evento, e na casa aberta ter além do atendimento ao público em geral, os eventos, pensamos também na sistemática para operar os brinquedos e permitir que todos se divirtam.

A casa contará com agendamento eletrônico dos brinquedos para evitar desperdício de tempo em filas.

Isso mesmo, enquanto o brinquedo não está disponível nosso cliente continua se divertindo e curtindo a ambientação, boa comida e bebida com seus amigos.

Haverá um software que indicará em tempo real a disponibilidade dos brinquedos e os próximos horários para agendamento. Bastará selecionar o brinquedo desejado e horário.

Haverá dois painéis com os horários e disponibilidade de agendamento: um na entrada e um no salão.

No salão haverá totens para o agendamento dos brinquedos com a impressão do cupom com código de barras para acesso ao brinquedo no horário programado.

Haverá, também, profissional especializado para os brinquedos que indicam esta necessidade para a correta e adequada operacionalização. Ele também promoverá a brincadeira para integração das pessoas e deixará o ambiente ainda mais agradável.

Este profissional especializado ajudará na recomendação para não utilização dos brinquedos caso o convidado não esteja em condições de se divertir, em razão da ingestão de bebida alcoólica.

CASA ABERTA

O quê Muda quando a casa também está aberta ao Público?

Na Comida:

- Petiscos Volantes
- Menu

Na Bebida:

- Diretamente no Bar ou Com Garçom

Na Música:

- Programação do DJ da Casa

A EQUIPE DE EMPREENDEDORES

ISIDORO LOPES

Diretor Geral de uma empresa multinacional do setor automotivo com 3 anos de experiência em todos os setores operacionais, administrativos e financeiro, assim como abertura de novas unidades comerciais internacionais, prospecção de novos mercados, lançamento de novos produtos e serviços.

Gerente de Planta por 10 anos no exterior (Canadá e Suécia) com forte experiência operacional, industrial e investimentos em novas unidades industriais. Gerente Comercial da América do Sul atuando diretamente com estudos de viabilidade, cotações e desenvolvimento técnico-comercial.

Principais competências para o negócio:

- . Gestão de pessoas;
- . Negociação comercial;
- . Estruturação de projetos e análise de investimentos;
- . Gerenciamento operacional de atividades;
- . Ética empresarial;
- . Flexibilidade, adaptabilidade;
- . Gestão de conflitos;
- . Multidisciplinar;

ROBSON PRIVADO

Sócio gerente de uma empresa de Consultoria em Atividade Física por 3 anos, responsável pela área financeira, desde a confecção do orçamento anual até o controle do fluxo de caixa mensal.

Gerente Comercial de uma multinacional Francesa do setor de varejo de materiais de construção, líder de mercado no Brasil, atuando nas seguintes atividades:

- Gestão de equipes (desenvolvimento e formação)
- Gestão da gama de produtos, realizando o trabalho de adaptar a gama Leroy Merlin no mercado local utilizando várias ferramentas para análise.
- Planejamento estratégico, realizando várias ações comerciais para busca de um resultado perene (venda, margem e estoque)

Principais competências para o negócio:

- Habilidade na gestão de pessoas
- Negociação comercial (fornecedores e clientes)
- Planejamento de ações comerciais
- Conhecimento do mercado local

FABIOLA MESQUITA

Graduada em Direito pela FMU em São Paulo desde 2001, com extensão em Planejamento Tributário, pós-graduada em Processo Civil e cursando MBA de Gestão Estratégica de Empresas pela FGV-ISAE. Em 2003, com 24 anos, deixou o ambiente corporativo para iniciar seu próprio negócio, liderando a abertura e desenvolvimento da filial em São Paulo. Com crescimento expressivo da sede, foi convidada a ser Sócia Diretora Jurídica sendo, atualmente, responsável pelas estratégias legais, redução de inadimplência de bancos por meio da recuperação de crédito e relacionamento comercial da carteira de clientes.

TIAGO VOLPATO

Formação acadêmica em Engenharia de Produção. Supervisor de Logística de uma multinacional líder no ramo de embalagens industriais. Responsável pelo desenvolvimento e implementação do departamento de logística dentro da unidade operacional de Pinhais, definindo todos os procedimentos e o sistema de gestão.

Principais competências para o negócio:

- Gestão de pessoas;
- Visão sistêmica de negócios e processos;
- Foco no resultado;
- Estruturação e implementação de projetos;
- Experiência em implantação de sistemas ERP;
- Gestão de conflito;
- Conhecimento de Supply Chain;

GUILHERME WAHRHAFTIG

Gerente Financeiro Geral de um grupo de operadoras de turismo, atuando diretamente nas operações financeiras diárias, gestão da equipe, investimentos,

fluxo de caixa, demonstrativos de resultados de exercícios, orçamentos anuais e mensais realizados vs. projetados, negociações bancárias e com fornecedores, gestão de contratos, compliance e participando ativamente na tomada de decisões da empresa, bem como das mudanças organizacionais da mesma.

Principais competências para o negocio:

- Gerenciamento do Tempo
- Construção de Relacionamento
- Desenvolvimento de Soluções
- Habilidades Lógicas
- Planejamento de Trabalho
- Resolução de Conflito

DANIEL SPINELLI

Formação em Marketing. Já participou como executivo responsável do processo de início de 3 empresas de pequeno porte desde 1996. Todas encontram-se em estágio de crescimento. Atualmente é o Gestor da PS Treinamento Empresarial, empresa especializada em Desenvolvimento de Pessoas com diversos programas e soluções de fortalecimento de equipes e desenvolvimento de lideranças. Fundador e Consultor em Desenvolvimento Humano da PS Treinamento desde 1998. Já coordenou programas de facilitação para mais de 15 mil participantes de empresas clientes como Volvo, Grupo Barigui, Bunge, Tesa, Caixa Econômica Federal, Unimed Curitiba, Sicredi, Banco do Brasil, GVT, TIM, Petrobrás, SEBRAE nacional, Ministério do Turismo e ABAV.

Facilitou ou moderou reuniões e treinamentos nos setores público, privado e no terceiro setor já tendo atuado fora do Brasil (Canadá, Noruega, Peru, Argentina e Itália) e em mais de 15 estados brasileiros. Atualmente é Chairman do WG-7 – Turismo de Aventura do TC/228 da ISO para construção de normas internacionais do segmento. (Projeto 2009 – 2013). Consultor e auditor da norma de Sistema de Gestão de Segurança (SGS) ABNT – 15.331. Coordenou o processo de certificação de uma das primeiras empresas de Turismo de Aventura no Brasil a obterem o selo do Inmetro em SGS.

PERI SANGLARD

Formação em Administração de Empresas, pós graduado em Marketing. Já participou como executivo responsável por duas empresas de pequeno porte no ramo de comércio desde 1996. Gerente de projeto com projeção nacional para

definições estratégicas de atuação operacional pela empresa Telefonica Brasil S/A no ano de 2009. Prazo de execução do projeto = 12 meses. Ganhos estimados do projeto em uma projeção de 2 anos de R\$167MM. Atuando como executivo de vendas em empresas multinacionais dos segmentos de Construção Civil e de TI/Telecomunicações desde 1994.

INFORMAÇÕES FINANCEIRAS

Investimento Inicial

De acordo com o estudo realizado foi elaborado um plano de investimentos para o projeto, apresentado no Anexo 1. O investimento total do projeto é de R\$ 808.200,00 (oitocentos e oito mil e duzentos reais), contemplando todas as necessidades iniciais.

O espaço para montagem da empresa será locado, foi considerado uma verba de R\$ 483.900,00 (quatrocentos e oitenta e três mil e novecentos reais) para a reforma e adequação do galpão, para que fique de acordo com o conceito do projeto e atender as exigências legais.

Foi previsto também um gasto de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) para aquisição de um veículo que será utilizado pelos funcionários para ações de marketing, serviços administrativos, deslocamentos em urgências, etc.

Para a montagem da cozinha e escritório serão utilizados R\$ 48.700,00 (quarenta e oito mil e setecentos reais).

Os equipamentos fundamentais da FUNtastic são os itens de entretenimento, estes somarão um montante de R\$ 111.100,00 (cento e onze mil e cem reais), onde estão contemplados todos os brinquedos da casa.

Para o início das operações haverá um investimento robusto no marketing e recursos humanos para divulgação e preparação da equipe, conforme apresentado no Anexo 2.

Plano de vendas

A base para as receitas da FUNtastic está demonstrada na tabela de plano de vendas, conforme Anexo 3. Esse plano considera três cenários de faturamento, variando em função da taxa de ocupação do estabelecimento.

O cenário otimista considera uma taxa de ocupação de 50% para os eventos fechados e 70% para os dias em que a casa está aberta ao público. O ticket médio de ingressos considerado foi de R\$ 50,00 (cinquenta reais) para os eventos fechados e R\$ 70,00 (setenta reais) para casa aberta. Além do pagamento do ingresso ainda teremos o faturamento com o consumo e extras, onde foi considerado um ticket médio de R\$ 20,00 (vinte reais), vide Anexo 3.

O cenário pessimista considera uma taxa de ocupação de 15% para os eventos fechados e 30% para os dias em que a casa está aberta ao público. O ticket médio de ingressos, consumo e extras foram mantidos os mesmos do cenário anterior.

O cenário considerado para o estudo financeiro foi o cenário moderado, considerando uma taxa de ocupação de 30% para os eventos fechados e 50% para os dias em que a casa está aberta ao público. O ticket médio de ingressos considerado foi de R\$ 50,00 (cinquenta reais) para os eventos fechados e R\$ 70,00 (setenta reais) para casa aberta. O ticket médio de consumo e extras foi considerado R\$ 20,00 (vinte reais), gerando a receita apresentada no Anexo 3.

DRE

A demonstração do resultado da FUNtastic está apresentada no Anexo 4, numa projeção para cinco anos.

As receitas estão apresentadas conforme demonstração e considerações do plano de vendas (vide Anexo 3). A tributação foi considerada como lucro presumido, incluindo-se 2,88% de CSLL, 0,65% de PIS, 3% de COFINS, 4,8% de IRPJ, 5% de ISS, totalizando 16,33% de impostos.

Como forma de incentivar a equipe foi considerado um total de 10% das vendas a ser destinado a comissões, visando a constante motivação da equipe a fazer melhor para trazer mais retorno para a empresa e para si próprio.

Nos custos fixos estão presentes todos os custos para manter o negócio em funcionamento, tendo destaque para o aluguel do galpão, locação da pista de boliche, custo de manutenção de marketing (apresentado no Anexo 2), os salários e encargos (apresentados no Anexo 5) e investimentos e treinamentos, onde constam os treinamentos para manter o alto nível da equipe e os investimentos em manutenção da qualidade da FUNtastic.

Fluxo de caixa

O fluxo de caixa do negócio está apresentado graficamente no Anexo 6, mostrando uma evolução em cinco anos. A representação do Ano 0 mostra o investimento inicial do projeto e a origem dos recursos.

A receita de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais) no Ano 0, refere-se ao capital dos sócios, sendo R\$ 100.000,00 (cem mil reais) dos sócios empreendedores e R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais) dos sócios investidores.

As despesas estão apresentadas no Anexo 4, e o investimento em ativos fixos refere-se aos gastos com revitalização dos equipamentos de entretenimento da FUNtastic, para que a sensação de “novidade” perpetue.

Com isso temos o fluxo de caixa do projeto, nas linhas subsequentes são os ajustes de fluxo de caixa para honrar os compromissos.

Na linha de financiamentos apresenta o empréstimo bancário do restante do recurso necessário para o investimento inicial e início da operação, totalizando R\$ 358.200,00 (trezentos e cinquenta e oito mil e duzentos reais). Em seguida a amortização e os juros do empréstimo.

Balanço Patrimonial

O balanço patrimonial da FUNtastic está apresentado no Anexo 7 para os primeiros cinco anos. Acumulando no primeiro ano um lucro de R\$ 277.983,00 (duzentos e setenta e sete mil novecentos e oitenta e três reais), chegando ao quinto ano a casa de R\$ 2.185.416,00 (dois milhões, cento e oitenta e cinco mil, quatrocentos e dezesseis reais), mantendo o capital social.

Indicadores do Projeto

A tabela abaixo mostra os principais indicadores financeiros do projeto.

TIR	14%
Taxa Juros	0,80% a.m.
VPL	R\$ 2.009.634
Pay Back	18 meses

CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO

FASE	ETAPAS	mês 01	mês 02	mês 03	mês 04	mês 05	mês 06	mês 07	mês 08
PRE-OPERACIONAL	Busca por Sócios Investidores								
	Negociação dos Termos Contratuais								
	Contratação Consultoria Empresarial								
	Definição Responsabilidades e Cronograma Reuniões Sócios Empreendedores								
	Recebimento Recurso Investidores								
	Procura Ponto Comercial								
OPERACIONAL	Locação Imóvel								
	Reforma Local								
	Contratação Mobiliário e Brinquedos								
	Parcerias com Fornecedores de: Equipamentos (Luz/Som/Decoração); Comidas e Bebidas								
	Seleção Funcionários								
	Contrataçã de Empresa de Limpeza								
	Treinamento Equipe e Metodologia Avaliação								
	Instalação Mobiliário e Brinquedos								
	Elaboração do BSC								
	Ações de Marketing								
	Ações Comerciais de Venda								
	Início Atividades								

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclusão

O plano de negócios da “FUNtastic” apresentado demonstra que a ideia inovadora de se investir em uma casa de eventos focado no entretenimento e diversão para adultos é viável e sustentável no longo prazo.

A análise do mercado e do poder aquisitivo do consumidor potencial da “FUNtastic” indica um desejo e até mesmo uma necessidade existente para ser explorada tornando a oportunidade de negócio altamente viável.

A análise SWOT apresenta um nível de riscos mensuráveis e aceitáveis que foram analisados e considerados no planejamento estratégico e operacional do plano de negócios.

A análise de sensibilidade também confirma que mesmo com um percentual conservador de utilização da FUNtastic (50% para casa aberta e 30% para casa fechada) considerando-se um cenário moderado a lucratividade e o VPL são atrativos.

No ponto de vista financeiro a viabilidade é confirmada com uma TIR de 14% e um payback de 18 meses para um investimento na ordem de R\$ 860 mil reais.

Podemos concluir mais em detalhe que este plano de negócios é desenhado para empreendedores focados em atender com perfeição os clientes através de uma equipe altamente motivada que vive diariamente os valores de “servir” e de “divertir” propostos.

Com este direcionamento e foco a FUNtastic pode ser considerado um negócio que potencializa a valorização da empresa através do tempo e que poderá em poucos anos ser uma referência nacional de entretenimento e com um projeto futuro de desenvolvimento de um sistema de franquias para crescimento ainda mais elevado desta pequena e inovadora idéia. Este crescimento de valor da empresa FUNtastic será alcançado através do fortalecimento da marca nos clientes que quando pensar em diversão, comemoração e entretenimento, que por sinal ocorre com uma frequência muito elevada nas mentes das pessoas, estarão desejando passar momentos inesquecíveis no nossa casa “FUNtastic”.

ANEXOS

Anexo 1 - Investimento Inicial

Planejamento do investimento em infraestrutura necessário para a reforma/adaptação e operação do empreendimento

Descrição				Total
1 Projeto	unit	1		25.000
2 Pavimentação Estacionamento	m ²	910	40	36.400
3 Alvará / Licenças	unit	1		5.000
4 Reforma Infraestrutura	unit	1	150	105.000
5 Sistema Ar-Condicionado	BTU	620000	0,15	93.000
6 Alarme Incêndio	m ²	700	35	24.500
7 Acabamento	m ²	700	150	105.000
8 Sistema Segurança	unit	1		30.000
9 Isolamento Acústico	m ²	700	50	15.000
10 Sistema Som	unit	1		30.000
11 Sistema Automação e Gestão	unit	1		15.000
12 Veículo	unit	1		30.000
13 Equipamentos Cozinha				39.700
Fogão Industrial	unit	1	2500	2.500
Exaustão	unit	1	5000	5.000
Freezer Horizontal	unit	1	2000	2.000
Freezer Vertivcal	unit	2	2500	5.000
Microondas	unit	2	600	1.200
Geladeira	unit	1	3000	3.000
Balcão	unit	1	3000	3.000
Fritadeira	unit	2	2500	5.000
Mesa	unit	2	1000	2.000
Utensílios	unit	1	8000	8.000
Armários	unit	2	1500	3.000
14 Equipamentos Salão				111.100
Móveis	unit	25	600	15.000
Decoração	unit	10	150	1.500
Arco e Flecha	unit	1	2100	2.100
Autorama	unit	1	12500	12.500
Cama Elástica	unit	1	2000	2.000
Escalada	unit	1	22500	22.500
Tiroleza	unit	1	10000	10.000
Guerra de Cotonetes	unit	1	5000	5.000
Touro Mecânico	unit	1	12500	12.500
Video Game	unit	2	4000	8.000
Bolicho	unit	1	20000	20.000
15 Equipamentos Escritório				9.000
Móveis	unit			4.000
Computadores	unit	2	2000	4.000
Impressora	unit	2	500	1.000
16 Marketing				106.500
Publicidade	unit	1		60.000
Mídia	unit	1		30.000
Material gráfico	unit	1		16.500
17 Recursos Humanos				28.000
Uniformes	unit	20	400	8.000
Treinamento e Recrutamento	unit	1		20.000
TOTAL				808.200

Anexo 2 - Marketing e Recursos Humanos

Total Geral Investimento Marketing	57.000
1 – Lançamento	37.000
Construção de um website	5.000
3 eventos com convidados VIPs na casa (100 convidados por noite)	10.000
Blitz na noite curitibana	6.000
Mala Direta p/ Dep. Marketing principais empresas de Curitiba e Reg.	2.000
Divulgação em revistas de Clube	6.000
Redes Sociais (Facebook)	1.000
Webmarketing com Adwords, SEO, Banners	7.000
2 – Fase Inicial	20.000
Campanha em redes sociais (Facebook)	1.000
Webmarketing com Adwords, SEO, Banners	4.000
Visita do nosso atendimento externo às empresas	1.000
Campanha em rádio	5.000
Blitz na noite curitibana	4.000
Promoções	5.000
Total Geral Manutenção Investimento Marketing	12.500
3 – Manutenção	12.500
Campanha em redes sociais (Facebook)	1.000
Webmarketing com Adwords, SEO, Banners	4.000
Visita do nosso atendimento externo às empresas	1.000
Campanha em rádio	2.500
Blitz na noite curitibana	4.000

Total Geral Investimento Recursos Humanos	20.000
1 – Fase Inicial	20.000
Contratações	10.000
Treinamento	10.000
Total Geral Manut. Investimento Recursos Humanos	1.000
2 – Manutenção	1.000
Treinamento	1.000

Anexo 3 - Plano de Vendas

Tipo Serviços	Ano 01			Ano 02			Ano 03			Ano 04			Ano 05		
	Qntd.	Preço Unit.	Receita												
OTIMISTA															
Ingresso Individual	20160	R\$ 70,00	R\$ 1.411.200	20563	R\$ 73,50	R\$ 1.511.381	20974	R\$ 77,20	R\$ 1.619.193	21394	R\$ 82,00	R\$ 1.754.308	21822	R\$ 87,00	R\$ 1.898.514
Evento Fechado	11520	R\$ 50,00	R\$ 576.000	11751	R\$ 53,00	R\$ 622.803	11987	R\$ 56,00	R\$ 671.272	12227	R\$ 59,00	R\$ 721.393	12472	R\$ 62,00	R\$ 773.264
Consumo Extras	31680	R\$ 20,00	R\$ 633.600	32314	R\$ 21,00	R\$ 678.594	32961	R\$ 23,00	R\$ 758.103	33621	R\$ 25,00	R\$ 840.525	34294	R\$ 27,00	R\$ 925.938
			R\$ 2.620.800			R\$ 2.812.778			R\$ 3.048.568			R\$ 3.316.226			R\$ 3.597.716
MODERADO															
Tipo Serviços															
Ingresso Individual	14400	R\$ 70,00	R\$ 1.008.000	14688	R\$ 74,00	R\$ 1.086.912	14982	R\$ 78,00	R\$ 1.168.596	15282	R\$ 82,00	R\$ 1.253.124	15588	R\$ 87,00	R\$ 1.356.156
Evento Fechado	6912	R\$ 50,00	R\$ 345.600	7051	R\$ 53,00	R\$ 373.703	7193	R\$ 56,00	R\$ 402.808	7337	R\$ 59,00	R\$ 432.883	7484	R\$ 62,00	R\$ 464.008
Consumo Extras	21312	R\$ 20,00	R\$ 426.240	21739	R\$ 21,00	R\$ 456.519	22174	R\$ 23,00	R\$ 510.002	22618	R\$ 25,00	R\$ 565.450	23071	R\$ 27,00	R\$ 622.917
			R\$ 1.779.840			R\$ 1.917.134			R\$ 2.081.406			R\$ 2.251.457			R\$ 2.443.081
PESSIMISTA															
Tipo Serviços															
Ingresso Individual	8640	R\$ 70,00	R\$ 604.800	8813	R\$ 74,00	R\$ 652.162	8990	R\$ 78,00	R\$ 701.220	9170	R\$ 82,00	R\$ 751.940	9354	R\$ 87,00	R\$ 813.798
Evento Fechado	3456	R\$ 50,00	R\$ 172.800	3526	R\$ 53,00	R\$ 186.878	3597	R\$ 56,00	R\$ 201.432	3669	R\$ 59,00	R\$ 216.471	3743	R\$ 62,00	R\$ 232.066
Consumo Extras	12096	R\$ 20,00	R\$ 241.920	12338	R\$ 21,00	R\$ 259.098	12585	R\$ 23,00	R\$ 289.455	12837	R\$ 25,00	R\$ 320.925	13094	R\$ 27,00	R\$ 353.538
			R\$ 1.019.520			R\$ 1.098.138			R\$ 1.192.107			R\$ 1.289.336			R\$ 1.399.402

Anexo 4 - Demonstrativo Resultado do Exercício

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
(+) Receitas	1.686.833	1.816.952	1.972.640	2.133.805	2.315.415
(+) Vendas brutas	1.779.840	1.917.134	2.081.406	2.251.457	2.443.081
(-) Impostos sobre vendas	93.007	100.182	108.766	117.652	127.666
(=) Vendas Líquidas	1.686.833	1.816.952	1.972.640	2.133.805	2.315.415
(-) Despesas	1.158.674	1.237.791	1.328.321	1.424.104	1.527.020
Custos Variáveis	324.274	348.255	380.916	414.839	451.630
(-) Incentivos e Comiss.	177.984	191.713	208.141	225.146	244.308
(-) Alimentos e Insumos	106.560	114.130	127.501	141.363	155.729
(-) Manutenções	39.730	42.412	45.275	48.331	51.593
Custos Fixos	834.400	889.537	947.406	1.009.265	1.075.390
(-) Aluguel	123.000	131.303	140.165	149.627	159.726
(-) Luz	30.000	32.025	34.187	36.494	38.958
(-) Água	3.600	3.843	4.102	4.379	4.675
(-) Telefone	5.000	6.000	6.000	6.000	6.000
(-) Pista Boliche	10.000	10.675	11.396	12.165	12.986
(-) Seguro	8.000	8.540	9.116	9.732	10.389
(-) Custo Marketing	150.000	160.125	170.933	182.471	194.788
(-) Assessoria Jurídica	12.000	12.810	13.675	14.598	15.583
(-) Material Escritório	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
(-) Salários	264.000	282.480	302.254	323.411	346.050
(-) Encargos e Benefícios	184.800	197.736	211.578	226.388	242.235
(-) Investimento & Treinamento	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000
(=) Lucro Operacional Bruto	528.159	579.161	644.319	709.701	788.395
Encargos financeiros	-16.896	-16.896	-16.896	-16.896	-16.896
(+) Receitas financeiras	0	0	0	0	0
(-) Despesas financeiras	16.896	16.896	16.896	16.896	16.896
(=) Lucro Líquido	511.263	562.265	627.423	692.805	771.499

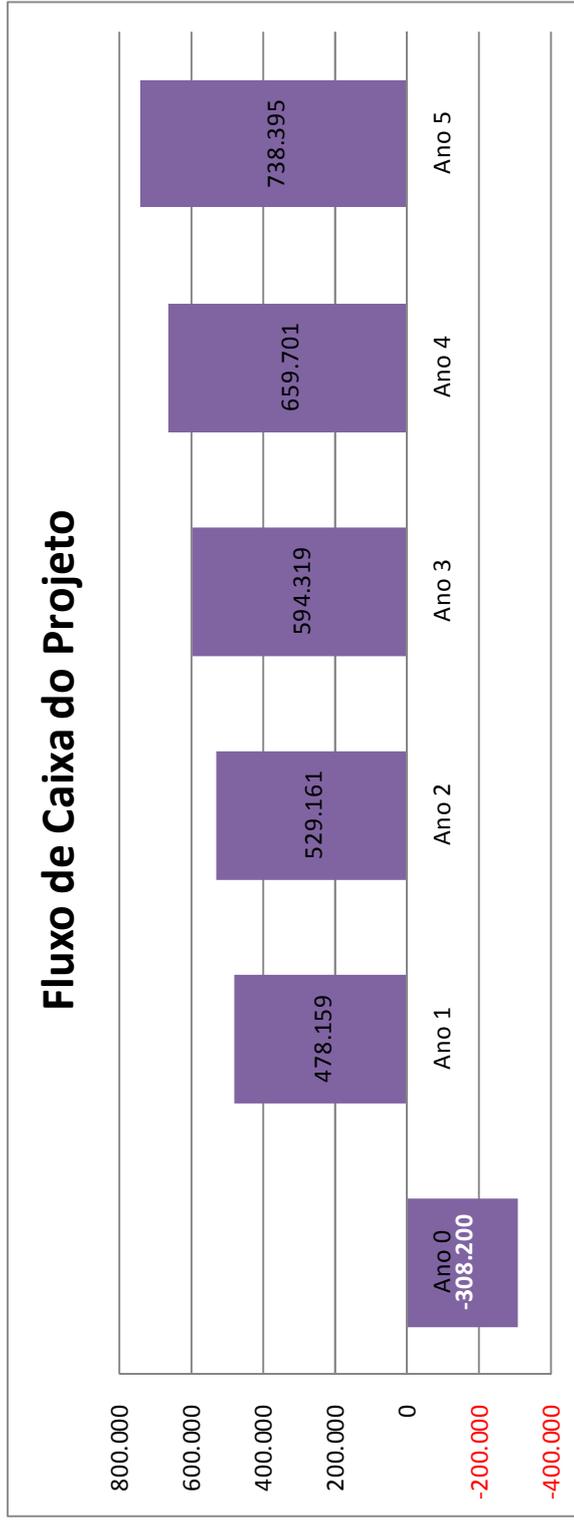
Anexo 5 - Tabela de Salários e Encargos

QNTD.	CARGO	CARTEIRA	VT/DIA	VR/DIA	FGTS	INSS EMPREGADOR	13º	FÉRIAS + 1/3	TOTAL CUSTO	% CARTEIRA
01	Funcionário Administrativo	900,00	5,20	14,00	72,00	241,20	101,10	42,22	1.663,32	184,8%
01	Pro-Labore Sócio	5.000,00	5,20	14,00	400,00	1.340,00	561,67	194,07	7.742,13	154,8%
01	Funcionário Garçon	1.000,00	5,20	14,00	80,00	268,00	112,33	45,80	1.806,93	180,7%
01	Funcionário Garçon	1.000,00	5,20	14,00	80,00	268,00	112,33	45,80	1.806,93	180,7%
01	Funcionário Garçon	1.000,00	5,20	14,00	80,00	268,00	112,33	45,80	1.806,93	180,7%
01	Funcionário Comercial	2.000,00	5,20	14,00	160,00	536,00	224,67	81,73	3.248,80	162,4%
01	Funcionário Caixa	1.000,00	5,20	14,00	80,00	268,00	112,33	45,80	1.806,93	180,7%
01	Funcionário Recepcionista	800,00	5,20	14,00	64,00	214,40	89,87	38,64	1.519,71	190,0%
01	Cozinheiro	1.300,00	5,20	14,00	104,00	348,40	146,03	56,53	2.237,77	172,1%
01	Auxiliar Cozinheiro	800,00	5,20	14,00	64,00	214,40	89,87	38,64	1.519,71	190,0%
01	Gerente Casa	3.000,00	5,20	14,00	240,00	804,00	337,00	119,18	4.746,58	158,2%
01	Técnico Brinquedos	1.000,00	5,20	14,00	80,00	268,00	112,33	45,80	1.806,93	180,7%
01	Técnico Brinquedos	1.000,00	5,20	14,00	80,00	268,00	112,33	45,80	1.806,93	180,7%
01	Técnico Brinquedos	1.000,00	5,20	14,00	80,00	268,00	112,33	45,80	1.806,93	180,7%
01	Funcionário Segurança	1.200,00	5,20	14,00	96,00	321,60	134,80	52,96	2.094,16	174,5%
15		22.000,00							37.420,71	170,1%

Anexo 6 - Fluxo de Caixa

	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
(+) Receitas	500.000	1.779.840	1.917.134	2.081.406	2.251.457	2.443.081
(-) Impostos sobre faturamento		-93.007	-100.182	-108.766	-117.652	-127.666
(=) Receitas Líquidas	500.000	1.686.833	1.816.952	1.972.640	2.133.805	2.315.415
(-) Despesas		-1.158.674	-1.237.791	-1.328.321	-1.424.104	-1.527.020
(=) Lucro Operacional (EBITDA)	500.000	528.159	579.161	644.319	709.701	788.395
(-) Investimento em ativos fixos		-808.200	-50.000	-50.000	-50.000	-50.000
(=) Fluxo de caixa do projeto	-308.200	478.159	529.161	594.319	659.701	738.395
(+) Financiamentos	358.200					
(-) Amortizações		-71.640	-71.640	-71.640	-71.640	-71.640
(-) Juros s/ financiamento		-16.896	-16.896	-16.896	-16.896	-16.896
(=) Fluxo de caixa do investidor / Livre	50.000	389.623	440.625	505.783	571.165	649.859
(+) Saldo de caixa anterior		50.000	439.623	880.248	1.386.032	1.957.197
(=) Saldo de caixa final	50.000	439.623	880.248	1.386.032	1.957.197	2.607.056

Ajustes do Fluxo de Caixa



Anexo 7 - Balanço Patrimonial

ATIVO	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Ativo Total	858.200	1.136.183	1.455.168	1.829.312	2.258.837	2.757.056
Ativo Circulante	50.000	439.623	880.248	1.386.032	1.957.197	2.607.056
Disponível	50.000	439.623	880.248	1.386.032	1.957.197	2.607.056
Caixa e Bancos	50.000	439.623	880.248	1.386.032	1.957.197	2.607.056
Créditos	0	0	0	0	0	0
Clientes	0	0	0	0	0	0
Estoques	0	0	0	0	0	0
Matéria Prima	0	0	0	0	0	0
Realizável a Longo Prazo	0	0	0	0	0	0
Imobilizado	808.200	696.560	574.920	443.280	301.640	150.000
Maquinas e Equipamentos	303.600	353.600	403.600	453.600	503.600	553.600
Depreciação	0	-60.720	-131.440	-212.160	-302.880	-403.600
Benfeitorias	425.900	425.900	425.900	425.900	425.900	425.900
Depreciação	0	-85.180	-170.360	-255.540	-340.720	-425.900
Veículos	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Depreciação	0	-6.000	-12.000	-18.000	-24.000	-30.000
Móveis e Utensílios	48.700	48.700	48.700	48.700	48.700	48.700
Depreciação	0	-9.740	-19.480	-29.220	-38.960	-48.700
PASSIVO	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Passivo Total	858.200	1.136.183	1.455.168	1.829.312	2.258.837	2.757.056
Passivo Circulante	0	71.640	71.640	71.640	71.640	71.640
Empréstimos e Finan.	0	71.640	71.640	71.640	71.640	71.640
Exigível a Longo Prazo	358.200	286.560	214.920	143.280	71.640	0
Financiamentos	358.200	286.560	214.920	143.280	71.640	0
Patrimônio Líquido	500.000	777.983	1.168.608	1.614.392	2.115.557	2.685.416
Capital Social	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
Lucros e Prejuízos Acumulados	0	277.983	668.608	1.114.392	1.615.557	2.185.416

APÊNDICE
Aprofundamento das Diretrizes Estratégicas
da Casa FUNtastic

A ESSÊNCIA DO NEGÓCIO FUNtastic

O conceito do FUNtastic nasceu do desejo não atendido de um espaço para o público adulto realizar as suas comemorações, tal como ocorre com o conceito de *buffet* infantil.

O grupo de empreendedores acreditou que o conceito de *buffet* infantil deveria ser estendido ao público adulto, isto porque, as possibilidades de entretenimento para este tipo de cliente está limitado a bares e restaurantes. E quando se pensa em algo diferente para as comemorações tem-se que se socorrer a caros eventos, não tendo um equilíbrio entre o mais em conta e o alto investimento.

Foi neste cenário e sentimento que nasceu o projeto do FUNtastic.

Entendendo todo este contexto e o nascedouro da oportunidade passa-se a ter as condições necessárias para o desenvolvimento das diretrizes estratégicas.

A estratégia foi pensada a partir da palavra-chave: **diversão**.

E o que se tem no *buffet* além de bebida e comida que as crianças adoram? Brinquedos.

FUNtastic contará com brinquedos diversos geridos por agendamento eletrônico que foi desenvolvido para não se perder a essência do negócio que é a diversão e não desperdiçar tempo em filas. Por quê? Porque para o público adulto, nos dias atuais, não tem nada mais precioso do que o seu tempo.

Realidade esta incontestável porque não são poucos os livros que falam sobre a administração de tempo e de como se tornar mais produtivo.

O modelo de negócio da casa FUNtastic pretende otimizar ao máximo o escasso recurso de tempo para convertê-lo em diversão. Ele foi desenvolvido para o cliente continuar se divertindo e curtindo a ambientação com a boa comida e bebida, mesmo enquanto espera a sua vez de utilizar o brinquedo.

Haverá um sistema de divulgação eletrônica que indicará em tempo real a disponibilidade dos brinquedos e os próximos horários para agendamento, bastando apenas selecionar o brinquedo desejado e horário.

Ainda, haverá dois painéis com os horários e disponibilidade de agendamento: um na entrada e outro no salão. No salão haverá totens para o agendamento dos brinquedos com a impressão do cupom com código de barras para acesso ao brinquedo no horário programado.

O modelo proposto representará uma inovação porque será uma casa de eventos com clima de bar e neste mesmo lugar teremos brinquedos para nossos clientes se divertirem além da música, bebida e comida, tradicionalmente oferecida. Os nossos brinquedos serão especialmente desenvolvidos e pensados para gerar atração e efetiva diversão do público adulto.

Basicamente, já podemos adiantar que a essência do negócio FUNtastic está em existir para promover entretenimento, bem estar e relacionamento interpessoal com diversão de qualidade, sendo a melhor referência de diversão e opção de entretenimento com comprometimento.

Definitivamente, é uma essência inovadora e o plano de negócio tem tudo para ser vencedor e uma excelente oportunidade de negócio porque tem seu alicerce em sonhos ainda não atendidos, com público alvo específico.

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS FUNtastic

A casa FUNtastic, desde logo, definiu a sua essência: diversão e assim desenhou as suas diretrizes estratégicas.

São as diretrizes estratégicas da casa FUNtastic:

Negócio:

FUNtastic é uma casa de entretenimento que oferece diversão diferenciada em um ambiente exclusivo.

Missão:

FUNtastic existe para promover entretenimento, bem estar e relacionamento interpessoal com diversão de qualidade.

Visão:

Ser a melhor referência de diversão na região onde atuamos, ser a melhor opção de entretenimento da cidade, ser eficiente e lucrativo, ser o time mais comprometido com o bem estar das pessoas garantindo a melhor experiência de diversão para nossos clientes.

Valores:

Trabalhamos duro e nos divertimos.

Tratamos todos com respeito.

Curtimos o que fazemos.

Obcecados por atender e servir com qualidade.

“As diretrizes estratégicas, que compreendem o processo de definição do negócio, a elaboração da visão e a determinação da missão e dos valores fundamentais da organização. Uma organização pode ser descrita em termos de suas diretrizes

estratégicas, o que faz com que ela se engaje em determinados comportamentos que são a base para elaboração das estratégias.”¹

Atualmente, é muito comum vermos a dedicação das empresas com a reengenharia de seus processos, de como otimizar os recursos e evitar o desperdício. É o foco na qualidade total. De acordo com Hamel e Prahalad, em sua obra: competindo pelo futuro, orientam que se as empresas direcionarem também sua atenção para criação de mercados futuros, teríamos muitas empresas visionárias.

FUNtastic espera que seu cliente utilize o espaço e os serviços para se divertir com qualidade, diferenciando-se das outras opções oferecidas pelo mercado com um novo conceito. Esse novo conceito proporcionará ao cliente economia do seu tempo, diversão sem surpresas desagradáveis, correria, filas ou atrasos, sentimento de bem estar para consigo e com os outros, diversão sem preocupação.

A nossa empresa adotará a estratégia de enfoque porque enfocaremos em um determinado grupo comprador: o público adulto.

Não atuaremos de forma ampla ou diversificada, mas sim com enfoque que tem por conceito ser essencialmente direcionado para demanda.

É nesse contexto que definimos a nossa estratégia e promoveremos a diversão apenas do público adulto, nos relacionamentos familiares, pessoais e profissionais. Não abriremos o segmento para atendimento de crianças e adolescentes e nos tornaremos especializados neste segmento.

As diretrizes estratégicas são a base para o sucesso do negócio e metodologia necessária para a gestão estratégica competitiva, sabendo-se disso, o nosso plano de negócio se concentrou bastante na sua definição para sempre ter o norte e qualquer ação tomada.

Várias foram as discussões e até mesmo entrevistas com o público adulto para entendimento da necessidade ainda não atendida.

Foi o norte para nossa organização.

E nesta linha definimos os nossos valores sempre com vistas para que a nossa equipe de trabalho entendesse o espírito do negócio e levasse alegria e diversão aos nossos clientes, por isso, que dizemos que vamos trabalhar com muito

¹ LOBATO, David Menezes Estratégia de Empresas. 9 ed. Rio de Janeiro: FGV. pg. 61, 2009.

afinco mas acima de tudo nos divertiremos porque o clima será agradável ao público e aos colaboradores.

NEGÓCIO

O negócio da casa FUNtastic foi assim definido:

FUNtastic é uma casa de entretenimento que oferece diversão diferenciada em um ambiente exclusivo.

Para definirmos o nosso negócio buscamos a vontade, um desejo e não apenas o foco no lucro. Existiu uma estrita correlação com os desejos dos empreendedores e a definição do negócio, e todos declararam que se existisse uma casa destas, fariam as suas comemorações. Ou seja, ao definirmos o nosso negócio, nos vimos envolvidos com os nossos desejos e nossos valores por entender que os momentos de prazer com os nossos amigos e familiares eram muito valiosos e importantes para nós. Existiu uma conectividade.

Procuramos entender profundamente o nosso cliente. E nos questionamos: quais eram as suas necessidades que precisavam ser atendidas. E quais as vantagens, benefícios do cliente que precisávamos oferecer.

Para o sucesso da empresa perguntávamos: Qual seria o nosso negócio? Com isto, conseguimos definir o nosso campo de atuação e notoriamente orientar todas as nossas estratégias.

Foi somente com este direcionamento, focando o campo de atuação que foi possível desenvolver o nosso diferencial competitivo.

Com a definição do diferencial competitivo, definimos o nosso posicionamento estratégico e os passos de atuação.

Respondemos às perguntas orientadas por Hamel e Prahalad (1995) para definição do negócio:

- O que fazemos hoje que devemos continuar fazendo no futuro?
- O que fazemos hoje que não devemos mais fazer no futuro?
- O que não fazemos hoje e que devemos começar a fazer para criarmos o nosso futuro?
- O que os nossos concorrentes estão fazendo que lhes garantirão o sucesso no futuro?

E ainda nos aprofundamos respondendo aos questionamentos propostos por Druker (1980), com a indicação de três perguntas básicas que auxiliaram bastante no desenho do negócio:

- Quem é mesmo o seu cliente?
- Quais são os benefícios procurados pelo cliente?
- Por que o cliente faz negócio contigo?

Portanto, pelo todo dito neste capítulo, questionamos e investigamos muito antes de definirmos o nosso negócio, tendo sido reescrito diversas vezes até que todos empreendedores tivessem a confiança que era um negócio vencedor.

VISÃO

Como a casa FUNtastic quer ser reconhecida no futuro?

Ser a melhor referência de diversão na região onde atuamos, ser a melhor opção de entretenimento da cidade, ser eficiente e lucrativo, ser o time mais comprometido com o bem estar das pessoas garantindo a melhor experiência de diversão para nossos clientes.

Seguindo as diretrizes estratégicas, passamos ao estudo da visão, que devia ser declarada para inspirar todos os nossos colaboradores.

Por termos a certeza que a visão deveria dar o foco e direcionamento ao futuro, chegamos a cogitar e até desenhar um modelo de franquias e para criar um modelo de negócio que fosse facilmente compartilhado, concluímos na visão acima descrita porque desta forma, teríamos a certeza que poderíamos despertar o sentimento de investimento de forma pulverizada.

São os nossos objetivos, a longo prazo, o que pretendemos atingir.

E fizemos as seguintes reflexões para chegar a esta conclusão:

- Como gostaríamos de ser reconhecidos no futuro?
- Qual o desafio que seria apresentado para os nossos colaboradores?
- O que queríamos ouvir dos nossos *stakeholders*?
- Onde estaríamos atuando com nossos clientes?
- Quais seriam as principais oportunidades a surgir?

MISSÃO

Continuando com o desenvolvimento do tema, passamos a declaração da missão, onde a casa FUNtastic, reconhece como sendo:

FUNtastic existe para promover entretenimento, bem estar e relacionamento interpessoal com diversão de qualidade.

A missão representa a razão da existência da corporação, o porquê e para que ela existe. É o motivo a justificar os lucros tanto para os acionistas quanto para a sociedade. É a função que desempenha no mercado. É a missão que distingue as concorrentes atuantes no mesmo mercado.

A missão é o que dá sentido às ações diárias.

“Não se pode desprezar a necessidade humana de buscar sentido para a existência. Trata-se de um princípio básico, constitutivo da nossa condição humana.”²

A missão possui um caráter inspirador e motivacional, quando os colaboradores da organização a entendem e a internalizam, sabem o porquê da sua atividade e como estão contribuindo para justificar a existência da corporação em que trabalham e uniformizam seus esforços.

Como ensina o professor Bruno Henrique em sua obra Administração Estratégica, a missão constitui um ponto de estabilidade em um ambiente marcado por tantas incertezas e em constante mudança, devendo ser o mais perene possível.

Quanto aos questionamentos devemos responder para formular a missão:

- Qual o negócio da organização?
- Quem é o seu cliente?
- Qual o escopo da organização?
- Qual a sua vantagem competitiva?
- Qual a sua contribuição social?

² FERNANDES, Bruno H. Rocha. Administração Estratégica. 6 ed. São Paulo: Saraiva. pg. 152, 2005.

Somente com a descrição da missão é possível desenhar as estratégias e se conseguirá definir o posicionamento.

Missão vai muito além do que o lucro da corporação.

Foi neste contexto que discutíamos missão da casa UNtastic que existirá para promover entretenimento.

Existirá para promover o bem-estar e relacionamento interpessoal por meio da diversão de qualidade. Ou seja, a nossa contribuição para sociedade será a de proporcionar momentos felizes, otimizar o tempo da diversão.

O fator tempo é recurso escasso e altamente valorizado nos dias atuais, e reconheceremos isso porque todo o modelo de negócio foi desenvolvido para garantir a diversão, sem preocupações e desperdício de tempo nas filas dos brinquedos.

“Na elaboração da missão, iremos trabalhar com a diretriz de que o lucro não é a explicação, a causa ou o fundamento único das decisões e comportamento das organizações, e sim o seu teste de validade.”³

³ LOBATO, David Menezes Estratégia de Empresas. 9 ed. Rio de Janeiro: FGV. pg. 69, 2009.

VALORES

Os valores da casa FUNtastic são:

Trabalhamos duro e nos divertimos.

Tratamos todos com respeito.

Curtimos o que fazemos.

Obcecados por atender e servir com qualidade.

Eles foram desenhados pensando na razão de sua existência, onde se busca o entretenimento, com diversão de alta qualidade. Assim, precisaremos curtir realmente gostar do que fazemos e apesar da seriedade profissional que teremos, também será divertido porque existirá uma satisfação de ver a alegria de nossos clientes.

É nesse ambiente agradável e prazeroso que acreditamos que o nosso negócio deve se desenvolver, pois, se pretendemos levar diversão, o clima organizacional deve ser o melhor e estar em sintonia com a nossa missão.

Os valores da organização são as crenças e aquilo que se acredita e entende como importante. Valor não se negocia e não se abre mão porque faz parte da essência.

São perenes e norteiam a conduta de todos os colaboradores. Valor não muda em decorrência de tendência de mercado ou qualquer outro fato, seja do ambiente interno ou externo.

“Os valores ou princípios ou credos podem ser entendidos como ideais a serem seguidos e, por isso, muitas vezes incluem frases e conceitos que nem sempre são passíveis de serem cumpridos. No entanto, essa circunstância não faz com que os valores fiquem sem validade, pois é muito melhor ter uma lista dos ideais a serem seguidos do que não nortear a organização com crenças básicas.”⁴

Por vezes muitas corporações ainda não conquistaram todos os seus valores, mas, não deve perdê-los de vista e dia a dia deve lutar para alcançá-los porque se foram eleitos foi porque a organização os reconheceu como sendo essenciais e vitais.

⁴ LOBATO, David Menezes Estratégia de Empresas. 9 ed. Rio de Janeiro: FGV. pg. 71, 2009.

Finalizamos dizendo que os líderes são responsáveis pela divulgação e implantação dos valores por meio de sua conduta e estimulam o enraizamento e entendimento da sua importância por toda a corporação.

VANTAGEM COMPETITIVA

Cada corporação deve desenvolver suas competências essenciais que deve ser a base para oferecer benefícios aos clientes. Esta competência bem desenvolvida gera a vantagem competitiva e dá sustentabilidade ao negócio da organização.

A competência essencial capaz de agregar valor e ser a tão sonhada vantagem competitiva deve apresentar características que lhes são fundamentais: valiosa, rara, difícil de imitar e insubstituível.

FUNtastic é uma casa de eventos inovadora que oferece diversão e gastronomia em um espaço “FUNtástico”, com objetivo de proporcionar ambiente e entretenimento de alta qualidade, promovendo o bem estar de nossos clientes e sempre inovando os nossos serviços. Profissionais qualificados priorizam a pontualidade e a adaptação de nossos serviços para atender comemorações diversas.

Oferecer um espaço como este é de pouca barreira aos entrantes, sabendo disso, nossa vantagem competitiva não estará apenas no espaço e nas opções de divertimentos propostas.

Vamos atuar focados para promover o melhor ambiente de diversão e para isso investiremos em nossa equipe com intenso treinamento e sempre buscaremos reinventar nas opções de nossos brinquedos.

Investiremos na constante inovação e renovação dos nossos conceitos de diversão.

Será a união de opções de diversão, equipe e constantes inovações, o nosso caminho para alcançar a nossa vantagem competitiva.

Nossos colaboradores internos estarão presentes a todo o momento e serão treinados para promover a diversão. Afinal, queremos conquistar o mercado sendo referência em espaço para diversão nas Cidades onde atuaremos.

Com certeza, será o investimento em nossos recursos humanos e estruturação de uma equipe especializada, comprometida com que faz e apaixonada, a forma como concretizaremos a diversão porque existiremos para sempre inovar e fortalecer os relacionamentos interpessoais dos nossos clientes.

Todos os nossos valores estarão embasados no que buscamos como diferencial competitivo: o compromisso com o entretenimento, a constante inovação e um ambiente extremamente agradável e gentil.

CONCLUSÃO

Desenvolver um modelo de negócio com toda operação detalhada e com profundo estudo das informações financeiras de nada adiantaria, se nós, empreendedores, não tivéssemos definido as nossas diretrizes estratégicas.

Precisávamos saber o que realmente iríamos entregar aos nossos clientes, quais os benefícios que iríamos levar e quais as necessidades iríamos atender.

Com o conceito do negócio delimitado, definido e claro respondemos a difícil pergunta: Por que você existe?

Ao respondermos esta pergunta, estávamos diante da nossa missão que será perene e nos sustentará mesmo com as incertezas do mercado.

A visão trouxe a ideia de onde queríamos chegar no longo prazo, ou seja, já no começo do negócio definimos e entendemos muito bem qual é o nosso negócio. Buscamos conceitos e planejamos para que todos os colaboradores da corporação saibam conhecer e principalmente entender a nossa identidade organizacional.

Mas não bastava saber onde queríamos chegar, precisávamos também definir nossos valores, princípios que iriam determinar o comportamento e a conduta da empresa. Isto porque ela existirá não apenas para agregar valor a todos os *stakeholders* da cadeia, mas também para colaborar com a sociedade onde atuaremos.

Com todos estes elementos estrategicamente definidos acreditamos que o nosso negócio será vencedor porque conhecemos muito bem o nosso negócio; porque sabemos para que existimos e aonde queremos chegar, isto garantirá a sustentabilidade do nosso negócio, levando a nossa competência essencial que nos dará a nossa vantagem competitiva.