



UNISUL

UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA

RYCHARD HRYNIEWICZ JUNIOR

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM ADMINISTRAÇÃO II

SOU ATLETA

Barueri/SP

2020

RYCHARD HRYNIEWICZ JUNIOR

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM ADMINISTRAÇÃO II
SOU ATLETA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso .de Administração, da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Sidenir Niehuns

Barueri/SP

2020

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	7
2 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO.....	8
2.1 PRODUTOS E/OU SERVIÇOS.....	8
3 PLANO ESTRATÉGICO	9
3.1 ANÁLISE DO MACROAMBIENTE.....	9
3.2 ANÁLISE DO SETOR	9
3.3 ANÁLISE INTERNA.....	10
3.4 ANÁLISE SWOT	10
3.5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	11
3.6 POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO.....	11
4 PLANO DE MARKETING	12
4.1 PRODUTOS E/OU SERVIÇOS.....	12
4.2 MERCADO CONSUMIDOR.....	12
4.3 FORNECEDORES	13
4.4 CONCORRÊNCIA	13
4.5 SEGMENTAÇÃO DO MERCADO	15
4.6 OBJETIVOS DE MARKETING	15
4.7 ESTRATÉGIAS DE MARKETING.....	16
4.8 PLANO DE AÇÕES DE MARKETING	16
5. PLANO DE OPERAÇÕES.....	17
5.1 TAMANHO (CAPACIDADE INSTALADA)	17
5.2 TECNOLOGIA E OPERAÇÃO	17
5.3 LOCALIZAÇÃO	18
6. PLANO FINANCEIRO	21
6.1 INVESTIMENTO INICIAL.....	21
6.2 FORMAS DE FINANCIAMENTO	21
6.3 RECEITAS.....	21
6.4 CUSTOS	22
6.5 PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA.....	23
6.6 PROJEÇÃO DO DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS (DRE)	24
7. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS.....	25
7.1 AVALIAÇÃO ECONÔMICA.....	25
7.1.1 PONTO DE EQUILÍBRIO	25

7.1.2 TAXA DE LUCRATIVIDADE.....	25
7.1.3 TAXA DO RETORNO DO INVESTIMENTO	25
7.1.4 PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO (PAYBACK).....	25
7.1.5 TAXA INTERNA DE RETORNO	25
7.1.6 VALOR PRESENTE LÍQUIDO	26
7.2 ANÁLISE DE SENSIBILIDADE	26
7.3 AVALIAÇÃO SOCIAL.....	27
7.4 CONCLUSÃO.....	27
REFERÊNCIAS	28

1 INTRODUÇÃO

Iremos elaborar um Plano de Negócio com o objetivo de apresentar todas as variáveis do negócio.

A Metodologia de trabalho será descritiva e exploratória. Será utilizada a pesquisa descritiva que tem por objetivo descrever as características de uma população, de um fenômeno ou de uma experiência. E, também uma pesquisa exploratória que permite uma maior familiaridade entre o pesquisador e o tema pesquisado. Será utilizada também a pesquisa bibliográfica e documental. Além disso, uma abordagem qualitativa e quantitativa (GOHR, 2008).

2 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

Será feito um plano de negócios de um novo negócio. SOU ATLETA será um portal de conteúdo e serviço para os entusiastas de corrida de rua, corrida *trail run*, ciclismo de estrada, natação em águas abertas, *triathlon*, *duathlon* e *aquathlon*.

O sócio proprietário já possui relacionamento comercial com grande parte do público alvo e conhecimento técnico (know-how) para desenvolver os serviços.

A empresa será uma pessoa jurídica, constituída de um ou mais empresários, sócios ou acionistas, visando o lucro. EIRELI.

2.1 PRODUTOS E/OU SERVIÇOS

Anúncios (B2B) - Anúncios e destaques no site

Mailing (B2B) - Envio de e-mail marketing direcionado

Payback (B2B) - valor pela conversão do encaminhamento utilizado

Clube de benefícios (B2C)

3 PLANO ESTRATÉGICO

3.1 ANÁLISE DO MACROAMBIENTE

Fatores	Aspectos analisados
Econômicos	O negócio exige poder de compra e este depende da renda da população, do nível de preços (inflação).
Político-legais	O negócio não possui grande influência legal, mas todo incentivo a prática esportiva ajuda no crescimento do mercado alvo.
Socioculturais	O envelhecimento da população e busca por melhor qualidade de vida ajuda no crescimento do mercado alvo.
Tecnológicos	O acesso a tecnologia é essencial ao crescimento do mercado alvo. O negócio é essencialmente virtual.

3.2 ANÁLISE DO SETOR

Força 1: Alta

Força 2: Baixa

Força 3: Média

Força 4: Média

Força 5: Média

Média atratividade

3.3 ANÁLISE INTERNA

Áreas	Aspectos analisados
Produção	Equipamentos e processo produtivo Pesquisa e desenvolvimento
Recursos Humanos	Grau de motivação dos funcionários Competência e motivação
Finanças	Receitas e custos Capacidade de investimento
Marketing	Portfólio de serviços Satisfação dos clientes internos e externos

3.4 ANÁLISE SWOT

Ambiente interno	
Pontos fortes	Pontos fracos
Portfólio de serviço	Receitas e custos
Satisfação dos clientes internos e externos	Capacidade de investimento
Grau de motivação dos funcionários	
Competência e motivação	
Equipamentos e processo produtivo	

Pesquisa e desenvolvimento	
Ambiente externo	
Oportunidades	Ameaças
Envelhecimento da população Busca por qualidade de vida	Novos concorrentes Crise econômica

3.5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Atingir 50.000 usuários nos próximos 2 anos

3.6 POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO

Diferenciação – A empresa irá oferecer serviços únicos no âmbito do setor.

4 PLANO DE MARKETING

4.1 PRODUTOS E/OU SERVIÇOS

Todos os produtos são serviços.

- Criação de conteúdo (News) – Notícias segmentadas com foco nos esportes alvo (Corrida, Triathlon, Ciclismo e Natação).
- Calendário de eventos – Relação dos eventos regionais e nacionais dos esportes alvo (Corrida, Triathlon, Ciclismo e Natação).
- Guias – Introdução aos esportes (Corrida, *Triathlon*, Ciclismo e Natação).
- Venda de anúncios e ativações (parceiros) – Destaque na busca no calendário de eventos, banners na página/app e ações nas mídias sociais.
- Clube de benefícios – Descontos e ações exclusivas para os usuários.

Os diferenciais:

- Criação de conteúdo (News) – O conteúdo será feito utilizando influenciadores digitais.
- Calendário de eventos – sem vínculo as ticketerias (sites que vendem inscrições) de mercado.
- Guias – Utilizando influenciadores e professores renomados.
- Venda de anúncios e ativações (parceiros) – Segmentação precisa.
- Clube de benefícios – Descontos e ações exclusivas.

O lançamento do APP (aplicativo), com funções complementares irá ampliar a experiência do usuário e dos parceiros comerciais, através de serviços como:

- Monetização de indicação de novos usuários.
- Criação pelos usuários de grupos para desafios de resultado (aposta).
- Ranking monetizado (premiado) por parceiros.

4.2 MERCADO CONSUMIDOR

O cliente alvo é dividido em dois grupos:

Usuário – Interessado ou consumidor de inscrições para os eventos de corrida de rua, triathlon, ciclismo e natação.

Parceiro – Empresas com interesse em venda para o público usuário.

O mercado é nacional, com crescimento e detalhamento gradual estadual.

A demanda prevista para os primeiros 12 meses é de 500 mil usuários cadastrados, com um potencial de mais de 5 milhões.

4.3 FORNECEDORES

Os fornecedores são basicamente prestadores de serviço. O formato de contratação não necessita de deslocamento físico para entrega dos serviços.

São jornalistas, programadores, designers e influenciadores digitais distribuídos por todo mundo.

4.4 CONCORRÊNCIA

Item	SOU ATLETA	SUA CORRIDA	ATIVO	GLOBOESPORTE
Produto	CONTEÚDO ANUNCIOS	CONTEÚDO	CONTEÚDO ANUNCIOS	CONTEÚDO ANUNCIOS
Participação do mercado (em vendas)	0%	10%	30%	10%
Atendimento	Bom	Bom	Bom	RUIM

Atendimento pós-venda	Bom	Bom	Bom	RUIM
Localização	VIRTUAL (São Paulo)	VIRTUAL (São Paulo)	VIRTUAL	VIRTUAL
Divulgação	Bom	Bom	Bom	Bom
Garantias oferecidas	Nenhuma	Nenhuma	Nenhuma	Nenhuma
Política de crédito	Nenhuma	Nenhuma	Nenhuma	Nenhuma
Preços	Médio	Médio	Médio	Alto
Qualidade dos produtos	Boa	Média	Média	Boa
Reputação	Ausente	Média	Ruim	Boa
Tempo de entrega	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica
Canais de venda utilizados	Online – B2B	Online – B2B	Online – B2B	Online – B2B
Capacidade de produção	Média	Média	Média	Alta

Recursos humanos	Temporário	CLT	CLT	CLT
Métodos gerenciais	Desconhecido	Desconhecido	Desconhecido	Desconhecido
Métodos de produção	Desconhecido	Desconhecido	Desconhecido	Desconhecido
Estrutura econômico-financeira	Desconhecido	Desconhecido	Desconhecido	Desconhecido
Flexibilidade	Alta	Média	Média	Baixa
Formas de competição	Desconhecido	Desconhecido	Desconhecido	Desconhecido

SUA CORRIDA – FORTE Bom conteúdo | FRACO Associado a uma empresa produtora, sem credibilidade

ATIVO – FORTE Bom e amplo conteúdo | FRACO Associado a uma empresa produtora, sem credibilidade

GLOBO ESPORTE – FORTE ótimo conteúdo | FRACO sem segmentação com o mercado de corrida, *Triathlon*, ciclismo e natação

4.5 SEGMENTAÇÃO DO MERCADO

Pessoas interessadas ou consumidoras de inscrições para os eventos de corrida de rua, triathlon, ciclismo e natação, no estado de São Paulo – Fase inicial.

4.6 OBJETIVOS DE MARKETING

Atingir 500 mil usuários cadastrados em 12 meses.

Faturar R\$ 200.000,00 em vendas para parceiros em 12 meses.

4.7 ESTRATÉGIAS DE MARKETING

O esforço inicial é para a criação de uma base de usuários ampla.

Lançamento será através de campanha de anúncios em mídias digitais patrocinadas e ações (blitz) em eventos abertos relacionados. O estímulo ao cadastro dos usuários será incentivado através de brindes, sorteios e descontos.

4.8 PLANO DE AÇÕES DE MARKETING

Objetivo(s)) de marketing	Estratégia(s)) de marketing	Ações de marketin g	Responsáve l	Prazo de execuçã o	Mecanismo s de controle
Atingir 500 mil usuários	Promoção	Mídia	Gerente de MKT	6 meses	Sistema
	Promoção	Blitz	Gerente de MKT	6 meses	Sistema

5. PLANO DE OPERAÇÕES

5.1 TAMANHO (CAPACIDADE INSTALADA)

O negócio tem o foco na Internet.

O local deve atender a principalmente as áreas internas de criação de conteúdo (comunicação), suporte aos sistemas (TI) e administrativo.

O maior grupo de clientes (B2C) não demanda espaço físico para atendimento, sendo um espaço físico necessário para receber clientes (B2C) e parceiros para reuniões.

5.2 TECNOLOGIA E OPERAÇÃO

a) Equipamentos, e, a tecnologia necessária para o funcionamento do futuro empreendimento.

Necessidade de posições de trabalho (mesas e cadeiras) com computadores, redes de dados e conexão com Internet.

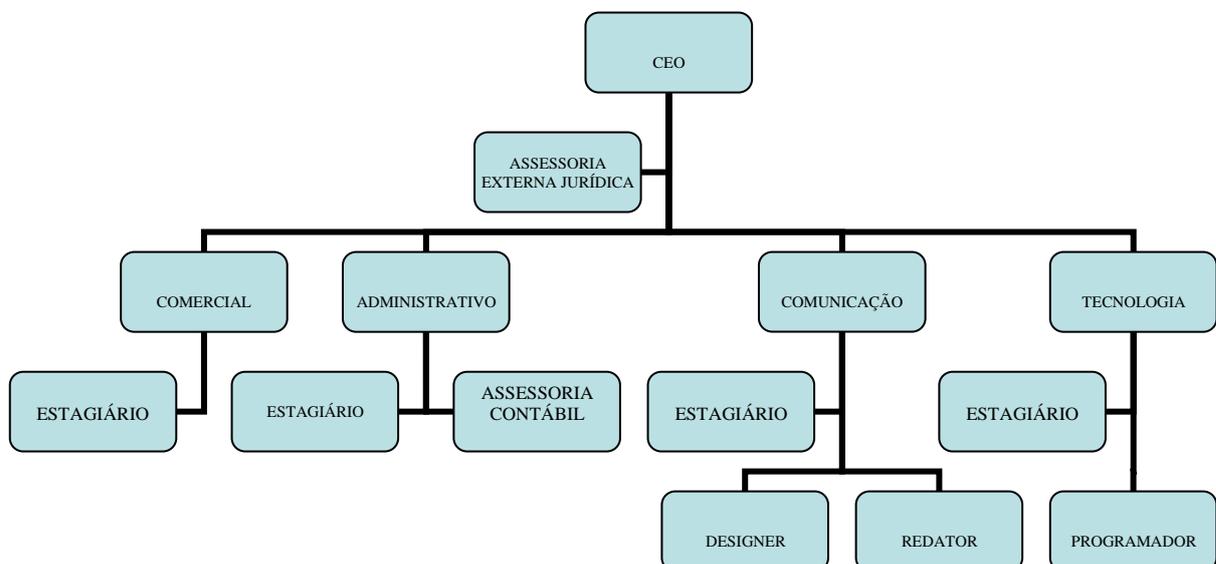
b) Processo de produção: como fabricar seus bens e/ou fornecer seus serviços; informação detalhada dos procedimentos operacionais para transformar insumos em produtos acabados, layout, fluxograma etc.

- O principal produto é o sistema (site e app), através do dele os usuários são estimulados a interagir, gerando parte do conteúdo.
- O usuário cria o perfil no sistema, e constrói seu histórico de resultados em eventos (corridas de rua etc.), esses resultados são validados automaticamente, em casos especiais são auditados manualmente. Esses resultados passam a fazer parte de rankings (pessoal, grupos customizados e geral) de diversos tipos (sexo, distância, idade etc.), a posição nesses rankings corresponde a pontos dentro do sistema.
- Os usuários são estimulados a criar grupos customizados e fazer desafios (apostas) com seus amigos, usando os pontos que possui dentro do sistema.

- A criação principal interna é a análise de eventos, onde a equipe faz a crítica de eventos realizados (crítica do GURU), e abrindo para uma nova avaliação por parte dos usuários também (crítica dos usuários), que também vale pontos no sistema.
- O calendário de eventos futuros, também é uma criação interna, onde o usuário pode usar os pontos para compra de inscrição.
- Todo sistema é *gamificado*, e sendo avaliado constantemente para criação de gatilhos de estímulo a participação dos usuários e ações de visibilidade de parceiros.

c) Não há necessidade de elaborar um projeto de construção civil/arquitetônico

d) Projeção da necessidade de mão-de-obra: equipe gerencial e operacional (organograma da empresa).



5.3 LOCALIZAÇÃO

Macrolocalização, pontos importantes:

- Aspectos comunitários e governamentais
- Benefícios especiais para empresas de tecnologia

- Impostos e financiamento
- Menor valor de impostos
- Disponibilidade e qualidade da força de trabalho
- Proximidade com centros universitários de excelência

Microlocalização, fatores locacionais importantes:

- Valor do aluguel
- Valor do condomínio
- Custo de reforma
- Estacionamento para clientes
- Fácil acesso ao transporte
- Boa aparência
- Seguro e bem protegido
- Sem restrição aos horários de funcionamento

Opção A – Av. Faria Lima, 1920 - São Paulo/SP

Opção B – Alameda Mamoré, 189 - Barueri/SP

Opção C – Alameda Rio Negro, 500 - Barueri/SP

FATORES	A	B	C
Valor do aluguel	5.000,00	2.000,00	3.000,00
Valor do condomínio	1.500,00	500,00	1.000,00
Custo de reforma	10.000,00	10.000,00	5.000,00
Estacionamento para clientes	S	S	N
Fácil acesso ao transporte	S	S	S
Boa aparência	S	S	S

Seguro e bem protegido	S	S	S
Sem restrição aos horários	S	S	S
TOTAL	16.500,00	12.500,00	9.000,00
TOTAL 12 MESES	88.000,00	40.000,00	53.000,00

Opção B – foi a escolhida

6. PLANO FINANCEIRO

6.1 INVESTIMENTO INICIAL

A empresa terá um aporte inicial para desenvolvimento do APP (sistema), aquisição de equipamentos de infraestrutura, reforma para adequação da sede e capital de giro para os próximos 12 meses.

INVESTIMENTOS			TOTAL	R\$ 457.400,00
TIPO DE INVESTIMENTO	FREQUÊNCIA	QUANTIDADE	VALOR	VALOR TOTAL
Desenvolvimento do Sistema	Único	1	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00
Equipamentos	Único	1	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00
Móveis	Único	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
Instalação (reforma)	Único	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
Capital de giro 12 meses	Mensal	12	R\$ 34.366,67	R\$ 412.400,00

6.2 FORMAS DE FINANCIAMENTO

O investimento principal virá de capital próprio, através de sócios investidores que irão ficar com 15% de todo o negócio.

Não terá capital de terceiros.

6.3 RECEITAS

A empresa planeja chegar nas quantidades de venda mensal, a partir do 13 mês de atividade plena.

Seriam dois serviços principais, cotas de anúncio e mensalidade de usuário.

RECEITAS			TOTAL	R\$ 219.800,00	R\$ 2.637.600,00
TIPO	FREQUÊNCIA	QUANTIDADE	VALOR	VALOR MÊS	VALOR ANO
COTA DE ANÚNCIO	Mensal	22	R\$ 900,00	R\$ 19.800,00	R\$ 237.600,00
MENSALIDADE USUÁRIO	Mensal	40.000	R\$ 5,00	R\$ 200.000,00	R\$ 2.400.000,00

Cota de Anúncio: $R\$ 900/63 = R\$ 14,28$

Mensalidade Usuário: $R\$ 5/63 = R\$ 0,08$

6.4 CUSTOS

CUSTOS		TOTAL	R\$ 32.125,00	R\$ 28.480,00	R\$ 404.500,00	R\$ 341.760,00
TIPO	GRUPO	FREQÜÊNCIA	TIPO	CUSTO FIXO MÊS	CUSTO VARIÁVEL MÊS	CUSTO VARIÁVEL ANO
Condomínio	Infraestrutura	Mensal	Fixo	R\$ 500,00		R\$ 6.000,00
Aluguel	Infraestrutura	Mensal	Fixo	R\$ 2.000,00		R\$ 24.000,00
Depreciação dos equipamentos	Infraestrutura	Mensal	Fixo	R\$ 125,00		R\$ 1.500,00
Depreciação dos instalações	Infraestrutura	Mensal	Fixo	R\$ 41,67		R\$ 500,00
Depreciação da tecnologia (sistema)	Infraestrutura	Mensal	Fixo	R\$ 166,67		R\$ 2.000,00
Depreciação da móveis	Infraestrutura	Mensal	Fixo	R\$ 41,67		R\$ 500,00
Investimento em Marketing & Promoções	Marketing	Mensal	Fixo	R\$ 10.000,00		R\$ 120.000,00
Estagiário Geral	Salário	Mensal	Fixo	R\$ 800,00		R\$ 10.400,00
Analista de Comunicação - Designer	Salário	Mensal	Fixo	R\$ 1.000,00		R\$ 13.000,00
Analista de Comunicação - Redação	Salário	Mensal	Fixo	R\$ 1.000,00		R\$ 13.000,00
Analista de Tecnologia - Programador	Salário	Mensal	Fixo	R\$ 2.000,00		R\$ 26.000,00
Coordenador Administrativo/Comercial	Salário	Mensal	Fixo	R\$ 3.000,00		R\$ 39.000,00
Coordenador de Comunicação	Salário	Mensal	Fixo	R\$ 3.000,00		R\$ 39.000,00
Coordenador de Tecnologia	Salário	Mensal	Fixo	R\$ 3.000,00		R\$ 39.000,00
CEO	Salário	Mensal	Fixo	R\$ 5.000,00		R\$ 65.000,00
IPTU	Tributos	Mensal	Fixo	R\$ 150,00		R\$ 1.800,00
Despesas bancárias	Financeiros	Mensal	Fixo	R\$ 100,00		R\$ 1.200,00
Mensalidade internet	Infraestrutura	Mensal	Fixo	R\$ 200,00		R\$ 2.400,00
Comissão de Vendas (10%)	Salário	Mensal	Variável		R\$ 21.980,00	R\$ 263.760,00
Assessoria Jurídica	Serviço	Mensal	Variável		R\$ 500,00	R\$ 6.000,00
SUPER SIMPLES - ISS, IRPJ, CS (6%)	Tributos	Mensal	Variável		R\$ 5.000,00	R\$ 60.000,00
Assessoria Contábil	Serviço	Mensal	Variável		R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00

* Foi elaborada uma projeção mensal para o SIMPLES, tomando como base a receita acumulada pela empresa no primeiro ano de operação.

6.5 PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

FLUXO													
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
Recebimentos													
Receitas à vista	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 21.980,00	R\$ 43.960,00	R\$ 65.940,00	R\$ 87.920,00	R\$ 109.900,00	R\$ 131.880,00	R\$ 153.860,00	R\$ 175.840,00	R\$ 197.820,00	R\$ 989.100,00
Receitas a prazo	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
(a) Receita total (vendas)	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 21.980,00	R\$ 43.960,00	R\$ 65.940,00	R\$ 87.920,00	R\$ 109.900,00	R\$ 131.880,00	R\$ 153.860,00	R\$ 175.840,00	R\$ 197.820,00	R\$ 989.100,00
Pagamentos													
Custos operacionais Variáveis													
Compras à vista	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Compras a prazo	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Comissão de Vendas (10%)	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 2.198,00	R\$ 4.396,00	R\$ 6.594,00	R\$ 8.792,00	R\$ 10.990,00	R\$ 13.188,00	R\$ 15.386,00	R\$ 17.584,00	R\$ 19.782,00	R\$ 98.910,00
SUPER SIMPLES - ISS, IRPJ, CS (6%)	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 1.318,80	R\$ 2.637,60	R\$ 3.956,40	R\$ 5.275,20	R\$ 6.594,00	R\$ 7.912,80	R\$ 9.231,60	R\$ 10.550,40	R\$ 11.869,20	R\$ 59.346,00
Assessoria Jurídica	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 6.000,00
Assessoria Contábil	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00
Total de custos operacionais variáveis	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 5.016,80	R\$ 8.533,60	R\$ 12.050,40	R\$ 15.567,20	R\$ 19.084,00	R\$ 22.600,80	R\$ 26.117,60	R\$ 29.634,40	R\$ 33.151,20	R\$ 176.256,00
Custos operacionais Fixos													
Aluguel	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 24.000,00
Condomínio	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 6.000,00
IPTU	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 1.800,00
Despesas bancárias	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
Mensalidade internet	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
Salários	R\$ 10.800,00	R\$ 10.800,00	R\$ 10.800,00	R\$ 10.800,00	R\$ 10.800,00	R\$ 10.800,00	R\$ 10.800,00	R\$ 10.800,00	R\$ 10.800,00	R\$ 10.800,00	R\$ 10.800,00	R\$ 10.800,00	R\$ 129.600,00
De preciação dos equipamentos	R\$ 125,00	R\$ 125,00	R\$ 125,00	R\$ 125,00	R\$ 125,00	R\$ 125,00	R\$ 125,00	R\$ 125,00	R\$ 125,00	R\$ 125,00	R\$ 125,00	R\$ 125,00	R\$ 1.500,00
De preciação dos instalações	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 500,00
De preciação da tecnologia (sistema)	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 2.000,00
De preciação da móveis	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 41,67	R\$ 500,00
Total de custos operacionais fixos	R\$ 14.125,00	R\$ 14.125,00	R\$ 14.125,00	R\$ 14.125,00	R\$ 14.125,00	R\$ 14.125,00	R\$ 14.125,00	R\$ 14.125,00	R\$ 14.125,00	R\$ 14.125,00	R\$ 14.125,00	R\$ 14.125,00	R\$ 169.500,00
(b) Custo Total (CF + CV)	R\$ 15.625,00	R\$ 15.625,00	R\$ 15.625,00	R\$ 19.141,80	R\$ 22.658,60	R\$ 26.175,40	R\$ 29.692,20	R\$ 33.209,00	R\$ 36.725,80	R\$ 40.242,60	R\$ 43.759,40	R\$ 47.276,20	R\$ 345.756,00
(c) Investimentos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Saldo de caixa (a-b-c)	-R\$ 15.625,00	-R\$ 15.625,00	-R\$ 15.625,00	-R\$ 2.838,20	-R\$ 21.301,40	-R\$ 39.764,60	-R\$ 58.227,80	-R\$ 76.691,00	-R\$ 95.154,20	-R\$ 113.617,40	-R\$ 132.080,60	-R\$ 150.543,80	-R\$ 643.344,00

6.6 PROJEÇÃO DO DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS (DRE)

DRE ANO	TOTAL
Receita Total (RT)	R\$ 989.100,00
(-) Custo Variável (CV)	R\$ 176.256,00
(=) Lucro Bruto (LB)	R\$ 812.844,00
(-) Custo Fixo (CF)	R\$ 169.500,00
(=) Lucro Operacional (LO)	R\$ 643.344,00
(-) Imposto de Renda (IR) (ABATIDO SUPER SIMPLES EPP)	R\$ 0,00
(-) Contribuição Social (CS) (ABATIDO SUPER SIMPLES EPP)	R\$ 0,00
(=) Lucro Líquido	R\$ 643.344,00

7. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS

7.1 AVALIAÇÃO ECONÔMICA

7.1.1 PONTO DE EQUILÍBRIO

PONTO DE EQUILÍBRIO (UNIDADES)	21
Receita Total (RT)	R\$ 989.100,00
Custo Variável (CV)	R\$ 176.256,00
Custo Fixo (CF)	R\$ 169.500,00

7.1.2 TAXA DE LUCRATIVIDADE

TAXA DE LUCRATIVIDADE (%)	65
Receita Total (RT)	R\$ 989.100,00
Lucro Líquido	R\$ 643.344,00

7.1.3 TAXA DO RETORNO DO INVESTIMENTO

RETORNO DO INVESTIMENTO - ROI (%)	166
Investimento	R\$ 386.760,00
Lucro Líquido	R\$ 643.344,00

7.1.4 PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO (PAYBACK)

Payback em 7 meses

PAYBACK (ANOS)	0,6
Investimento	R\$ 386.760,00
Lucro Líquido	R\$ 643.344,00

7.1.5 TAXA INTERNA DE RETORNO

A taxa mínima de atratividade (TMA) a meta da taxa SELIC (Sistema Especial de Liquidação e Custódia), que pode ser considerada adequada para o investimento em um negócio de pequeno porte. Tal taxa é estipulada pelo COPOM (Comitê de Política Monetária) e está em torno de 10% ao ano (BANCO CENTRAL DO BRASIL, junho de 2020).

TAXA INTERNA DE RETORNO - TIR (%)		186,45%				
		ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Fluxo de Caixa Total		R\$ 643.344,00	R\$ 788.962,80	R\$ 965.400,36	R\$ 1.178.989,93	R\$ 1.437.348,37
VPL	-R\$ 386.760,00	R\$ 224.592,08	R\$ 96.152,12	R\$ 41.073,43	R\$ 17.511,15	R\$ 7.452,77
VPL	R\$ 21,56					
i	1,8645					
TIR	186,45%					
TMA	10,00%					

7.1.6 VALOR PRESENTE LÍQUIDO

VALOR PRESENTE LÍQUIDO - VLP (R\$)		R\$ 3.273.199,37				
		ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Receita Total (RT)		R\$ 989.100,00	R\$ 1.186.920,00	R\$ 1.424.304,00	R\$ 1.709.164,80	R\$ 2.050.997,76
Custo Variável (CV)		R\$ 176.256,00	R\$ 211.507,20	R\$ 253.808,64	R\$ 304.570,37	R\$ 365.484,44
Custo Fixo (CF)		R\$ 169.500,00	R\$ 186.450,00	R\$ 205.095,00	R\$ 225.604,50	R\$ 248.164,95
Lucro Líquido - SUPER SIMPLES - ISS, IRPJ, CS (6%) - Já abatido		R\$ 643.344,00	R\$ 788.962,80	R\$ 965.400,36	R\$ 1.178.989,93	R\$ 1.437.348,37
Fluxo de Caixa Total		R\$ 643.344,00	R\$ 788.962,80	R\$ 965.400,36	R\$ 1.178.989,93	R\$ 1.437.348,37
VPL	-R\$ 386.760,00	R\$ 584.858,18	R\$ 652.035,37	R\$ 725.319,58	R\$ 805.265,99	R\$ 892.480,25
VPL	R\$ 3.273.199,37					

7.2 ANÁLISE DE SENSIBILIDADE

Projete diferentes cenários para a atuação do futuro empreendimento no mercado (veja os exemplos nos quadros) e em seguida desenvolva uma análise dos indicadores econômicos para os diferentes cenários.

PROJEÇÃO	VOLUME DE VENDAS	PERSPECTIVA DE CRESCIMENTO				
		ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
OTIMISTA	R\$ 1.285.830,00	0	30	30	30	30
MAIS PROVÁVEL	R\$ 989.100,00	0	20	20	20	20
PESSIMISTA	R\$ 494.550,00	0	5	5	5	5
ANÁLISE DE DIFERENTES CENÁRIOS						
INDICADOR	CENÁRIOS					
	PESSIMISTA	MAIS PROVÁVEL	OTIMISTA			
TIR (%)	164,00%	186,45%	200,00%			
VPL (R\$)	R\$ 1.987.450,29	R\$ 3.273.199,37	R\$ 4.338.141,16			
Payback (ANO)	2 anos e 7 meses	7 meses	5 meses			
PE (%)	53	21	15			
TMA 10% aa						

Levando em consideração os dados de sensibilidade, pode-se concluir que:

- Em todos os cenários o TIR é maior que o TMA;
- Em todos dos cenários o VLP é positivo;
- O tempo de *payback* é bom até mesmo no cenário pessimista, menor que 3 anos;
- O projeto deve ser executado.

7.3 AVALIAÇÃO SOCIAL

O projeto pretende adotar algumas práticas de responsabilidade social, como por exemplo:

- Oferecer vagas de estágio para alunos carentes;
- Oferecer vagas para pessoas com deficiência física;
- Estimular os colaboradores a prática de atividade física e alimentação balanceada.

Em função dessa atividade fim, o projeto ainda irá contribuir de forma ampla, para a melhoria da qualidade de vida das pessoas, estimulando a prática de atividade física, evitando o sedentarismo, a obesidade e as suas consequências negativas para a saúde do indivíduo.

7.4 CONCLUSÃO

Os resultados alcançados no plano financeiro e na avaliação do empreendimento permitem concluir que este pode ser considerado viável.

Além de ser viável, demonstra ser altamente rentável, com um VPL alto e um rápido *payback*.

REFERÊNCIAS

Gohr, Claudia Fabiana

Trabalho de conclusão de curso em administração I: livro didático / Claudia

Fabiana Gohr; design instrucional Leandro Kingeski Pacheco. – Palhoça:

UnisulVirtual, 2008.

Gohr, Claudia Fabiana

Trabalho de conclusão de curso em administração II: livro didático / Claudia

Fabiana Gohr; design instrucional Leandro Kingeski Pacheco. – Palhoça:

UnisulVirtual, 2008.