

CENTRO UNIVERSITÁRIO SÃO JOSÉ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Diego José do Valle Corrêa Pires
Matheus Neves da Silva

ARMAZÉM DO ESPORTE

Rio de Janeiro
2021

DIEGO JOSÉ DO VALLE CORRÊA PIRES
MATHEUS NEVES DA SILVA

ARMAZÉM DO ESPORTE

Projeto de pesquisa apresentado para
a Disciplina de TCC II, sob a orientação do
prof: Eduardo Bezerra de Sousa.

Rio de Janeiro
2021

SUMÁRIO

	Página
1. INTRODUÇÃO	4
2. SUMÁRIO EXECUTIVO	5
3. ANÁLISE DE MERCADO	9
4. PLANO DE MARKETING	16
5. PLANO OPERACIONAL	19
6. PLANO FINANCEIRO	24
7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS	32
8. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	35
9. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO	36
10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	37

1. INTRODUÇÃO

Neste estudo é apresentada a elaboração de um plano de negócios para a criação de uma empresa. O objetivo é ajudar o empreendedor a melhorar a organização da instituição, administrar de forma mais eficaz a rentabilidade desta. Todos os dados contidos nesse trabalho advêm de estudos e pesquisas, afim de verificar a viabilidade de abertura de uma loja de artigos esportivos na Zona Oeste do Rio de Janeiro.

A ideia de iniciar esta empresa surgiu após uma identificação em nossas pesquisas de uma deficiência no estado do Rio de Janeiro em lojas especializadas em artigos esportivos. Esse mercado está em ascensão, e em crescimento no nosso país, com o recente aumento da popularidade dos esportes americanos (Basquete, Futebol Americano entre outros) no Brasil.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 – Resumo dos principais pontos do plano de negócio

A Armazém do Esporte tem a pretensão de se localizar na Avenida das Américas, Barra da Tijuca, e trabalhará de forma inovadora, oferecendo produtos de alta qualidade, e um fidelização ainda não vista no mercado. Tendo como objetivo oferecer aos nossos clientes os melhores produtos esportivos brasileiros e internacionais, afim de aproximar o torcedor de sua paixão pelos esportes, através de uma loja inovadora, um atendimento diferenciado com pessoas que entendem de esportes, um layout moderno que só as flagship stores possuem e programa de fidelização com os nossos clientes, serão alguns de nossos diferenciais. Afinal, nós vestimos a sua paixão!

2.2 – Logomarca



Armazém do Esporte

2.3 – Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições

Sócio 1

Matheus Neves da Silva

Rua Paulo Roberto da Silva Nogueira, 628

Jardim Sulacap, RJ

(21) 980475487

Bacharel em Administração, Tecnólogo em RH e pós-graduado em Marketing

Diretor de Vendas e Marketing e Codiretor de Recursos Humanos

Sócio 2

Diego José do Valle Corrêa Pires

Avenida Santa Cruz 833

Realengo, RJ

(21) 989853013

Bacharel em Administração e pós-graduado em Finanças

Diretor Financeiro e Codiretor de Recursos Humanos

2.4 – Dados do empreendimento

Nome da Empresa: Armazém do Esporte LTDA

CNPJ: 13.412.798/0001-30

2.5. – Missão, Visão e Valores da empresa

Missão da empresa: Oferecer produtos de alta qualidade e um atendimento diferenciado e se tornar uma empresa de excelente nível no ramo de venda de materiais esportivos.

Visão da empresa: Se tornar uma empresa de referência no ramo de venda de materiais esportivos e a maior loja de artigos das ligas esportivas americanas (MLS, NBA, NFL e NHL) no Brasil.

Valores: Respeito à vida, Ética e Transparência e Inovação.

2.6 – Setores de atividade

Terciário. Esse setor corresponde às atividades de comércio de bens e à prestação de serviços. Abrange uma vasta gama de atividades que vão desde o comércio de mercadorias à administração pública, passando por transportes, atividades financeiras e imobiliárias, serviços a empresas ou pessoais, educação, saúde e promoção social.

2.7 – Forma jurídica

Sociedade Limitada. É aquela em que duas ou mais pessoas se juntam para criar uma sociedade empresarial, mediante um contrato social, no qual constam seus atos constitutivos, forma de operação, normas da empresa e o capital social,^[4] sendo este último dividido em cotas, de modo que a responsabilidade pelo pagamento das obrigações da empresa é limitada à participação dos sócios.

2.8 – Enquadramento tributário

Simplex Nacional. Simplex Nacional é um regime tributário facilitado e simplificado para micro e pequenas empresas. Ele permite o recolhimento de vários tributos federais, estaduais e municipais em uma única guia. A alíquota é diferenciada, variando de acordo com o faturamento, que é separado em faixas de faturamento, até a receita bruta anual de R\$ 4,8 milhões - limite que entrou em vigor em 2018 em atendimento à Lei Complementar nº 155.

2.9 – Capital social

Capital Social é o poder financeiro de uma empresa, o montante investido pelos sócios quando o negócio ainda estava no início de suas atividades.

Capital Social			
	Nome do Sócio	Valor (R\$)	% Participação
Sócio 1	Matheus Neves da Silva	R\$ 150.000,00	50%
Sócio 2	Diego José do Valle Corrêa Pires	R\$ 150.000,00	50%
Total:	-	R\$ 300.000,00	100%

3.0. – Fonte de recursos

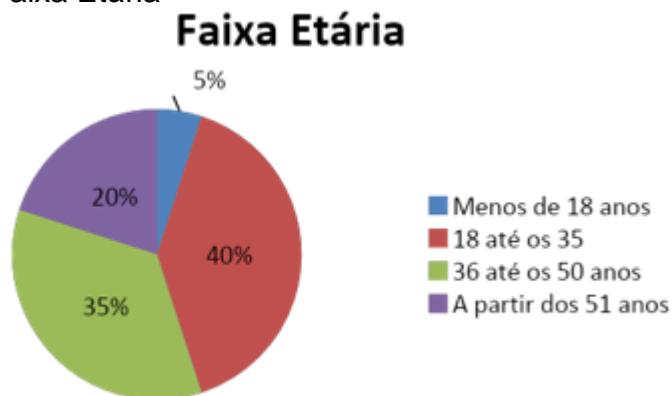
Capital Próprio.

3. ANÁLISE DE MERCADO

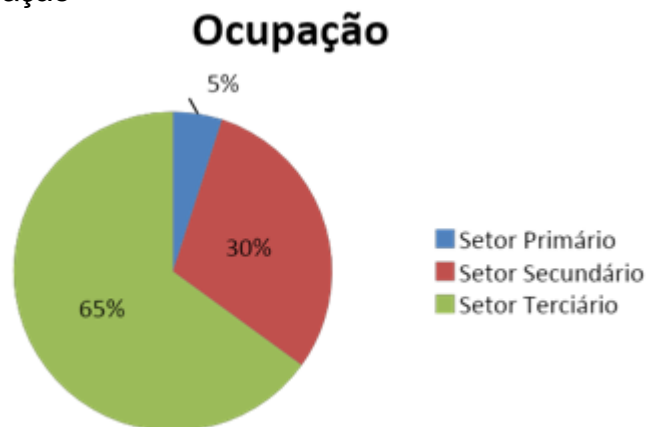
A análise de mercado é um processo necessário com o objetivo de colher informações sobre o mercado de atuação da nossa empresa. Neste meio, utiliza-se da paixão de seus torcedores pelo seu time de coração, ídolos, esportes em alta e do momento atual de cada time. Aproveitar as oportunidades e influenciar seus torcedores a vestir e comprar produtos que foram representados pelos seus times e ídolos é o maior foco em nosso ramo.

Estudo dos Consumidores:

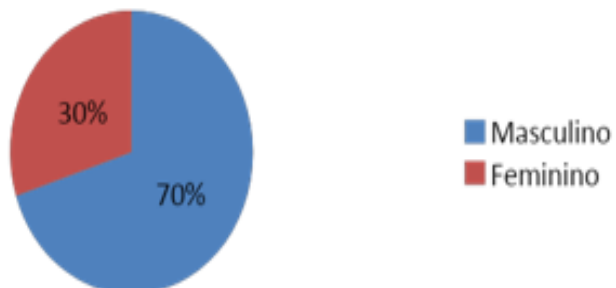
1. Faixa Etária



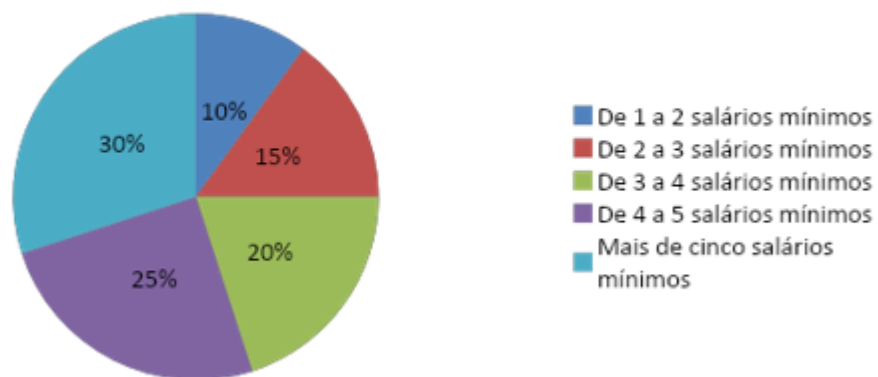
2. Ocupação



3. Gênero

Gênero

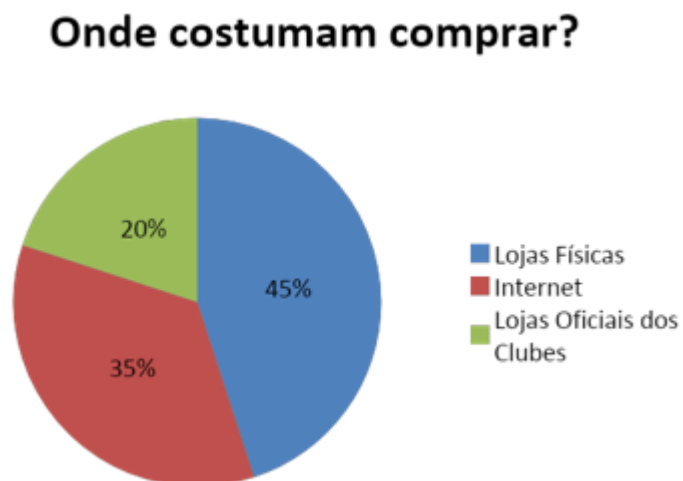
4. Perfil Econômico

Perfil Econômico

5. Localização



6. Onde costumam comprar



7. Motivos da Compra



Volume de Compra: R\$ 180,00 na média.

Frequência de Compra: Uma a quatro compras por ano na média.

Abrangência do Negócio:

O Armazém do Esporte terá foco principal na Zona Oeste do Rio de Janeiro, porém podendo abranger toda região metropolitana, uma vez que a Barra é frequentada por moradores de diversos bairros do RJ.

Estudo dos Concorrentes:

- **Sua empresa poderá competir com as outras atuantes?**

Com atendimento feito por profissionais que entendem dos esportes, processo de pós-venda diferenciado e material de alta qualidade, o

Armazém do Esporte poderá competir com as empresas que atuam em nosso segmento.

- **O que fará com que as pessoas deixem os concorrentes para comprar na sua empresa?**

Pós-venda diferenciado, times novos de esportes em evolução de popularidade no país e qualidade em todos os aspectos do serviço.

- **Há espaços para todos, inclusive você? Sendo “sim” a sua resposta, explique os motivos.**

Os brasileiros possuem uma grande paixão por esportes, possui um público fiel aos esportes e tem curiosidade pelos esportes americanos que estão crescendo no Brasil.

Funcionamento dos Concorrentes:

Loja	Loja Física	Loja Virtual	Horário de Funcionamento	Teleatendimento
Armazém do Esporte	Sim	Sim	10h às 22h	Sim
Físico e Forma	Sim	Sim	10h às 22h	Sim
Centauro	Sim	Não	10h às 22h	Sim

Condição de Pagamento dos Concorrentes:

Loja	Condições de Pagamento
Armazém Do Esporte	Até 10x sem juros
Centauro	Até 12x sem juros
Físico e Forma	Até 12x sem juros

Preço Praticado pelos Concorrentes:

Produto	Preço Praticado
Camisas (Futebol)	R\$ 49,99 até R\$ 349,99
Camisas (Basquete)	R\$ 149,99 até R\$ 499,99
Camisas (Futebol Americano)	R\$ 59,99 até R\$ 449,99
Camisetas	R\$ 19,99 até R\$ 199,99
Bermudas	R\$ 24,99 até R\$ 299,90
Agasalhos	R\$ 49,99 até R\$ 449,99
Calças e Leggings	R\$ 19,90 até R\$ 299,90
Calçados (Basquete)	R\$ 74,90 até R\$ 649,90
Calçados (Futebol)	R\$ 79,90 até R\$ 999,90
Calçados (Corrida)	R\$ 49,90 até R\$ 1299,90
Bolas	R\$ 19,90 até R\$ 499,90
Bonés	R\$ 24,99 até R\$ 179,90
Mochilas e Bolsas	R\$ 32,90 até R\$ R\$ 999,90
Meias	R\$ 9,99 até R\$ 79,99

Centauro – Pontos fortes: Pioneira no mercado de artigos licenciados de futebol. Tem diversos clubes do futebol brasileiro licenciados. Pontos fracos: Produtos com pouco apelo ao design, estampas mais padrões.

Azurra – Pontos fortes: Posição consolidada no mercado de artigos licenciados. Pontos fracos: Produtos com pouco apelo ao design, estampas mais padrões.

Nossos concorrentes diretos estão estabelecidos no mercado de produtos esportivos licenciados e, portanto, obtém razoável vantagem competitiva. Embora existam fortes concorrentes no ramo de licenciados de artigos têxteis esportivos, entende-se que o Armazém do Esporte traz uma nova postura e ideia de produto, ou seja, um novo conceito de marca. Os produtos têm designs diferenciados de seus concorrentes, assim como são elaborados com a ideia de que o torcedor possa expressar sua paixão pelo clube a qualquer momento do seu dia-a-dia.

4. PLANO DE MARKETING

Nosso planejamento de marketing tem como finalidade auxiliar no processo de expansão da marca no território brasileiro, assim como no atendimento de seus objetivos de marketing. Estarão presentes conceitos de marketing, plano de marketing e suas etapas, estratégias de marketing e marca. Nos dias atuais, o mercado do esporte desenvolve-se consideravelmente, a sua divulgação nos meios digitais e de comunicação o tornaram um assunto de maior visibilidade para o público.

Marketing Esportivo é o processo de projetar e implementar atividades para produção, fixação de preços, promoção e distribuição de um produto esportivo, a fim de satisfazer as necessidades ou aos desejos dos consumidores e de alcançar os objetivos da empresa.

Cores dos Produtos: Branco, preto, vermelho, azul, amarelo, roxo, rosa, cinza, marrom, laranja, multicores, dourado e bege.

Descrição dos principais produtos e serviços: O Armazém do Esporte oferecerá os serviços de personalização de camisas e os seguintes produtos:

Masculino:

Camisas (Futebol – Jogo e passeio)

Camisas (Basquete – Jogo e passeio)

Camisas (Futebol Americano – Jogo e passeio)

Camisetas (Beisebol – Jogo e passeio)

Shorts esportivos (Futebol, Basquete, FA e Beisebol)

Casacos (Esportes Variados)

Calçados (Futebol e Basquete)

Calçados para Corrida

Feminino:

Camisas (Futebol – Jogo e passeio)

Calças e Leggings

Shorts esportivos (Futebol)

Casacos (Esportes Variados)

Calçados (Futebol & Corrida)

Kids:

Camisas (Futebol e Basquete)

Shorts esportivos (Futebol)

Casacos

Calçados (Futebol)

Para todos:

Bonés (Futebol, Basquete, Beisebol e Futebol Americano)

Mochilas

Bolas (Futebol, Basquete, Futebol Americano e Vôlei)

Meias.

Preço: O Armazém do Esporte sempre irá praticar um preço compatível com o mercado (concorrentes).

Estratégias promocionais: O Armazém do Esporte tem uma iniciativa muito forte voltada na fidelização do cliente através do nosso pós-venda e utilizaremos promoções como (10% de desconto para STs, Personalizações Gratuitas, Descontos em compras de mais de 4 peças e etc) para atrair nosso público-alvo.

Estrutura de Comercialização: Contaremos com venda física em nossa loja física e vendas virtuais através de nosso site e app para a venda de seus produtos. O diferencial maior será nosso pós-venda especial. Contaremos também com descontos para ST's, promoções interativas com o momento de cada time

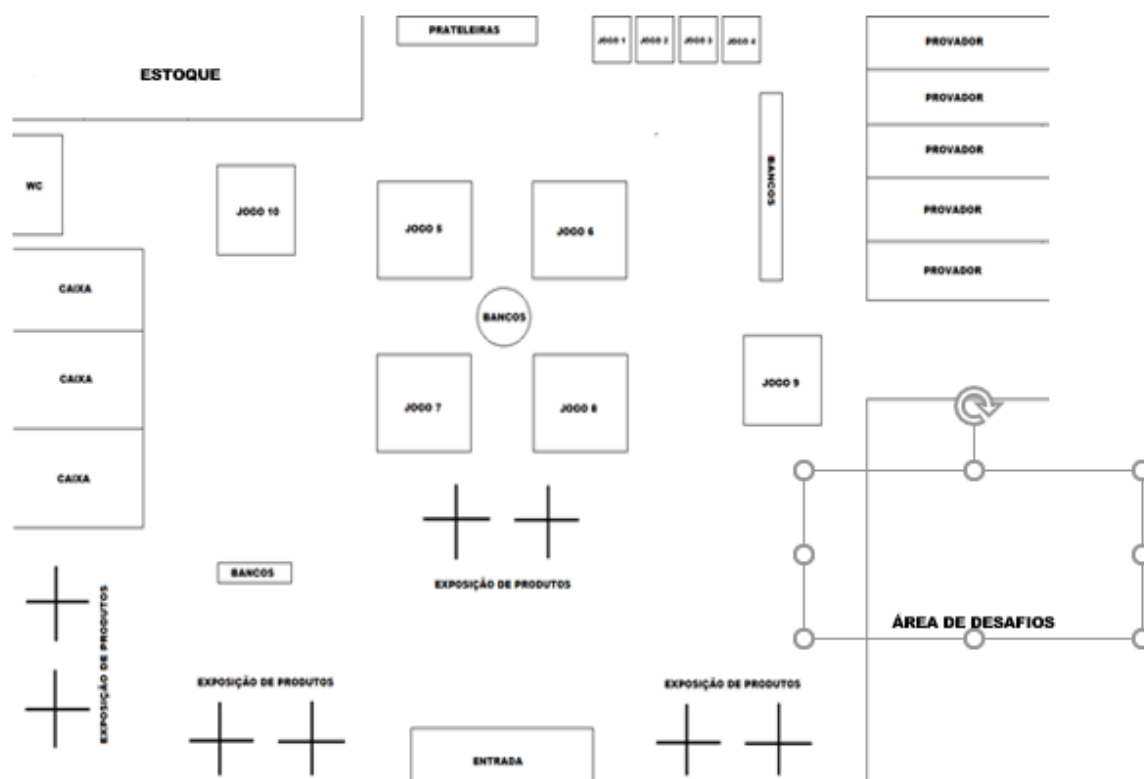
(promoções em casa de título, em dia de finais e etc.), sorteios com os nossos clientes assíduos e personalização gratuita, para fidelizar nosso cliente.

Localização do Negócio: Nossa empresa contará com home office nas vendas digitais e nossa loja física tem a projeção de localização na Avenida das Américas - Barra da Tijuca, com proximidade aos grandes comércios do bairro. Nossa loja terá um layout voltado aos esportes, para que os clientes possam interagir com a loja, através dos desafios de arremesso na cesta de basquete e chute ao gol, que terá disponibilizado na loja, além dos vídeos e músicas marcantes na história dos esportes, para que nosso cliente se sinta em casa.

5. PLANO OPERACIONAL

Arranjo físico: O conceito do Armazém do Esporte é ser uma Flagship store (Loja Conceito) e por isso irá possuir um layout moderno e temático para aproximar nossa loja e o cliente, causando uma conexão entre ambos.

Arranjo físico da Armazém do Esporte:



Capacidade produtiva: Nossa empresa terá sua maior demanda entre os meses de novembro e abril, porém também nas finais de competições importantes como (Libertadores, Copa Sul-americana, Copa América, Eurocopa e Copa do Mundo).

Processos operacionais:

- **Processo para o produto**

1° Passo: Análise de estoque, para descobrir a necessidade de fazer novos pedidos de produtos.

2° Passo: Realizar o(s) pedido(s) ao fornecedor, caso se faça necessário.

3° Passo: O produto é transportado.

4° Passo: O produto chega à empresa.

5° Passo: Conferência de pedidos e notas fiscais.

6° Passo: Armazenar os produtos no estoque ou direto nas gôndolas quando necessário.

- **Processo para o cliente**

1° Passo: Entrada do cliente à nossa loja.

2° Passo: Abordagem do vendedor ao cliente.

3° Passo: Possíveis dúvidas do cliente sobre algum produto ou serviço específico

4° Passo: Verificar a disponibilidade do produto para o cliente ou ofertar outros produtos caso o mesmo não esteja disponível.

5° Passo: Vendedor encaminha o cliente ao caixa para efetuar o pagamento do produto.

6° Passo: Vendedor preenche o cadastro do cliente, para o processo de fidelização pós-venda.

7° Passo: Pagamento do produto.

8° Passo: Retirada do produto pelo cliente.

9° Passo: Saída do cliente da loja.

- **Processo de compra online**

1° Passo: Cliente entra no site ou app, para acompanhar nossas promoções e ver nossos produtos.

2° Passo: Cliente escolhe os produtos desejados.

3° Passo: Cliente se cadastra no site/app.

4° Passo: Cliente efetua o pagamento online.

5° Passo: Funcionários verificam o pagamento e dão andamento no pedido.

6° Passo: De acordo com o prazo, produto é enviado ao cliente ou fica disponível para retirada na loja, dependendo da escolha do Cliente.

Obs: Fica disponibilizado um chat, para que o cliente possa tirar dúvidas, sendo respondido de acordo com o horário de funcionamento do chat.

Necessidade de pessoal:

Descrição dos Cargos:

GERENTE DE LOJA: Responsável por controlar e arquitetar a execução dos trabalhos e rotina da loja. Tem como responsabilidade fiscalizar: limpeza, arrumação de mercadorias, cuidar da apresentação dos funcionários, estoque, pedidos e entregas, treinamento e outras áreas fundamentais no sucesso da empresa.

Nível Acadêmico: Graduação em Administração

Características: Bom trabalho em equipe, boa comunicação, exercer liderança, boa comunicação e ter bom relacionamento com terceiros (clientes e fornecedores) em contato direto.

GERENTE FINANCEIRO/CONTÁBIL: Fica responsável por analisar as atividades financeiras diárias e posteriormente aconselhar e orientar a alta gerência sobre futuros planos financeiros, fornece relatórios financeiros e interpretar informações financeiras para os gerentes, precisa manter a saúde financeira da empresa, analisar custos, preços, resultados de vendas e o desempenho atual da empresa comparados aos planos de negócios, auditorias e gerenciar o preparo do orçamento da empresa

Nível Acadêmico: Graduação e pós-graduação em Administração, ou Contabilidade.

Características: Conhecimento sólido sobre finanças e contabilidade, habilidades interpessoais de comunicação e apresentação, capaz de orientar e gerenciar funcionários e boa apresentação de relatórios.

DEPARTAMENTO DE PESSOAL: Desenvolve planejamento de estratégias para recrutamento e seleção de funcionários, cuidar de documentação de admissão e demissão e rescisão, gerenciar arquivos, cálculos de folhas de pagamentos e outras atribuições.

Nível Acadêmico: Graduação em Recursos Humanos

Características: Bom trabalho em grupo, organização de documentos, organizar pagamentos de referentes a contratações e demissões entre outros.

ATENDENTE: Aborda e atende os clientes, esse funcionário é responsável por esclarecer dúvidas, fazer as vendas e registrar o cliente para o pós-venda. É a primeira pessoa que o cliente tem contato, por isso seu atendimento precisa ser impecável.

Nível Acadêmico: Ensino Fundamental completo.

Características: Trabalho em equipe, ótima comunicação, perspicácia e rapidez.

OPERADOR DE CAIXA: Profissional que recebe os pagamentos, precisa abrir e fechar o caixa e cuidar do controle do financeiro.

Nível Acadêmico: Ensino médio completo.

Características: Noções financeiras, simpatia e bom humor.

6. PLANO FINANCEIRO

Investimentos Fixos:

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Puffs	15	R\$ 45,00	R\$ 675,00
2	Cabides	1000	R\$ 2,00	R\$ 2.000,00
3	Araras	12	R\$ 120,00	R\$ 1.440,00
4	Mesa para Reuniões	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
5	Balcão	3	R\$ 400,00	R\$ 1.200,00
6	Cadeiras	50	R\$ 90,00	R\$ 4.500,00
7	Mesas	25	R\$ 100,00	R\$ 2.500,00
8	Estantes	10	R\$ 150,00	R\$ 1.500,00
9	Máquinas de Cartão	10	R\$ 238,80	R\$ 2.388,00
10	Computadores	6	R\$ 1.300,00	R\$ 7.800,00
11	Televisões	5	R\$ 1.100,00	R\$ 5.500,00
TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS:				R\$ 30.003,00

Estoque inicial:

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Estoque Inicial Total	1	R\$ 100.000,00	R\$ 100.000,00
TOTAL :				R\$ 100.000,00

Caixa mínimo:

Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Contas a Receber 1	65,00	30	19,50
Contas a Receber 2	10,00	0	0,00
Contas a Receber 3	5,00	90	4,50
Contas a Receber 4	20,00	60	12,00
Prazo médio total:			36

Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Fornecedores	60,00	7	4,20
Fornecedores	40,00	30	12,00
Prazo médio total:			17

Cálculo de necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque	
Numero de dias	15

Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	36
2. Estoques – necessidade média de estoques	15
Subtotal Recursos fora do caixa	51
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	17
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	17
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	34

Caixa Mínimo:

1. Custo fixo mensal	R\$ 63.051,02
2. Custo variável mensal	R\$ 22.606,22
3. Custo total da empresa	R\$ 85.657,24
4. Custo total diário	R\$ 2.855,24
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	34
Caixa Mínimo	R\$ 97.078,21

Capital de giro (Resumo):

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 100.000,00
B – Caixa Mínimo	R\$ 97.078,21
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 197.078,21

Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 1.000,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 9.000,00
Divulgação de Lançamento	R\$ 1.500,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 2.000,00
Outras despesas	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 13.500,00

Investimento total:

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos	R\$ 30.003,00	12,47
Capital de Giro	R\$ 197.078,21	81,92
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 13.500,00	5,61
TOTAL	R\$ 240.581,21	100,00

Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 240.581,21	100,00
Recursos de terceiros	R\$ 0,00	0,00
Outros	R\$ 0,00	0,00
TOTAL	R\$ 240.581,21	100,00

Faturamento Mensal:

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Camisas de Futebol	60	R\$ 249,99	R\$ 14.999,40
2	Camisas de Futebol - Estampa Times	90	R\$ 79,99	R\$ 7.199,10
3	Camisas de Futebol Americano	5	R\$ 349,99	R\$ 1.749,95
4	Camisas de Futebol Americano - Estampa Times	40	R\$ 99,99	R\$ 3.999,60
5	Camisas de Basquete	20	R\$ 349,99	R\$ 6.999,80
6	Camisas de Basquete - Estampa Times	45	R\$ 99,99	R\$ 4.499,55
7	Camisetas	30	R\$ 59,99	R\$ 1.799,70
8	Camisetas - Estampa	30	R\$ 129,99	R\$ 3.899,70
9	Bermudas	40	R\$ 89,99	R\$ 3.599,60
10	Agasalhos	40	R\$ 224,99	R\$ 8.999,60
11	Calças e Leggings	30	R\$ 89,99	R\$ 2.699,70
12	Calçados	20	R\$ 299,99	R\$ 5.999,80
13	Calçados (2)	65	R\$ 199,99	R\$ 12.999,35
14	Bolas (Geral)	80	R\$ 89,99	R\$ 7.199,20
15	Bonés	30	R\$ 99,99	R\$ 2.999,70
16	Mochilas e Bolsas	40	R\$ 109,99	R\$ 4.399,60
17	Meias	60	R\$ 39,99	R\$ 2.399,40
18	Personalização de Camisas	50	R\$ 30,00	R\$ 1.500,00
TOTAL FATURAMENTO MENSAL:				R\$ 97.942,75

Custos de comercialização:

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
SIMPLES (Imposto Federal)	10,70	R\$ 97.942,75	R\$ 10.479,87
Outros	1,15	R\$ 97.942,75	R\$ 1.126,35
TOTAL:			R\$ 11.606,22

Custos de mão de obra:

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
Gerente de Loja	1	R\$ 5.400,00	R\$ 5.400,00	23,00	R\$ 1.242,00	R\$ 6.642,00
Gerente Financeiro e Contábil	1	R\$ 5.200,00	R\$ 5.200,00	23,00	R\$ 1.196,00	R\$ 6.396,00
Departamento de Pessoal	4	R\$ 1.500,00	R\$ 6.000,00	23,00	R\$ 1.380,00	R\$ 7.380,00
Operador de Caixa	6	R\$ 1.100,00	R\$ 6.600,00	23,00	R\$ 1.518,00	R\$ 8.118,00
Atendente	10	R\$ 600,00	R\$ 6.000,00	23,00	R\$ 1.380,00	R\$ 7.380,00
TOTAL	22		29.200,00		R\$ 6.716,00	R\$ 35.916,00

Custos com depreciação:

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 7.888,00	10	R\$ 788,80	R\$ 65,73
Móveis e Utensílios	R\$ 14.315,00	10	R\$ 1.431,50	R\$ 119,29
Computadores	R\$ 7.800,00	5	R\$ 1.560,00	R\$ 130,00
TOTAL:			R\$ 3.780,30	R\$ 315,02

Custos fixos operacionais mensais:

Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 8.000,00
Energia elétrica	R\$ 1.000,00
Telefone + internet	R\$ 160,00
Pró-labore	R\$ 16.000,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 300,00
Salários + encargos	R\$ 35.916,00
Material de limpeza	R\$ 80,00
Material de escritório	R\$ 80,00
Serviços de terceiros	R\$ 1.200,00
Depreciação	R\$ 315,02
TOTAL	R\$ 63.051,02

DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS:

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
Receita Total com Vendas	R\$ 97.942,75	R\$ 1.175.313,00	100,00
Custos Variáveis Totais			
Custos com materiais diretos e/ou CMV	R\$ 11.000,00	R\$ 132.000,00	11,23
Impostos sobre vendas	R\$ 10.479,87	R\$ 125.758,45	10,70
Gastos com vendas	R\$ 1.126,34	R\$ 13.516,09	1,15
Total de custos Variáveis	(R\$ 22.606,21)	(R\$ 271.274,54)	23,08
Margem de Contribuição	R\$ 75.336,54	R\$ 904.038,46	76,92
Custos Fixos Totais	(R\$ 63.051,02)	(R\$ 756.612,24)	64,38
Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 12.285,52	R\$ 147.426,22	12,54

Ponto de Equilíbrio (mensal): R\$ 81.970,73

Lucratividade: 12,54%

Rentabilidade (mensal): 5,1%

Prazo de retorno do investimento: Um ano e oito meses

7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

Ações preventivas e corretivas:

Considerando Receita (pessimista) 20,00 % e Receita (otimista) 30,00 %.

Cenário Provável:

Descrição	Cenário provável	
	Valor	(%)
Receita total com vendas	R\$ 97.942,75	100,00
Custos variáveis totais		
Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 11.000,00	11,23
Impostos sobre vendas	R\$ 10.479,87	10,70
Gastos com vendas	R\$ 1.126,34	1,15
Total de Custos Variáveis	(R\$ 22.606,21)	23,08
Margem de contribuição	R\$ 75.336,54	76,92
Custos fixos totais	(R\$ 63.051,02)	64,38
Resultado Operacional	R\$ 12.285,52	12,54

Cenário Pessimista:

Descrição	Cenário pessimista	
	Valor	(%)
Receita total com vendas	R\$ 78.354,20	100,00
Custos variáveis totais		
Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 8.800,00	11,23
Impostos sobre vendas	R\$ 8.383,90	10,70
Gastos com vendas	R\$ 901,07	1,15
Total de Custos Variáveis	(R\$ 18.084,97)	23,08
Margem de contribuição	R\$ 60.269,23	76,92
Custos fixos totais	(R\$ 63.051,02)	80,47
Resultado Operacional	(R\$ 2.781,79)	-3,55

Cenário Otimista:

Descrição	Cenário Otimista	
	Valor	(%)
Receita total com vendas	R\$ 127.325,58	100,00
Custos variáveis totais		
Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 14.300,00	11,23
Impostos sobre vendas	R\$ 13.623,83	10,70
Gastos com vendas	R\$ 1.464,24	1,15
Total de Custos Variáveis	(R\$ 29.388,07)	23,08
Margem de contribuição	R\$ 97.937,50	76,92
Custos fixos totais	(R\$ 63.051,02)	49,52
Resultado Operacional	R\$ 34.886,48	27,40

8. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Análise SWOT ou Análise FOFA: É uma ferramenta de gestão que tem a função de ajudar no planejamento estratégico de uma empresa. Fundamental na hora de projetar e analisar cenários e na tomada de decisões. É indicada e construída por quatro palavras: Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças).

Forças: As vantagens internas da sua empresa em relação aos seus concorrentes.

Fraquezas: As desvantagens internas da sua empresa em relação aos seus concorrentes.

Oportunidades: As forças externas da sua empresa com potencial de crescimento para a mesma.

Ameaças: Situações negativas que podem comprometer a vantagem competitiva da empresa.

Análise SWOT

Strengths (Forças)

Pós-vendas
Inovação nas promoções
Eventos

Weaknesses (Fraquezas)

Períodos baixos de vendas em meses com baixo número de eventos
Falta de lojas pelo estado

Opportunities (Oportunidades)

Expansão da ideia
Parceria com centros esportivos

Threats (Ameaças)

Método inovador ser adotado pelos concorrentes
Alteração na legislação
Aquisição de tipos de materiais

9. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

No final da pesquisa, do estudo e da criação do plano de negócio, deve-se novamente afirmar o quão importante e benéfica esta ferramenta é para os empreendedores em geral. O objetivo deste projeto foi desenvolver um plano de negócios da abertura de uma loja de artigos esportivos na Zona Oeste do Rio de Janeiro, realizando seu sumário executivo, análise de mercado, plano de marketing, plano operacional, plano financeiro, construção de cenários e avaliação estratégica do negócio. Foi preciso coletar dados sobre o mercado esportivo em geral, realizar pesquisas para analisar comportamento dos clientes, informações gerais sobre fornecedores e concorrentes, criar diferenciais de negócio, estratégias para desenvolvimento da marca e divulgação do produto, fidelização do cliente, arranjo físico, esquematizar os processos da empresa, e utilizar diversos conceitos da Administração ao longo do período.

Com base nas estimativas e análises do projeto, chegamos a um investimento inicial de R\$ 250.000,00. E com a pesquisa de fornecedores e concorrentes, foi possível chegar ao preço definido de venda e aquisição dos produtos. No plano financeiro foi possível chegar ao investimento, custos fixos e variáveis, faturamento, mão de obra, depreciação, demonstrativo de resultados, ponto de equilíbrio, lucratividade, rentabilidade e tempo de retorno do investimento. Baseado nas informações apresentadas no plano financeiro é possível afirmar que a abertura de uma loja de artigos esportivos na Zona Oeste do Rio de Janeiro é viável. Identificamos também que os diferenciais do Armazém do Esporte serão fundamentais no processo. Ao final do projeto, recomendamos fortemente o uso desta ferramenta especial que é o plano de negócios para as pessoas que querem tornar a sua ideia possível.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Secção normalmente situada ao final de um trabalho científico, que lista as fontes documentais utilizadas, individualmente identificadas através de uma referência.