

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ – SETOR LITORAL

ALISSON FERNANDO NATEL
KAREN CHRISTINY DE SALES AMORIN DOS SANTOS

**PLANO DE NEGÓCIOS: VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO DE UMA QUADRA
SOCIETY NO MUNICÍPIO DE MATINHOS – PR**

MATINHOS – PR

2017

ALISSON FERNANDO NATEL
KAREN CHRISTINY DE SALES AMORIN DOS SANTOS

PLANO DE NEGÓCIOS: VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO DE UMA QUADRA
SOCIETY NO MUNICÍPIO DE MATINHOS – PR

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado
ao Curso de Gestão e Empreendedorismo da
Universidade Federal do Paraná Setor Litoral
Como requisito à obtenção do Título de
obtenção do Grau de Gestor Empreendedor.

Orientadora: Profa. Cinthia Abrahão

Prof. Edson Udrich

MATINHOS – PR

2017

TERMO DE APROVAÇÃO

ALISSON FERNANDO NATEL
KAREN CHRISTINY DE SALES AMORIN DOS SANTOS

PLANO DE NEGÓCIOS: VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO DE UMA QUADRA
SOCIETY NO MUNICÍPIO DE MATINHOS – PR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Gestão e Empreendedorismo da Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral como requisito a obtenção de grau em Gestão e Empreendedorismo, com a banca examinadora:

Prof.a. Dra Cinthia Maria de Sena Abrahão

Orientadora – Professor do Ensino Básico Técnico e Tecnológico
Gestão e Empreendedorismo da Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral,
UFPR

Prof.a. Dra Sandra Simm Rohrich

Professor do Ensino Básico Técnico e Tecnológico
Gestão e Empreendedorismo da Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral,
UFPR

Prof. Mister Erick Xavier

Professor do Ensino Básico Técnico e Tecnológico
Gestão e Empreendedorismo da Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral,
UFPR

Matinhos, 2017

Aos nossos pais, familiares e amigos, por todo incentivo e ajuda para que isso fosse possível.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, os familiares e principalmente aos amigos, ou melhor, pedimos desculpas pelos estresses que tiveram que aturar/agüentar nessa reta final. Esperamos que aceitassem nossa amizade ainda, depois de tantos “nãos” para tudo que nos convidaram. Nosso muito obrigado pelo apoio, paciência e incentivo.

Aos entrevistados pela disponibilidade de tempo e pelas informações disponibilizadas durante a elaboração da pesquisa, nosso muito obrigado.

Eu Karen Christiny, gostaria de agradecer principalmente ao Professor José Lannes, e a Professora Cinthia Abrahão pela paciência, incentivo, convívio, apoio e principalmente a amizade. Exemplo de professores. Eu posso dizer que a minha formação, inclusive pessoal, não teria sido a mesma sem essas duas pessoas.

Aos diversos professores do curso de Gestão e Empreendedorismo da Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral, pelos conhecimentos valiosos transmitidos durante a realização do curso, que muito nos ensinaram nesses quatro anos e também aos outros professores que tivemos o prazer de conhecer durante ao curso. Gratidão.

“Empreendedores são aqueles que entendem que há uma pequena diferença entre obstáculos e oportunidades e são capazes de transformar ambos em vantagem.”

Maquiavel

RESUMO

Esse trabalho apresentado através da elaboração de um plano de negócios teve como principal objetivo analisar a viabilidade de implantação de uma quadra *society* para a prática de futebol no município de Matinhos – Pr. Para realizar esse estudo, buscou-se a sustentação do referencial teórico nas áreas de empreendedorismo, utilizando metodologia quantitativa para obtenção dos resultados para a elaboração do plano de negócios, buscando resultados que demonstrem a viabilidade da abertura da quadra, cujo objetivo é locação do espaço para a prática do futebol *society*, escola de futebol e área de lazer. O empreendimento mostra de um investimento inicial alto, no entanto, com excelente retorno ao médio prazo, mostrando-se totalmente viável.

Palavras-Chave: Plano de Negócios. Futebol *Society*. Empreendedorismo.

ABSTRACT

This work presented through the elaboration of a business plan had as main objective to analyze the viability of implementation of a society block for soccer practice in the city of Matinhos - Pr. In order to carry out this study, it was sought to support the theoretical reference in the areas of entrepreneurship, using a quantitative methodology to obtain the results for the business plan, seeking results that demonstrate the viability of the opening of the court, whose objective is to lease the Space for the practice of soccer society, soccer school and leisure area. The venture shows a high initial investment, however, with an excellent return in the medium term, proving to be totally viable.

Keyword: Business plan. Football Society. Entrepreneurship.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – Logo da Empresa.....	31
FIGURA 2 – Circulo de abrangência da Golaço Soccer – Quadra Society, com identificação das pessoas residentes separadas por cada setor	47
FIGURA 3 – Circulo de abrangência da Golaço Soccer – Quadra Society, com identificação das pessoas residentes separadas por cada setor numerado	48
FIGURA 4 – Circulo de abrangência da Golaço Soccer – Quadra Society, com identificação das pessoas residentes separadas por cada setor numerado	50
FIGURA 5 – Centro Esportivo Quadra do Gaucho	58
FIGURA 6 – Escolinha do Paraná (Olívio)	60
FIGURA 7 – Expobol – Quadra de grama sintética e lanchonete	62
FIGURA 8 – Birutas Soccer Lanchonete e petiscaria.....	64
FIGURA 9 – Software agendamento	77
FIGURA 10 – Software agendamento 2.....	78
FIGURA 11 – Av: Curitiba – localização da Golaço Soccer	85
FIGURA 12 – Av: Curitiba – localização da Golaço Soccer 2	86
FIGURA 13 – Terreno onde ficará a Golaço Soccer	87
FIGURA 14 – Terreno visto por cima, onde ficará a Golaço Soccer	87
FIGURA 15 – Layout site	88
FIGURA 16 – Layout site 2.....	88
FIGURA 17 – Facebook pagina Golaço Soccer	90
FIGURA 18 – Facebook pagina Golaço Soccer 2	90
FIGURA 19 – Facebook pagina Golaço Soccer 3.....	92
FIGURA 20 – Programa de fidelização	92
FIGURA 21 – Promoção no facebook.....	93
FIGURA 22 – Promoção jogos mensais.....	95
FIGURA 23 – Organograma da empresa	95

FIGURA 24 – Medida da quadra	101
FIGURA 25 – Layout interno da quadra	101
FIGURA 26 – Layout interno da quadra 2	102
FIGURA 27 – Layout externo	102
FLUXOGRAMA 1 – Locação da quadra.....	97
FLUXOGRAMA 2 – Aluguel da churrasqueira.....	98
FLUXOGRAMA 3 – Escolinha de Futebol.....	99
FLUXOGRAMA 4 – Venda de Filmagens	100
GRAFICO 1 – Clima de Matinhos	45
GRAFICO 2 – Temperatura de Matinhos	46
GRAFICO 3 – Distribuição de faixa etária	51
GRAFICO 4 – Distribuição de Bairro	52
GRAFICO 5 – Motivos que levam praticar atividade física	53
GRAFICO 6 – Tempo de freqüência nas quadras.....	53
GRAFICO 7 – Preferência de quadra <i>society</i>	54
GRAFICO 8 – Distancia máxima que o cliente deslocaria	54
GRAFICO 9 – Valor gasto por cliente	55
GRAFICO 10 – Motivo para freqüentar quadra <i>society</i>	56
GRAFICO 11 – Avaliação de atendimento das outras quadras <i>societys</i>	56
GRAFICO 12 – Avaliação de instalações das outras quadras <i>societys</i>	57
GRAFICO 13 – Avaliação de gestão/serviços de outras quadras <i>societys</i>	57
GRAFICO 14 – Faixa etária	69
GRAFICO 15 – Curso matriculado	70
GRAFICO 16 – Sexo.....	71
GRAFICO 17 – Avalia o ensino de futebol	71
GRAFICO 18 – Já trabalhou com crianças	72
GRAFICO 19 – Trabalhou ou trabalha com futebol para crianças	72

GRAFICO 20 – Gostaria de trabalhar com futebol society para crianças	73
GRAFICO 21 – Parceria com quadra society.....	74
QUADRO 1 – Descrição de atividades.....	38
QUADRO 2 – Total de mulheres, homens e pessoas residentes total no circulo de abrangência da Golaço Soccer – Quadra Society.....	49
QUADRO 3 – Síntese de análise de concorrência.....	67
QUADRO 4 – Matriz swot	80
QUADRO 5 – Descrição de atividades e valor	84

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Investimento Inicial	102
TABELA 2 – Serviços Terceirizados	104
TABELA 3 – PRO LABORE	104
TABELA 4 – Demonstrativo de Custo Fixo	105
TABELA 5 – Demonstrativo de Custo Variavel ANO 1.....	106
TABELA 6 – Demonstrativo de Custo Variavel ANO 2.....	106
TABELA 7 – Demonstrativo de Custo Variavel ANO 3.....	107
TABELA 8 – Demonstrativo de Custo Variavel ANO 4.....	107
TABELA 9 – Demonstrativo de Custo Variavel ANO 5.....	108
TABELA 11 – Aluguel Espaço Lanchonete	108
TABELA 12 – Aluguel Quadra Society	110
TABELA 13 – Aluguel Churrasqueira	111
TABELA 14 – Venda De Filmagens	112
TABELA 15 – Valor Total De Receitas.....	112
TABELA 16 – Estimativa De Receita	113
TABELA 17 – Aliquotas E Partilhas.....	113
TABELA 18 – Impostos E Contribuições.....	114
TABELA 19 – Projeção De Fluxo De Caixa	115
TABELA 20 – Projeção De Fluxo De Caixa – ANO 1	115
TABELA 21 – Balanço Patrimonial.....	116

LISTA DE ABREVEATURAS

GDL	–	Gestão Desportiva e do Lazer
VPL	–	Valor Presente Liquido
TIR	–	Taxa Interna de Retorno

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
1.1	QUESTÃO DA PESQUISA	16
2	OBJETIVOS	16
2.1	GERAL	16
2.2	ESPECIFICO	16
3	REVISÃO TEORICA	17
3.1	EMPREENDEDORISMO	17
3.2	O FUTEBOL <i>SOCIETY</i>	20
3.3	PLANO DE NEGOCIOS	21
3.3.1	Conceito	21
3.3.2	Estrutura	24
3.3.3	Resumo Executivo (Sumário Executivo)	24
3.3.4	Descrição da empresa	24
3.3.5	Missão e Visão	24
3.3.6	Produtos e serviços	25
3.3.7	Análise de Mercado e Competidores	25
3.3.8	Clientes	26
3.3.9	Análise Externa de Macro Ambiente	26
3.3.11	Análise FOFA (<i>Swot</i>)	27
3.4	PLANO DE MARKETING	27
3.4.1	Composto de Marketing	27
3.5	PLANO OPERACIONAL	28
3.6	PLANO FINANCEIRO	28
4	METODOLOGIA DE PESQUISA	30
5	PLANO DE NEGOCIOS	31

5.1	CAPA.....	31
5.2	SUMARIO EXECUTIVO	32
5.3.1	O EMPREENDIMENTO	32
5.3.2	Dados Gerais	33
5.3.3	Estrutura Legal	34
5.3.4	Estrutura Física	35
5.3.5	Estrutura Virtual.....	35
5.3.6	Visão	35
5.3.7	Missão	35
5.3.8	Valores	35
5.3.9	Propósito	36
5.3.10	Princípios.....	36
5.4	PRODUTOS E SERVIÇOS	36
5.5	ANALISE DO AMBIENTE EXTERNO	38
5.5.1	Macroambiente.....	38
5.5.1.1	Sociocultural.....	39
5.5.1.2	Economico.....	40
5.5.1.3	Tecnologico.....	4Er
	ro! Indicador não definido.2	
5.5.1.4	Demografico	43
5.5.1.5	Natural.....	44
5.5.2	Macroambiente (Mercado Consumidor, concorrência e fornecedores).....	4Erro! Indicador não definido.6
5.5.2.1	Estudo de Mercado	46
5.5.2.2	Consumidor/Clientes	57
5.5.2.3	Concorrentes	57
5.5.2.4	Análise de concorrência	58
5.5.2.5	Fornecedores	68

5.6	ANALISE DO AMBIENTE INTERNO: ESTRUTURA PROPOSTA PARA MARKETING, PRODUÇÃO, LOGÍSTICA, FINANÇAS E PESSOAS.....	76
5.6.1	Estrutura proposta para marketing.....	76
5.6.2	Produção/Logística.....	76
5.6.3	Finanças.....	78
5.6.4	Pessoas.....	78
5.7	ANALISE FOFA (SWOT) CRUZANDO AMBIENTE EXTERNO E INTERNO.....	78
5.7.1	Análise Swot.....	79
5.8	PLANO DE MARKETING E VENDAS.....	80
5.8.1	Segmentação de Mercado.....	80
5.8.2	Composto de Marketing.....	80
5.8.2.2	Produto/Serviço.....	80
5.8.2.3	Preço.....	82
5.8.2.4	Praça.....	
	82Erro! Indicador não definido.	
5.8.2.5	Promoção/Propagando.....	86
5.9	PLANO OPERACIONAL.....	93
5.9.1	Estrutura da organização.....	94
5.9.2	Fluxograma da produção/Prestação de serviços/compras/vendas e pós-vendas/logística.....	96
5.9.3	Layout da quadra.....	100
5.10	PLANO FINANCEIRO.....	102
5.10.1	Investimento Inicial.....	102
5.10.2	Mão de Obra.....	104
5.10.3	Custo Fixo.....	104
5.10.4	Custo Variável.....	105
5.10.5	Previsão de Receitas.....	108

5.10.6	Impostos.....	113
5.10.7	Análise de Fluxo de caixa.....	115
5.10.8	Balço Patrimonial.....	116
5.10.9	DRE.....	117
5.10.10	VPL, TIR e PayBack.....	119
6	CONCLUSÃO	121
	REFERENCIAS	123
	ANEXO 1 – QUESTIONÁRIOS APLICADOS	127
	ANEXO 2 – TOTAL GRASS – ORÇAMENTO FORNECEDOR DA GRAMA, TRAVE, ALAMBRADO E ETC, PARA A QUADRA SOCIETY	130

1 INTRODUÇÃO

Quem nunca sonhou em ser um jogador de futebol ou se livrar do chefe?! Empreendedorismo e futebol não só combinam como têm tudo a ver, cada lance pode definir sua trajetória. Uma partida de futebol começa antes dos jogadores entrarem em campo, com planejamento estratégico do técnico, escolha do time, definição de objetivos e verificação dos recursos disponíveis para atingi-los. Este primeiro passo tomado pelo técnico é o mesmo para quem quer dar início ao próprio negócio antes de se lançar no mercado. Não há espaço para erros. Uma derrota ou um cartão vermelho impactam no bom desempenho da equipe, e podem tirá-la da jogada. O futebol é um esporte conhecido mundialmente, e por ser o esporte mais praticado atualmente, uma paixão nacional/brasileira, sentiu-se a necessidade de uma realização pessoal de um ponto de vista empresarial, que seria a de ter uma empresa relacionada ao futebol.

Diante da falta de espaços públicos de qualidade em Matinhos, para a prática de atividades físicas e esportes, as pessoas vêm buscando saúde, bem-estar e qualidade de vida em empresas como locação de quadras e academias, além de espaços similares. Afinal, cada vez mais elas estão se conscientizando que a prática de atividades físicas melhora a qualidade de vida, evitando diversas doenças, principalmente cardíacas.

Frente a tal cenário, este trabalho visa apresentar um Plano de Negócios que avalie a viabilidade de implantação de uma empresa locadora de quadras de futebol *society* em Matinhos. A carência de um espaço para praticar essa modalidade de futebol é notável, visto que há poucas empresas nesse ramo no município de Matinhos e as mesmas, na maioria das vezes estão com seus horários todos ocupados. As quadras são padronizadas, desde grama sintética até quaisquer outros detalhes, por isso percebemos que as pessoas procuram as quadras mais perto de casa ou as que têm maior disponibilidade de horário.

Em Matinhos são apenas quatro quadras de *society*, cada uma em bairro/balneários diferente, todas com os horários muito apertados, uma vasta demanda para poucas empresas.

O empreendimento proposto, busca acrescentar o que falta nas empresas já existentes, ou seja, o diferencial e não só se acomodar em oferecer o serviço ou produto já esperado.

O prazer de todo o empreendedor é ver seu negócio bem sucedido. Mas para isso acontecer é preciso de ideias, organização, estratégias e atitudes. Antes de começar um negócio é preciso conhecer o produto que se deseja vender, além de pesquisa, análise, planejamento. Para isso a elaboração de um Plano de Negócio é indispensável, por que assim é possível ter o conhecimento profundo do negócio, dos clientes, dos fornecedores, da concorrência. Nesse sentido, esse Plano de Negócios vem com o objetivo de ser o mais novo empreendimento de Matinhos. Não dá para ganhar um campeonato e nem o mercado de empreendimento, deixando tudo para a última hora. Os times e as empresas começam a se preparar com anos de antecedência, cultivando suas categorias de base e pensando no investimento para o futuro.

1.1 QUESTÃO DA PESQUISA

É viável a abertura de uma empresa especializada em locação de quadra *society*, no município de Matinhos?

2 OBJETIVOS

2.1 GERAL

Avaliar a viabilidade de criação de uma empresa de quadra *society* para a prática de futebol, através da elaboração de um plano de negócios.

2.1.2 Especifico

Para que se possa atingir o objetivo geral desta pesquisa, é necessário que alguns objetivos específicos sejam atingidos antes. São eles:

- a) determinar o perfil do público-alvo;
- b) analisar a viabilidade financeira do negócio;
- c) identificar os potenciais concorrentes da organização;

d) criar estratégia de marketing para a inclusão da empresa no mercado.

3 REVISÃO TEÓRICA

3.1 EMPREENDEDORISMO

Para muitas pessoas, empreendedorismo quer dizer solucionar um problema, resolver uma situação complicada. Esse é um termo muito usado e algumas vezes até comparado com a criação de empresas ou de novos produtos. O que não deixa de estar correto.

Apesar de várias definições, a maioria das pessoas conclui que empreendedorismo é iniciativa e paixão pelo negócio. Mas para Dornelas (2005, p. 29) “A palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume risco e começa algo novo”

Hisrich, Peters e Sheafherd (2009, p.29) afirmam que:

“em quase todas as definições de empreendedorismo, há um consenso de que estamos falando de um tipo de comportamento que abrange: (1) tomar iniciativa, (2) organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações em proveito prático e (3) aceitar risco ou fracasso”. (HISRICH, PETERS E SHEAFHERD 2009, p. 29)

Para Dornelas (2001, p 15) vê o empreendedor como aquele que faz as coisas acontecerem, que se antecipa aos fatos e que possui uma visão futura da organização.

Em relação ao primeiro uso do termo empreendedorismo, Dornelas (2005) disponibiliza o primeiro exemplo de definição de empreendedorismo, quando ele assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro, conhecido hoje como capitalista, para vender as mercadorias dele. Enquanto o capitalista era alguém que assumia riscos de forma passiva, o empreendedor assumia o papel ativo, correndo todos os riscos.

Para Dolabela (1999, p. 43) o empreendedorismo “é um neologismo derivado de livre tradução da palavra *entrepreneurship* utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação.” Adeptos a essa definição, Hisrich e Peters (2009, p.30) apresentam empreendedorismo como:

“Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e esforços necessários, assumindo riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e da independência financeira pessoal.” (HISRICH E PETERS 2009, P.30)

Outra definição é que o empreendedorismo: “é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva a criação de negócios de sucesso”. (DORNELAS, 2005 p. 39)

Dornelas (2005), ainda relata que o governo e entidades da classe brasileiras, dão um apoio especial, a preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos, motivos para a popularidade do termo empreendedorismo.

De acordo com o que nos relata Salim (2004, p. 2):

“O vírus do empreendedorismo começa a atuar quando a pessoa pensa em como seria sua vida a partir da perspectiva de ter o poder de decidir os caminhos por onde o negócio que será conduzido deve seguir, quando se almeja a autonomia que a gestão do próprio negócio traz.” Salim (2004, p. 2)

Dornelas (2005 p. 22) cita que:

“Por isso, o momento atual pode ser chamado de a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.” Dornelas (2005 p. 22)

No Brasil, a cada ano são instaladas cerca de 500 mil empresas, no entanto 49,4% das novas empresas encerram suas atividades com até dois anos de existência, 56,4% com até três anos, e 59,9% não sobrevivem além dos quatro anos. Tendo como principal motivo dessa mortalidade a falta de planejamento. (SEBRAE, 2009)

Dornelas (2005) diz que “o empreendedor é aquele que identifica uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar/acumular, sobre ela, assumindo os riscos calculados e previstos. E são, segundo o autor, definidos sob os seguintes aspectos:

- a. Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.
- b. Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico que vive.
- c. Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

Chiavenato (2005, p. 3) explica que: “O empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos, responsabilidades e inovando continuamente”.

Nas palavras de Dornelas (2002, p. 37):

“O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio. É aquele que tem iniciativa, aquele que sabe utilizar os recursos disponíveis de forma criativa e é aquele que aceita assumir riscos e a possibilidade de fracassar.” Dornelas (2002, p. 37)

De acordo com Salim (2004, p. 7) sobre empreendedores: “Logo, empreendedores acumulam experiência e se preparam para o salto empreendedor”.

Chiavenato ainda cita como características do espírito empreendedor a seguinte definição: “O empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças a introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão e pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias.” (CHIAVENATO, 2005 p. 5)

Segundo Dornelas (2007) existem vários tipos de empreendedores: Empreendedor nato (mitológico), O empreendedor que aprende (Inesperado), O empreendedor serial (Cria novos negócios), O empreendedor corporativo, O empreendedor social, O empreendedor por necessidade, O empreendedor herdeiro (sucessão familiar), O “normal” (planejado).

De acordo com Dornelas (2005 p. 21):

“Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado.” Dornelas (2005 p.21)

Dornelas (2005) explica que um erro causado pelos empreendedores é o de achar que suas ideias são únicas, e que também são revolucionárias. E ainda de achar que não existirão concorrentes, pois seus produtos são singulares no mercado, não existindo produtos iguais.

Dornelas (2005 p. 54) cita: “Esse é um erro imperdoável dos empreendedores de primeira viagem. Ideias revolucionárias são raras, produtos únicos não existem e concorrentes com certeza existirão.”

Baron (2007) fala que o motivo de identificar oportunidades existe porque as pessoas estão carregadas de informações diferentes, ou seja, cada pessoa tem uma fonte de informação diferente da outra. No mesmo momento que uma pessoa possui conhecimento de uma descoberta sobre o meio tecnológico, outra pessoa tem a informação da disponibilidade de uma loja em um ponto estratégico posicionada de frente para uma avenida.

Até então, de acordo com Baron (2007), ele nos menciona que as ideias das pessoas podem se originar de outras ideias. Ele nos relata o exemplo do laser, que foi criado e logo em seguida deu a chance para que tivesse invenção de um outro produto, que é *scanner* disponível nos supermercados para a leitura automática do código de barras dos produtos. Se o laser não tivesse sido inventado antes, o leitor de código de barras também não seria criado. Por isso as pessoas podem criar oportunidades de negócios através de outras que já existem.

De acordo com Longenecker, Moore e Petty (1997, p.) “Empreendedores são heróis populares da moderna vida empresarial. Eles fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico [...]”.

Nesse contexto, Cunha e Ferla (1997, p. 16) destacam que “ser empreendedor não é a mesma coisa que ser empresário [...]”.

3.2 O FUTEBOL *SOCIETY*

O Futebol *Society* é um esporte visto como futebol de sete, futebol suíço, futebol de areia entre outras nomeações, mas oficialmente foi registrado, regularizado e oficializado pelo antigo Conselho Nacional de Desportos, atual INDESP como Futebol De Sete. (CBF7S, 2010)

O Futebol *Society*, teve origem no Rio de Janeiro, por volta de 1950, quando era praticado o futebol entre amigos nos casarões da Tijuca.

Começou a ser conhecido assim, porque até então existia uma expressão muito usada, e conhecida como CAFÉ *SOCIETY*, um comentarista chamado Ruy Porto elogiou quando soube de uma partida com alta personalidade da sociedade

carioca, e então se referiu ao evento como um clássico “Futebol *Society*”. (CBF7S, 2010)

A Associação de Futebol Social do Estado de São Paulo foi fundada em 1988, propulsora da Federação Paulista que foi criada em 1989. Nesta época o desportista Milton Mattani, iniciou o trabalho de padronização das regras oficiais da modalidade, organizando e criando regras próprias. Inclusive também, projetando um novo tipo de bola oficial, para uma melhor adaptação da prática do esporte, e que teve imediatamente aceitação nacional, unindo com isto o Brasil de norte a sul. (CBF7S, 2010)

Com a chegada da grama sintética da Holanda para o Brasil, foram feitos/alcançados mais de mil campos, isso tudo em torno de dois anos. Segundo a CBF (Confederação Brasileira de Futebol) o futebol é hoje um dos mais praticados do Brasil, dividido em 12 milhões de participantes, entre 4 mil campos, nas 24 federações estaduais, 150 ligas municipais e na Liga Nacional, já foi praticados por ícones brasileiros e Mundial, como Cafu, Denilson, Dunga e entre outros. (CBF7S, 2010)

3.3 PLANO DE NEGÓCIOS

Seguidamente, serão abordados alguns princípios de importância sobre o tema, que darão mais suporte ao projeto, evitando assim erros futuros que poderiam ser fatais para a conclusão do estudo.

3.3.1 Conceito

O Plano de Negócios é um conceito novo para maioria das pessoas que criam seus empreendimentos. Geralmente as pessoas buscam informações sobre atividade ou ramo, custos para investimentos e da inicio as operações.

Segundo dados coletados no site do SEBRAE , há vários modelos de elaborar um plano de negócios para o empreendimento. Todos, porém, devem contar com os seguintes conceitos básicos:

a) Perfil da empresa: descrição da empresa, razão social, estrutura organizacional, localização, parcerias, impostos, serviços terceirizados, e outros.

b) Produtos e serviços: detalhamento dos produtos e serviços, modo de produção, ciclo de vida, fatores tecnológicos envolvidos, pesquisa e desenvolvimento, público-alvo, se detêm marca e/ou patente de algum produto.

c) Análise de mercado: é o momento de passar a limpo tudo o que foi pesquisado por meio de pesquisa de mercado, buscas na internet, análise da concorrência, consultas e dados do IBGE e de associações que estejam ligadas ao negócio sobre todos os pormenores que influenciarão a atuação da empresa.

d) Plano de marketing: apresentação de como a empresa pretende vender seu produto ou serviço e conquistar seus clientes, manter o interesse do mercado e aumentar a demanda. Deve abordar quais serão os métodos de comercialização, diferenciais do produto ou serviço para o cliente, política de preços, projeção de vendas, canais de distribuição e estratégias de promoção, comunicação e publicidade.

e) Plano financeiro: mostra em números todas as ações planejadas da empresa e as comprovadas, por meio de projeções futuras (quanto precisa de capital, quando e com que propósito) de sucesso do negócio. Projetar o fluxo de caixa em até cinco anos, ponto de equilíbrio, necessidades de investimento, lucratividade prevista, prazo de retorno sobre investimentos.

Para Hischer e Peters (2009, p.219) “o plano de negócio é um documento preparado pelo empreendedor em que são descritos todos os elementos externos e internos relevantes envolvidos no início do novo empreendimento.”

Dolabela (1999, p.207) diz que “o plano de negócios é um instrumento que permite o empreendedor condensar as informações que são obtidas no mercado, buscando sensibilizar parceiros e os investidores”.

Segundo Pavani (2000), *Business Plan* como é conhecido em inglês e/ou Plano de negócios, refere-se a um documento específico e exclusivo para cada tipo de negócio, e têm como meta informar o empreendedor as perspectivas do ponto de vista estratégico, mercadológico, financeiro.

A importância do plano de negócios para Pavani e tal (2000, p. 12) é a seguinte:

“A existência de um *Business Plan*, possibilita a diminuição da probabilidade de morte precoce das empresas, uma vez que parte dos riscos e situações operacionais adversas serão previstas no seu processo

de elaboração, assim como a elaboração de planos de contingência. Os planejamentos de marketing, operacional, de crescimento, dentre outros, estarão refletidos no plano financeiro da empresa, permitindo a visualização dos recursos financeiros necessários à sua execução e possibilitando o planejamento de sua captação.”Pavani et al (2000, p. 12)

Chiavenato (2005, p. 130) alega que:

“O plano de negócios movimenta todos os aspectos do novo empreendimento. Ele representa um levantamento exaustivo de todos os elementos que compõem o negócio, sejam internos - o que deverá ser produzido, como, onde, quando - ou externos - para quem produzir, qual é o mercado, quais são os concorrentes etc.”Chiavenato (2005, p. 130)

A necessidade de um plano de negócios acontece nas mais diversas situações. Seja ela para ampliação de uma linha de montagem de algum produto, averiguar a viabilidade de se acomodar em um novo mercado, seja para certificar a viabilidade de um novo comércio, entre várias outras requisições que o exijam. (CECCONELLO, 2008)

“Um plano de negócios para um novo empreendimento pode ser necessário para esclarecer dúvidas que um empresário tenha sobre sua viabilidade técnica, econômica e financeira.” (CECCONELLO, 2008 p. 15)

Cecconello (2008) ainda conclui que, o desafio inicial de todo plano de negócios é identificar com mais precisão os motivos que sugerem sua elaboração. Esses motivos podem ser entendidos como questionamentos que surgem diante do administrador, na busca de alternativas para investimentos, sejam decorrentes de perspectivas do mercado, sejam de oportunidades de melhorias de diversas origens.

Dornelas (2005, p. 93) complementa “um negócio bem planejado terá mais chances de sucesso que aquele sem planejamento, na mesma igualdade de condições.”

Por tanto, da para se concluir que Plano de Negócios é essencial para um empreendimento, precisa de informações claras, mostrando objetivos de cada segmento. Nem todo empreendedor consegue elaborar seu Plano de Negócio, mas com esse trabalho irá aumentar o conhecimento sobre a empresa e não se sujeita a correr riscos futuros.

3.3.2 Estrutura

A estrutura para um Plano de Negócios, é composta por várias seções, elas se relacionam e permitem um entendimento maior do empreendimento.

As seções a seguir são essenciais para um Plano de Negócios: Capa, Sumário, Sumário Executivo, Descrição da empresa, Planejamento estratégico, Produtos e serviços, Análise de Mercado, Plano de Marketing e Plano financeiro.

3.3.3 Resumo executivo (sumário executivo)

Nas palavras de Dornelas (2005, p. 126), o sumário executivo tem a seguinte definição: “É a principal seção do seu plano de negócios e deve expressar uma síntese do que será apresentado na seqüência, preparando o leitor e atraindo o mesmo para uma leitura com mais atenção e interesse.”

3.3.4 Descrição da empresa

Nesse setor será escrito a empresa, os motivos da sua criação, objetivos e propósitos, origem dos seus serviços ou produtos fornecidos. Também é importante dizer nesse setor como a empresa se desenvolveu ou irá se desenvolver, e também qual o padrão de negócios que se seguirá e suas características diferenciais. (DORNELAS, 2005)

3.3.5 Missão e visão

Chiavenato (2005, p. 142) nos fala o seguinte a respeito da visão: “A visão é o componente que permite desdobrar os objetivos a serem alcançados.”

Dornelas (2001 p. 155) nos dá a seguinte definição:

“A missão é o papel que a organização deve cumprir na sociedade, representando a identidade do negócio. A missão deve refletir a razão de ser da empresa, o que ela é o que ela faz. Essa definição é importante para posteriormente estabelecer a estratégia da empresa visando cumprir seus objetivos e metas.” Dornelas (2001 p. 155)

3.3.6 Produtos e serviços

Chiavenato (2005, p. 71) traz a seguinte definição: “O produto/serviço representa aquilo que a empresa sabe fazer e produzir.”

Os pontos mais importantes que constituem o Plano de Negócios são: custo e preço, margem bruta, volatilidade entre serviços e produtos, entre outros.

Por isso é necessário investimentos constantes na empresa. Para que assim ela se mantenha no mercado.

3.3.7 Análise de Mercado e Competidores

Chiavenato (2005) nos informa que é importante se fazer uma análise de mercado, ficando mais atentos e trabalhando de acordo com as mudanças e tendências do mercado. Isso tudo para que a empresa não fique sem rumo quanto aos clientes ou consumidores, seus fornecedores, e acabe gerando um desequilíbrio entre as partes.

Chiavenato (2005, p. 69) nos relata da seguinte maneira:

“O mercado é a arena de operações da empresa. É nele que se travam as batalhas não só para conquistar o cliente disputado entre vários concorrentes, mas também para descobrir as necessidades do cliente, a fim de projetar mercadorias e serviços adequados a essas necessidades, fazendo com que ele escolha seu produto/serviço e não o dos concorrentes.” Chiavenato (2005, p. 69)

Já Dornelas (2005, p. 142) nos fala da seguinte maneira quanto ao mercado e aos competidores:

“A análise da concorrência é de suma importância em qualquer plano de negócios. A concorrência (competidores) de uma empresa não se limita aos concorrentes diretos, aqueles que produzem produtos similares ao da empresa. Devem ser considerados também competidores indiretos, aqueles que de alguma forma desviam a atenção de seus clientes, convencendo-os a adquirir seus produtos.” Dornelas (2005, p. 142)

3.3.8 Clientes

Identificar o mercado em que está atuando, ou que pretende atuar, é um dos fatores mais importantes para empresa, para assim instituir uma estratégia de marketing que venha a ser eficiente. (DORNELAS, 2005).

Existem vários tipos de clientes/consumidor no Brasil e no mundo, desde crianças, adultos, pessoas físicas ou jurídicas. E eles são os que movimentam o mercado. Se não tem cliente/demanda, não tem lucro.

Degen (1989, p.137) diz:

“A principal razão do fracasso de muitos negócios foi a falta de conhecimento, por parte do empreendedor, sobre o que realmente queriam os seus clientes. Não adianta imaginar um negócio e esperar que agrade os clientes; é preciso ter certeza, e esta, só consegue conhecendo bem seus clientes e suas necessidades”.

3.3.9 Analise externa de Macro Ambiente

Esse elemento é composto por ambiente tecnológico, ambiente econômico, ambiente demográfico, ambiente político/social e ambiente natural. É necessário que os empreendedores fiquem atentos a esses elementos e suas mudanças, para poder verificar o que influencia no andamento da empresa.

3.3.10 Analise interna de Micro Ambiente

É através da analise interna que o empreendedor consegue visualizar os pontos fracos e fortes do seu empreendimento.

Rosseto (2008) cita alguns conceitos de ponto forte e fraco:

- Ponto Forte: característica competitiva da empresa que coloca ela em vantagem dos concorrentes. Ex: inovação de produto com qualidade.
- Ponto Fraco: característica competitiva da empresa que coloca ela em desvantagem dos concorrentes. Ex: imagem fraca no mercado.

3.3.11 Analise FOFA (Swot)

Lobato et al., (2006) relata q que a técnica da Analise Swot está relacionada à avaliação do ambiente interno da empresa, analisando suas forças e fraquezas e do ambiente externo, suas oportunidades e ameaças.

3.4 PLANO DE MARKETING

Sem uma boa estratégia de negócio, o empreendimento pode fracassar. Por isso o Plano de Marketing é umas das partes mais complexa e necessária no Plano de Negócios.

Ele leva em conta os seguintes itens: mercado, serviços e produtos, local, preço, consumidor, produto de qualidade e etc. Marketing está ligado a uma série de fatores que associados levarão sempre a satisfação do cliente.

O marketing está presente nas empresas e na vida das pessoas. É uma ferramenta que se for utilizada da maneira correta pode agregar muitos valores no empreendimento.

Para Dolabela (1999, p. 150) “o plano de marketing deve identificar as oportunidades de negócios mais promissoras para a empresa e esboçar como penetrar em mercados identificados, como conquistá-los e manter posições”.

Salim (2004 p. 67) tem a seguinte definição: “marketing são ações como participação em feiras, realização de projetos sociais ou criação de propagandas polêmicas. Às vezes, a simples modificação de um texto num cartaz pode fazer a diferença para conquistar o cliente”.

Conforme Kotler e Armstrong (1998, p.3), “marketing é um processo social e gerencial através do que os indivíduos e grupos obtêm aquilo que necessitam, criando e trocando produtos e valores uns aos outros.”

3.4.1 Composto de Marketing

Composto de Marketing e/ou Mix de marketing são os quatro pilares essenciais para uma estratégia. São eles: Produto, Preço, Praça e Promoção.

Para Ajzental e Cecconello (2008, p. 163) “produtos são características de qualquer bem, serviço, idéia, pessoa, instituição e etc. que potencialmente possui valor de troca”.

Kotler e Armstrong (2003, p.48) conceituam preço “a quantidade de dinheiro que os clientes tem de pagar para obter um produto”.

Para Ajzental e Cecconello (2008, p.163) “preços são variáveis que refletem o custo do produto para o consumidor, como preço propriamente dito, condições de pagamento, aceitação ou não de cartões de créditos, entre outras”.

Em relação a Praça. Ajzental e Cecconello (2008, p.163) relata que “praça é tudo o que relaciona à distribuição, localização física e logística envolvida para fazer o produto chegar as mãos do consumidor”.

Churchill e Peter (2005, p.20) já dizem que “praça refere se a como os produtos e serviços são entregues aos mercados para se tornarem disponível para troca”.

3.5 PLANO OPERACIONAL

Para desenvolver o plano operacional é necessário conhecer o ambiente da empresa. Ele é essencial para a formalização dos objetivos e procedimentos a seguir em um empreendimento.

Churchill e Peter (2007, p.86) relatam que o plano operacional é a “criação de objetivos e estratégias para unidades operacionais individuais ao longo de um curto intervalo de tempo, em geral um ano ou menos”.

3.6 PLANO FINANCEIRO

O Plano financeiro também é essencial no Plano de Negócios, é por ele que você analisa se o empreendimento é viável ou não.

Em um Plano Financeiro deve constar: Custos fixos e variáveis, lucro, volume, preço de venda, margem de contribuição, VPL, TIR, ponto de equilíbrio, fluxo de caixa, receitas obtidas com serviços e/ou venda de produtos. Dessa maneira consegue se analisar como ficara o saldo final da sua empresa.

Salim et al (2003, p. 103) afirma que:

“O planejamento financeiro serve para fazer a prova dos nove do negócio, é o momento em que o empreendedor faz o levantamento de todas as despesas e receitas do seu negócio, podendo assim avaliar como fica o conjunto, verificando se a organização é lucrativa ou não.” Salim et al (2003, p. 103)

Segundo Chiavenato (2005, p. 216):

“No cálculo do investimento inicial, devem entra todas as despesas necessárias para montar e/ou desenvolver a empresa, além de

estoques e provisão de caixa para cobrir os custos do primeiro mês de funcionamento.”Chiavenato (2005, p. 216)

Ainda sobre Chiavenato (2005), o fato de uma empresa precisar de um imóvel para se instalar, máquinas, equipamentos para produzir, pessoas para trabalhar, matérias-primas, alugar ou comprar o imóvel, adquirir máquinas e equipamentos, pagar salários, comprar as matérias-primas, recolher os impostos entre outras coisas. Nenhuma empresa pode ser aberta sem um mínimo de capital inicial ou sem algum capital de giro.

Para Baron e Shane (2007), o plano financeiro deve explicar ao empreendedor todas as questões relacionadas ao assunto, classificar de quais fontes financeiras e quais dívidas existirão no andamento da empresa. E também deve ter um balancete formal, que apresente projeções financeiras de vários momentos futuros da empresa, que deve ser descritas de modo semi-anual nos primeiros três anos.

Baron e Shane (2007 p. 196) completam dizendo que “deve ser preparado um demonstrativo de fluxo de caixa mostrando o valor e o momento das entradas e saídas de caixa esperadas, novamente por período de alguns anos”.

“Para analisar o negócio do ponto de vista financeiro; envolve os indicadores e as medidas financeiras e contábeis e permite avaliar a empresa em relação a lucratividade e ao retorno sobre o investimento.” (CHIAVENATO, 2005 p. 147)

4 METODOLOGIA DE PESQUISA

Para que o projeto pudesse ser bem sucedido usamos como base o livro “como elaborar projetos de pesquisa de Carlos Alberto Gil (2002)” que instrui de maneira bem acessível a forma de fazer uma pesquisa para analisar o mercado, clientes, concorrentes, entre outras possíveis problemáticas. Para o autor, pesquisa é um procedimento intelectual e sistemático que visa buscar a solução de problemas para o futuro empreendimento. As pesquisas podem ser feitas tanto por razões de ordem intelectual que é pela própria razão do conhecer, quanto por razões de ordem prática que é pelo desejo de conhecer com vistas a fazer algo de forma mais eficiente e eficaz. É preciso formular possíveis problemas e todas suas variáveis, sendo assim, buscando encontrar todas as escapatórias e soluções.

O autor classifica a pesquisa baseado em seus objetivos, primeiramente com pesquisas: exploratórias que têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, para torná-lo mais nítido e constituir hipóteses, descritivas: têm como objetivo primordial descrever as características de determinada população ou acontecimento e as explicativas que têm como preocupação central identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos acontecimentos. Em seguida vêm às pesquisas baseadas nos procedimentos utilizados, buscando bibliografias, documentos, entrevistas, estudos de campo e estudos de casos.

Elaboramos uma pesquisa descritiva através do método quantitativo, para que cento e quarenta pessoas, sendo cem para futuros clientes, e quarenta para parcerias na escolinha de futebol, pudessem responder por meio de questionários com perguntas fechadas. Este método foi o escolhido devido à facilidade de obtenção de dados com baixo custo, podendo ser realizado qualquer dia, em final de semana, com ou sem a presença do pesquisador para que a pessoa conseguisse responder. Foram utilizadas questões de múltipla escolha, e dependendo da questão o entrevistado podia marcar mais que uma opção/alternativa. A pesquisa foi realizada no centro comercial e na Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral.

5 PLANO DE NEGÓCIOS

5.1 CAPA

Golaço Soccer - Quadra Society LTDA

Av: Curitiba s/nº

Matinhos – PR

www.golaçosoccerquadrasociety.com.br

golaçosoccerquadrasociety@gmail.com

@GolaçoSoccerQuadraSocietyinstagram/twitter/facebook



Figura 1 – Logo da Empresa
Fonte: Elaboração própria (2017)

Karen Christiny de Sales – Administradora e Sócia Proprietária

Alisson Fernando Natel – Administrador e Sócio Proprietário

Esse Plano de Negócios foi elaborado em Abril de 2017 por Karen Christiny de Sales Amorin dos Santos, e Alisson Fernando Natel

5.2 SUMÁRIO EXECUTIVO

Esse Plano de Negócios tem como objetivo dar assistência/suporte aos empreendedores na implementação da empresa que pretende construir, a Golaço Soccer - Quadra Society LTDA. A empresa em questão é uma empresa prestadora de serviços, no ramo de locação de quadra para futebol *society*, locação de churrasqueira, aulas de futebol para crianças e está sendo planejado para que entre em atividade até Dezembro de 2017.

O empreendimento, busca trazer um diferencial e acrescentar o que falta nas empresas já existentes no município de Matinhos, ou seja, o diferencial não é só se acomodar em oferecer o serviço ou produto já esperado no mercado, e sim melhorar na Golaço Soccer o que já existe na concorrência, o que tem um valor muito grande para o cliente. Exemplo: atendimento, material, qualidade da quadra *society*, diversidade de horário, promoções e entre outros aspectos.

Nosso público-alvo é todos aqueles que são apaixonados por futebol, e todos que buscam um diferencial na área *society*.

5.3 O EMPREENDIMENTO

A Golaço Soccer - Quadra Society LTDA, é uma empresa nova no mercado, voltada para locação de quadra *society*. Temos como objetivo oferecer uma ótima opção de lazer e esporte para toda população de Matinhos. Um ambiente que reúne uma quadra de futebol *society* com gramado sintético de alta qualidade, possuindo um salão com duas churrasqueiras, lanchonete/bar e vestiários com duchas aquecidas. No espaço oferecemos serviços de locação de quadras de futebol *society* para jogos avulsos e mensais entre grupo de amigos, para empresas e outros, aula de futebol para crianças e adolescentes de 4 a 14 anos, aluguel de churrasqueira, venda de filmagens de jogos e ainda transmitimos no espaço da lanchonete campeonatos/jogos de futebol, lutas, e outros eventos esportivos simultaneamente. Um espaço ideal para reunir os amigos, familiares e assistir futebol e/ou outras competições. Esse espaço e a área de churrasqueiras possuem excelente vista para o campo, sendo uma ótima opção de entretenimento para os acompanhantes dos nossos jogadores. A locação de quadra e locação de

churrasqueira é uma atividade prazerosa e acessível, pois o valor pode ser dividido entre os amigos, favorecendo a todos.

5.3.1 Dados Gerais

Nome Fantasia: Golaço Soccer – Quadra *Society*

Endereço: Av: Curitiba s/nº - Bom Retiro – Matinhos PR

Endereço eletrônico: www.golacosoccerquadrasociety.com.br

golacosoccerquadrasociety@gmail.com

@GolaçoSoccerQuadraSocietyinstagram/twitter

Golaço Soccer – Quadra *Society*facebook

Telefone/Fax: (41) 3473-2753

WhatsApp: (41) 9793-0953

Horário de Funcionamento: segunda à sexta das 8:00 à 12:00h e 14:00h às 00:00h, sábado e domingo das 09:00h à 00:00h.

Data de início das atividades da empresa: 01/12/2017

5.3.2 Gerência

Nome: Karen Christiny de Sales Amorin dos Santos

Experiência profissional resumida: estudante de graduação do curso de Gestão e Empreendedorismo na UFPR setor Litoral, secretária na Academia Sport Center Matinhos há 5 anos.

Responsabilidade no projeto: será responsável por 50% das atividades, e terá dedicação em tempo integral.

Nome: Alisson Fernando Natel

Experiência profissional resumida: estudante de graduação do curso de Gestão e Empreendedorismo na UFPR setor Litoral.

Responsabilidade no projeto: será responsável por 50% das atividades, e terá dedicação em tempo integral.

5.3.3 Estrutura Legal

A razão social ou denominação escolhida para a empresa será Golaço Soccer – Quadra *Society* LTDA. A forma jurídica escolhida é a sociedade limitada. Em comparação à modalidade empresária, tem como principais características:

- a) Simplicidade de estrutura;
- b) Presunção de pequeno porte;
- c) Atuação pessoal dos sócios superando a organização dos fatores de produção.

Escolhida a Sociedade Limitada como forma societária para constituir o capital da empresa, define-se também o regime de tributação.

No que se refere ao âmbito federal, a empresa optará pelo Simples, pois, de acordo com Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, poderão optar pelo SIMPLES as pessoas jurídicas que, cumulativamente, satisfizerem as seguintes condições:

- a) Tenham auferido no ano-calendário anterior receita bruta dentro dos limites estabelecidos em lei. Na condição de Microempresa, igual ou inferior a R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais), e na condição de Empresa de Pequeno Porte, superior a R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais) e igual ou inferior a R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais) (Lei nº 9.732/1998);
- b) Não estejam expressamente impedidas de valer-se desse benefício por imposição do art. 9º da Lei nº 9.317/1996, e alterações posteriores”.

Por fim a empresa recolherá no âmbito municipal o Imposto Sobre Serviços que já está computado dentro da planilha de cálculo do Simples Nacional. A composição societária será formada inicialmente por dois sócios, com a participação igualitária.

5.3.4 Estrutura Física

A quadra ficará localizada na Av: Curitiba, esquina com a Rua Mercado Marialva, no bairro Bom Retiro, Matinhos - Pr. A escolha da localização foi por ser em um bairro conhecido, uma região em desenvolvimento em Matinhos, com o terreno disponível e de baixo custo/custo acessível, um lugar de fácil acesso e bastante frequentado, com bastante comercios e moradores, além de ser umas das avenidas mais importantes do município.

Um terreno com o tamanho de 28m x 60m, ao todo são 1.680m², sendo a quadra de 24m x 48m, 1.344 m² de área total, estacionamento de 5m x 28m, área lanchonete incluindo vestiário (parte de baixo) e aérea de churrasqueira (parte de cima) 7m x 28m x 7,5 m

5.3.5 Estrutura Virtual

www.golaçosoccerquadrasociety.com.br

Um lugar a mais para o cliente tirar dúvidas, ficar por dentro dos valores, promoções, saber sobre o empreendimento, e até mesmo agendar horários.

5.3.6 Visão

Ser referência no ramo de atuação na região de Matinhos, através de uma administração moderna, que busque constantemente a satisfação de seus clientes.

5.3.7 Missão

Atender, conquistar e encantar todos os clientes, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida através do lazer e esporte, proporcionar momentos de descontração em um ambiente futebolístico, oferecer um ambiente confortável, agradável e de alta qualidade para a prática desse esporte, onde pessoas freqüentarão com seus amigos e familiares.

5.3.8 Valores

- Confiança
- Lealdade
- Comprometimento

- Garra
- Criatividade
- Paixão pelo esporte

5.3.9 Propósito

Atender aqueles que são apaixonados por futebol, trazer alegria e melhoria de vida de forma simples, mas significativa, além de lucro para os investidores.

5.3.10 Princípios

A qualidade dos serviços prestados é nossa maior prioridade.

Trabalharemos para que as nossas atividades superem as expectativas de clientes.

Cumpriremos rigorosamente todos os compromissos assumidos.

5.4 PRODUTOS E SERVIÇOS

A empresa Golaço Soccer – Quadra *Society*, prestará serviços no ramo de entretenimento esportivo, disponibilizando quadra e área de lazer para o divertimento de seus clientes. A empresa trabalhará com aluguel da quadra diariamente, semanalmente e mensalmente. Faremos parceria com um professor formado em Ed. Física no período matutino e vespertino, para dar aula de futebol para crianças. Além do aluguel da quadra e parceria do espaço, teremos um mega telão com assinaturas de todos os eventos esportivos, lutas de UFC, campeonato brasileiro, campeonatos nacionais, campeonatos internacionais entre outros. Sempre tudo relacionado a esportes, para que nossos clientes assistam enquanto esperam seu horário agendado, acompanhem amigos ou familiares, e/ou até mesmo para clientes que gostam e que desejam apenas assistir essa programação e desfrutar da lanchonete/bar.

Os períodos das 8h à 12h e das 14h às 17h de segunda à sexta serão exclusivamente para a escolinha de futebol para meninos e meninas na idade de 10 até 18 anos com orientação de um profissional. Serão feitas turmas de 14 alunos, e eles terão 1:00h de aula por dia, de segunda à sexta feira.

Todas as atividades serão filmadas e poderão ser compradas pelos jogadores. Após cada partida, o jogo será transmitido na televisão da lanchonete, para que os participantes possam rever suas jogadas, tirar dúvidas sobre lances, e até rir das falhas que normalmente acontecem em jogos amadores. Tudo isso saboreando uma cerveja, suco ou refrigerante acompanhado de um salgado ou um gostoso churrasco que os próprios atletas poderão preparar.

Contaremos também com um espaço para churrasqueiras, serão duas churrasqueiras, que poderão ser usadas por qualquer cliente, cobrando um valor específico. No caso do churrasco, ofertaremos também pacotes mensais para quem aderir ao aluguel da churrasqueira. Para aluguel diário, esporádico, será cobrado um valor acessível que inclui uma pequena taxa de limpeza da churrasqueira. Nos responsabilizaremos pelo fornecimento dos utensílios (prato, copo, garfo, faca, kit churrasqueira). O cliente leva o que for consumir, porém o consumo de bebidas será fornecido apenas através da lanchonete/bar do estabelecimento.

Teremos uma lanchonete para venda de bebidas (cervejas, refrigerantes, sucos, água, energéticos, isotônicos, salgados em geral, sanduíche natural, chips, doces em geral e etc.). A lanchonete e os serviços do mesmo serão terceirizados, porém os equipamentos serão adquiridos pela empresa, para garantir a padronização e a qualidade.

As reservas de horário deverão ser feitas com antecedências através do site, telefone, ou pessoalmente. Facebook, twitter e instagram, servirão apenas para conhecer nossa estrutura, serviços, a empresa e tirar dúvidas.

Serão aceitos cartões de todos os bancos e bandeiras, pagamento no crédito ou débito, depósitos bancários para clientes com pacotes mensais.

Quadro1: Descrição de atividades

Descrição da atividade
Venda de filmagens (CD com filmagens de jogos)
Escolinha de Futebol 1:00h. Período Matutino (segunda, quarta e sexta) 08:00 às 09:00 09:00 às 10:00 10:00 às 11:00 11:00 às 12:00
Escolinha de Futebol 1:00h. Período Vespertino (segunda, quarta e sexta) 14:00 às 15:00 15:00 às 16:00 16:00 às 17:00
Aluguel quadra 1h
Aluguel quadra Pacote Mensal (4 jogos no mês, 1h, horário definido)
Aluguel Churrasqueira (1 dia)
Aluguel Churrasqueira Pacote Mensal (4 dias no mês)

Fonte: Elaboração própria (2017)

5.5 ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO (MACRO E MICROAMBIENTE)

5.5.1 Macroambiente (econômico, tecnológico, político/legal, sociocultural)

5.5.1.1 Macroambiente

Desde a origem do homem a prática de atividade física está relacionada com o ser humano, mas pode-se dizer que o marco inicial da história da educação física foi dado na Grécia Antiga. A mente, o espírito e a sabedoria, em aliança com o corpo, influenciavam marcadamente a cultura grega. A preocupação exacerbada com a estética corporal é outro ponto característico dessa cultura, valorizando a busca por corpos esbeltos, como é possível ver nas academias de ginástica hoje em dia. (OLIVEIRA, 1983; MORAES, 2007 apud SCALDAFERRI; MATOS, 2007).

“Segundo Scaldaferrri e Matos (2007, p. 2), as inúmeras mudanças econômicas, sociais e culturais passadas pelo ser humano no decorrer de milhões de anos afetaram profundamente sua percepção da atividade física, da saúde e do seu próprio corpo.”

Segundo pesquisa feita pela Fundação Getúlio Vargas, o futebol movimenta R\$ 16 bilhões por ano, tendo mais de trinta milhões de praticantes (aproximadamente 16% da população total), 800 clubes profissionais, 13 mil times amadores e 11 mil atletas federados.

5.5.1.2 Sociocultural

Na busca por qualidade de vida está sempre em destaque a prática de exercícios físicos. A atividade física diária ajuda a prevenir várias doenças, como a osteoporose, a hipertensão, o infarto, contribuindo ainda com a qualidade do sono, o controle do peso corporal, bem como a saúde mental e emocional. Conseqüentemente, nota-se uma procura cada vez maior por programas de exercícios em academias ou praticas de esportes, pois deixou de ser apenas preocupação estética ou de lazer, passou a significar bem-estar.

Apesar disto, pesquisa anual realizada pelo Ministério da Saúde divulgada em abril, pelo Portal do Brasil (2013) revela que os brasileiros estão se alimentando pior e, com isso, é cada vez maior o número de pessoas acima do peso. Os dados mostram que 48% da população está acima do peso, entre os quais 15% têm obesidade. Em 2006, os percentuais eram de 42,7% e 11,4% respectivamente. O Rio de Janeiro tem o maior índice de pessoas acima do peso do país: 52,7% da população adulta. O menor índice (36,6%) é o de Palmas. Em São Paulo, o percentual é de 48,5%. Outro dado preocupante apontado por essa pesquisa é o sedentarismo: 14,2% da população adulta não praticam nenhuma atividade física, nem durante o tempo de lazer nem para ir ao trabalho. Em relação à atividade física, os moradores do Distrito Federal se saíram melhor: 22,4% fazem algum exercício nas horas de lazer. O menor índice é o de Teresina, com 13%. São Paulo, com 13,7%, está entre as piores capitais nesse quesito. O sedentarismo mata 3,2 milhões de pessoas por ano em todo o planeta.

Nesse contexto, o esporte é considerado, atualmente, um fenômeno cultural e está inserido em todas as sociedades e grupos sociais organizados de todo o mundo. Independentemente do nível sociocultural, o esporte está presente, sendo praticado, admirado, ensinado e pesquisado em suas diversas formas, seja como uma atividade física voltada para a saúde, seja como meio de ascensão política, financeira e social. Fator que aumenta a viabilidade do negócio é a necessidade de

pais de colocarem seus filhos em escolas de futebol, para que eles desenvolvam técnicas não só no esporte, mas também no âmbito social. O futebol é um esporte que estimula o trabalho em equipe, o respeito por regras que existem em todo lugar e aumenta a socialização por ser um esporte coletivo. Além disso, é uma forma de fornecer atividade física as crianças evitando que elas fiquem com tempo ocioso demais. No campo do indivíduo e das comunidades, por exemplo, o esporte pode trazer solidariedade, auto-estima, respeito ao próximo, facilidade na comunicação, tolerância, sentido do coletivo, cooperação, disciplina, capacidade de liderança, respeito às regras, noções de trabalho em equipe, vida saudável, entre outros.

Além do benefício comprovado para a saúde da prática esportiva, as escolinhas também funcionam como trampolim para o mercado profissional de jogadores. Em muitos casos, o futebol representa a única chance de ascensão social de famílias desfavorecidas. Histórias de jogadores pobres que conquistaram fama e fortuna recheiam os sonhos de milhares de pais e crianças. E mesmo para as crianças que não seguem carreira de jogadores profissionais, a escola desempenha um papel social na formação do indivíduo.

O futebol, como um entre tantos outros exemplos, que é também o esporte mais popular do país, sempre contribuiu para a difusão dos valores culturais brasileiros e a ampliação das nossas relações econômicas e de fraternidade com outros povos. São todas essas características que denotam a complexidade do mundo do esporte e que devem ser alvo de nossas preocupações.

5.5.1.3 Econômico

Consumidores, industriais e comerciantes iniciaram o ano com a confiança em alta. Segundo as pesquisas de entidades e institutos, publicadas pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) sugerem que o cenário é outro, na comparação com o começo de 2016. Os brasileiros estão mais otimistas não apenas com a economia, mas com a própria empresa e com o mercado de trabalho. Os primeiros efeitos das reformas econômicas propostas pelo governo, a queda dos juros e a perspectiva de uma inflação cada vez menor injetou novo ânimo no consumo. Projeções do mercado financeiro corroboram essas pesquisas de confiança, mostram que o País volta a crescer este ano e que essa expansão se intensifica a partir de 2018.

Recente revisão metodológica da Pesquisa Mensal de Serviço (PMS) trouxe números positivos sobre a atividade doméstica no início deste ano. Levando em conta esse fato, acredita que: (i) o setor de serviços vem se estabilizando; (ii) o PIB de Serviços cresceu no 1T17, na comparação com o período imediatamente anterior, mas a uma taxa inferior à sugerida pela PMS; e (iii) a maioria das atividades de serviços exibirá tendência de alta consistente apenas a partir da segunda metade do ano, como reflexo da estabilização do mercado de trabalho e melhora das condições financeiras das famílias, segundo uma análise feita pelo banco Santander referente ao cenário econômico atual do país. Nosso cenário-base contempla expansão de 0,3% e 2,7% para o PIB de Serviços em 2017 e 2018, respectivamente (em consonância com as expectativas para o PIB Total, de crescimento de 0,7% e 3,0%, na mesma ordem). (FIESP 2017).

“O Critério de Classificação Econômica no Brasil é um instrumento usado para diferenciar a população e classificá-la em classes que vai de A1 a E. Sendo A1 a classe mais alta e E a classe mais baixa. Na verdade a classificação completa é: A1, A2, B1, B2, C1, C2, D e E. Esse instrumento considera basicamente duas coisas: O grau de escolaridade do chefe da família e a quantidade de certos itens domiciliares como aparelham de televisão, rádio, banheiro, automóvel, máquina de lavar, empregada mensalista e outros”

Entre 2010 e maio de 2011, a classe social média¹ foi a única do estrato social brasileiro que continuou em expansão, segundo estudo divulgado pela FGV (Fundação Getúlio Vargas). No período, 3,6 milhões de pessoas migraram para a chamada classe C. A classe C recebeu a maior parte de sua população de classes mais pobres - 1,4 milhão saíram da classe E e 356 mil saíram da classe D. No entanto, as classes A e B apontaram um pequeno recuo no período, o primeiro desde 2003. O inchaço da classe C é um fenômeno crescente desde 1992, mas sua expansão acontece de maneira mais acentuada desde 2003. Hoje, são 105,4 milhões de pessoas, ou 55,05% da população nesta faixa.

¹ Classe social é um grupo constituído por pessoas com padrões culturais, políticos e econômicos semelhantes. O fator financeiro é uma das características mais marcantes na definição de uma classe social. Classe A: inclui as famílias com renda mensal maior que R\$ 14.400 Classe B: maior que R\$ 4.600, C: maior que R\$ 2.300, D: maior que R\$ 1.400, E: maior que R\$ 950, F: maior que R\$ 400 e H: Bolsa Família Média de 2013 = R\$ 97,00.

O setor esportivo representa 2% do Produto Interno Bruto, segundo dados da Abriesp (Associação brasileira da Indústria do esporte). Enquanto o PIB nacional teve crescimento médio anual de 4% nos últimos anos, o PIB da indústria esportiva cresceu à média de 12% ao ano. O setor gera 1,5 milhão de empregos diretos e indiretos no Brasil.

5.5.1.4 Ambiente tecnológico

Vivemos em uma época em que se comunicar é cada vez mais fácil, por meio de novas tecnologias e quando falamos de comunicação, não nos referimos apenas a diálogos com amigos e familiares distantes, mas também ao fato de estar cada vez mais fácil de expandir e compartilhar suas ideias com um número de pessoas cada vez maior e com apenas um “clique”.

O benefício que a tecnologia da informação traz para as organizações, a sua capacidade de melhorar a qualidade e a disponibilidade de informações e conhecimentos importantes para a empresa, seus clientes e fornecedores, sistemas de informação mais modernos oferecem às empresas oportunidades para a melhoria dos processos internos e dos serviços prestados ao consumidor final.

Atualmente, as mídias sociais, como blogs, Youtube, Facebook e Twitter, estão transformando a forma de as empresas se relacionarem e fazerem negócios com seus consumidores. Nessas plataformas, os consumidores discutem sobre produtos e empresas, atribuem notas aos mesmos, descrevem suas impressões e experiências, compram e vendem uns dos outros e fazem seus próprios negócios.

Um ponto que vale ser mencionado é que junto a essas novas ferramentas que facilitam a comunicação, os consumidores ficaram mais exigentes, isto é, procuram estabelecimentos que satisfaçam suas vontades, hoje itens como *wi-fi*, por exemplo, é fundamental em empreendimento de lazer, pois todo mundo quer ficar conectado a sua vida virtual 24 h.

Não há uma pesquisa que demonstra a quantidade de escolas de futebol no Brasil mas trata-se de um mercado em franca expansão e o desenvolvimento tecnológico também acompanha todo o futebol : são desenvolvidos novos materiais, cada vez mais resistentes e flexíveis, para chuteiras; materiais mais leves que

auxiliam na respiração corporal durante as partidas; e bolas que, cada vez mais, diminuem seu atrito com o campo.

Cabe ao empreendimento também estar sempre atento ao mercado tecnológico dos materiais usados para o funcionamento da quadra, utilização de softwares para controle de locações e vendas, whatsapp para comunicação direta a ao cliente, retirar dúvidas sobre horários, serviços oferecidos. Adaptar-se sempre que possível a novas tecnologias.

5.5.1.5 Ambiente demográfico

Segundo o resultado do Censo 2010, o Brasil é habitado por 190.732.694 pessoas, um aumento de 20.933.524 pessoas em comparação com o Censo 2000. Esse número demonstra que o crescimento da população brasileira no período foi de 12,3%, inferior ao observado na década anterior (15,6% entre 1991 e 2000). A região Sudeste segue sendo a região mais populosa do Brasil, com 80.353.724 pessoas. Entre 2000 e 2010, perderam participação as regiões Sudeste (de 42,8% para 42,1%), Nordeste (de 28,2% para 27,8%) e Sul (de 14,8% para 14,4%). Por outro lado, aumentaram seus percentuais de população brasileira as regiões Norte (de 7,6% para 8,3%) e Centro-Oeste (de 6,9% para 7,4%). (IBGE 2010)

O Brasil deve chegar ao ano de 2020 com uma taxa média de crescimento populacional de apenas 0,71% ao ano. A constatação faz parte da publicação Estatísticas do Século XX, divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

A faixa etária esperada que frequente e pratique o futebol society varia desde os 8 anos até para cima de 50, sendo entre 15 e 30 anos está o maior público, esse ponto pode vir a ser uma preocupação, já que os dados fornecidos pelo censo do IBGE 2010, mostram que a fatia da população com idade até 25 anos encolheu no país, enquanto os demais grupos etários aumentaram suas participações. O alargamento do topo da pirâmide etária pode ser observado pelo crescimento da participação relativa da população com 65 anos ou mais, que era de 4,8% em 1991, passou para 5,9% em 2000 e chegou a 7,4% em 2010. Sudeste e Sul permanecem como as duas regiões mais envelhecidas do país. Ambas fecharam 2010 com 8,1%

da população formada por idosos com 65 anos ou mais, enquanto a parcela de crianças menores de 5 anos ficou em 6,5% no Sudeste e 6,4% no Sul. (IBGE 2010)

Por outro lado, segundo o IBOPE apontou que o futebol para 77% da população é visto com maior paixão nacional, a segunda seria a cerveja com 35 % como resposta dos entrevistados e em quinto lugar seria o churrasco, mencionado por 20%, tais produtos e serviços, serão ofertados pela nossa empresa. Outro ponto positivo que se destaca neste mercado, é o crescimento da quantidade de meninas praticantes deste esporte. Inspiradas na jogadora brasileira Marta que é considerada uma das melhores jogadoras do mundo e na grande mídia proporcionada pelo futebol, as meninas estão aumentando a quantidade de alunos nas escolas de futebol.

5.5.1.6 Ambiente natural

As atividades esportivas são, em geral, regidas por uma série de fatores, entre eles o clima. Em países tropicais temos um grande número de praticantes de esportes ao ar livre, já que a temperatura contribui não há necessidade de se proteger contra o frio e a neve. Por outro lado, em países nórdicos e próximos aos pólos vemos uma grande ênfase em esportes indoor (esportes praticados em ambientes fechados) e no gelo. Uma simples constatação serve como prova desta teoria: o quadro de medalhas das Olimpíadas de Verão e de Inverno. Um exemplo é o futebol, que se desenvolveu com maior facilidade nos países onde o verão é mais intenso e com características tropicais, pois é facilmente praticado em campos abertos e praias, locais aonde a fator clima intervém para a pratica do mesmo.

Segundos dados do Simepar, O clima predominante de Matinhos é quente e temperado. Em Matinhos existe uma pluviosidade significativa ao longo do ano. Mesmo o mês mais seco ainda assim tem muita pluviosidade. O clima é classificado como Cfa (clima temperado húmido com Verão quente) segundo a Köppen e Geiger. 20.7 °C é a temperatura média. A pluviosidade média anual é 2022 mm, índice considerado alto, ai vem a importância de um ambiente bem estruturado com quadras cobertas para melhor comodidade dos clientes.

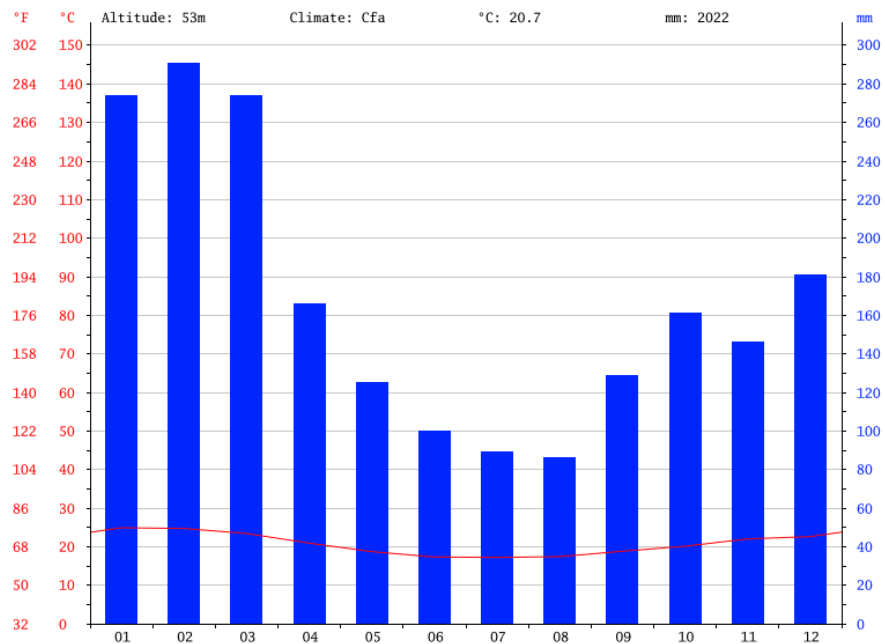


GRÁFICO 1:CLIMÁTICO MATINHOS

Fonte: Simepar

86 mm é a precipitação do mês Agosto, que é o mês mais seco. O mês de Fevereiro é o mês com maior precipitação, apresentando uma média de 291 mm.

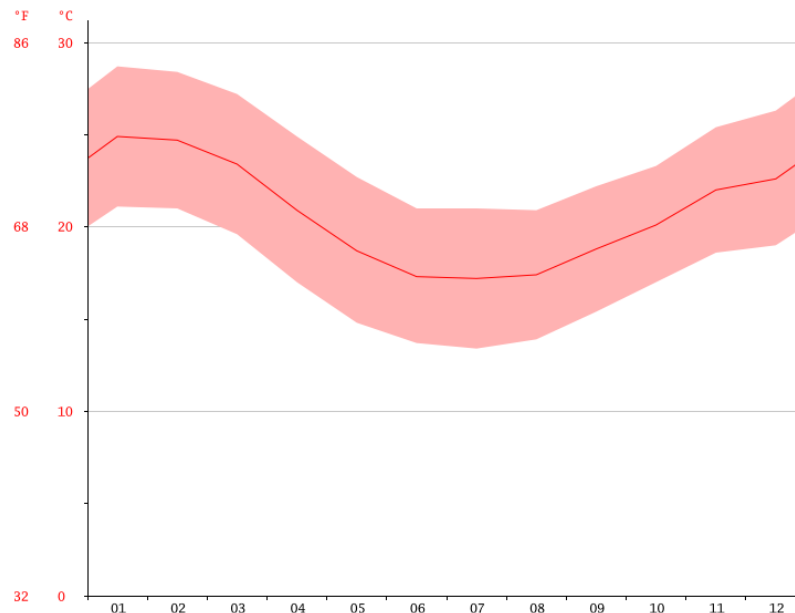


GRÁFICO 2: DE TEMPERATURA MATINHOS

Fonte: Simepar

A temperatura média do mês de Janeiro, o mês mais quente do ano, é de 24.9 °C. A temperatura mais baixa de todo o ano é em Julho, a temperatura média é 17.2 °C .

Na prestação de serviços ou comercialização de produtos, os empreendimentos têm de tomar certas preocupações referentes ao impacto ambiental, evitando desperdícios e fazendo a destinação correta de resíduos produzidos pelo empreendimento, buscando sempre crescimento sustentável.

A quadra society será uma empresa prestadora de serviços, praticamente não há exigências ambientais, os únicos documentos necessários são o alvará de funcionamento que feito pela prefeitura do município; Obtenção do alvará de licença sanitária - Adequar às instalações de acordo com o Código Sanitário (especificações legais sobre as condições físicas) e o alvará do Corpo de Bombeiros Militar. (SEBRAE, 2005).

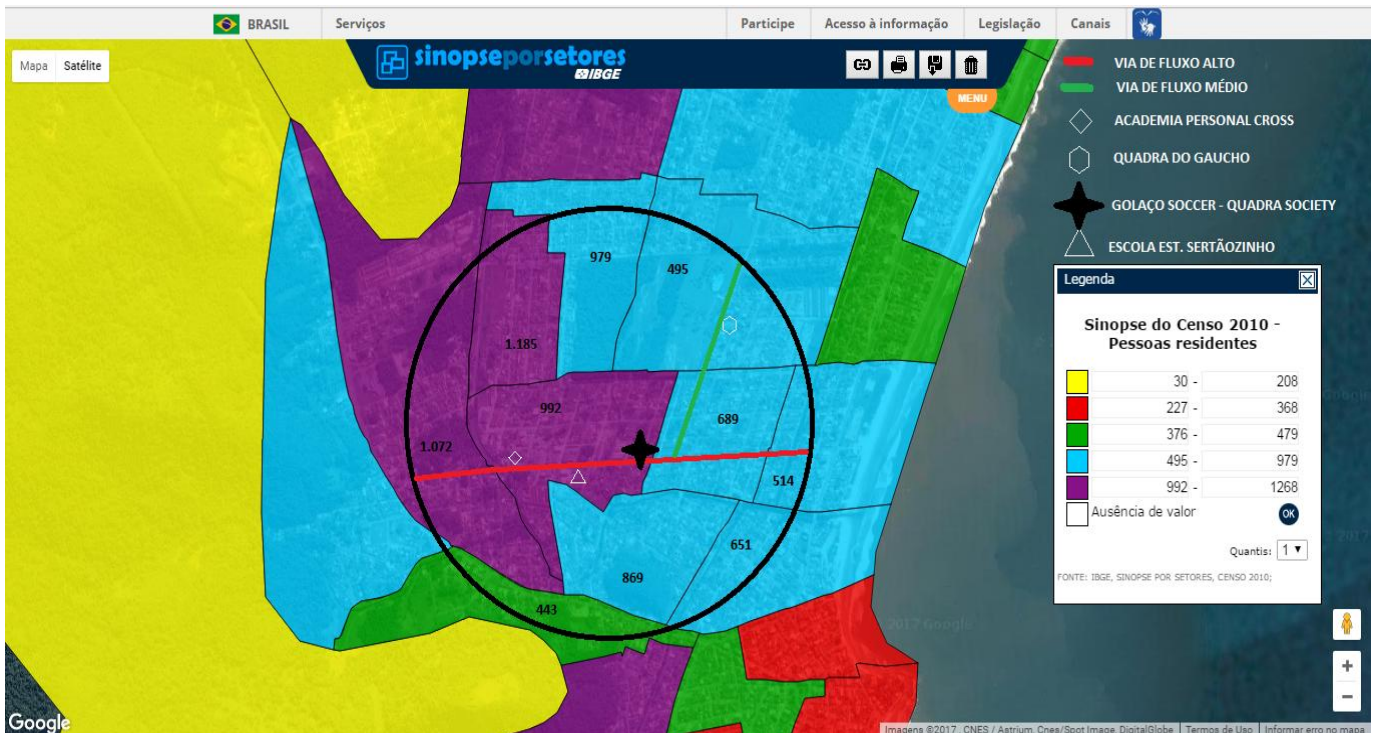
5.5.2 Microambiente (Mercado consumidor, concorrência e fornecedores)

5.5.2.1 Estudo de Mercado

O nosso mercado consumidor alvo está situado no bairro Bom Retiro, no município de Matinhos, litoral do Paraná. Ocupa uma área de 117,743 km². Tem uma população de 29.428 habitantes residentes, sendo 14.335 homens e 15.093 mulheres. (IBGE,2017).

Para a realização desta análise utiliza-se a Figura 2, que representa um círculo de abrangência da empresa em um raio de 5 km, conforme Sinopse por Setores do site do IBGE (2017).

Figura 2: Círculo de abrangência da Golaço Soccer – Quadra Society, com identificação das pessoas residentes separadas por cada setor.



Fonte: Elaboração própria (2017) a partir de dados do IBGE (2017) Censo 2010 – Sinopse por Setores.

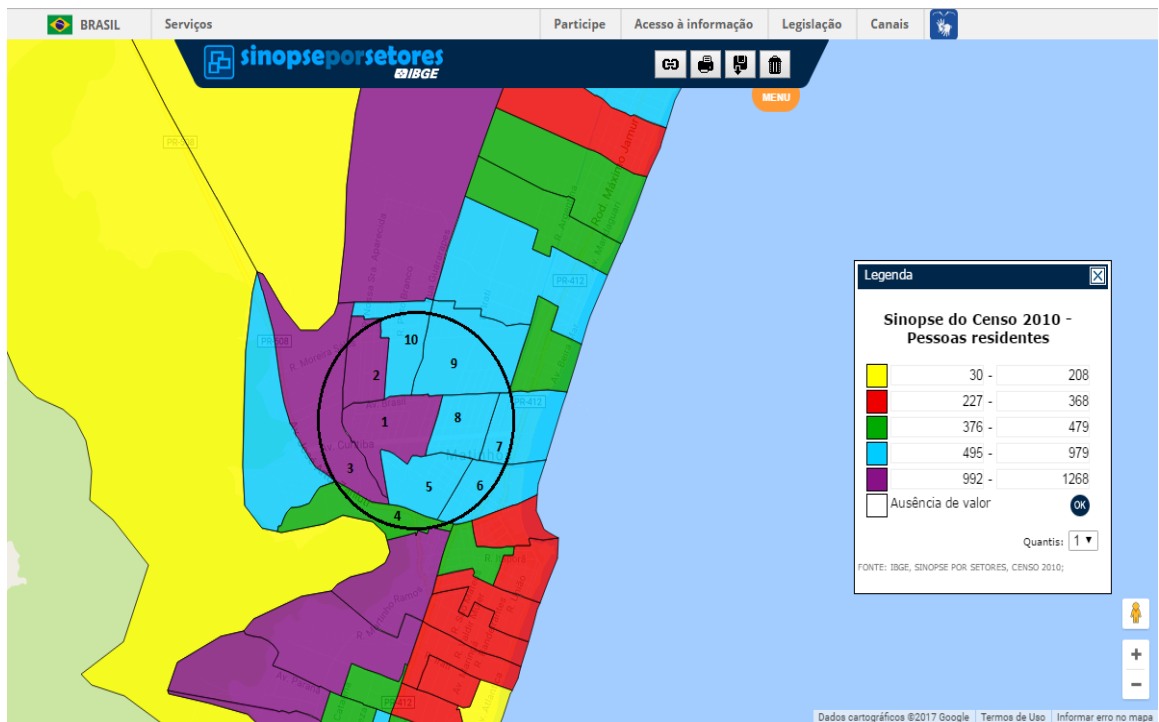
5.5.2.2 Consumidor/Clientes

a) Análise de Dados Secundários

Tendo como base o conceito de Polizei (2005, p.22), o qual designa o microambiente como referência “aos influenciadores mais próximos da empresa/conceito e dos impactos imediatos no plano de marketing”, a análise a seguir se dá através da relação da Golaço Soccer – Quadra Society, com o setor onde está inserida, tendo como influenciadores as forças públicas que interferem na empresa, concorrência e clientes.

Para a realização desta análise utiliza-se a Figura 3, que representa um círculo de abrangência da empresa em um raio de 5 km, conforme Sinopse por Setores do site do IBGE (2017). A escolha de 5 km se da pela pesquisa (item 5.5.2.2 Gráfico 6), onde mostra que as pessoas entrevistadas se deslocaria no máximo 4km.

Figura 3: Círculo de abrangência da Golaço Soccer – Quadra Society, com identificação das pessoas residentes separadas por cada setor numerado



Fonte: Elaboração própria (2016) a partir de dados do IBGE (2016) Censo 2010 – Sinopse por Setores.

Na Figura 3 com base nos dados disponíveis no site do IBGE (2017) fez-se possível a análise das pessoas residentes e distribuição do público-alvo do empreendimento em um raio de 5 km do mesmo. Os números inseridos na imagem é o numero do setor (sinopse por setores) e os dados vem a seguir no quadro 2.

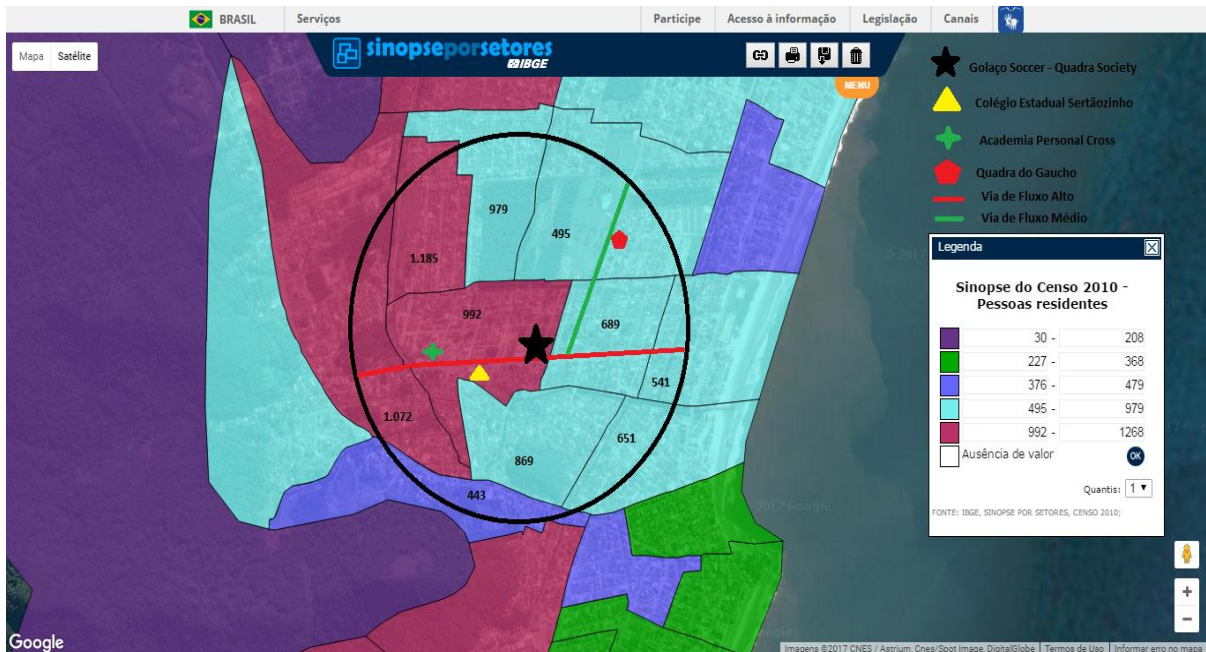
Quadro 2 – Total de mulheres, homens e pessoas residentes total no círculo de abrangência da Golaço Soccer – Quadra Society.

Setor	Total de Mulheres	Total de Homens	Total de pessoas resid.
Setor 1	492	500	992
Setor 2	662	563	1.185
Setor 3	552	520	1.072
Setor 4	230	213	443
Setor 5	435	434	869
Setor 6	351	300	651
Setor 7	259	255	514
Setor 8	361	328	689
Setor 9	252	243	495
Setor 10	490	489	979
TOTAL	4.084	3.845	7.889

Fonte: Elaboração própria (2016) a partir de dados do IBGE (2016) Censo 2010 – Sinopse por Setores.

O quadro nos mostra que em um raio de 5 km da Golaço Soccer – Quadra Society consegue-se atingir 7.889 pessoas, aproximadamente 15% da população de Matinhos, sendo 4.084 mulheres e 3.845 homens.

Figura 4: Círculo de abrangência da Golaço Soccer – Quadra Society, com identificação das pessoas residentes separadas por cada setor numerado



Fonte: Elaboração própria (2017) a partir de dados do IBGE (2017), censo 2010

Conforme pesquisas, nossos consumidores serão os apaixonados por futebol, que praticam o esporte por fazer atividade física, atrás de condicionamento físico, e que estão atrás de algo diferente do que freqüentam.

b) Resultado da pesquisa

Para possibilitar o conhecimento dos potenciais clientes da Golaço Soccer – Quadra Society, foi realizada uma pesquisa de mercado através de um questionário, aplicado a 140 pessoas.

Com a utilização de 10 questões, foram coletados dados primários que, uma vez interpretados, permitiram traçar o perfil dos clientes, hábitos, comportamentos, além de obter opiniões sobre o ramo da Golaço Soccer – Quadra Society, sugestão de diferenciais para a empresa utilizar na sua estratégia de marketing.

De acordo com os dados da pesquisa de mercado, exclusivamente, aplicada com o público masculino².

² A pesquisa foi realizada na academia Sport Center Matinhos, que possui aproximadamente 450 matriculados, dos quais foram entrevistados 100. O público feminino foi abordado durante a pesquisa, no entanto, acusou não ser adepto do esporte, o que justifica a amostra exclusivamente com entrevistados do sexo masculino.

O resultado da pesquisa é apresentado a seguir, conforme a ordem das questões:

Analisando a pesquisa, constatamos que a idade de frequência maior em quadras *Society* de Matinhos é entre 25 e 35 anos, ficando com 31% do total da amostra. Entretanto, as faixas etárias entre 18 e 24 anos representa 25%, já a de 36 a 50 anos, 27%. Totalizando em maior índice de frequência a idade de 18 a 50 anos, representadas por 83% da amostra, o que se constatou que a quadra *Society* é um lugar frequentado pelo gênero masculino e em fase adulta.

Percebe-se que os entrevistados não têm nenhum limite em termos de idade mínima e máxima.

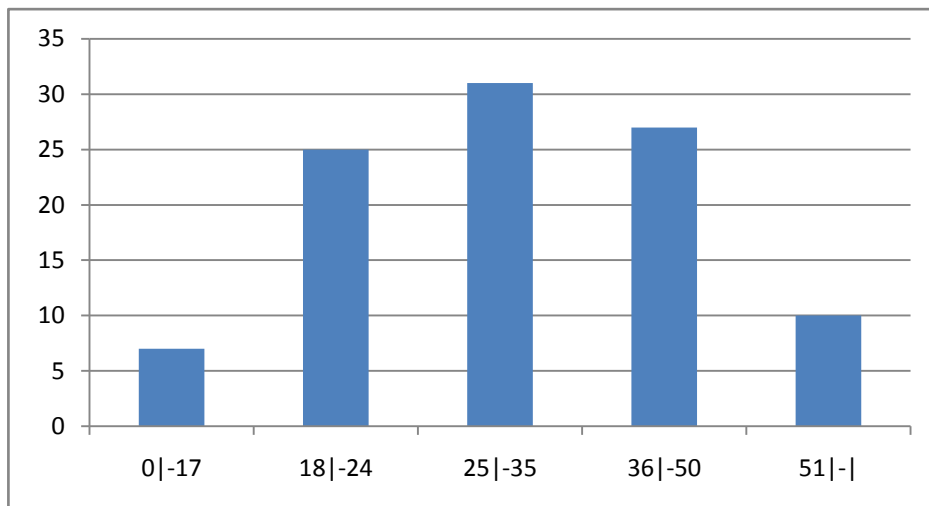


Gráfico 3: Distribuição por faixa etária
Fonte: Dados primários da pesquisa (2016)

Em relação à moradia, os pesquisados revelam que todos os clientes são moradores de Matinhos. Em Matinhos, destacam ainda os bairros Centro, Bom Retiro, Riveira I e II, Tabuleiro, Sertãozinho, entre outros.

Com dos dados coletados, houve grande índice de frequência dos moradores do Bom Retiro, localizado a aproximadamente 1,5km do centro da cidade de Matinhos. Definida por porcentagem, Balneário Riveira I totaliza em 25% dos frequentadores. Os bairros Centro, Sertãozinho e Tabuleiro, considerados os bairro centrais da cidade de Matinhos, os três equivalem à 37% da amostra. Já os entre os moradores dos balneários mais retirados, o resultado dos frequentadores foi de 21%.

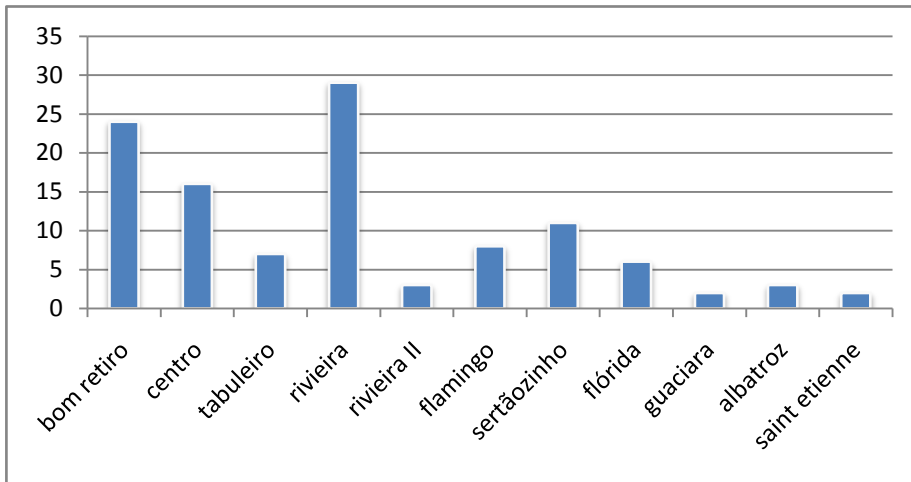


Gráfico 4: Distribuição por bairros
 Fonte: Dados primários da pesquisa (2016)

Acerca dos motivos que os levam à prática de exercício físico, 58% deles responderam a opção de “Prática de esporte”, ou seja, mais da metade dos entrevistados não estão buscando uma quadra *Society* para perda de peso, condicionamento físico ou por recomendação médica. Entretanto, são números que não podem passar despercebidos na tabulação da pesquisa, dados a necessidade e disponibilidade de cada um. Neste caso, encontramos em segundo lugar dos principais motivos, o condicionamento físico, com 17%. Muitos deles cogitaram o fato de “romper/acabar com o sedentarismo”, praticando esporte, segundo eles, é uma forma de evitar a fadiga e manter e equilibrar o condicionamento. Dois motivos que ficaram bem equilibrados também foram à questão de indicação médica e o fator perda de peso. Segundo eles, um correlaciona ao outro, ambos estão interligados. Obtivemos a média de 12,5%.

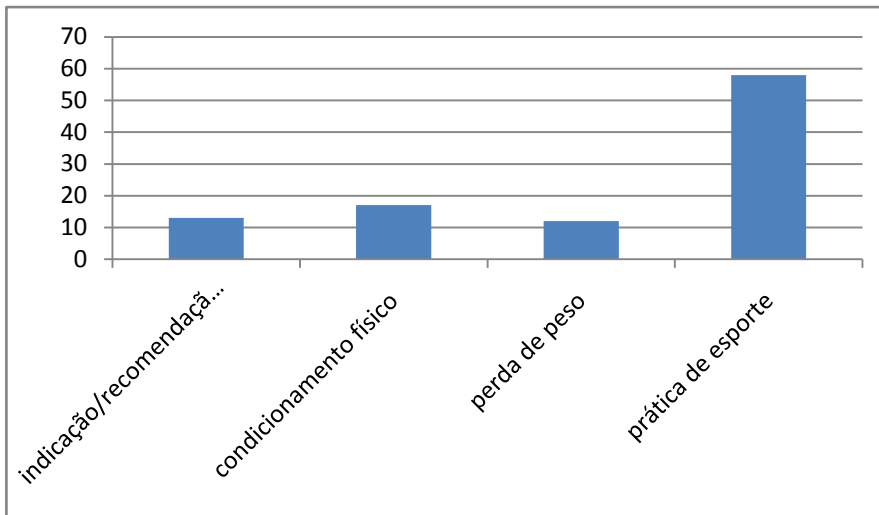


Gráfico 5: Motivos que levam praticar atividade física.
 Fonte: Dados primários da pesquisa (2016)

Ao perguntarmos aos entrevistados sobre desde quando frequentam quadras de futebol *society*, nos deparamos com um número significativo de frequentadores fiéis. De 8 meses à 1 ano (12 meses), encontramos um público representado por 78% dos entrevistados.

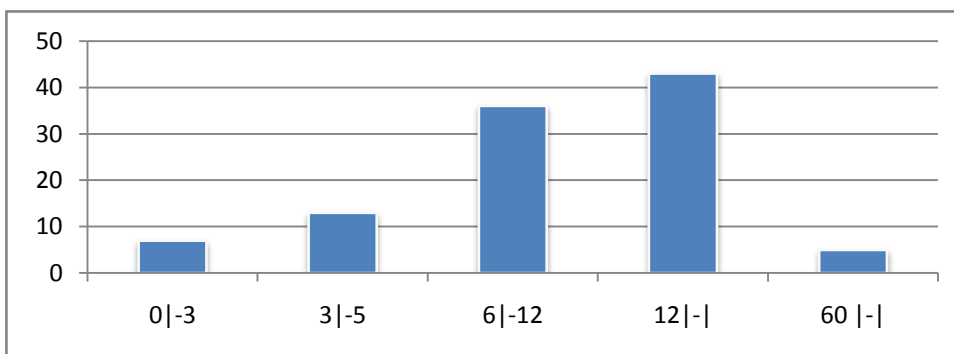


Gráfico 6: Tempo de frequência nas quadras.
 Fonte: Dados primários da pesquisa (2016)

No que se refere à avaliação que fazem da oferta local de quadras *Society*, encontramos a Quadra do Gaúcho como sendo a principal empresa de locação de quadra escolhida por eles, por estar entre os bairros mais habitados da pesquisa também. A quadra do Gaúcho está com 59% da preferência, enquanto a Expobol está com 28% e a Escolinha do Paraná com apenas 13%.

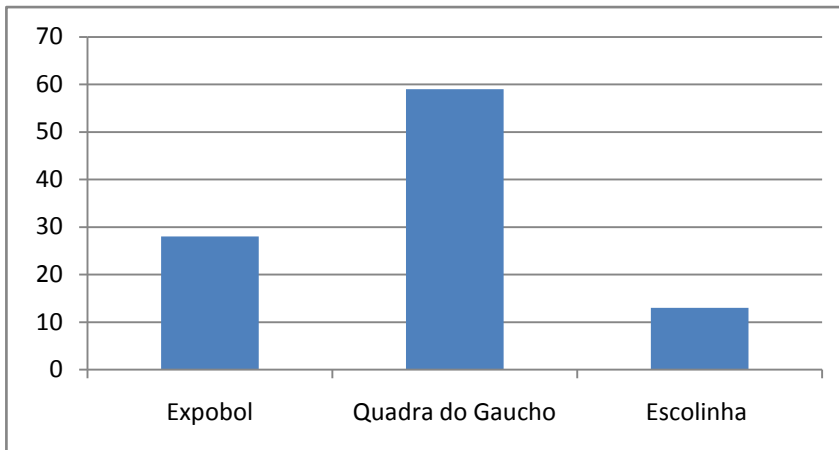


Gráfico 7: Preferência de Quadra *Society*.
Fonte: Dados primários da pesquisa (2016)

Ao perguntarmos qual a distância máxima que se deslocariam para jogar futebol, o maior índice ficou entre 38% que se deslocariam 4km. 24% se deslocaria 2km, 21% no máximo 10km e 17% 1km (esses, de fato moravam nas proximidades das quadras de maior frequência).

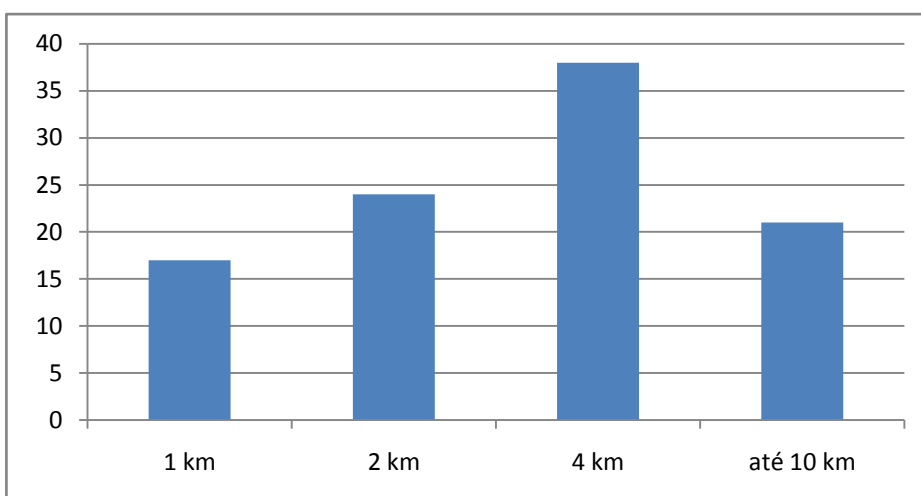


Gráfico 8: Distância máxima que o cliente se deslocaria.
Fonte: Dados primários da pesquisa (2016)

Em questão de valores e gastos, é sempre muito delicado entrar nesse quesito, pois geralmente perguntamos a renda do entrevistado para se ter uma base. Neste caso, estipulamos valores, sem entrar a fundo na questão. De R\$20 à R\$100 reais, 26% gastaria no máximo R\$30, 25% gastaria no máximo R\$40, 24% gastaria no máximo R\$20 e uma minoria representada por 13% que gastaria até R\$100,00. Os entrevistados revelaram que, como o valor total do aluguel é dividido pelo time, geralmente catorze pessoas, o custo acaba sendo baixo.

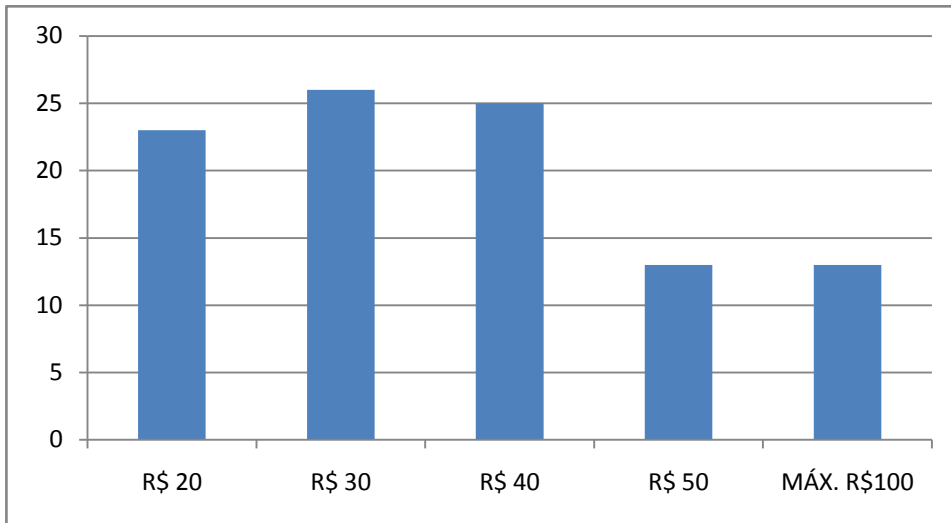


Gráfico 9: valor gasto por cliente.
Fonte: Dados primários da pesquisa (2016)

Dos principais motivos que levam a escolher uma quadra, nos surpreendeu os 27% que responderam que escolhem os frequentados por conhecidos. Isso indica que, fatores como preço (12%), qualidade (12%), instalações (12%), localização (17%), horários (13%) e referência (7%), são importantes sim, mas não tão relevantes na hora da escolha. Se um rapaz frequenta a quadra e gosta, indica ou convida o vizinho, o amigo, o colega de trabalho, e assim por diante. Se fecha um vínculo.

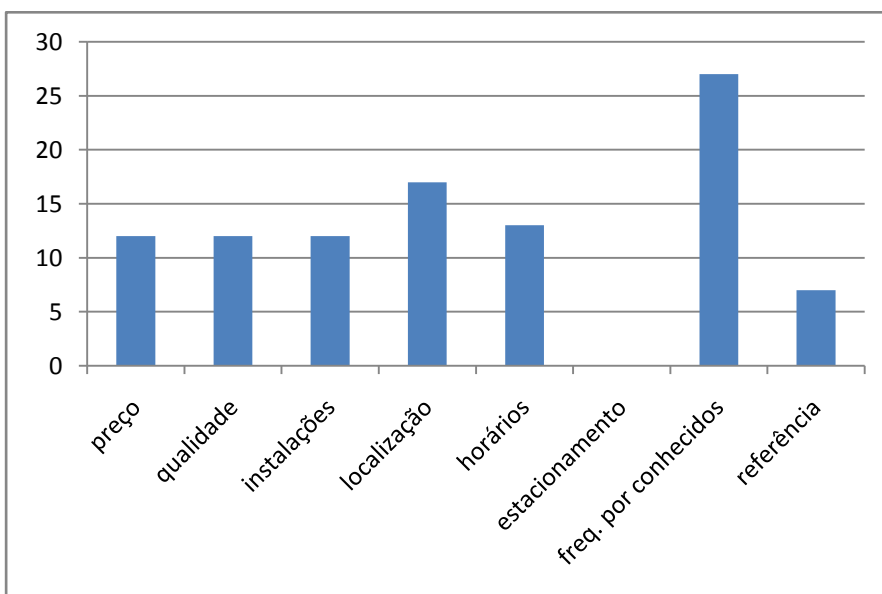


Gráfico 10: Motivo para frequentar QuadraSociety.
Fonte: Dados primários da pesquisa (2016)

Em relação a opinião aos seguintes itens das quadras *Societys* que você frequenta, as pessoas que responderam o questionário avaliaram

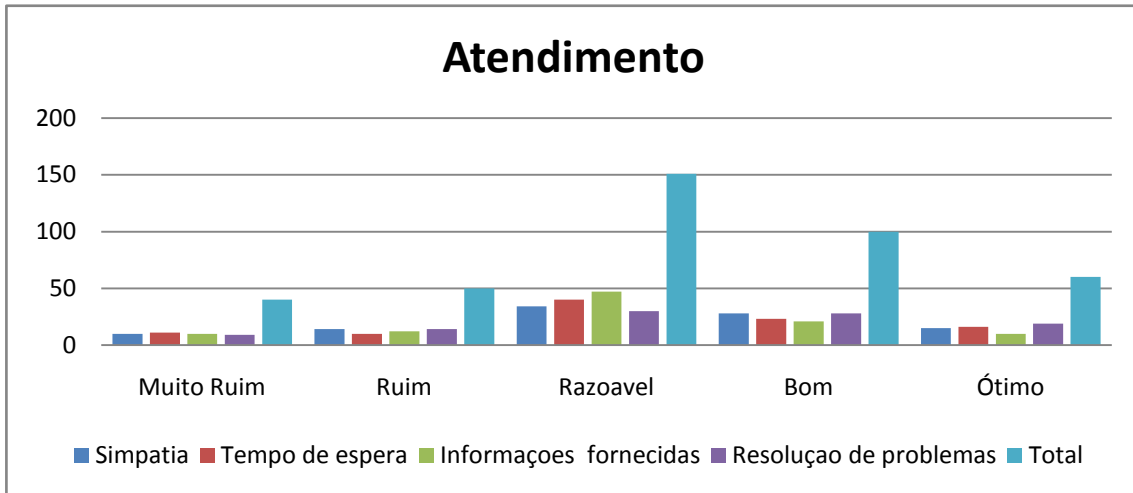


Gráfico 11: avaliação de atendimento das outras quadras *societys*
 Fonte: Dados primários da pesquisa (2016)

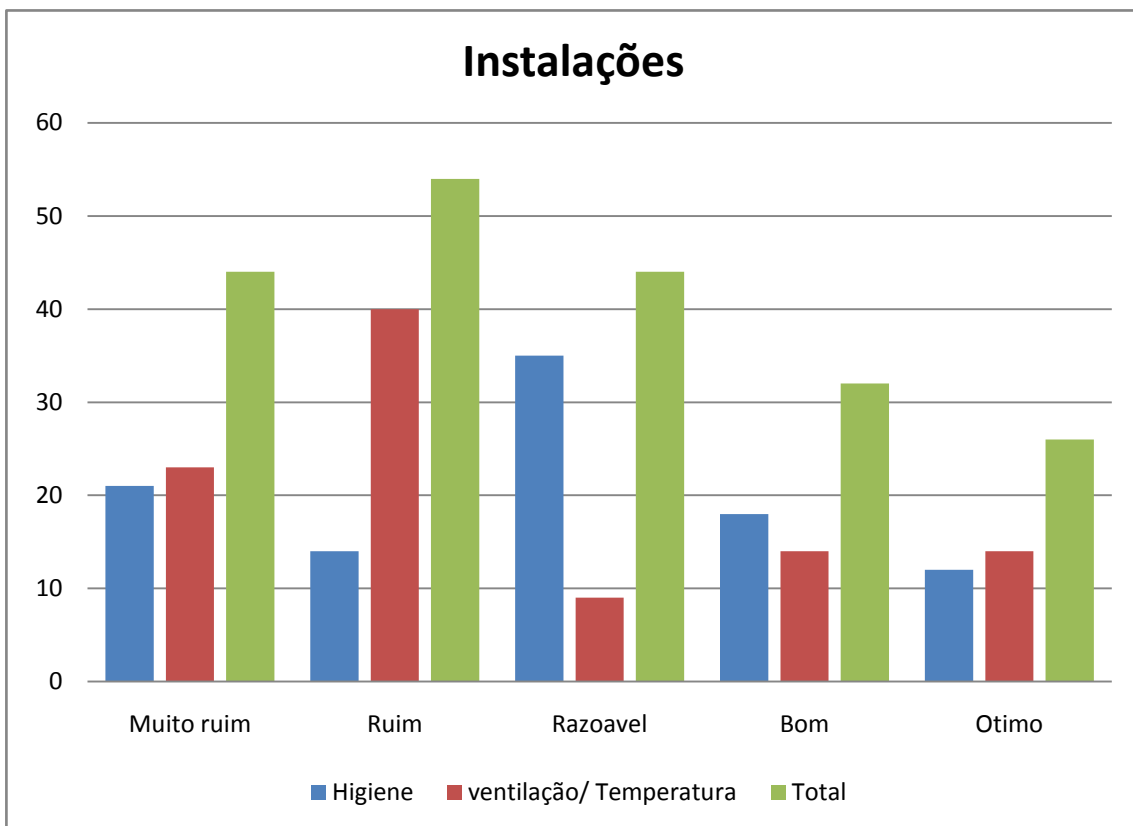


Gráfico 12: avaliação de instalações das outras quadras *societys*.
 Fonte: Dados primários da pesquisa (2016)

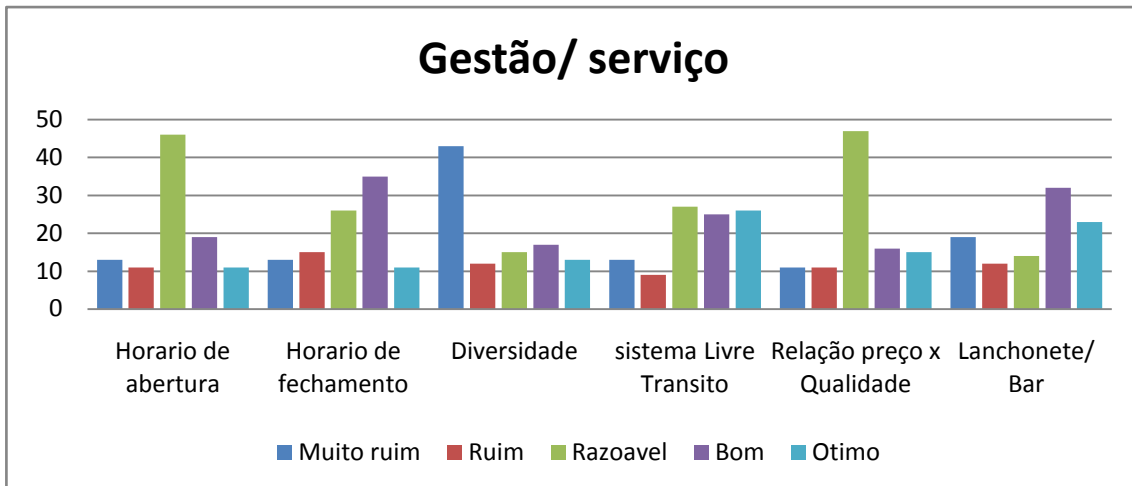


Gráfico 13: avaliação de gestão/serviços de outras quadras *societys*.

Fonte: Dados primários da pesquisa (2016)

5.5.2.3 Concorrentes

Tratando da concorrência direta, ou seja, que competem diretamente com a Golaço Soccer - Quadra *Society*, considera-se as seguintes quadras da região: Quadra do Gaúcho, Expobol, Escolinha do Paraná (Olívio) e Birutas Soccer.

Os principais concorrentes são a Quadra do Gaúcho e a Escolinha do Paraná (Olívio), quadras próximas e que em uma visão geral, nos últimos anos, começaram a investir na diversificação de horários, aumentaram as quadras e o estabelecimento.

5.5.2.4 Análise da concorrência

a) Centro Esportivo Quadra do Gaucho

Figura 5: Centro Esportivo Quadra do Gaucho



Fonte: Google Maps (2017)

Endereço: Rua Irati, nº 700

Bairro: Bom Retiro – Matinhos PR

Cep: 83260-000

Telefone/Fax: (41)3453-3613

Horário de Funcionamento: Segunda à Sábado – 08:00 às 11:00

14:00hrs as 23:00hrs

Domingo - Fechado

Valor de 1HORA: R\$ 100,00 sem iluminação

R\$ 120,00 com iluminação

Valor Pacote Mensal – 4 jogos p/ mês: R\$ 480,00

Diária da Churrasqueira: R\$ 50,00

Escolinha de Futebol – Franquia Atlético Paranaense

Horário: 08:00 às 11:00 – 14:00 às 17:00

R\$ 25,00 – 1:00 hora

O empreendimento consiste em uma quadra de futebol *society* com grama sintética coberta. Ao lado direito da quadra, tem um galpão, próprio da empresa, utilizado como aluguel para eventos como aniversários, formaturas, casamentos, entre outros. Os banheiros e os sanitários ficam na parte de baixo, ao lado da lanchonete. Na parte superior funciona uma churrasqueira. Não tem estacionamento próprio. Conforme proprietário loca-se em média, 4 horas por dia, de segunda a sábado, e tem uma rotatividade de aproximadamente 60 praticantes por dia conforme o proprietário. Trabalha com 2 funcionários, sendo: 01 balconista na lanchonete; e 01 auxiliar de serviços gerais (limpeza).

Pontos Fortes dessa concorrência:

- O fato de já estar estabelecido no mercado;
- Instalações modernas;
- Escolinha de futebol para crianças
- Salão para festas em geral.

Pontos Fracos dessa concorrência:

- Baixa capacidade por contar apenas com uma quadra;
- Não ter sistema de filmagem dos jogos;
- Nenhum programa de fidelidade ao cliente.

Oportunidades dessa concorrência:

- Crescimento do mercado.

Ameaças dessa concorrência:

- Novos entrantes em potencial.

b) Escolinha Do Paraná (Olívio)

Figura 6: Escolinha do Paraná (Olívio)



Fonte: Google Maps (2017)

Endereço: Rua São Matheus, nº

Bairro: Centro – Matinhos PR

CEP: 83260-000

Telefone/Fax: (41)

Horário de Funcionamento: Segunda à Sábado: 08:00hrs às 11:00

14:00hrs às 23:00hrs

Domingo: Fechado

Valor de 1HORA: R\$ 80,00

Valor Pacote Mensal – 4 jogos p/ mês: R\$ 320,00

Diária da Churrasqueira: R\$ 50,00

Escolinha de Futebol – Franquia Paraná Clube Brasil (time de Curitiba – PR)

Horário: 08:00 às 11:00 – 14:00 às 17:00

R\$ 80,00 – 1:00 hora

R\$ 100,00 – UNIFORME

O empreendimento consiste em duas quadras de futebol *society* com grama sintética, coberta. Não tem estacionamento próprio. Trabalha com 1 funcionário, sendo balconista na lanchonete que também fica responsável em marcar o horário e serviços em gerais.

Pontos Fortes dessa concorrência:

- O fato de já estar estabelecido no mercado;
- Disponibilidade de duas quadras;
- Escolinha de futebol para crianças;

Pontos Fracos dessa concorrência:

- Não ter sistema de filmagem dos jogos;
- Nenhum programa de fidelidade ao cliente.

Oportunidades dessa concorrência:

- Crescimento do mercado.

Ameaças dessa concorrência:

- Novos entrantes em potencial.

c) Expobol – Quadra de Grama Sintética e Lanchonete

Figura 7: Expobol – Quadra de Grama Sintética e Lanchonete



Fonte: Google Maps (2017)

Endereço: Rua Aldo Viana, nº 507

Bairro: Centro – Matinhos PR

Cep: 83260-000

Telefone/Fax: (41) 3453-0078

Horário de Funcionamento: Segunda a Sabado 14:00 às 23:00hrs

Mas não abre o ano todo, apenas Abril à Novembro.

Valor de 1HORA: R\$ 100,00

Valor Pacote Mensal – 4 jogos p/ mês: 400,00

Diária da Churrasqueira: R\$ 50,00

O empreendimento consiste em uma quadra de futebol *society* com grama sintética, coberta. Ao lado direito da quadra, tem um galpão, próprio da empresa, utilizado como aluguel para eventos, aluguel de estantes entre outros, que funciona apenas na temporada. Os banheiros e os sanitários ficam ao lado da lanchonete. Não tem estacionamento próprio. Trabalha com 1 funcionário, sendo: 01 balconista na lanchonete e o mesmo marca os horários. Funcionário terceirizado para limpeza.

Pontos Fortes dessa concorrência:

- O fato de já estar estabelecido no mercado;
- Salão para festas em geral.

Pontos Fracos dessa concorrência:

- Baixa capacidade por contar apenas com uma quadra;
- Não ter sistema de filmagem dos jogos;
- Não ter escolinha de futebol para crianças e jovens;
- Nenhum programa de fidelidade ao cliente;
- Não abrir o ano todo.

Oportunidades dessa concorrência:

- Crescimento do mercado.

Ameaças dessa concorrência:

- Novos entrantes em potencial.

Observação: Essa empresa não abre mais esse ano (2017). Em conversa com o proprietário, ele afirmou não pretende atuar mais no ramo de aluguel de Quadra *Society*. Para ele o aluguel do espaço, para estande de lojas, é mais vantajoso. E na temporada ele fatura o suficiente para se manter o ano todo. O galpão hoje é usado com o nome de Expoverão.

d) Birutas Soccer Lanchonete e Petiscaria

Figura 8: Birutas Soccer Lanchonete e Petiscaria



Fonte: Google Maps (2017)

Endereço: Rua Aldo Viana, nº 507

Bairro: Balneário Gaivotas – Matinhos PR

Cep: 83260-000

Telefone/Fax: (41) 9 9881-0424

Horário de Funcionamento: Segunda a Sábado:

Domingo: Fechado

Valor de 1HORA: R\$

Valor Pacote Mensal – 4 jogos p/ mês: R\$

Diária da Churrasqueira: R\$

Pontos Fortes dessa concorrência:

- o fato de já estar estabelecido no mercado;

Pontos Fracos dessa concorrência:

- Baixa capacidade por contar apenas com uma quadra;
- Quadra não coberta

- Não ter sistema de filmagem dos jogos;
- Não ter escolinha de futebol para crianças e jovens;
- Nenhum programa de fidelidade ao cliente;

Oportunidades dessa concorrência:

- Crescimento do mercado.

Ameaças dessa concorrência:

- Novos entrantes em potencial.

QUADRO SÍNTESE DA ANÁLISE DE CONCORRÊNCIA						
Concorrentes	Localização	Preços	Redes sociais	Pontos Fortes	Pontos Fracos	Escolinha de futebol
Quadra do Gaucho	Rua Irati Nº 700 Bom Retiro Matinhos-PR	Valor de 1HORA: R\$ 100,00 sem iluminação R\$ 120,00 com iluminação Diária da Churrasqueira: R\$ 50,00	Não possui redes sociais	o fato de já estar estabelecido no mercado; clientela fiel e numerosa; instalações modernas; escolinha de futebol para crianças; salão para festas em geral.	Baixa capacidade por contar apenas com uma quadra; Não ter sistema de filmagem dos jogos; nenhum programa de fidelidade ao cliente.	Escolinha de Futebol – Franquia Atletico Paranaense Horário: 08:00 às 11:00 – 14:00 às 17:00 R\$ 25,00 – 1:00 hora
Quadra do Parana (Olivo)	Rua São Matheus Nº Centro Matinhos – PR	Valor de 1HORA: R\$ 80,00	Não possuiu redes sociais	o fato de já estar estabelecido no mercado; clientela fiel e numerosa; disponibilidade de duas quadras; escolinha de futebol para crianças;	Não ter sistema de filmagem dos jogos; nenhum programa de fidelidade ao cliente.	Escolinha de Futebol – Franquia Paraná Clube Horário: 08:00 às 11:00 – 14:00 às 17:00 R\$ 80,00 – 1:00 hora R\$ 100,00 – UNIFORME

Concorrentes	Localização	Preços	Redes sociais	Pontos Fortes	Pontos Fracos	Escolinha de futebol
Expobol	Rua Aldo Viana, nº 507 Centro Matinhos PR	Valor de 1HORA: R\$ 100,00	Não possui redes sociais	o fato de já estar estabelecido no mercado; clientela fiel e numerosa; salão para festas em geral.	Baixa capacidade por contar apenas com uma quadra; Não ter sistema de filmagem dos jogos; não ter escolinha de futebol para crianças e jovens; nenhum programa de fidelidade ao cliente; Não abrir o ano todo.	Não possui
Birutas Soccer	Rua Aldo Viana, nº 507 Bairro: Balneário Gaiovotas – Matinhos PR	Valor de 1HORA: R\$ 80,00	Não possui redes sociais	o fato de já estar estabelecido no mercado; clientela fiel e numerosa; salão para festas em geral. Não ter concorrência nas proximidades.	Baixa capacidade por contar apenas com uma quadra; Quadra não coberta; Não ter sistema de filmagem dos jogos; não ter escolinha de futebol para crianças e jovens; nenhum programa de fidelidade ao cliente;	Não possui

Quadro 3: síntese da análise de concorrência
Fonte: Elaboração própria (2017)

5.5.2.5 Fornecedores

a) Parcerias/Terceirização

A terceirização de serviços é um mercado em expansão. A contratação de profissionais é algo que exige muito empenho para donos de empresas por conta das exigências burocráticas que existem no país. Um dos grandes benefícios da terceirização de serviços é a facilidade de obter serviços de qualidade sem os obstáculos trabalhistas como encargos sociais, horas extras, vale-alimentação, 13º, INSS. Tornando a vida dos empreendedores mais fácil e assim ajudando outras empresas, que no caso seria a empresa de terceirização, como limpeza, segurança, alimentação, entre outras.

A Golaço Soccer – Quadra Society por ser uma empresa nova no mercado, resolveu inovar nessa questão de contratações, e terceirizar a escolinha de futebol para crianças e a lanchonete.

Para a lanchonete não houve pesquisa com questionário. Decidimos terceirizar pelo fato de sermos novos no mercado. Diante da falta de recursos para investir em infra-estrutura própria, surge à possibilidade de terceirização para empresas nascentes. A principal vantagem é que os empreendedores podem focar na sua principal atividade, que no nosso caso seria o aluguel da quadra, aluguel de churrasqueira, e assim, fazendo alguns cortes de gastos como impostos para venda de bebidas e alimentos.

A parceria em terceirização é algo que tem que ser feito cuidadosamente, elaborando um contrato detalhado com tipo de serviço prestado, qualidade, cláusulas rígidas, para que possa ter quebra de contrato caso não seja entregue o serviço esperado.

Para possibilitar o conhecimento dos potenciais parceiros para escolinha de futebol para crianças, foi realizada uma pesquisa de mercado através de um questionário, aplicado a 40 pessoas, especificamente 40 estudantes da Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral, dos cursos de Ed. Física e GDL³. A

³ GDL: Gestão Desportiva e do Lazer, curso que havia na Universidade Federal do Paraná, mas que foi extinto, e alunos formados ou que estavam cursando puderam migrar para Licenciatura em Educação Física.

escolha dos cursos é dada pelo fato que apenas pessoas formadas nos mesmos podem dar aula de futebol.

Foram coletados dados primários, por meio de um questionário composto por 8 questões, uma vez interpretados, permitiram analisar a viabilidade para essa parceria. O resultado da pesquisa é apresentado a seguir, conforme a ordem das questões:

Analisando a pesquisa, constatamos que os alunos entrevistados tem idade de 22 à 25 anos, ficando com 42% do total da amostra. Entretanto, as faixas etárias mais de 31 anos representam 27%, já a de 26 a 30 anos, 20%. O que se constatou que os possíveis professores para escolinha de futebol quadras *Society* esta em fase adulta.

Percebe-se que os entrevistados têm limite em termos de idade mínima, por conta de ser universitários e terem mais de 17 anos.

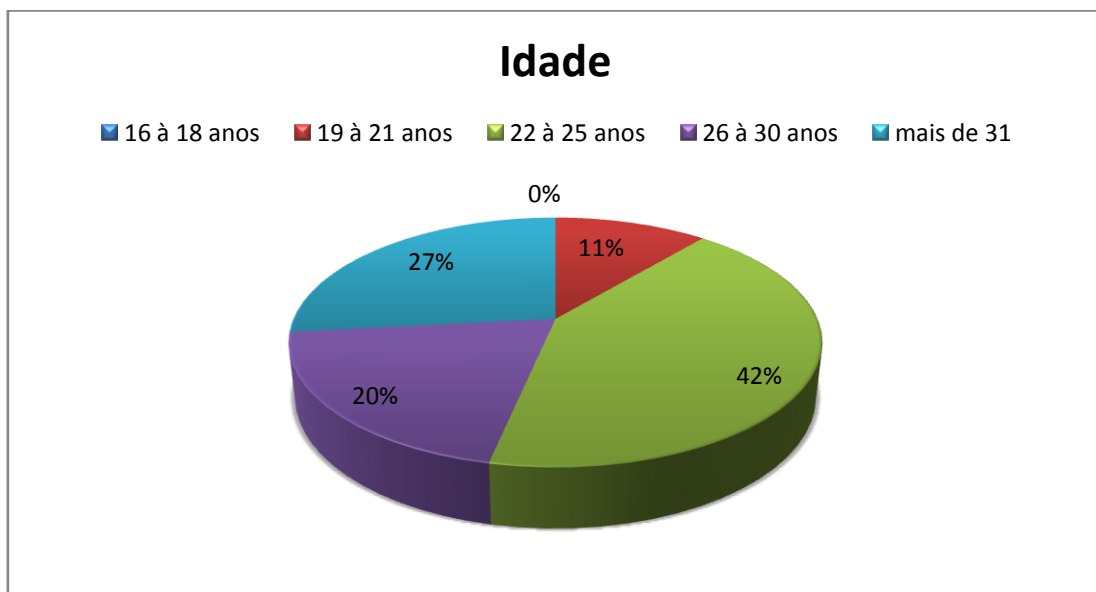


Gráfico14:Faixa etária

Fonte: Elaboração própria, dados primários da pesquisa(2017)

Em relação ao curso, predominou Licenciatura em Educação Física, ou seja, 100%.



Gráfico 15: Curso Matriculado

Fonte:Elaboração própria, dados primários da pesquisa(2017)

Em questão de Sexo, 53% dos entrevistados são do sexo masculino, e 47% do sexo feminino.

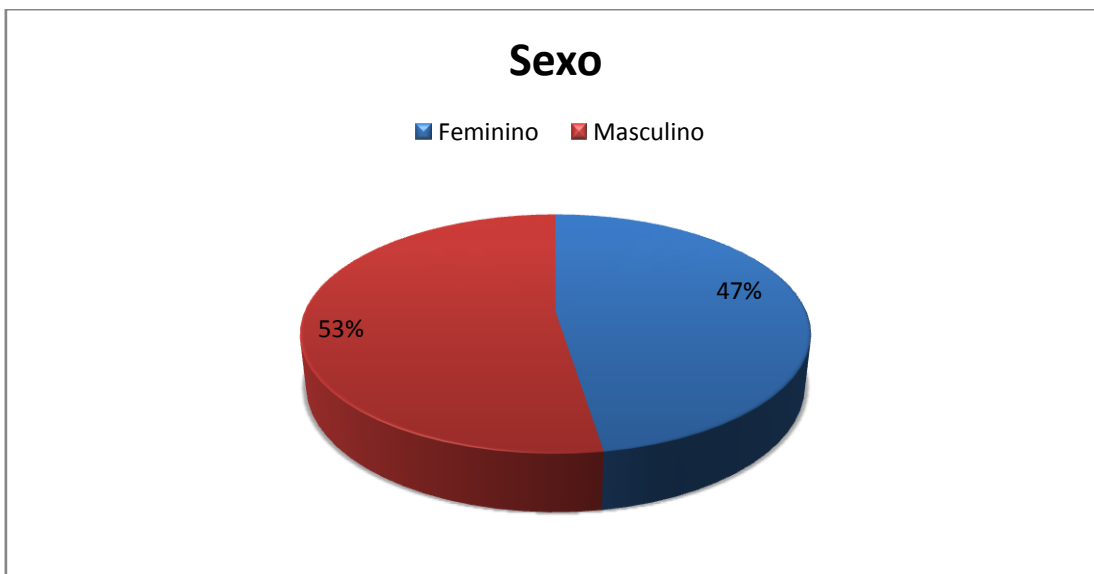


Gráfico 16: Sexo

Fonte:Elaboração própria, dados primários da pesquisa(2017)

Ao perguntarmos aos entrevistados como eles avaliam o ensino de futebol para crianças em Matinhos, nos deparamos com um número significativo, pois 60% responderam que avaliam o ensino razoável. 18% dos entrevistados avaliam o ensino ruim, 15% bom, 2% muito ruim, e 5% não souberam opinar, pois não residem

no município. Conclui se então que a maioria avalia o ensino e futebol como razoável e bom.

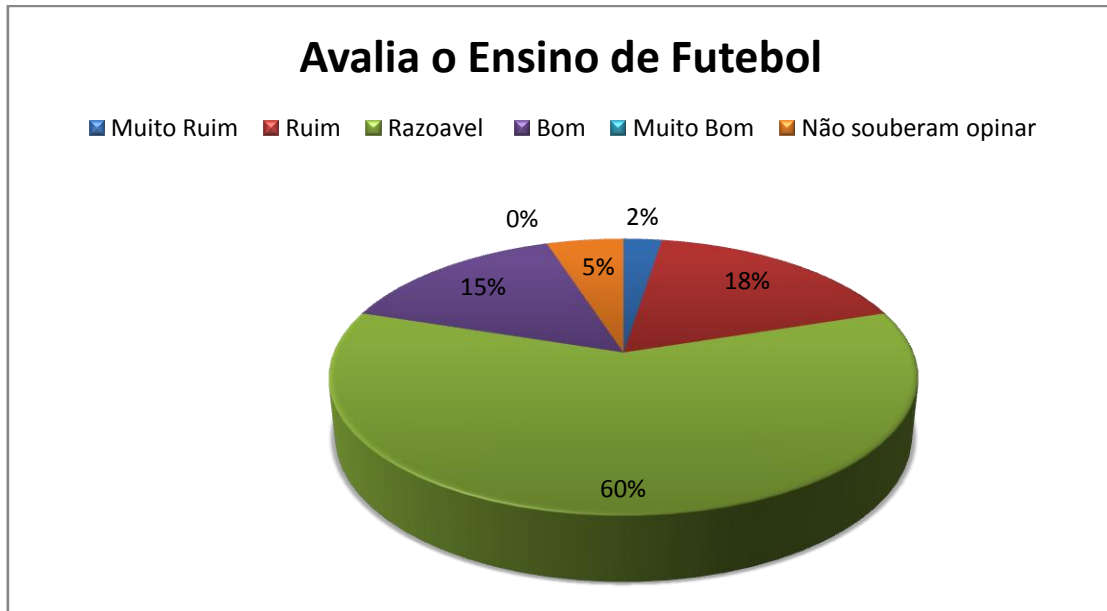


Gráfico 17: Avalia o Ensino de Futebol

Fonte:Elaboração própria, dados primários da pesquisa(2017)

Em relação à pergunta se os alunos entrevistados já trabalharam ou trabalha com crianças, houve grande índice da resposta sim, com exatamente 70%. 30% dos entrevistados nunca trabalharam com criança.



Gráfico 18: Já trabalhou com crianças
 Fonte: Elaboração própria, dados primários da pesquisa (2017)

Aos perguntarmos aos alunos entrevistados se trabalharam ou trabalha com futebol para crianças, ficamos surpreendidos, pois 55% um pouco mais da metade responderam que sim. Muitos deles fazem ou fizeram estágio em escolas e colégios do município de Matinhos. Outros tiveram projetos próprios relacionado a ensino de futebol mesmo. O que facilita o conhecimento nessa área. 45% responderam que não trabalhou ou trabalha com crianças.

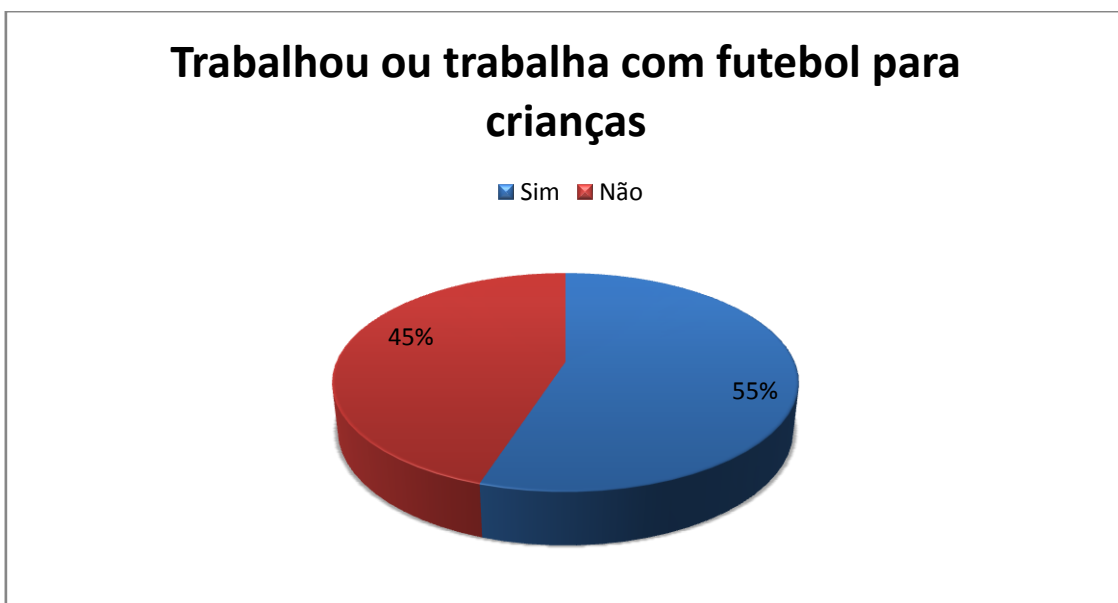


Gráfico 19: Trabalhou ou trabalha com futebol para crianças
 Fonte: Elaboração própria, dados primários da pesquisa (2017)

Em questão de trabalhar com futebol *society* para crianças, é sempre delicado entrar nesse quesito, pois envolve gosto, projetos pessoais, afinidade, entre outros. Mas neste caso, 79% dos entrevistados responderam que sim, que gostariam de trabalhar com isso. O que demonstra que tem demanda para professores de Ed. Física interessados em trabalhar em quadra *society*, e trabalhar com futebol para crianças. 21% responderam que não, e entre eles alguns relataram que não teriam idade para isso, não teriam interesse, que não seria o principal objetivo no momento.



Gráfico 20: Gostaria de trabalhar com futebol *society* para crianças
Fonte:Elaboração própria, dados primários da pesquisa(2017)

Para finalizarmos a entrevista, e termos dados para terceirizarmos a escolinha de futebol para crianças na Golaço Soccer – Quadra *Society*, perguntamos aos alunos entrevistados se eles fariam uma parceria com Quadra *Society*. A maioria dos entrevistados com 61% responderam que sim, concluindo assim que temos demanda para isso, 31% responderam que talvez, e a minoria 8% responderam que não fariam.



Gráfico 21: Parceria com quadra *society*

Fonte: Elaboração própria, dados primários da pesquisa(2017)

Dos dados coletados, e das respostas analisadas não somente na data para gerar relatório, mas sendo considerada expressões, conversas na hora da entrevista, decidimos então para a escolinha de futebol, fazer a parceria com um professor formado em Educação Física, que se interesse em dar aulas para criança no período matutino e vespertino, das 8:00h às 12:00 e das 14:00h às 17:00h, de segunda a sexta feira, com 50% do valor recebido em mensalidades dos alunos que se inscreverem.

b) Fornecedores

A Golaço Soccer – Quadra *Society* oferece serviços de aluguel de quadra *society*, escolinha de futebol (que têm como insumos apenas os equipamentos, ou seja, a quadra), e aluguel de churrasqueira além de comércio de bebidas e salgados.

Tratando dos serviços, a comercialização de equipamentos para quadra é escassa na cidade onde a empresa se situa, Matinhos. Em observação participante nas principais quadras da cidade nota-se que a maior parte dos equipamentos vem de cidades distantes, desde Curitiba até cidades de São Paulo, inclusive os da Golaço Soccer – Quadra *Society*.

Com relação aos produtos, a Golaço Soccer – Quadra *Society* faz a aquisição de coletes, bolas, e outros produtos por meio da internet, garimpando os melhores preços na rede, considerando o frete (já que compram produtos de todo o Brasil).

Ou seja, o mercado tem poucos fornecedores locais, o que obriga as quadras da região a buscar fornecedores externos e, no caso da Golaço Soccer – Quadra *Society*, sem criar relações “fixas” com algum fornecedor. Por um lado, a escolha de um fornecedor para cada compra pode levar aos menores preços na concorrência dos fornecedores, porém a falta de confiabilidade e relações com as empresas pode acarretar em discordância na entrega dos produtos, comunicação falha, além da perda do poder de barganha da quadra com o fornecedor.

Alguns dos equipamentos utilizados na quadra podem ser substituídos por outros com tecnologia mais avançada, como o campo, a grama sintética, que sempre está inovando em questão de qualidade. Com relação à coletes, bolas, e outros, não há produtos que os substituam dentro de uma quadra como a Golaço Soccer.

A Golaço Soccer – Quadra *Society*, conta com uma lista de fornecedores que auxiliam na manutenção da sua estrutura física entre outras coisas.

- Assessoria Contábil: empresa de serviços contábeis que assessora a empresa com lançamentos fiscais, impostos, tributos e encargos sociais.
- Total Grass: empresa que auxilia na manutenção da quadra, da grama, fornecimento de material para trocas e ajustes necessários, para manter a qualidade do produto (quadra), disponibilizando 5 anos de manutenção e garantia do seu produto, instalações elétricas, traves, redes, alambrado.
- Gráfica: empresa responsável por impressões gráficas, folders, panfletos, cartões, brindes para fidelidade do cliente (xícaras, camisetas, agendas), cds com a logo para gravações de jogos a serem vendidos e etc.
- Segurança Patrimonial: empresa responsável pela segurança da empresa, e responsável em ajustar câmeras para disponibilizar imagens/filmagens.
- As Marias Limpeza: empresa terceirizada de serviços gerais, responsável pela limpeza da empresa. Fornecendo funcionárias para fazer “diária”.

5.6 ANÁLISES DE AMBIENTE INTERNO: ESTRUTURA PARA MARKETING, PRODUÇÃO/LOGÍSTICA, FINANÇAS E PESSOAS.

5.6.1 Estrutura para Marketing

a) Site:

O site será desenvolvido para que tenha todas as características importantes para apresentar um pouco da empresa, tirar dúvidas dos clientes e agendarem horário.

b) Redes Sociais:

As redes sociais como: Facebook, twitter, instagram, serão usadas para interagir com os clientes, postar fotos e vídeos dos eventos/jogos, divulgar o empreendimento, e fazer promoções. Além de estar disponível para os clientes conhecerem a Golaço Soccer – Quadra Society, e tirar dúvidas sobre horários, pagamentos e disponibilidade de serviços.

5.6.2 Produção/Logística

Vendo que a capacidade do empreendimento é de 6 horas diárias de locação da quadra (para a escolinha é de 56 alunos no período matutino, isto é, 4 turmas cheias e 42 alunos na parte da tarde, com 3 turmas completas). Contaremos com um software para cadastro de clientes, para gerenciar os horários disponíveis para locação da quadra e da churrasqueira, e para cadastrar os pontos referentes à fidelização do cliente. Programa desenvolvido em VBA, que auxilia também na organização para manter as informações e registros do empreendimento sempre atualizados, auxiliando nas locações, evitando duplicidade de locação e demonstrando os horários disponíveis de forma simples e objetiva. O sistema possui Cadastro de Clientes, Possibilidade de Agendamento de horários fixo-mensais, Possibilidade de Agendamento Avulso, Visualização do Status da Agenda por cores, Relatório de Faturamento, por data de pagamento ou por data de locação, Impressão de Recibo, e não há necessidade de instalação, basta ter o Excel Instalado. (Figura 8 e 9)

Figura 9: Agendamento

Hora	seg 31/08/2015	ter 01/09/2015	qua 02/09/2015	qui 03/09/2015	sex 04/09/2015	sáb 05/09/2015	dom 06/09/2015
06:00		Escolinha MD					
07:00		Escolinha MD					
08:00		Escolinha MD					
09:00							
10:00							
11:00							
12:00						Auto Novaes	
13:00			Josemar			Auto Novaes	
14:00							
15:00				Mario		Marcos	
16:00							
17:00				Fabiano			
18:00	Josemar			Mario		Auto Novaes	Mario
19:00	Josemar	Mario	Fabiano	Josemar			
20:00	Mario	Auto Novaes	Marcos	Mario	Josemar		
21:00	Auto Novaes	Escolinha MD	Auto Novaes	Fabiano	Guto		
22:00	Auto Novaes		Mario	Fabiano			
23:00	Guto						

Fonte: <http://videosvba.com.br/>

Figura 9: Agendamento

Nome	Nome Reduzido	Data Locação	Dia	Hora	Valor Hora	Data Pagamento	Pago	Status
<input type="checkbox"/> Escolinha Medeiros	Escolinha MD	01/09/2015	terça-feira	21:00:00	R\$ 90,00	29/08/2015	SIM	Concluído
<input type="checkbox"/> Alexandre Fabiano	Fabiano	02/09/2015	quarta-feira	19:00:00	R\$ 80,00	29/08/2015	NÃO	Agendado
<input type="checkbox"/> Mario Filho	Mario	02/09/2015	quarta-feira	22:00:00	R\$ 80,00	02/09/2015	SIM	Concluído
<input type="checkbox"/> Josemar Araujo de Oliveira	Josemar	02/09/2015	quarta-feira	13:00:00	R\$ 70,00	29/08/2015	SIM	Concluído
<input type="checkbox"/> Mario Filho	Mario	03/09/2015	quinta-feira	15:00:00	R\$ 80,00	31/08/2015	NÃO	Agendado
<input type="checkbox"/> Alexandre Fabiano	Fabiano	03/09/2015	quinta-feira	17:00:00	R\$ 80,00	29/08/2015	NÃO	Cancelado
<input type="checkbox"/> Mario Filho	Mario	03/09/2015	quinta-feira	20:00:00	R\$ 80,00	29/08/2015	NÃO	Cancelado
<input type="checkbox"/> Mario Filho	Mario	03/09/2015	quinta-feira	18:00:00	R\$ 70,00	29/08/2015	NÃO	Agendado
<input type="checkbox"/> Josemar Araujo de Oliveira	Josemar	03/09/2015	quinta-feira	19:00:00	R\$ 80,00	29/08/2015	SIM	Concluído
<input type="checkbox"/> Alexandre Fabiano	Fabiano	03/09/2015	quinta-feira	18:00:00	R\$ 80,00	29/08/2015	SIM	Concluído
<input type="checkbox"/> Alexandre Fabiano	Fabiano	03/09/2015	quinta-feira	22:00:00	R\$ 80,00	29/08/2015	SIM	Concluído
<input type="checkbox"/> Augusto Arantes da Silva	Guto	04/09/2015	sexta-feira	21:00:00	R\$ 80,00	29/08/2015	NÃO	Agendado
<input type="checkbox"/> Antonio Rodrigues	Antonio	04/09/2015	sexta-feira	18:00:00	R\$ 90,00	21/08/2015	NÃO	Cancelado
<input type="checkbox"/> Marcos Augusto Duarte	Marcos	05/09/2015	sábado	15:00:00	R\$ 70,00	29/08/2015	SIM	Concluído
<input type="checkbox"/> Auto Eletrica Novaes	Auto Novaes	05/09/2015	sábado	18:00:00	R\$ 70,00	29/08/2015	SIM	Concluído
<input type="checkbox"/> Auto Eletrica Novaes	Auto Novaes	05/09/2015	sábado	13:00:00	R\$ 50,00	29/08/2015	NÃO	Agendado
<input type="checkbox"/> Auto Eletrica Novaes	Auto Novaes	05/09/2015	sábado	12:00:00	R\$ 50,00	29/08/2015	NÃO	Agendado
<input type="checkbox"/> Mario Filho	Mario	06/09/2015	domingo	18:00:00	R\$ 80,00	29/08/2015	SIM	Concluído
<input type="checkbox"/> Total				22 Horas	R\$ 1.650,00			

Fonte: <http://videosvba.com.br/>

Na nossa empresa será priorizada a informação, de forma a fazer um efeito retroativo, e manter contato direto com nossos clientes, aproximando a organização da estratégia de relacionamento de convivência e confiança com o cliente. Para isso utilizaremos uma página no Facebook, twitter, instagram, o site, email, telefone,

onde estaremos sempre levantando questões para melhorarmos a estrutura, atendimento e serviço oferecido.

5.6.4 Finanças

Em questão de pagamento, os clientes terão a opção de pagamento à vista (dinheiro), cartão de débito/crédito, depósito bancário. Os jogos poderão ser pagos com antecedência ou não. Pelo fato que geralmente os jogadores que perdem a partida pagam, dividem o valor do horário entre eles.

5.6.5 Pessoas

Como já mencionamos no item 5.5.2.6 no começo da empresa não teremos funcionários contratos (mão de obra), apenas terceirizados. Será feito uma seleção dos interessados, e eles terão que corresponder às expectativas esperadas pelos empreendedores, entre essas expectativas seriam: comprometimento, facilidade de comunicação, ética no trabalho, pontualidade com o horário estipulado pela empresa, e outros.

5.7 ANALISE FOFA (SWOT) CRUZANDO AMBIENTE EXTERNO E INTERNO

AMBIENTE INTERNO	FORÇAS	FRAQUEZAS
	<ul style="list-style-type: none"> Preço; Estrutura do empreendimento; Estrutura da quadra; Realização de Campeonatos; Localização; Ambiente familiar; Diversão associada a Marca Golaço; Equipamentos/acessórios disponíveis para aluguel da churrasqueira; Variedade de serviços; Filmagens de jogos; Grande quantidade de fornecedores; Possibilidade de formação de convênio e parcerias com empresas de outros setores; Imagem conceitual, que gera lembrança da marca; Software para cadastro de clientes; gerenciar horários dos serviços ofertados, cadastramento de fidelidade. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de experiência anterior no ramo; Grande número de concorrentes; Necessidade de investimento alto de recursos para divulgar a empresa
AMBIENTE EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> O fenômeno das redes sociais nos negócios; O crescimento da internet. Diminuição dos campos e quadras públicas, devido a alta valorização de terrenos; Aumento da prática de esportes; Busca por qualidade de vida; Paixão pelo futebol, o esporte mais praticado; Aumento da população no município de Matinhos Grama sintética tem vantagens sobre a grama natural; O setor gera 1,5 milhão de empregos diretos e indiretos no Brasil. 	<ul style="list-style-type: none"> Custo alto dos imóveis na região; Ofertas de academias e outras modalidades de esportes podem absorver os potenciais clientes;
	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS

Quadro 4: Matriz Swot

Fonte:

5.8 PLANO DE MARKETING E VENDAS

5.8.1 Segmentação de Mercado

A Golaço Soccer – Quadra Society segmentou seu mercado por meio de dois critérios: geográfico e psicográfico. A empresa atua exclusivamente no município de Matinhos e o plano de negócios do empreendimento foi desenvolvido para atender às necessidades e superar as expectativas de seus clientes.

Segmentação Geodemográfica

- Sexo masculino
- Todas e quaisquer classes sociais
- Faixa etária de 18 a 50 anos para aluguel de quadra
- Faixa etária de 10 a 18 anos para escolinha de futebol.
- Residem nos Bairros: Bom Retiro, Sertãozinho, Bal. Rivieira.

Segmentação Psicográfica

- Pessoas que buscam qualidade de vida, exercício físico, condicionamento físico por meio da prática de esportes
- Pessoas que são apaixonadas pelo futebol

5.8.2 Composto de Marketing

5.8.2.2 Produto/Serviço

a) Aluguel da Quadra Society:

O principal Serviço pela Golaço Soccer – Quadra Society, será a locação de quadra *society* especificamente para jogos de futebol. Oferecemos quadra coberta e acessória para os jogos, incluindo todo o material esportivo, bolas, coletes.

A Golaço Soccer – Quadra Society terá horários flexíveis para melhor acesso dos clientes, tudo para uma boa relação com os clientes e assim conseguir sua fidelidade o qual é o nosso objetivo. Horário de funcionamento será de segunda à sexta das 8:00h às 12:00h e 14:00h às 00:00h, sábado e domingo das 09:00h à 00:00h. Sendo de segunda a sexta das 8:00h às 12:00h e 14:00h às 17:00h específico para Escolinha de Futebol.

Produto básico: quadra coberta, com o tamanho de 24m x 48m, 1.344 m² de área total, grama sintética de 100% Polietileno, aprovada pela FIFA, utilizando Fitas de Tape e Colas BI Componente, com demarcações em faixas brancas com grama sintética e colocação de amortecedores de impacto composto de uma camada de grânulos de borracha de 0.8 a 2.0 mm, um par de traves de futebol com tubos de 3” e 2” medindo 5,00 x 2,20 x 0,90 estilo México pintada na cor branca incluindo rede de polietileno fio 4 mm, 24 conjuntos de iluminação compostos de refletores em alumínio, reatores Intral e lâmpadas Osram de vapor metálico 400 wts de alto fator lumínico, com 8 metros de altura acoplada ao alambrado, Alambrados com 7 (sete) metros de altura, com tubos de 2.5” e 2” em chapas galvanizadas, sendo 6 (seis) torres de iluminação, 4 (quatro) mãos francesas (duas em cada fundo), restante da estrutura montados na vertical e fechamento na horizontal, divididas em 2 (duas), inferior e meio, onde será fixada tela arame fio 12 na malha 3” revestida em PVC, sendo 7 (sete metros) nos fundos e 2 (dois) metros nas laterais, restante fechamento com rede de nylon fio 5 mm, na malha 15, sendo 5 (cinco) metros nas laterais, esticados com cabos de aço, incluindo rede de cobertura fio 2 mm malha 15 e portão de acesso.

b) Escolinha de Futebol para crianças:

Em horário diferenciado do atendimento normal da Golaço Soccer – Quadra Society, funcionará uma escolinha de futebol. Será uma parceria com um professor de Ed. Física, atenderá crianças de 10 à 18 anos que tem interesse em aprender/treinar futebol *society*.

A escolinha funcionará das 8:00h às 12:00h e das 14:00h às 17:00h.

c) Aluguel da churrasqueira:

Aluguel de churrasqueiras será um serviço de lazer, para o cliente aproveitar com amigos, família e outros. Clientes terão a opção de alugar a churrasqueira por dia no valor de R\$100,00. São duas churrasqueiras, para atender até dez pessoas cada. Disponibilizaremos o lugar, a churrasqueira, kit para churrasqueiro, talheres, pratos, copos, e o cliente só leva o produto que irá consumir com o propósito de que bebidas sejam compradas na lanchonete/bar do empreendimento.

Tamanho 7m x 28m.

d) Venda de filmagens dos jogos:

Todos os jogos da Golaço Soccer – Quadra Society serão filmados com as câmeras de segurança . Os clientes que se interessarem poderão solicitar a filmagem, que custará R\$20,00.

e) Bar/Lancheonete

Outro serviço oferecido é o da lanchonete/bar climatizada, será um espaço terceirizado, alugaremos o espaço para um empresa que tenha interesse, e que oferecerá bebidas como água, energéticos, cervejas, refrigerantes, itens que serão vendidos separadamente, sem vínculo com o aluguel da quadra.

Conforme necessidade, conversar com inquilinos do bar/lancheonete para aumentar diversidade de produtos na lanchonete. Fazer pesquisa com os clientes sobre satisfação e para ter conhecimento sobre preferências. Incluir produtos que agradam o cliente alvo.

Serviços adicionais: wi-fi disponível por toda área da Golaço Soccer – Quadra Society, Musica ambiente, televisor com assinatura para todos os jogos de futebol, lutas de ufc e programas que agradem o cliente para que ele possa ir assistir com seus amigos, familiares e outros, ou até mesmo assistir enquanto aguarda seu horário na quadra.

Produto esperado: ambiente agradável, bem iluminado, gramado sintético em boas condições, bom atendimento, regulamentação e compromisso com o horário.

Produto ampliado: superar expectativas dos clientes.

5.8.2.3 Preço

O preço cobrado por hora de aluguel da quadra pela Golaço Soccer – Quadra Society, e aluguel da churrasqueira, será o valor já estabelecido no mercado. Para a determinação deste valor, a empresa utilizará o método de preço de mercado, o preço médio cobrado entre as empresas concorrentes da região é de R\$ 80,00 a R\$ 120,00 a locação de quadra, R\$50,00 aluguel diário da churrasqueira, e de R\$ 25,00 à R\$ 80,00 a mensalidade da escolinha de futebol.

Quadro 5: Descrição de atividade e valor

Descrição da atividade	Valor R\$
Escolinha de Futebol 1:00h (segunda à sexta, período Matutino) 8:00h às 12:00h	60,00
Escolinha de Futebol 1:00h (segunda à sexta, período Vespertino) 14h às 17:00h	60,00
Aluguel quadra 1h	120,00
Aluguel quadra Pacote Mensal (4 jogos no mês, horário definido)	480,00
Aluguel Churrasqueira (1 dia)	100,00
Aluguel Churrasqueira Pacote Mensal (4 dias no mês)	400,00
Descrição Produto	Valor R\$
CD com filmagens dos jogos	20,00

Fonte: elaboração própria

Além do método de preço de mercado, adotou-se como estratégia de adaptação de preço a utilização de preço promocional, que por estar na média, torna-se um atrativo maior na conquista de clientes.

5.8.2.4 Praça

A localização escolhida para construção da Golaço Soccer – Quadra Society, na Avenida Curitiba, esquina com a Rua Mercado Marialva, no bairro Bom Retiro, Matinhos – Pr, uma avenida conhecida e movimentada próxima ao centro de Matinhos. A escolha da localização foi por ser em um bairro conhecido, uma região em desenvolvimento em Matinhos, com o terreno disponível e de baixo custo/custo acessível, um lugar de fácil acesso, com bastante espaço para estacionamento de veículos, um fluxo alto de pessoas, e bastante frequentado, além de ser umas das avenidas mais importantes do município.

Figura 11 – Av: Curitiba – Localização da Golaço Soccer



Fonte: Google Imagens 2017

Figura 12 - Av: Curitiba – Localização da Golaço Soccer



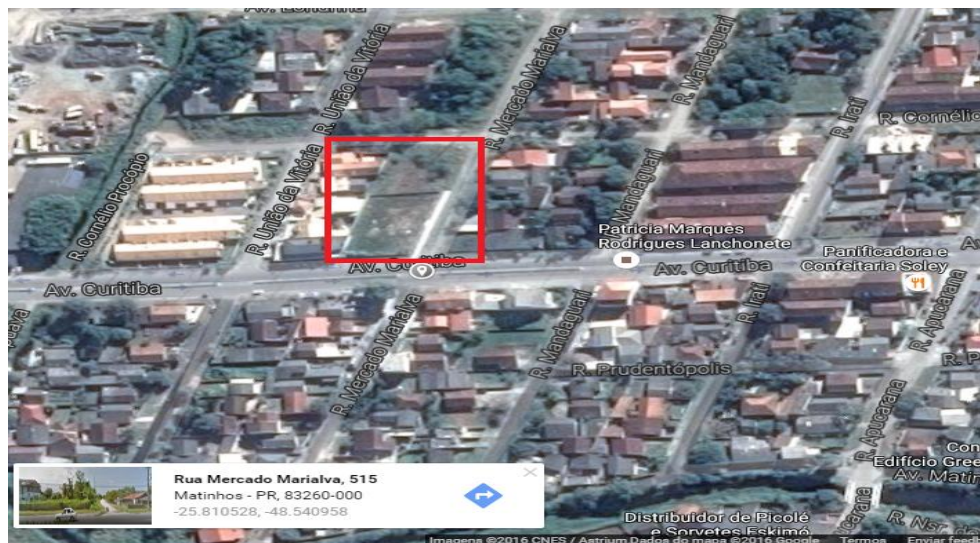
Fonte: Google Imagens 2017

Figura 13 – Terreno onde ficará a Golaço Soccer



Fonte: Google Imagens 2017

Figura 14 – Terreno visto por cima, onde ficará a Golaço Soccer



Fonte: Google Imagens 2017

Um terreno com o tamanho de 28m x 60m, ao todo são 1.680m².

A escolha do tamanho do terreno é referente ao tamanho do empreendimento, que no caso é a quadra.

O primeiro fator para escolha do local, foi a necessidade da Golaço Soccer estar localizada em um local próximo das residências e trabalho dos possíveis clientes. Conforme a pesquisa realizada, a localização do bairro escolhido fica

próxima da maioria dos bairros mencionados, e dentro da distância máxima que se deslocariam da casa ou trabalho para jogar futebol.

5.8.2.5 Promoção/Propaganda

a) Programa de Lançamento

Inicialmente, na fase considerada de lançamento do serviço, será utilizada uma propaganda mais intensiva, um mês antes do empreendimento abrir, e durante os três primeiros meses de funcionamento, utilizando os principais meios de comunicação de massa: rádio, redes sociais, panfletos, e através do próprio site.

Parceria com a rádio local, eles divulgam nosso empreendimento, e em troca deixamos a rádio sincronizada neles, tocando em alguns momentos na quadra. As redes sociais serão compartilhadas imagens da quadra, na pagina do facebook, o lugar que mais atinge pessoas hoje em dia. Panfletos serão entregues nas principais avenidas de Matinhos, onde tem o maior fluxo de pessoas/carros.

Em relação em nível de satisfação do cliente, faremos uma avaliação permanente, sempre deixando disponível para o cliente pesquisas de satisfação, idéias, elogios e criticas. Faremos um estudo de marketing, envolvendo os próprios aspectos da divulgação massiva que fizemos no lançamento do negócio, para diagnosticar qual a publicidade que teve melhores resultados e assim tipificar nossa estratégia de marketing.

b) Relações Públicas

Nos primeiros meses fazer visitas em escolas do município, para divulgar a Escolinha de futebol, lugar com grande fluxo de crianças, uma atividade sem custo para a empresa e de grande divulgação. Despertando o interesse no cliente.

Levar panfletos para que as crianças possam mostrar para os seus pais, e até mesmo disponibilizar a ida dessas crianças a Golaço Soccer, para fazer uma aula experimental e/ou assistir como funcionam as aulas.

Visitar no mínimo duas empresas no município de Matinhos, oferecendo os pacotes de jogos, aluguel da quadra, lanchonete e churrasqueira. Muitas empresas

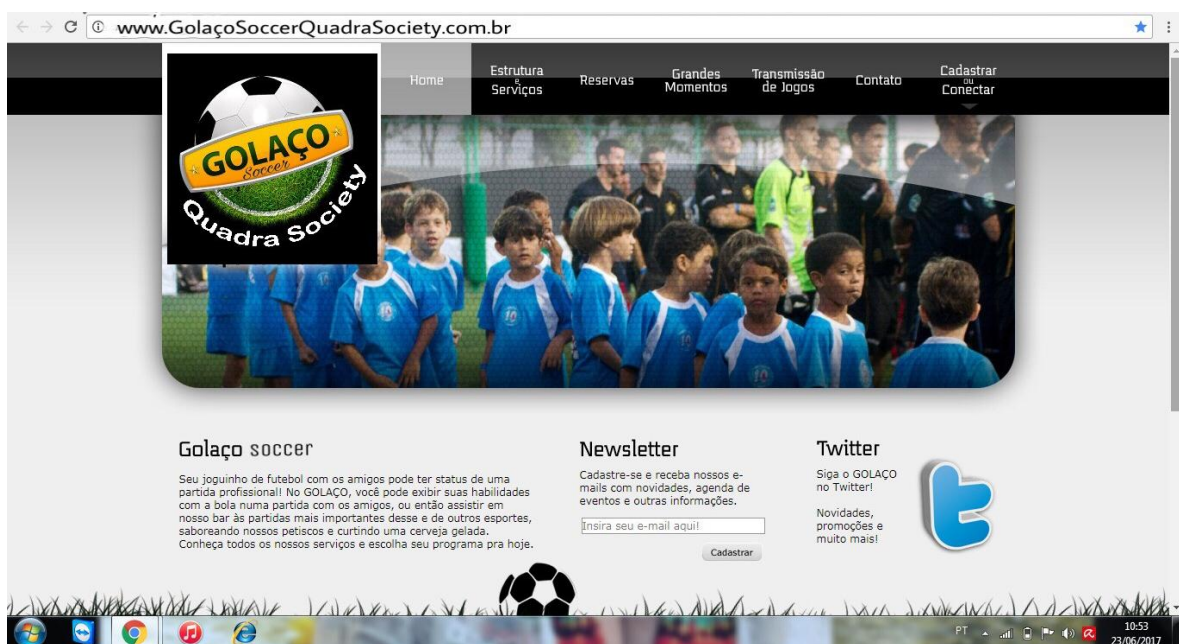
não têm espaço de lazer para os funcionários, sendo uma oportunidade de divulgar e apresentá-las a Golaço Soccer – Quadra Society.

c) Mídias Digitais:

O site servirá para clientes e possíveis clientes conhecer o empreendimento. Nas figuras 15 e 16 a seguir mostra o layout do site e um pouco de como vai ser, contará com estruturas e serviços, reservas de horários, horários de transmissões dos jogos, fotos, vídeos, eventos, entre outros.

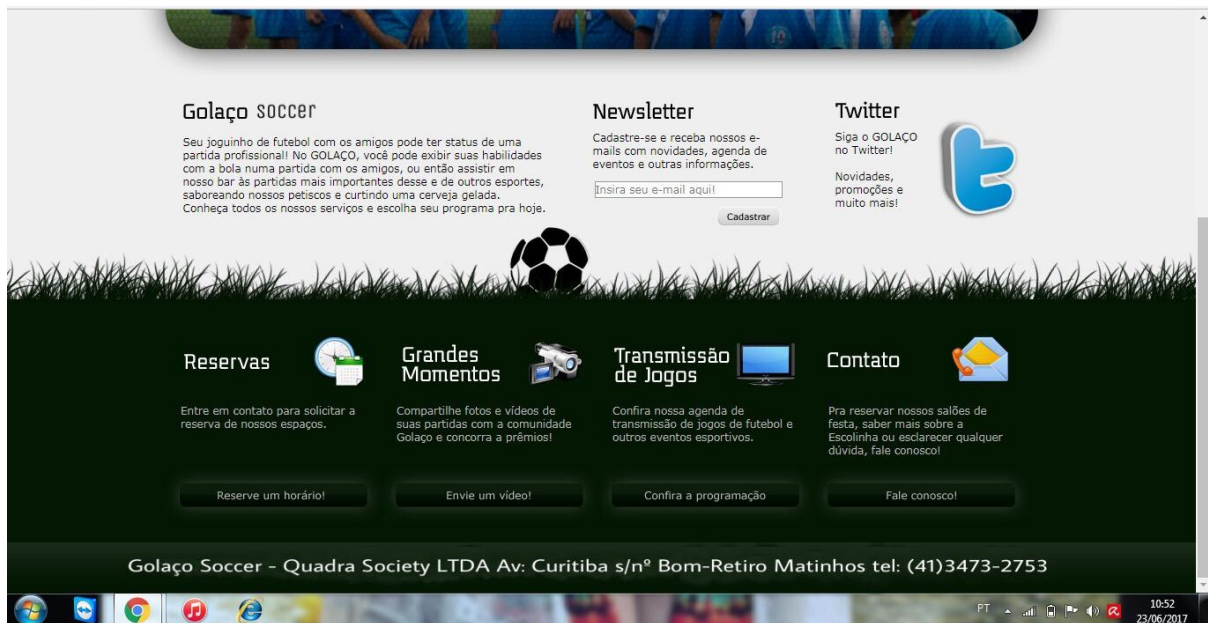
Atualizar site e redes sociais semanalmente, com notícias sobre Futebol Society, sobre a Golaço Soccer, fotos de jogos, vídeos, eventos, fotos de eventos e entre outros (figura 17, 18 e 19), a internet é uma das maiores fontes de marketing atualmente. Atividade sem custos para o empreendimento.

Figura 15 – Layout Site



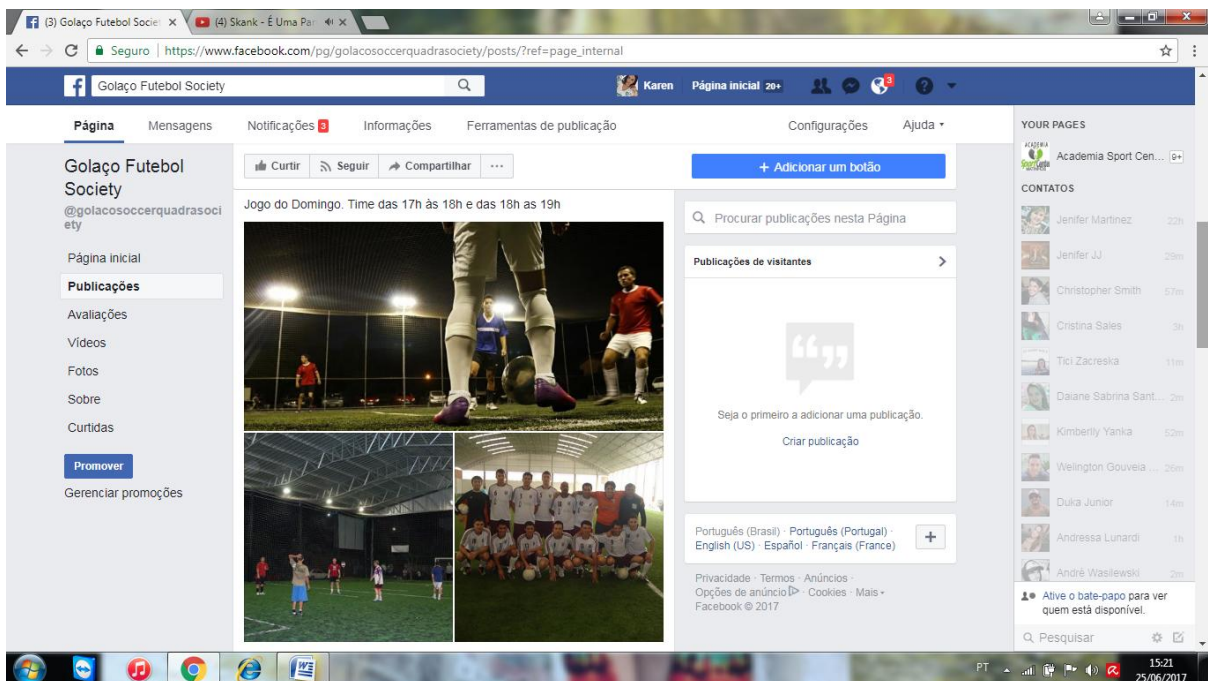
Fonte: Elaboração própria, com imagens da internet

Figura 16 – Layout do Site 2



Fonte: Elaboração própria, com imagens da internet

Figura 17 – Facebook Pagina Golaço Soccer



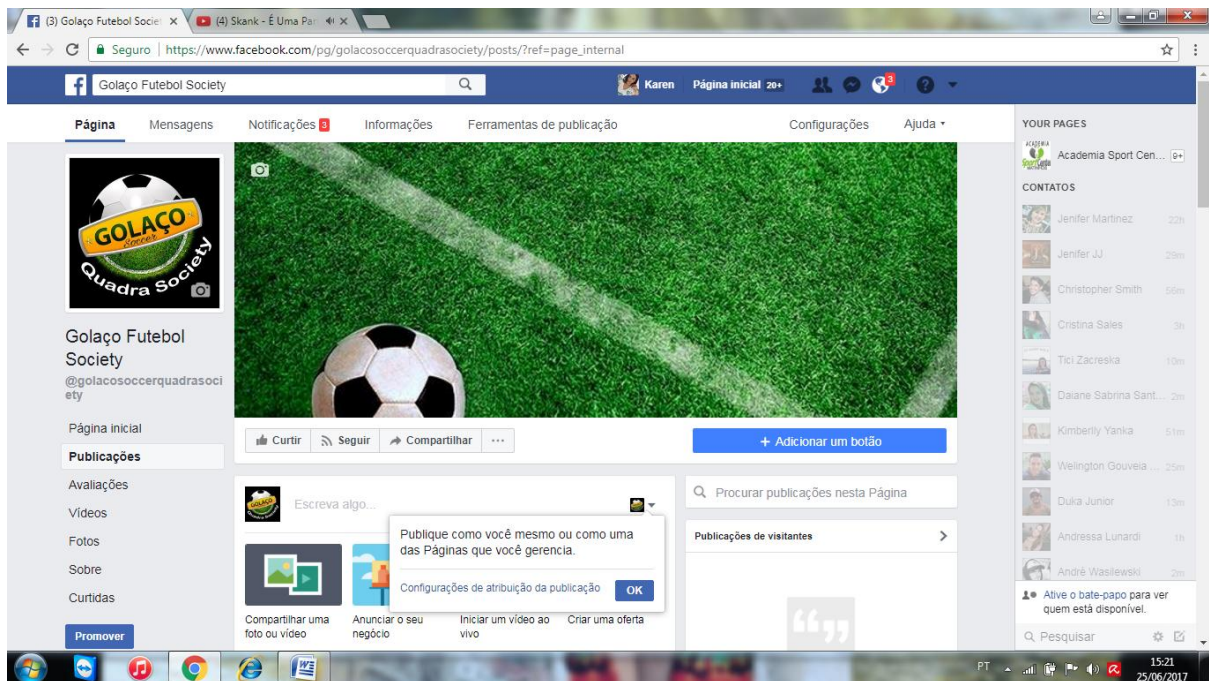
Fonte: Elaboração própria, com imagens da internet

Figura 18 – Facebook Pagina Golaço Soccer 2



Fonte: Elaboração própria, com imagens da internet

Figura 19 – Facebook Pagina Golaço Soccer 3



Fonte: Elaboração própria, com imagens da internet

d) Brindes e programa de fidelização:

Conforme pesquisas feitas (item 5.5.2.2) nossos possíveis clientes gastariam em torno de R\$20,00 à R\$40,00 no estabelecimento. A cada R\$20,00 gasto/consumido na lanchonete, no aluguel da churrasqueira, no aluguel da quadra, na compra de filmagens, ele ganha um ponto, acumulando 50 pontos, ele pode trocar por brindes como camisetas, canecas, agendas, bolas personalizadas, entre outros. E a cada 100 pontos acumulados pode trocar por horas na Golaço Soccer – Quadra Society. Assim ele tem mais uma motivação para freqüentar o estabelecimento.

Figura 20 – Programa de Fidelização



Fonte: Elaboração própria, com imagens da internet

Bonificações de prêmios para clientes mais ativos e também promoções mensais para despertar atenção de clientes da concorrência.

Serão realizados sorteios mensais como: camisetas, canecas, agendas, bolas. Serão promoções realizadas no Facebook.

Figura 21 - Promoção no Facebook



Fonte: Elaboração própria, com imagens da internet

Uma estratégia a ser utilizada pela Golaço Soccer – Quadra Society, promoções para clientes que fazem pacotes mensais. será reduzido o preço para clientes que alugarem a quadra por mês, quem reservar um horário por quatro semanas, pagará um pacote de R\$480,00 mais 10% de desconto, saindo R\$430,00, assim o cliente acaba pagando R\$ 108,00 por semana, obtendo um desconto total no mês de R\$ 50,00.

Figura 22 – Promoção jogos mensais



GOLAÇO
Soccer

Promoção Mensal por apenas R\$430,00

Tel: (41) 3473-2753
WhatsApp (41) 9793-0953
Av. Curitiba s/n
Bom Retiro - Matinhos Pr

Facebook: /GolaçoSoccerQuadraSociety
Instagram: @GolaçoSoccerQuadraSociety
Twitter: GolaçoSoccerQuadraSociety

Fonte: Elaboração própria, com imagens da internet

Para atrair cada vez mais clientes, Organizaremos Promoções temporárias, como:

- a) Promoção indique um amigo: O cliente que pagar o pacote mensal (480,00 ou 430,00 c/ desconto), indicar um “time” de amigos para jogar na Golaço Soccer, e se eles jogarem durante esse um mês (4 jogos), o cliente ganha 20% de desconto na sua próxima “mensalidade”. O que da R\$384,00. Desconto de R\$96,00 mensal, e R\$24,00 por jogo.
Justificativa: pesquisa item 5.5.2.2, na qual 27% dos pesquisados respondem que escolhem as quadras *societys* porque têm conhecidos.

- b) Campeonatos: O último final de semana do mês, a cada três meses para campeonatos. Inscrições no valor de R\$120,00 por time. Planejar com antecedência. Campeonato Amador, Campeonato entre empresas/comércio local. Campeonato Universitário. Prêmios para 1º, 2º e 3º lugar (desconto de 50% durante 3 meses, desconto 50% na diária da churrasqueira, brindes Golaço Soccer, Engradado de Cerveja e etc).

Justificativa: diferencial em relação à concorrência, quadras *societys* de Matinhos não oferecem esse tipo de programa. Então faremos um teste, 1 vez por ano, para ver se é viável e agrada o público.

- c) Redes Sociais: Todos os dias monitorar comentários, marcações, interagir com o cliente, promover a empresa, lançar promoções “relâmpagos” quando houver horas vagas. Estar sempre presente para tirar dúvidas e demais coisas nas redes sociais.

Justificativa: Relacionamento com o cliente, e mais um meio de comunicação de fácil acesso, rápido e sem custo.

- d) Compartilhe fotos e vídeos das suas partidas na Golaço Soccer – Quadra Society e concorra a brindes. A pessoa que enviar um vídeo ou foto feito por celular, câmera, ou outros, na Golaço Soccer, pode enviar no site da empresa, compartilharemos no facebook para votação. A foto ou vídeo que tiver mais curtida, ganha um brinde, que seria agenda, caneca, camiseta e etc.

Justificativa: fazer o cliente interagir com a empresa, relacionamento com o cliente.

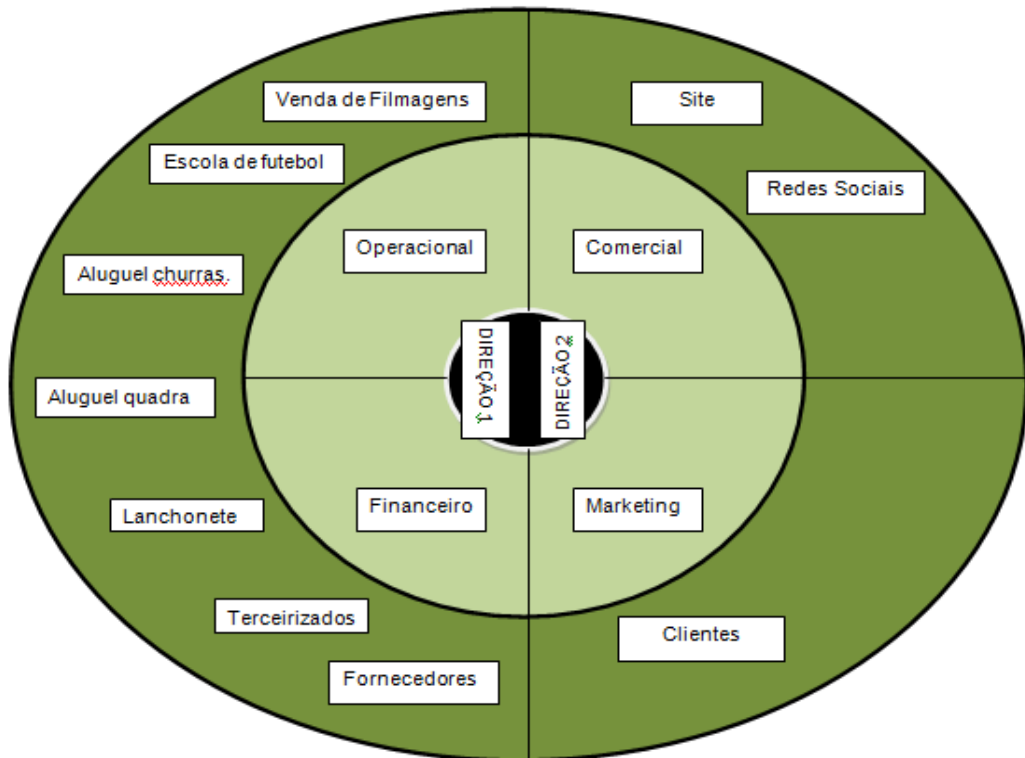
5.9 PLANO OPERACIONAL

A seguir será apresentado um plano operacional no qual os responsáveis da organização estabelecem os objetivos que desejam ver cumpridos e estipulam os passos a seguir. Priorizando as iniciativas mais importantes para alcançar diversos objetivos e superar desafios.

5.9.1 Estrutura da Organização

A estrutura formal da Golaço Soccer - Quadra *society* é apresentada na figura a seguir, em forma de organograma, representando assim a disposição das suas unidades funcionais, e as relações de comunicação existente.

Figura 23: Organograma da Empresa



Fonte: Elaboração própria (2017)







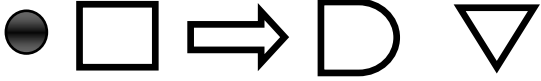
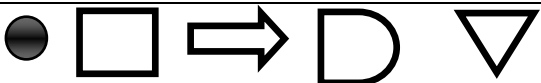
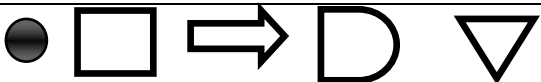
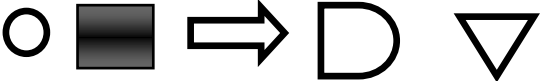





O organograma circular usado na Golaço Soccer – Quadra Society, é usado pois permite interação entre a direção da empresa com as outras funções.

Em geral o sócio de uma empresa costuma ser o fundador ou a pessoa escolhida para organizar e gerenciar os demais departamentos da empresa. Na Golaço Soccer – Quadra Society, os dois sócios serão responsáveis em tempo integral em administrar e auxiliar em toda a gestão da empresa e fazer a própria funcionar. Serão responsáveis pela definição das estratégias que a empresa irá assumir como forma de dar prosseguimento ao trabalho, avaliar viabilidade de novas ações para melhoria da empresa, entre outros. As principais atividades dos sócios empreendedores são:











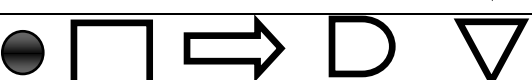


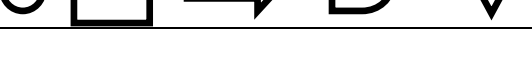

- Direção 1 e 2: ações estratégicas da empresa. Auxiliar toda a gestão da empresa, ser responsável e juntos avaliar novas ideias e projetos para a melhoria da própria.
- Direção 1 - Financeiro: acompanhar as receitas e despesas da empresa, emissão de notas fiscais, os investimentos, os riscos financeiros, faturamentos, controle de caixa, fornecedores, e ficar responsável no recebimento de qualquer dinheiro que entrar na empresa.
- Direção 1 - Operacional: inclui agendamento da quadra, aluguel churrasqueira, cadastro de alunos da escolinha de futebol, e lanchonete mesmo essa parte da empresa sendo terceirizada.
- Direção 2 - Marketing: promover a empresa com elaboração de estratégias como campeonatos, programas de fidelização de clientes, sorteio de brindes, planejar e definir campanhas voltadas para promoção de serviços. Estabelecer objetivos, políticas e ações de acordo com as tendências do mercado, para agradar os clientes.
- Direção 2 - Comercial: ficará responsável em atualizar e acompanhar o site e as redes sócias da empresa.

5.9.2 Fluxograma de Produção































Fluxograma Vertical 1 – Locação de Quadra

FLUXOGRAMA VERTICAL – Locação de Quadra			
SIMBOLOS		SIGNIFICADOS	
		Operação (uma atividade que diretamente agrega valor)	
		Inspeção (checagem de algum tipo)	
		Transporte (movimentação de algo)	
		Atraso (espera, por exemplo, de materiais)	
		Estoque (estoque deliberado)	
Nº	SIMBOLOS	UNIDADES	DESCRIÇÃO DOS PASSOS
1		Operacional	Receber solicitação de reserva do cliente (site, pessoalmente ou telefone)
2		Operacional	Fazer Cadastro do cliente
3		Operacional	Verificar horário disponível
4		Operacional	Confirmar a reserva
5		Operacional	Verificar se a quadra está limpa e organizada
6		Operacional	Distribuir os acessórios para o jogo (bola, colete entre outros)
7		Operacional	Controlar o horário do jogo
8		Operacional	Recolher os acessórios do jogo (bola, colete entre outros)
9		Operacional	Receber o pagamento da locação
10		Operacional	Finalização











Fluxograma Vertical 2 – Aluguel de churrasqueira

FLUXOGRAMA VERTICAL – Aluguel churrasqueira			
SIMBOLOS		SIGNIFICADOS	
		Operação (uma atividade que diretamente agrega valor)	
		Inspeção (checagem de algum tipo)	
		Transporte (movimentação de algo)	
		Atraso (espera, por exemplo, de materiais)	
		Estoque (estoque deliberado)	
Nº	SIMBOLOS	UNIDADES	DESCRIÇÃO DOS PASSOS
1		Operacional	Receber solicitação de reserva do cliente (site, pessoalmente ou telefone)
2		Operacional	Cadastro do cliente
3		Operacional	Verificar disponibilidade
4		Operacional	Confirmar a reserva
5		Serviços Gerais (terceirizados)	Verificar se o espaço da churrasqueira e a propria está limpa e organizada
6		Serviços Gerais (terceirizados)	Distribuir os acessórios para o churrasco (prato, kit faqueiro, entre outros)
7		Operacional	Receber o pagamento da locação
8		Serviços gerais	Recolher os acessórios do jogo (bola, colete entre outros)
9		Serviços gerais	Limpeza do espaço
10		Operacional	Finalização

Fluxograma Vertical 3 – Escolinha de Futebol

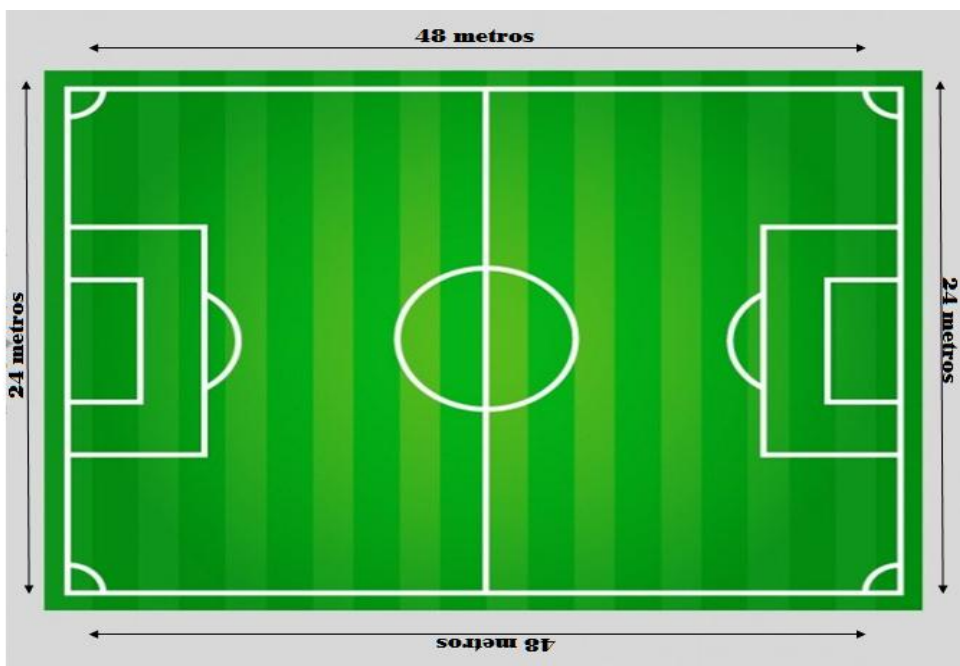
FLUXOGRAMA VERTICAL – Escolinha de Futebol			
SIMBOLOS		SIGNIFICADOS	
		Operação (uma atividade que diretamente agrega valor)	
		Inspeção (checagem de algum tipo)	
		Transporte (movimentação de algo)	
		Atraso (espera, por exemplo, de materiais)	
		Estoque (estoque deliberado)	
Nº	SIMBOLOS	UNIDADES	DESCRIÇÃO DOS PASSOS
1	    	Operacional	Receber solicitação de matrícula do aluno (pessoalmente)
2	    	Operacional	Cadastro do aluno
3	    	Operacional	Verificar disponibilidade de vaga e horário
7	    	Operacional	Receber o pagamento da mensalidade
10	    	Operacional	Finalização

Fluxograma Vertical 4 – Venda de Filmagem

FLUXOGRAMA VERTICAL – Venda de filmagem			
SIMBOLOS		SIGNIFICADOS	
		Operação (uma atividade que diretamente agrega valor)	
		Inspeção (checagem de algum tipo)	
		Transporte (movimentação de algo)	
		Atraso (espera, por exemplo, de materiais)	
		Estoque (estoque deliberado)	
Nº	SIMBOLOS	UNIDADES	DESCRIÇÃO DOS PASSOS
1		Operacional	Receber solicitação da compra da filmagem (site, pessoalmente ou telefone)
4		Operacional	Gravar cd com a filmagem
7		Operacional	Receber o pagamento da compra
8		Operacional	Entregar produto
10		Operacional	Finalização

5.9.3 Layout da quadra

Figura 24 – Medida da quadra



Fonte: Elaboração própria (2017)

Figura 25 – Layout interno parte 1



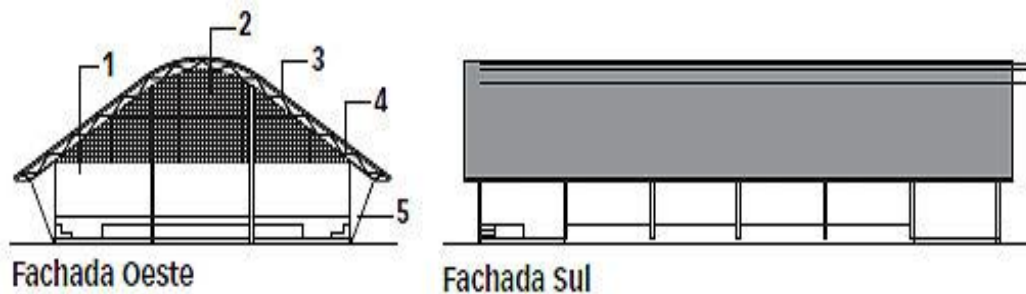
Fonte: Imagens da internet (2017)

Figura 26 – Layout interno parte 2



Fonte: Imagens da internet (2017)

Figura 27 – Layout externo



Fonte: Imagens da internet (2017)

Para o Layout externo, na fachada oeste, além da logo da empresa (figura 1 do item 5.1) irá conter com os respectivos números: 1 Alvenaria rebocada com pintura branca, 2 parte antichuva na cor preta, 3 telha metálica na cor cinza, 4 viga metálica na cor preta e 5 pilar na cor preta.

Já para o Layout externo da fachada Sul, a parte de cima será metálica na cor cinza, para harmonizar com a telha metálica, e o alambrado da quadra na cor azul (figura 26 e 27).

5.10 PLANO FINANCEIRO

5.10.1 Investimento Inicial

O investimento inicial engloba os gastos com a abertura da empresa, desde terreno, maquinas, moveis utensílios, e qualquer outro item que a empresa precisa para começar a funcionar 100%. Na tabela 1 a seguir específica as despesas estimadas para que a Golaço Soccer – Quadra Society possa dar inicio as suas atividades. O Capital de Giro de 15% vai compor uma reserva de recursos para ser usada conforme as necessidades financeiras da empresa. Geralmente quanto mais prazo você oferece ao cliente ou quanto maior for a parcela de vendas a prazo no seu faturamento, mais recursos financeiros a empresa deverá ter, como nossa empresa recebe no ato do consumo, escolhemos apenas 15% de capital de giro.

Tabela 1: Investimento inicial

Investimento inicial			
Descrição	Quantidade	Valor unit. R\$	Valor total R\$
Aquisição de um terreno (Imóvel)	1.680 m ²		250.000,00
Construção civil (Empreiteira Fênix)	200m ²	350,00	70.000,00
Construção Quadra (grama, alambrado, traves, redes, holofotes)	1.400m ²		136.095,20
Valor Total R\$:			456.095,20
Móveis e utensílios:			
Telefones/fax	2	99,90	199,80
Mesa para escritório	2	227,89	455,78
Cadeira para escritório	3	109,99	329,97
Armário para escritório	1	187,11	374,22
Telão	1	250,00	250,00
Projektor	1	534,53	534,53
Televisão	1	1099,00	1099,00
Wifi/Roteador	1	206,99	206,99

Placar com sirene	1	1390,00	1390,00
Refrigerador bebidas	1	5771,00	5771,00
Copos	100	1,00	100,00
Porta copos	2	24,00	48,00
Armário para utensílios	2	299,90	599,00
Estufa de salgados	1	378,99	378,99
Grelhas	4	79,98	319,92
Espetos	6	7,68	46,08
Kit faqueiro (jogo de talheres)	4	39,99	159,96
Kit churrasqueiro	4	79,90	159,80
Cadeiras de plástico	80	3,00	240,00
Mesas de plástico	20	3,00	60,00
Armário vestiário	2	548,00	1096,00
Câmeras	6	49,99	299,94
Coletes de futebol	30	6,80	204,00
Bolas	5	28,80	144,00
Bomba para bola	2	24,90	48,80
Valor Total R\$:			14.515,78
Equipamentos de Informática			
Software (agendamento/relatório de faturamento e etc.)	1	150,00	150,00
Computador	3	1399,00	4,197,00
Impressora	2	174,27	348,54
Valor Total R\$			4.695,54
SOMA TOTAL DO INVESTIMENTO INICIAL R\$			475.306,52
CAPITAL DE GIRO 15% DO INVESTIMENTO FIXO/INICIAL R\$			71.295,97
SOMA TOTAL DE INVESTIMENTO INICIAL E CAPITAL DE GIRO R\$			546.602,49

Fonte: Elaboração própria. Pesquisa feita pelos alunos (2017)

5.10.2 Mão de Obra

Como visto no item 5.5.2.6 a Golaço Soccer – Quadra Society não terá funcionários contratados apenas empresas terceirizadas e parcerias para lanchonete e escolinha de futebol. Na tabela 2 está detalhado as empresas e o valor cobrado pelas mesmas, que trabalharão para a empresa.

Tabela 2: Serviços Terceirizados

Serviços Terceirizados		
Segurança Patrimonial (SEG LINE)	200,00	200,00
Assessoria Contábil	200,00	200,00
As Marias Limpezas	1.000,00	1.000,00
Valor Total R\$:		1.400,00

Fonte: Elaboração própria. Pesquisa feita pelos alunos (2017)

Tabela 3: Pro labore

Pro labore	
Alisson Fernando Natel	2.000,00
Karen Christiny de Sales Amorin dos Santos	2.000,00
Valor Total R\$:	4.000,00

Fonte: Elaboração própria. (2017)

5.10.3 Custo fixo

Os custos fixos são despesas que não sofrem alteração de valores independente da diminuição ou do aumento de produção, e independente também da atividade.

Conforme dados levantados, os custos fixos estimados para Golaço Soccer – Quadra Society, é:

Tabela 4: Demonstrativo de custo fixo

Demonstrativo de custo fixo - ano 1	
Descrição	Valores R\$
Luz	1.000,00
Água	500,00
Telefone + internet (oi telefonia)	189,00
Serviço terceirizado	1.400,00
Contador	200,00
Assinatura TV acabo(claro TV)	149,90
Folha de pagamento (mão de obra)	0,00
Pro labore	4.000,00
Valor Total Mensal R\$:	7.438,90
Valor Total Anual R\$: (valor mensal x 12 meses)	89.266,80

Fonte: Elaboração própria. Pesquisa feita pelos alunos (2017)

5.10.4 Custo Variável

Diferente dos custos fixos, os custos variáveis são aqueles que conforme a produção ou quantidade de trabalho, os custos mudam.

Para que pudéssemos fazer o fluxo de caixa, calcular TIR, VPL e Payback precisávamos fazer um demonstrativo de custo fixo anual, por isso a seguir temos as tabelas 5,6,7,8 e 9 que conforme dados levantados, são os custos fixos estimados para Golaço Soccer – Quadra Society.

Tabela 5: Demonstrativo Custo Variável ano 1.

DEMONSTRATIVO CUSTO VARIÁVEL - Ano 1	
Descrição	Valores R\$
Impostos	1.530,95
Manutenção iluminação	Suporte total da empresa
Manutenção quadra	Suporte total da empresa
Material esportivo	400,00
Outros	300,00
Gráfica	250,00
Valor Total Mensal R\$:	2.480,00
Valor Total Anual R\$: (valor mensal x 12 meses)	29.771,40

Fonte: Elaboração própria. Pesquisa feita pelos alunos (2017)

Tabela 6: Demonstrativo Custo Variável ano 2

Demonstrativo Custo Variável - ano 2	
Descrição	Valores R\$
Impostos	2.041,26
Manutenção iluminação	suporte total da empresa
Manutenção quadra	suporte total da empresa
Material esportivo	400,00
Outros	300,00
Gráfica	250,00
Valor Total Mensal R\$:	2.991,26
Valor Total Anual R\$: (valor mensal x 12 meses)	35.895,12

Fonte: Elaboração própria. Pesquisa feita pelos alunos (2017)

Tabela 7: Demonstrativo Custo Variável ano 3

Demonstrativo Custo Variável - ano 3	
Descrição	Valores R\$
Impostos	2.551,58
Manutenção iluminação	suporte total da empresa
Manutenção quadra	suporte total da empresa
Material esportivo	400,00
Outros	300,00
Gráfica	250,00
Valor Total Mensal R\$:	3.501,58
Valor Total Anual R\$: (valor mensal x 12 meses)	42.018,96

Fonte: Elaboração própria. Pesquisa feita pelos alunos (2017)

Tabela 8: Demonstrativo Custo Variável ano 4

Demonstrativo Custo Variável - ano 4	
Descrição	Valores R\$
Impostos	3.061,90
Manutenção iluminação	suporte total da empresa
Manutenção quadra	suporte total da empresa
Material esportivo	400,00
Outros	300,00
Gráfica	250,00
Valor Total Mensal R\$:	4.011,90
Valor Total Anual R\$: (valor mensal x 12 meses)	48.142,80

Fonte: Elaboração própria. Pesquisa feita pelos alunos (2017)

Tabela 9: Demonstrativo Custo Variável ano 5

Demonstrativo Custo Variável - ano 5	
Descrição	Valores R\$
Impostos	3.061,90
Manutenção iluminação	suporte total da empresa
Manutenção quadra	suporte total da empresa
Material esportivo	400,00
Outros	300,00
Gráfica	250,00
Valor Total Mensal R\$:	4.011,90
Valor Total Anual R\$: (valor mensal x 12 meses)	48.142,80

Fonte: Elaboração própria. Pesquisa feita pelos alunos (2017)

5.10.5 Previsão de receitas:

Na previsão de receitas foram feitas estimativas mensais e estimativas anuais, os dados a serem apresentados a seguir são de plena operação, apresentados com 100% da capacidade. Sabemos que isso não ocorre no começo da empresa, ninguém opera a todo vapor. Por isso, na tabela 16 utilizamos a estimativa de receitas, começando com 30% do valor total de receitas, e paulatinamente aumentando para 40%, 50%, e estabiliza do ano 3 em diante.

Tabela 10: Aluguel do espaço da lanchonete

Aluguel Espaço Lanchonete	
Descrição	Valores R\$
Mensal R\$	1.000,00
Anual R\$	12.000,00

Fonte: Elaboração própria. Pesquisa feita pelos alunos (2017)

Tabela 11: Mensalidade escolinha de futebol

Escolinha de Futebol – Horário Matutino e Vespertino		
1:00H de aula – Seg à Sex 08:00h as 12:00h / 14:00h às 17:00h		
Turma de 14 alunos		
Mes/Período	Manhã	Tarde
Janeiro	4 turmas (56 alunos) 56 x R\$ 60,00	3 turmas (42 alunos) 42 x R\$ 60,00
Fevereiro	4 turmas (56 alunos) 56 x R\$ 60,00	3 turmas (42 alunos) 42 x R\$ 60,00
Março	4 turmas (56 alunos) 56 x R\$ 60,00	3 turmas (42 alunos) 42 x R\$ 60,00
Abril	4 turmas (56 alunos) 56 x R\$ 60,00	3 turmas (42 alunos) 42 x R\$ 60,00
Maió	4 turmas (56 alunos) 56 x R\$ 60,00	3 turmas (42 alunos) 42 x R\$ 60,00
Junho	4 turmas (56 alunos) 56 x R\$ 60,00	3 turmas (42 alunos) 42 x R\$ 60,00
Julho	4 turmas (56 alunos) 56 x R\$ 60,00	3 turmas (42 alunos) 42 x R\$ 60,00
Agosto	4 turmas (56 alunos) 56 x R\$ 60,00	3 turmas (42 alunos) 42 x R\$ 60,00
Setembro	4 turmas (56 alunos) 56 x R\$ 60,00	3 turmas (42 alunos) 42 x R\$ 60,00
Outubro	4 turmas (56 alunos) 56 x R\$ 60,00	3 turmas (42 alunos) 42 x R\$ 60,00
Novembro	4 turmas (56 alunos) 56 x R\$ 60,00	3 turmas (42 alunos) 42 x R\$ 60,00
Dezembro	4 turmas (56 alunos)	3 turmas (42 alunos)

	56 x R\$ 60,00	42 x R\$ 60,00
	VALOR MENSAL =	5.880,00
	VALOR ANUAL =	70.560,00
Como a empresa fez parceria com Profº da escolinha, fica 50% cada		2.940,00
Mensal R\$		
Anual R\$		35.280,00

Fonte: Elaboração própria. Pesquisa feita pelos alunos (2017)

Tabela 12: aluguel quadra *society*

Aluguel Quadra Society		
1h por jogo – Seg à Sex 17H às 23H		
Sábado e Domingo 09H à 23H		
Dia/Período	Noite	
Segunda – Feira	6 horas x R\$ 120,00	R\$ 720,00
Terça – Feira	6 horas x R\$ 120,00	R\$ 720,00
Quarta – Feira	6 horas x R\$ 120,00	R\$ 720,00
Quinta – Feira	6 horas x R\$ 120,00	R\$ 720,00
Sexta – Feira	6 horas x R\$ 120,00	R\$ 720,00
Sábado	14 horas x R\$ 120,00	R\$ 1.680,00
Domingo	14 horas x R\$ 120,00	R\$ 1.680,00
	Valor semanal (seg à domg) =	6.960,00
	Valor por Final de semana (4fds = 8 dias) =	13.440,00
	Valor mensal (22 dias + 8 dias de final de semana) =	29.280,00
	Valor Anual (valor mensal x 12 meses) =	351.360,00

Fonte: Elaboração própria. Pesquisa feita pelos alunos (2017)

Tabela 13: aluguel churrasqueira

ALUGUEL DIARIO CHURRASQUEIRA	
2 CHURRASQUEIRAS	
Janeiro	31 dias x R\$ 200,00 (R\$100,00 cda)
Fevereiro	28 dias x R\$ 200,00 (R\$100,00 cda)
Março	31 dias x R\$ 200,00 (R\$100,00 cda)
Abril	30 dias x R\$ 200,00 (R\$100,00 cda)
Mai	31 dias x R\$ 200,00 (R\$100,00 cda)
Junho	30 dias x R\$ 200,00 (R\$100,00 cda)
Julho	31 dias x R\$ 200,00 (R\$100,00 cda)
Agosto	31 dias x R\$ 200,00 (R\$100,00 cda)
Setembro	30 dias x R\$ 200,00 (R\$100,00 cda)
Outubro	31 dias x R\$ 200,00 (R\$100,00 cda)
Novembro	30 dias x R\$ 200,00 (R\$100,00 cda)
Dezembro	31 dias x R\$ 200,00 (R\$100,00 cda)
Valor Mensal (28 dias) =	5.600,00
Valor Mensal (30 dias) =	6.000,00
Valor Mensal (31 dias) =	6.200,00
Valor Anual (12 meses) =	73.000,00

Fonte: Elaboração própria. Pesquisa feita pelos alunos (2017)

Tabela 14: venda de filmagens

Venda de filmagens de jogos Quadra Sociey		
CD/DVD por jogo – Seg à Sex 17:00H às 23:00H		
Sabado e Domingo 09:00H à 23:00H		
Dia/Período	Noite	
Segunda – Feira	6 horas x R\$ 20,00	R\$ 120,00
Terça – Feira	6 horas x R\$ 20,00	R\$ 120,00
Quarta – Feira	6 horas x R\$ 20,00	R\$ 120,00
Quinta – Feira	6 horas x R\$ 20,00	R\$ 120,00
Sexta – Feira	6 horas x R\$ 20,00	R\$ 120,00
Sábado	14 horas x R\$ 20,00	R\$ 280,00
Domingo	14 horas x R\$ 20,00	R\$ 280,00
Valor semanal (seg à domg) =		1.160,00
Valor por Final de semana (4fds = 8 dias) =		2.240,00
Valor mensal (22 dias + 8 dias de final de semana) =		4.880,00
Valor Anual (valor mensal x 12 meses) =		58.560,00

Fonte: Elaboração própria. Pesquisa feita pelos alunos (2017)

Tabela 15: Valor total das receitas (anual)

Valor Total das Receitas (anual)	
Aluguel da lanchonete	12.000,00
Escolinha de futebol	35.280,00
Aluguel da quadra	351.360,00
Aluguel das churrasqueiras	73.000,00
Venda de filmagens	58.560,00
R\$	530.200,00

Fonte: Elaboração própria. Pesquisa feita pelos alunos (2017)

Tabela 16: Estimativa da receita

Estimativa de receita		
Período	Receita total anual	Receita operacional
ANO 1 – 30%	530.200,00	159.060,00
ANO 2 – 40%	530.200,00	212.080,00
ANO 3 – 50%	530.200,00	265.100,00
ANO 4 – 60%	530.200,00	318.120,00
ANO 5 – 60%	530.200,00	318.120,00
ANO 6 – 60%	530.200,00	318.120,00
ANO 7 – 60%	530.200,00	318.120,00
ANO 8 – 60%	530.200,00	318.120,00
ANO 9 – 60%	530.200,00	318.120,00

Fonte: Elaboração própria. Pesquisa feita pelos alunos (2017)

5.10. 6 Impostos

Tabela 17: Alíquotas e Partilhas

Alíquotas e Partilha do Simples Nacional Receitas de Locação de Bens Móveis e de Prestação de Serviços							
Receita Bruta em 12 meses (em R\$)	Alíquota	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ISS
De 540.000,01 a 720.000,00	11,31%	0,53%	0,53%	1,56%	0,38%	4,47%	3,84%

Tabela 18: Impostos e Contribuições

IMPOSTOS E CONTRIBUIÇÕES (anual)							
Item	Descrição	Alíquota	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
1	Receita Operacional		R\$ 159.060,00	R\$ 212.080,00	R\$ 265.100,00	R\$ 318.120,00	R\$ 318.120,00
2	Impostos	11,31%	R\$ 17.989,68	R\$ 23.986,24	R\$ 29.982,81	R\$ 35.979,37	R\$ 35.979,37
2.1	PIS	0,24%	R\$ 381,74	R\$ 508,99	R\$ 636,24	R\$ 763,48	R\$ 763,48
Total de Impostos a Pagar Anual R\$			18.371,42	24.495,23	30.619,05	36.742,85	36.742,48
Total de Impostos a Pagar Mensal R\$ (valor anual dividido em 12x (meses))			1.530,95	2.041,26	2.551,58	3.061,90	3.061,90

Fonte: Elaboração própria. Pesquisa feita pelos alunos (2017)

5.10.7 Análise de fluxo de caixa

A análise de fluxo de caixa envolve todas as entradas e saídas de recursos financeiros do empreendimento, indicando como será o saldo de caixa do próximo ano. Depois de calculado é possível saber o retorno dos investimentos.

Tabela 19: Projeção de Fluxo de Caixa

PROJEÇÃO FLUXO DE CAIXA							
ITEM	DESCRIÇÃO	(*)	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
1	Investimento inicial	475.306,52					
2	Saldo de caixa inicial (capital de Giro)		71.295,97	111.317,77	198.235,85	332.050,69	512.761,09
3	Total de entradas e vendas		159.060,00	212.080,00	265.100,00	318.120,00	318.120,00
4	Total de saídas (custo fixo + custo variável)		119.038,20	125.161,92	131.285,16	137.409,60	137.409,60
5	Saldo de Fluxo do caixa =Saldo de Caixa Inicial + Total de entradas - saídas =		111.317,77	198.235,85	332.050,69	512.761,09	693.471,49

Tabela 20 – Projeção Fluxo de Caixa – ano 1

Projeção de Fluxo de Caixa			
ITEM	DESCRIÇÃO	(*)	ANO 1
1	investimento inicial		475.306,52
2	Saldo de caixa Inicial		71.295,97
3	total de entradas/vendas		159.060,00
4	total de saídas (custo fixo + custo variável)		119.038,20
Saldo de Fluxo do caixa =Saldo de Caixa Inicial + Total de entradas - saídas =			
71.295,97 + 159.060,00 – 119.038,20 = 111.317,77			

5.10.8 Balanço Patrimonial

Tabela 21: Balanço Patrimonial da Golaço Soccer – Quadra Society LTDA

ATIVO	546.602,49
CIRCULANTE	71.295,97
DISPONÍVEL	71.295,97
Caixa/Bancos	71.295,97
REALIZÁVEL	
Duplicatas a Receber	
(-)Duplicatas Descontadas	
(-)Provisão Para Devedores Duvidosos	
Estoque de Mercadorias	
Estoque de Matéria Prima	
Estoque de Produtos Acabados	
Cheques a receber	
Adiantamento a Empregados	-
NÃO CIRCULANTE	475.306,52
REALIZÁVEL A LONGO PRAZO	
Empréstimo a Sócios	-
Depósito Judicial	-
PERMANENTE	475.306,52
INVESTIMENTO	-
Obras de Arte	-
IMOBILIZADO	-
Imóveis	456.095,20
Móveis e Utensílios	14.515,78
Veículos	-
Instalações	-
Máquinas e Equipamentos	-
Equipamentos de Informática	4.695,49
(-) Depreciação Acumulada	
PASSIVO	546.602,49
CIRCULANTE	
Duplicatas a Pagar	
Impostos a Pagar	
Salários a Pagar	
Imposto de Renda a Pagar	
Títulos a Pagar	
NÃO CIRCULANTE	
EXIGÍVEL A LONGO PRAZO	
Financiamentos a Pagar – LP	
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	546.602,49
Capital Social	546.602,49
Lucros Acumulados	
Reserva Legal	

5.10.9 DRE

DRE – DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO DO TCC LTDA EM 30/12/2017

RECEITA OPERACIONAL BRUTA.....	159.060,00
Vendas	
Serviços Prestados	159.060,00
(-) DEVOLUÇÕES.....	
(-) IMPOSTOS SOBRE VENDAS E SERVIÇOS.....	18.371,42
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS E SERVIÇOS.....	140.688,58
(-) CMV – CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS.....	0,00
LUCRO BRUTO DAS VENDAS E SERVIÇOS.....	140.688,58
(-) DESPESAS ADMINISTRATIVAS (custo fixo + custo variável)	
Manutenção e Reparos	0,00
Telefone/ internet.....	189,00
Energia Elétrica	1.000,00
Água	500,00
Salários/pro labore	4.000,00
Serviço terceirizado	1.400,00
Contador	200,00
Assinatura TV acabo.....	149,00
Despesas de Aluguel.....	0,00
Impostos.....	1.530,95
Manutenção iluminação.....	0,00
Manutenção da quadra.....	0,00
Material esportivo.....	400,00
Outros.....	300,00
Gráfica.....	250,00
Custo fixo + custo variável (vezes 12 por que DRE é anual)	= 119.038,20
(-) DESPESAS COMERCIAIS.....	
Despesas de Viagem.....	
Comissão sobre Vendas.....	
Descontos Concedidos.....	
Devedores Duvidosos.....	
Juros de Mora Pagos.....	
(-) DESPESAS FINANCEIRAS.....	
Correção Monetária sobre Financiamentos.....	
Juros sobre Financiamentos.....	
Tarifas Bancárias.....	
OUTRAS RECEITAS	
Descontos Recebidos	
Juros de Mora Recebidos	
Aluguéis Recebidos.....	
LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA.....	
Lucro bruto das vendas e serviços – despesas administrativas =	24.438,39

(-) CONTRIBUIÇÃO SOCIAL.....	
(-) IMPOSTO DE RENDA(15%).....	
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	24.436,39

5.10.11 VPL, TIR e PayBack

Para calcular VPL e TIR, foi usado a calculadora HP12, e nela usamos a projeção de fluxo de caixa.

O Payback é o prazo de tempo que o investimento inicial pode ser recuperado, para esse calculo foi usado o valor total do investimento inicial, a soma da Projeção de fluxo de caixa (tabela 19).

Fluxo de caixa médio, para calcular o PayBack

Fórmula:

$$PB = \frac{FC_{\text{médio SAÍDAS}}}{FC_{\text{médio ENTRADAS}}} = \frac{FC_{\text{médio Saídas}}}{\text{Soma } FC_{\text{médio entradas}} / \text{Anos}} = \frac{FC_{\text{médio Saídas}}}{FC_{\text{médio Saídas}}} =$$

$$PB = \frac{546.802,49}{111.317,77 + 198.235,85 + 332.050,69 + 512.761,09 + 693.471,49} = \frac{546,802,49}{1.847.836,89 / 5} = \frac{546,802,49}{369.567,37} = 1,47$$

CALCULANDO A TIR (E O VPL) COM AUXÍLIO DA calculadora HP-12c :

Passo-1 = <f> <CLX>

Passo-2 = 546.802,49 <CHS> <G> <CFo>

Passo-3 = 111.317,77 <G> <CFj>

Passo-4 = 198.235,85 <G> <CFj>

Passo-5 = 332.050,69 <G> <CFj>

Passo-6 = 512.761,09 <G> <CFj>

Passo-7 = 693.471,49 <G> <CFj>

Passo-6 = 5 <i>

Passo-7 = <f> <NPV>

VPL= 991.060,94

Passo-8 = <f> <IRR>

TIR = 41,36%

Ao longo de 5 anos o capital investido é recuperado e remunerado a taxa de 41,36%

6 CONCLUSÃO

Muitos empreendedores estão se conscientizando e estão se qualificando para conseguir a maneira certa de administrar sua empresa. Diante disso cada vez as empresas estão valorizando o plano de negócios.

O objetivo deste plano de negócios era de analisar a viabilidade de implantação de uma quadra *society* no município de Matinhos, através desse trabalho.

A metodologia utilizada foi a quantitativa, dados primários e também de dados secundários através de pesquisas bibliográficas.

Para atingir o objetivo principal, foram definidos objetivos específicos, que era determinar o perfil do público-alvo, identificar os potenciais concorrentes da organização e criar estratégia de marketing para a inclusão da empresa no mercado. Nesse contexto, foram atendidos todos os objetivos, por meio de dados coletados e vários aspectos, mostrando que é viável a implantação de uma quadra *society* no município de Matinhos.

Com relação ao objetivo específico de terminar o público alvo, definiu-se todas e quaisquer classes sociais, faixa etária de 18 a 50 anos para aluguel da quadra, faixa etária de 4 a 14 anos para escolinha de futebol, pessoas que buscam qualidade de vida, exercício físico, condicionamento físico por meio da prática de esportes, e todos aqueles que são apaixonados por futebol.

Para criação de estratégia de marketing, foi priorizada a distribuição de brindes com a logo da empresa, para que assim seja um meio de divulgação do empreendimento, além de agradar os clientes com brindes de fidelização e promoções/sorteios nas redes sociais.

Em relação a preço, foi definido o valor já praticado no mercado pela concorrência. Dessa forma a Golaço Soccer – Quadra Society busca fidelizar clientes oferecendo um serviço de qualidade, com diversificação de horários, atendendo os clientes da melhor maneira.

Na parte financeira do plano de negócios, foram calculados os índices de receitas, balanço patrimonial, VPL, TIR, DRE, *payback*, possibilitando assim

apresentação de futuras projeções de receitas e despesas da empresa. E nesse caso, a viabilidade se torna atraente, mais especificamente na taxa de retorno.

Ao final do nosso projeto, depois de realizarmos análise de ambiente externo e interno, análise de mercado, plano de marketing e vendas, plano operacional, plano financeiro, concluímos que o investimento nesse ramo, nessa área de serviço, é altamente viável.

Assim, conclui-se então que o Plano de negócios é essencial em uma empresa e que os objetivos iniciais do presente estudo foram atingidos, o que foi de muita importância para contribuir com os conhecimentos adquiridos em sala de aula. Enriqueceu não só na forma teórica, mas também na forma prática que o mesmo proporcionou. Podemos chegar aos resultados com mais precisão e segurança, sendo este uma ferramenta de fundamental importância frente ao mercado competitivo para todo e qualquer gestor empreendedor.

REFERÊNCIAS

<http://www.abriesp.com.br/noticias.asp>

<http://portal.fgv.br/>

<http://www.7society.com.br> (Site da Confederação Brasileira de Futebol 7 Society).

<http://www.ibge.gov.br/>(Site do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

<http://videosvba.com.br/> (Site Videos Execuções em Excel – vba) <acesso em 13/05/2017>

BARON, Robert A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Thomson, 2007. 443 p.

BARON, Robert A.; SHANE. Scott A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de Metodologia**. 2. ed. São Paulo: Makron Books, 2000. 122 p.

BRASIL. Portal Brasil. Governo Federal. [Http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/01/indicadores-sugerem-cenario-otimista-para-2017](http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/01/indicadores-sugerem-cenario-otimista-para-2017): Economia e Emprego. 2017. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/01/indicadores-sugerem-cenario-otimista-para-2017>>. Acesso em: 28 abr. 2017

CHIAVENATO, Idalberto. **Treinamento e desenvolvimento de recursos humanos**: como incrementar talentos na empresa. 6. ed São Paulo: Atlas, 2007. 164 p.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de novas empresas: um guia compreensivo para iniciar e tocar seu próprio negócio. São Paulo: Saraiva, 2005. 278 p.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1983. 617 p.

CONFEDERAÇÃO Brasileira de Futebol de Sete Society: 2010. Disponível em: <http://www.cbf7s.com.br/index.asp>
Acesso em: 06/04/2017

CECCONELLO, Antonio Renato; AJZENTAL, Alberto. . **A construção do plano de negócio**: percurso metodológico para: caracterização da oportunidade, estruturação do projeto conceptual, compreensão do contexto, definição do negócio, São Paulo: Saraiva, 2008. 300 p

CHURCHILL, Gilbert A. JR.; PETER, J. Paul. **Marketing: criando valor para os clientes**. 2. Ed. São Paulo : Saraiva, 2005.

CHURCHILL, Gilbert A. JR.; PETER, J. Paul. **Marketing: criando valores para os clientes**. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CUNHA, Cristiano J. C. DE Almeida; FERLA, Luiz Alberto. **Iniciando seu próprio negócio**. 2. Ed. Florianópolis: Instituto de Estudos Avançados, 1997

CECCONELLO, Antonio Renato; AJZENTAL, Alberto. **A construção do plano de negócio: Percurso metodológico para: caracterização da oportunidade, estruturação do projeto conceptual, compreensão do contexto, definição do negocio, desenvolvimento da estratégia, dimensionamento das operações, projeção de resultados, análise de viabilidade**. São Paulo: Saraiva, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. 148 p.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreenda nos Finais de Semana (E Fique Rico)**. Coleção 101 Maneiras. São Paulo: Editora Saraiva, 2010.

DORNELAS, José Carlos Assis; BOAS, Eduardo Villas. **Ganhe Dinheiro na Internet**. Coleção 101 Maneiras. São Paulo: Editora Saraiva, 2010.

DORNELAS. **Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 2. ed. rev. atual Rio de Janeiro: Campus, 2005. 293 p.

DORNELAS. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2001. 299 p.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999. 312 p.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

FIESP. **Cenário econômico 2017: Lenta recuperação após um longo período de recessão**. 2017. Disponível em: <<http://www.fiesp.com.br/indices-pesquisas-e-publicacoes/cenario-economico-2017/>>. Acesso em: 24 maio 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed Porto Alegre: Bookman, 2004. 592 p

HIRICH, Robert D; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 7.ed.. Porto Alegre: Bookmann, 2009. Vi, 662p.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEAPHERD, Dean A.. **Empreendedorismo**. 7. Ed. Porto Alegre: Brookman, 2009.

IBGE. **Pesquisa de Informações Básicas Municipais: Esporte** 2003. 2003. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/municesportes/index.htm>>. Acesso em: 27 maio. 2017.

IBGE. Sinopse por setores. Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopseporsetores/>>. Acesso em 05/04/2017.

IBGE. Cidades@. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: 11/04/2017.

IBOPE (Brasil). **Futebol é a maior paixão dos brasileiros**. 2013. Pesquisa realizada em 2012. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Futebol-e-a-maior-paixao-dos-brasileiros.aspx>>. Acesso em: 30 maio. 2017.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 10. ed São Paulo: Prentice Hall, 2000. 764 p.

KOTLER, Philip. **Princípios de marketing**. 7 ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998. 527 p.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5. ed. São Paulo: Ed. Atlas, 1998. 724 p.

KOTLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 5. ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 1998. 478 p.

KOTLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 7. ed. São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2003.

LONGENECKER, Justin G.; MOORE, Carlos W.; PETTY, J. William. **Administração das pequenas empresas: ênfase na gerência empresarial**. São Paulo: Makron Books, 1997.

PAVANI, C.; DEUTSCHER, J. A.; LOPEZ, S. M. **Plano de negócios: Planejando o sucesso de seu empreendimento**. Rio de Janeiro: Minion, 2000.

POLIZEI, Eder. **Plano de Marketing**. São Paulo: Thomson, 2005.

SALIM, Cesar Simões. **Administração empreendedora: teoria e prática usando estudos de casos**. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2004. 226 p.

SALIM, Cesar Simões. **Construindo planos de negócios: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso**. 2. ed. rev. e atual Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2003. 250 p.

SEBRAE. Estrutura de Plano de Negócios. Disponível em <http://www.sebrae.com.br>, Acesso em 11/04/2017.

PAVANI, C.; DEUTSCHER, J. A.; LOPEZ, S. M. **Plano de negócios**: Planejando o sucesso de seu empreendimento. Rio de Janeiro: Minion, 2000.

ROSSETTO, Prof. Dr. Carlos Ricardo. **Conceitos fundamentais**: planejamento estratégico. Florianópolis, 2008.

MACHLINE, Claude; DIAS, Sergio Roberto. **Gestão de marketing**. São Paulo: Saraiva, 2003. xviii, 539p

ANEXO 1 – QUESTIONÁRIOS APLICADOS

QUESTIONÁRIO QUADRA SOCIETY

- Sexo
 - Feminino
 - Masculino

- Idade:
 - () Até 17 anos
 - () De 18 a 24 anos
 - () De 25 a 35 anos
 - () De 36 a 50 anos
 - () A partir de 51 anos

- Qual bairro você mora?
 - () Bom Retiro () Centro () Tabuleiro () Rivieira I () Rivieira II () Baln. Flamingo () Sertãozinho
 - () OUTROS: QUAL?

- Quais os motivos que o levam a praticar atividades físicas? Assinale apenas uma opção.
 - Indicação/recomendação médica
 - Condicionamento físico
 - Perda de peso Praticar de esporte
 - outros: _____

- Você frequenta quadra society? Se sim, há quanto tempo frequenta?
 - menos de três meses
 - entre 3 e 6 meses
 - mais de seis meses
 - entre 8 e 12 meses
 - mais de um ano/12 meses
 - outros – qual? _____

- Qual a empresa de locação de quadra que você considera a melhor?
 - () Expobol () Quadra do Gaucho () Escolinha do Paraná () Birutas

- Qual o tempo ou a distância máxima que você se deslocaria de casa ou do trabalho para jogar futebol?
 - () 1km () 2km () 4km () máximo 10 km

- Qual o valor médio que você gasta por jogo, considerando o aluguel da quadra e serviços adicionais, como bar e estacionamento?

() R\$ 20,00 () R\$30,00 () R\$40,00 () R\$50,00 () MÁXIMO R\$100,00

- Indique com um X, os principais motivos que o(a) levam à escolha de uma quadra society.

<input type="checkbox"/>	Preço
<input type="checkbox"/>	Qualidade
<input type="checkbox"/>	Instalações
<input type="checkbox"/>	Localização
<input type="checkbox"/>	Horários
<input type="checkbox"/>	Estacionamento
<input type="checkbox"/>	Frequentado por conhecidos
<input type="checkbox"/>	Outro (indique qual)

- Gostaria de conhecer a sua opinião em relação aos seguintes itens do Society que você frequenta:

	Muito Ruim	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo
Atendimento					
Simpatia					
Tempo de espera					
Informações fornecidas					
Resolução de problemas					
Instalações					
Higiene					
Ventilação/Temperatura					
Equipamento					
Quadra					
Gestão/Serviços					
Horário de abertura					
Horário de fecha					
Diversidade					
Sistema livre trânsito					
Relação Preço/Qualidade					
Lanchonete/Bar					

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ – SETOR LITORAL
CURSO: Gestão e Empreendedorismo
Karen Christiny de Sales
Alisson Fernando Natel

QUESTIONÁRIO REFERENTE AO TCC: Plano de Negócios: Viabilidade de
implantação de uma Quadra Society no Município de Matinhos – PR

1) IDADE:

- () DE 16 A 18 ANOS () DE 19 A 21 ANOS () DE 22 A 25 ANOS
() DE 26 A 30 ANOS () MAIS DE 31 ANOS.

2) EM QUAL CURSO VOCÊ ESTÁ MATRICULADO?

- () LICENCIATURA EM EDUCAÇÃO FÍSICA
() GESTÃO DESPORTIVA E DO LAZER
() OUTROS. QUAL? _____

3) SEXO

- () FEMININO () MASCULINO

4) COMO VOCÊ AVALIA O ENSINO DE FUTEBOL PARA AS CRIANÇAS NA
CIDADE DE MATINHOS?

Muito Ruim	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo

5) VOCÊ JÁ TRABALHOU COM CRIANÇAS?

- () SIM () NÃO

6) EM CASO AFIRMATIVO, JÁ TRABALHOU OU TRABALHA COM FUTEBOL
PARA CRIANÇAS?

ONDE?

7) SE NÃO, VOCÊ GOSTARIA DE TRABALHAR COMO PROFESSOR DE
FUTEBOL SOCIETY PARA CRIANÇAS?

- () SIM
() NÃO. POR QUE? _____

8) CASO SUA RESPOSTA SEJA SIM, VOCÊ ALUGARIA OU FARIA UMA
PARCERIA COM QUADRA SOCIETY PARA DAR AULAS PARA CRIANÇAS?

- () SIM () NÃO () TALVEZ

ANEXO 2: TOTAL GRASS – ORÇAMENTO FORNECEDOR DA GRAMA, TRAVE, ALAMBRADO E ETC, PARA A QUADRA SOCIETY

TOTAL GRASS
Aumentar zoom (Ctrl+Mais)

Bragança Paulista, 15 de Outubro de 2016.

Cliente: **Karen Amorim dos Santos**
 Fone: **(41) 9793.0953**
 Email: ksaren.salles01@gmail.com
 Cidade: **Matinhos/PR**

A **TOTAL GRASS** é uma construtora especializada em pisos esportivos, atuamos há 15 anos no mercado nacional, sempre inovando e trazendo o que há de melhor.



Todos nossos modelos são importados do maior fabricante do mundo a **CCGRASS**, com tecnologias de ponta e certificadas **FIFA QUALITY** E **FIFA QUALITY PRO**.

Hoje nosso Grupo conta com mais de **60 funcionários**, **50.000 m² de gramas sintéticas em estoque**, afiliados a **ABRIESP** (Associação Brasileira do Esporte), Certificação **ISO 9001**, e somos a primeira empresa a certificar um campo **QUALITY PRO** no **BRASIL** a "**Cidade dos Esportes**" em **Bragança Paulista SP**.






CARACTERÍSTICAS DO ORÇAMENTO:

Conforme solicitado, estamos enviando orçamento completo para a montagem de um campo em grama sintética medindo **28 x 48**, ou seja, **1.344 m²** de área total.

www.TOTALGRASS.COM.BR

+55 11 4103 2206 - +55 11 4102 6858 - VENDAS@TOTALGRASS.COM.BR

PAR DE TRAVES COM REDES:

Confecção de um par de traves de futebol com tubos de 3" e 2" medindo 5,00 x 2,20 x 0,90 estilo México pintada na cor branca incluindo rede de polietileno fio 4 mm,

Valor: R\$ 2.100,00 a vista.



www.TOTALGRASS.COM.BR

+55 11 4033 3206 +55 11 4032 5658

✉ VENDAS@TOTALGRASS.COM.BR

A) ALAMBRADO COMPLETO COM FECHAMENTO TOTAL EM TUBOS:

Alambrados com 7 (sete) metros de altura, com tubos de 2.5" e 2" em chapas galvanizadas, sendo 6 (seis) torres de iluminação, 4 (quatro) mãos francesas (duas em cada fundo), restante da estrutura montados na vertical e fechamento na horizontal divididas em 3 (três) partes, inferior, meio e superior, onde será fixada tela arame fio 12 na malha 3" revestida em PVC, sendo 7 (sete metros) nos fundos e 2 (dois) metros nas laterais, restante fechamento com rede de nylon fio 5 mm, na malha 15, sendo 5 (cinco) metros nas laterais, esticados com cabos de aço, incluindo rede de cobertura fio 2 mm malha 15 incluindo até dois portões de acesso.

Medida: 1064 m²;

Valor m²: R\$ 48,50;

Valor Total: R\$ 51.604,00 a vista.

**B) ALAMBRADO COMPLETO COM FECHAMENTO PARCIAL EM TUBOS:**

Alambrados com 7 (sete) metros de altura, com tubos de 2.5" e 2" em chapas galvanizadas, sendo 6 (seis) torres de iluminação, 4 (quatro) mãos francesas (duas em cada fundo), restante da estrutura montados na vertical e fechamento na horizontal, divididas em 2 (duas), inferior e meio, onde será fixada tela arame fio 12 na malha 3" revestida em PVC, sendo 7 (sete metros) nos fundos e 2 (dois) metros nas laterais, restante fechamento com rede de nylon fio 5 mm, na malha 15, sendo 5 (cinco) metros nas laterais, esticados com cabos de aço, incluindo rede de cobertura fio 2 mm malha 15 e portão de acesso.

Medida: 1064 m²;

Valor m²: R\$ 44,90;

Valor Total: R\$ 47.773,60 a vista.



TOTAL GRASS FIBRILADA IMPORTADA 40 mm BASE DUPLA


Produto: Importado 100% PE (Polietileno)

Fio: 40 mm Fibrilado

Fabricante: CCGRASS (Co-Creation Grass)

Proteções: 100% UV Stablized PP + Polyester Fiber + Mesh Scrim inlay

Normas: FIFA Quality Concept, ASTM, EN, DIN, Trace, SGS

Decitex dos fios: 8.800

Galgas: 5/8

Agulhadas: 14 a cada 10 cm

Base: Dupla com látex especial verde

Largura dos rolos: 3,75 m

Comprimento dos rolos: conforme o campo

Preenchimento: Lastro de areia classificada a grânulos de borracha SBR 0.8 a 2.0 mm preta.

Garantia do produto: 4 anos

Medida: 1344 m²;

Valor m²: R\$ 63,90;

Valor total: R\$ 85.881,60 a vista.

Itens inclusos:

Mão de obra para a instalação;

Grama sintética verde e branca;

Cola Bi Componente, tape branco e 8 kg/m² de grânulos de borracha.

www.TOTALGRASS.COM.BR

+55 11 4033 3206 +55 11 4032 5658 | VENDAS@TOTALGRASS.COM.BR

CONJUNTOS DE ILUMINAÇÃO:

Fornecimento e instalação de 24 conjuntos de iluminação compostos de refletores em alumínio, reatores Intral e lâmpadas Osram de vapor metálico 400 wts de alto fator lumínico, com 8 metros de altura acoplada ao alambrado.

Conjuntos: 24;

Valor Unitário: R\$ 340,00 - Vapor Metálico

Valor Unitário: R\$ 640,00 - LED

