

CENTRO UNIVERSITÁRIO DOUTOR LEÃO SAMPAIO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

ALINE FREIRE SEVERO

IMPLANTAÇÃO DE NEGÓCIO NA ÁREA ESPORTIVA

Juazeiro do Norte-CE
2018

ALINE FREIRE SEVERO

IMPLANTAÇÃO DE NEGÓCIO NA ÁREA ESPORTIVA

Trabalho de Conclusão de Curso – Plano de Negócio, apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio, em cumprimento às exigências para a obtenção do grau de Bacharel.

Orientador: Prof. Esp. Antônio Raniel Silva Lima.

IMPLANTAÇÃO DE NEGÓCIO NA ÁREA ESPORTIVA

Este exemplar corresponde à redação final aprovada do Trabalho de Conclusão de Curso de ALINE FREIRE SEVERO.

Data da Apresentação ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Assinatura: _____
Orientador: PROF. ESP. ANTÔNIO RANIEL SILVA LIMA

Assinatura: _____
Membro: PROF. MSc. JOSÉ EDUARDO DE CARVALHO LIMA

Assinatura: _____
Membro: PROF. MSc. MANOEL LEAL COSTA NETO

Juazeiro do Norte-CE
2018

IMPLANTAÇÃO DE NEGÓCIO NA ÁREA ESPORTIVA

Aline Freire Severo¹
Antônio Raniel Silva Lima²

RESUMO

O presente trabalho visa propor a implantação de um negócio na área de vestuário e equipamentos esportivos na cidade de Barbalha-CE, foi observado a oportunidade em um mercado promissor caracterizado pela exigência dos consumidores e pela busca de uma melhor qualidade de vida. Notou-se que há uma demanda crescente de adeptos a prática de algum esporte ou atividade física e uma baixa quantidade de empreendimentos que fornecem tais produtos. Foi elaborado um plano de negócios para criação de uma empresa no ramo de produtos esportivos, levando em consideração um estudo de mercado que deverá apontar os riscos e oportunidades na criação da mesma. Foi realizada uma pesquisa exploratória de punho quantitativo com a elaboração de um questionário, conforme o nosso público alvo que é de 18 a 50 anos, que gerou um total de 100 questionários respondidos e posteriormente analisados. Desta forma, foi identificado resultados que inviabilizam a implementação da mesma, através de um estudo com fornecedores e possíveis clientes, calculando os custos e constatando que a lucratividade é baixa para uma loja física, no entanto é bastante atraente para uma loja virtual.

Palavras Chave: Plano de negócio. Atividade física. Qualidade de vida.

ABSTRACT

This paper aims to propose the implementation of a business in the area of clothing and sports equipment in the city of Barbalha-CE, was observed the opportunity in a promising market characterized by the demand of consumers and the search for a better quality of life. It has been noted that there is a growing demand of adepts to practice some sport or physical activity and a low amount of ventures that provide such products. A business plan was created to create a company in the field of sports products, taking into consideration a market study that should point out the risks and opportunities in the creation of the same. An exploratory questionnaire was carried out with a questionnaire, according to our target audience that is 18 to 50 years old, which generated a total of 100 questionnaires answered and later analyzed. In this way, we have identified results that make it impossible to implement it, through a study with suppliers and possible customers, calculating the costs and finding that the profitability is low for a physical store, however it is quite attractive for a virtual store.

Keywords: Business plan. Physical activity. Quality of life.

¹ Graduando em administração, Centro Universitário Doutor Leão Sampaio, Juazeiro do Norte, Ceará, alynnefreires@hotmail.com

² Professor orientador, Centro Universitário Doutor Leão Sampaio, Juazeiro do Norte, Ceará, raniel@leaosampaio.edu.br

LISTA DE QUADROS

01 Sexo.....	15
02 Idade.....	15
03 Índice de Prática de Esporte.....	15
04 Grau de Satisfação dos Produtos.....	21
05 Descrição de Cargos e Funcionários.....	23
06 Análise dos Concorrentes.....	27
07 Análise dos Fornecedores.....	28
08 Mix de Produtos.....	29
09 descrever os Principais Produtos Comercializados.....	33
10 A – Máquinas e Equipamentos.....	36
11 B – Móveis e Utensílios.....	37
12 A – Estimativa de Estoque Inicial (Mensal).....	37
13 Contas a Receber.....	38
14 Fornecedores.....	40
15 Necessidade Líquida	40
16 B - Caixa Mínimo.....	41
17 Investimento Pré-Operacional.....	41
18 Despesas de Legalização.....	41
19 Estimativa de Receita.....	42
20 Estudo de Viabilidade.....	44
21 Custos e Despesas Fixos.....	45
22 Custos e Despesas Variáveis.....	45
23 Custo com Depreciação.....	46
24 DRE.....	48
25 Matriz SWOT.....	50

LISTA DE GRÁFICOS

01 Índice de Prática de Esporte.....	16
02 Frequência de Prática Esportiva.....	16
03 Onde Busca Informações.....	17
04 Meios Por Onde Compra.....	18
05 Compra de Produtos.....	18
06 Marcas Mais Consumidas.....	19

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	10
2.1 planejamento estratégico	10
2.2 empreendedorismo.....	11
2.3. negócios na área esportiva.....	12
3 MÉTODO	13
3.1 classificação da pesquisa	13
3.2 coleta de dados.....	14
3.2.1 definição da área, população e amostragem	14
3.3 análise e interpretação de dados	14
4 SUMÁRIO EXECUTIVO	22
4.1 O Negócio.....	22
4.1.1 Descrição do negócio.....	22
4.1.1.1 Estrutura legal.....	22
4.1.1.2 Estrutura funcional e organizacional	22
4.1.1.3 Missão.....	26
4.1.1.4 Visão.....	26
4.1.1.5 Planejamento de Marketing e Venda	26
4.1.1.6 Mercado de Consumidor	26
4.1.1.7 Mercado Competidor.....	26
4.1.1.8 Mercado Fornecedor.....	28
4.2.1 Estratégias de Marketing	31
4.3 Produto.....	33
4.3.1 Preço	34
4.3.1.1 Prazo para Pagamento	34
4.3.1.2 Políticas de Desconto.....	34
4.3.1.3 Condições de pagamento	35
4.3.2 Praça	35
4.3.2.1 Localização do negócio	35
4.3.3 Promoção.....	35
5 PLANO FINANCEIRO	36
5.1 Fontes de recursos financeiros.....	36
5.2 Investimentos financeiros iniciais necessários	36

5.3 Orçamento das operações	41
5.4 Estimativa de receitas	42
5.5 Custos e despesas fixos.....	45
5.6 Custos e despesas variáveis	45
5.7 Estimativa de custo com depreciação	46
5.8 Resultados Operacionais.....	48
5.9 Demonstração do Resultado do Exercício (D.R.E)	48
5.9.1 Ponto de equilíbrio.....	48
5.9.2 Lucratividade	48
5.9.3 Rentabilidade	49
5.9.4 Prazo de retorno do investimento	49
6 ANÁLISE DO CENÁRIO	50
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
REFERÊNCIAS.....	51

1 INTRODUÇÃO

Cada vez mais o ambiente empresarial torna-se competitivo e dinâmico em um mundo globalizado, e o mercado passa a ser sobre tudo exigido com fundamentos na qualidade e satisfação dos clientes. A prática empreendedora requer por trás de tudo um alto planejamento. Um mercado promissor caracterizado pela exigência dos consumidores, no ramo esportivo não é diferente, além da grande influência nas diversas modalidades.

É de suma importância fazer um planejamento do negócio onde se pretende inserir, uma avaliação nas tomadas de decisões antes de toda ação, é preciso refletir e criar expectativas que proporcione resultados positivos.

Segundo IBGE (2015) a busca por uma melhor qualidade de vida tem gerado em escala mundial a abertura de novos mercados correlatos ao mundo fitness, a perspectiva do cenário econômico é favorável, visto que atualmente estima-se que 61,3 milhões de pessoas de 15 anos ou mais praticam alguma atividade esportiva ou algum exercício físico, no geral entre 10 pessoas, 4 praticam alguma atividade física.

A área de negócios esportivos é formada por uma infinidade de segmentos empresariais que são capazes de tornar pequenas empresas em grandes no ramo do empreendedorismo mundial.

Para implementação de uma empresa no ramo varejista, que vende vestuário e equipamentos esportivos, se faz necessário um planejamento estratégico acerca da possibilidade da abertura desta empresa. Visto que hoje as pessoas buscam uma melhor qualidade de vida, um conforto maior junto com uma satisfação pessoal. Para tal, se faz necessário descobrir se é viável a abertura de uma loja de artigos esportivos na cidade de Barbalha – CE.

Possui como objetivo geral elaborar um plano de negócio para criação de uma empresa no ramo de produtos esportivos, levando em consideração um estudo de mercado que deverá apontar os riscos e oportunidades na criação da mesma, e como objetivos específicos organizar de forma estruturada informações e dados estatísticos para descobrir se é viável a abertura da empresa, compreender como funciona o mercado de vestuário e acessórios esportivos na cidade de Barbalha – CE e verificar a possibilidade da abertura da empresa na cidade, além de desenvolver um Plano de Negócios para abertura do empreendimento.

A prática esportiva está presente em boa parte da população brasileira, cumprindo um importante papel, tanto para a saúde quando para o bem-estar. Para tanto essas pessoas necessitam de um maior conforto e segurança na hora de se vestir, considerando que é de

suma importância o tipo de vestuário e equipamentos esportivos utilizados para a obtenção dos resultados esperados, tendo em vista esses aspectos à abertura desse negócio irá contribuir para uma grande parte da população barbalhense, devido ao crescimento no número de academias de ginástica e musculação, e do crescimento de adeptos a caminhada e corrida. Procurando trabalhar com um mix variado de produtos para melhor atender as necessidades dos clientes, sabendo da grande demanda de pessoas nessa prática a qual já faz parte do dia-dia da população. Entre as atividades do comércio, a loja de moda esportiva se apresenta como um mercado promissor diante de um elevado potencial de crescimento, uma das razões é a grande adesão da população brasileira a prática esportiva.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Oliveira (2014 p.4) apresenta um conceito da palavra estratégia que significa, literalmente, a arte do general; deriva da palavra grega *strategos*, que significa, estritamente, general. Estratégia, na Grécia antiga, significava tudo o que o general faz... antes de Napoleão, estratégia significava a arte e a ciência de conduzir forças militares para derrotar o inimigo ou abrandar os resultados da derrota. Na época de Napoleão, a palavra estratégia estendeu-se aos movimentos políticos e econômicos, visando a melhores mudanças para a vitória militar.

Faz-se necessário ter todo um roteiro pré-estabelecido de como se dará o planejamento, que é o ponto de partida para iniciar as estratégias empresarias, deve ser algo concreto, que realmente exista e que irá dar suporte a toda sua análise, PEREIRA (2010 p.44) diz que a palavra “Planejamento” lembra pensar, criar, moldar ou mesmo tentar controlar o futuro da organização dentro de um horizonte estratégico. Podemos dizer que Planejamento pode ser o processo formalizado para gerar resultados a partir de um sistema integrado de decisões.

Planejamento Estratégico é uma técnica administrativa que procura ordenar as ideias das pessoas, de forma que se possa criar uma visão do caminho que se deve seguir (estratégia). Depois de ordenar as ideias, são ordenadas as ações, que é a implementação do Plano Estratégico, para que, sem desperdício de esforços, caminhe na direção pretendida (ALMEIDA, 2010).

Segundo Almeida (2010 p.6). As técnicas de Planejamento Estratégico não vão indicar

um milagre, mas apenas mostrar como estruturar as ações, para que sejam dirigidas para o resultado. Observa-se que o Planejamento Estratégico não irá indicar como administrar o dia a dia do trabalho, mas ajudará o profissional a organizar suas ideias e a redirecionar suas atividades.

Segundo Pereira (2010 p.52) O Planejamento Estratégico está ligado ao nível de decisão mais alto da organização. No nível médio, são apresentados os Planejamentos Táticos (Planejamento Tático de Marketing, Planejamento Tático Financeiro, Planejamento Tático de Recursos Humanos e Planejamento Tático de Produção ou Serviços).

Atualmente pelo nível de competitividade entre as empresas, a disputa pelo mercado fica cada vez mais acirrada, provocado, principalmente, pela globalização, pela forte evolução tecnológica e pelo maior nível de exigência dos clientes, tem levado à intensificação e à maior qualidade no uso de estratégias pelas empresas (OLIVEIRA, 2014).

A economia atual pede organizações que funcionem como times de futebol e empreendedores que saibam correr riscos, planejem muito, adorem o seu negócio e vendam conhecimento, ele tem que analisar tendências e saber onde deseja chegar e como agir para conseguir realizar seus objetivos.

2.2 EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo vem do termo francês Entrepreneur, que no século XVII indicava o indivíduo que empreendia por conta própria assumindo todos os riscos. Ou, ainda, como aquele que se lançava à realização de algo. De forma geral a expressão entrepreneur estava associada às pessoas que tinham a iniciativa de encontrar formas criativas de realizar suas atividades e que impactavam a sociedade. De modo geral, é possível associar o ato de empreender a uma atividade de mudança, que é estimulada pelo instinto de curiosidade e descontentamento. Essa ação é resultado da atividade humana sobre a realidade imediata, alterando sua natureza e explorando essa situação como uma oportunidade. Portanto, é possível afirmar que empreender é uma característica de todo ser humano. (PATRÍCIO, 2016)

Para HASHIMOTO (2013 p. 4) A escola da Administração sugere que o empreendedor é uma pessoa que organiza e administra um negócio, assume os riscos de prejuízo e o lucro inerentes a ele, planejando, supervisionando, controlando e direcionando o empreendimento. A importância do Plano de Negócios, como instrumento de planejamento e estruturação de ideias, nasce desta escola.

Segundo PATRÍCIO (2016 p.12) para definir o que é empreender não basta consultar o

dicionário. É fundamental ampliar nossa visão, para assim observar a vida humana. Ao fazermos isso, conseguiremos identificar os elementos que não estão explícitos nas definições tradicionais. A ação, motivada pela curiosidade, nos impulsiona a sair da zona de conforto e chegar a um determinado conhecimento. A geração desse conhecimento acontece quando saímos do que é seguro e nos jogamos em busca do desconhecido. Com certeza, os grandes navegadores que se arrojavam ao mar tinham medo, pois estavam em verdadeiras caixas de fósforos em busca do desconhecido, mas só pela experiência o aprendizado pode ser consolidado e os objetivos, atingidos.

A estruturação de um novo empreendimento deve partir da organização de ideias, estratégias e atitudes. O plano de negócios exerce a função de peça fundamental na gestão de forma que, partir do plano, o gestor tem a capacidade de medir incertezas e riscos que poderá enfrentar, irá fazer previsões de modo a identificar as melhores oportunidades e saber como aproveitá-las.

2.3. NEGÓCIOS NA ÁREA ESPORTIVA

Dizem que o Brasil é o país do futebol. Há quem diga que esta afirmação está correta, mas não completa. Hoje ficaria melhor, se escrita assim: o Brasil é o país do futebol, do vôlei, da ginástica, do tênis, do automobilismo e de tantos outros esportes, com atletas e times campeões do mundo. Estamos nos dando conta de que o esporte faz parte de nossas vidas, e sua prática torna-se sinônimo de saúde e qualidade de vida (BOTELHO; MONTEIRO; VALLS, 2007).

Segundo o SEBRAE (2015) A preocupação com o corpo impulsiona o mercado fitness. Academia, personal trainer e nutrição esportiva são segmentos com potencial. O empresário pode apostar e investir no setor de vestuário específico para a prática de exercícios e acompanhar esse movimento. O Brasil é um dos países com mais academias no mundo, reflexo do comportamento do seu povo, que se preocupa em adotar hábitos mais saudáveis. O mercado de saúde é promissor para a moda fitness. As pessoas gastam para ter um estilo de vida mais saudável. É importante que o negócio de vestuário acompanhe o crescimento das modalidades esportivas.

Pesquisa realizada em 2007, pela Associação Brasileira da Indústria do Esporte indicou que o mercado de artigos esportivos movimenta cerca de 2% do PIB. Só o mercado de confecção de roupas para ginástica movimenta U\$ 360 milhões por ano, o que corresponde a

aproximadamente 2% do faturamento global do setor de vestuário, de acordo com a Associação Brasileira de Vestuário – Abravest. Pesquisa realizada pelo IBOPE revela que 1,3% da população brasileira pratica atividades físicas na modalidade indoor (SEBRAE, 2018).

3 MÉTODO

3.1 Classificação da pesquisa

Como ponto de partida foi realizada uma pesquisa exploratória de punho quantitativo onde representa a intenção de garantir a precisão dos resultados, para (MINAYO, 2008) os métodos quantitativos têm o objetivo de mostrar dados, indicadores e tendências observáveis, ou produzir modelos teóricos abstratos com elevada aplicabilidade prática. Suas investigações evidenciam a regularidade dos fenômenos.

Foi realizada uma análise SWOT, que segundo (ALVES et al, 2007) em razão da necessidade de verificação da situação da empresa em seu ramo de atuação, assim como, do entendimento da razão de sua posição, pontos fracos e fortes a serem visualizados, ameaças e oportunidades que devem ser levantadas, é que surgem ferramentas gerenciais de análise capazes de caracterizar a estrutura competitiva de uma organização.

Nesse contexto parte do ponto que será realizado um levantamento de público alvo no centro da cidade de Barbalha-CE, através de um questionário a ser respondido com um total de dez perguntas, conforme o nosso público alvo que é de 18 a 50 anos, gerando um total de 100 questionários.

Contudo a pesquisa foi aplicada em meados de agosto de 2018, conforme o nosso público alvo que é de 18 a 50 anos, com um total de 100 questionários a serem respondidos, para posteriormente serem coletados e analisados, com o objetivo de descobrir se há provável demanda para o negócio.

Para a coleta de dados, foi feito um levantamento seguindo as respostas dos questionários, onde que Segundo Andrade et al (2009, p. 132/133), Instrumentos de pesquisa são os meios através dos quais se aplicam as técnicas selecionadas. Se uma pesquisa vai fundamentar a coleta de dados nas entrevistas, torna-se necessário pesquisar o assunto, para depois elaborar o roteiro ou formulário. Evidentemente, os instrumentos de uma pesquisa são exclusivos dela, pois atendem às necessidades daquele caso particular. A cada pesquisa que se pretende realizar procede-se à construção dos instrumentos adequados, com objetivo de obtenção de

dados que possibilite uma base sólida que disponibilize informações recentes para descobrir a viabilidade do negócio, com o auxílio de 110 folhas A4, 2 canetas esferográficas de cor azul, além de planilhas do Excel para tabulação destes dados.

Para dar sequência com os dados encontrados por meio da pesquisa de mercado foi feito um procedimento de análise de dados que Segundo Teixeira (2003, p. 191) A análise de dados configura-se numa fase importante no empreendimento de investigações nas Ciências Sociais Aplicadas, sobretudo no campo dos estudos em Desenvolvimento, Gestão e Organizações.

Após a aplicação de todos os 100 questionários, os mesmos serão recolhidos para posteriormente serem analisados com o auxílio de métodos estatísticos a fim de alcançar os objetivos estabelecidos. Por fim foi realizada uma análise de viabilidade para verificar a possibilidade de abertura do negócio, visando os aspectos econômicos da população, identificando os ricos e consequências do mercado, buscando assim meios que tragam benefícios para o negócio.

3.2 Coleta de dados

É um dos principais fatores a serem feitos, onde a partir da mesma que irá tornar possível obter informações a respeito da área que pretende se inserir, uma média de demanda que seu empreendimento terá, para poder analisar uma possível viabilidade. Para tanto, foi necessário fazer uma análise bibliográfica em meios como livros, revistas, sites e artigos, assim como realizar uma pesquisa de mercado, com objetivo de fazer um levantamento de demanda.

3.2.1 Definição da área, população e amostragem

A área de abrangência será em toda a Cidade de Barbalha - Ceará, com um total de 100 questionários respondidos, todos potenciais clientes e que possuem características próprias de consumo de vestuário e acessórios esportivos.

3.3 Análise e interpretação de dados

A pesquisa foi realizada na cidade de Barbalha-CE, onde se situa o público-alvo. A referida cidade possui uma população estimada em 2018 de 60.155 habitantes, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2018). Com o intuito de coletar dados e

transforma-los em informações sobre a viabilidade de implantar o negócio foi aplicado um questionário a 100 pessoas, localizados na referida cidade.

A partir do questionário realizado, foi possível identificar:

Quadro 1: Sexo.

Resposta	Percentual
Masculino	51%
Feminino	49%

Fonte: Dados da Pesquisa 2018.

Com estes dados, identificamos que há uma igualdade de gêneros que buscam a prática esportiva, ressaltando que nossa loja estará preparada para atender esse público da melhor maneira possível.

Quadro 2: Idade.

Resposta	Percentual
De 18 a 25	71%
De 26 a 35	21
De 36 a 40	6%
Acima de 40 anos	2%

Fonte: Dados da Pesquisa 2018.

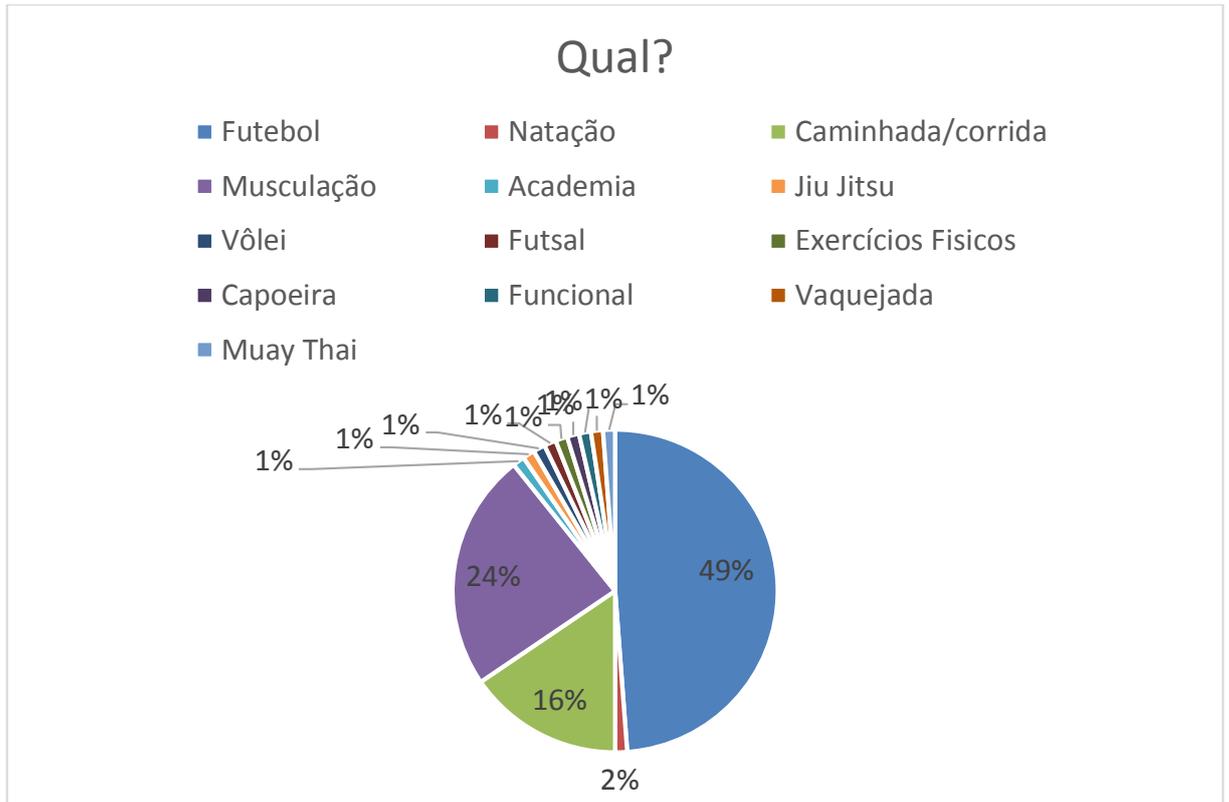
O quadro 2 nos mostra que nossa demanda é relativamente do público entre 18 a 25 anos onde 71% das respostas eram deste perfil, público este que está mais exigente a cada dia, fazendo com que nosso trabalho se reinvente a cada dia, oferecendo produtos novos, lançamentos de mercado, afim de captar novos clientes.

Quadro 3: Índice de Prática de esporte.

Resposta	Nível de Satisfação
Sim	84%
Não	16%

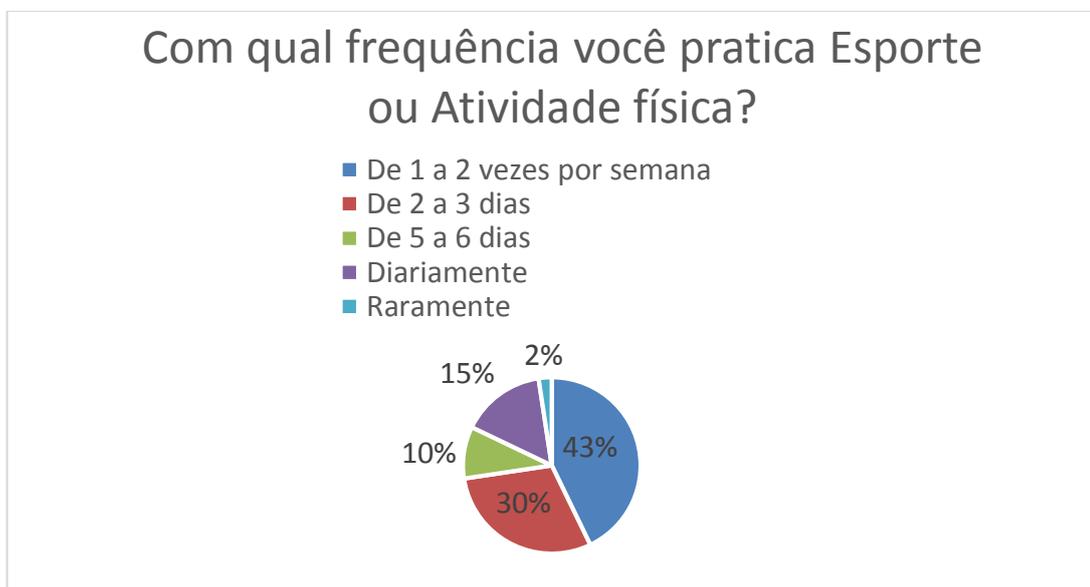
Fonte: Dados da Pesquisa 2018.

Analisando o quadro 1, foi possível identificar que 84% das pessoas que responderam o questionário pratica algum tipo de esporte, 16% não praticam, porém ainda podem ser potenciais clientes, devemos trabalhar para fazer com que cada vez mais entrem novos adeptos na prática esportiva, pois em um mundo tão caótico é de suma importância ter um lazer, e o exercício físico e a prática esportiva oferecem esse bem-estar, e claro uma melhor qualidade de vida.

Gráfico 1: Índice de Prática de esporte.

Fonte: Dados da Pesquisa 2018.

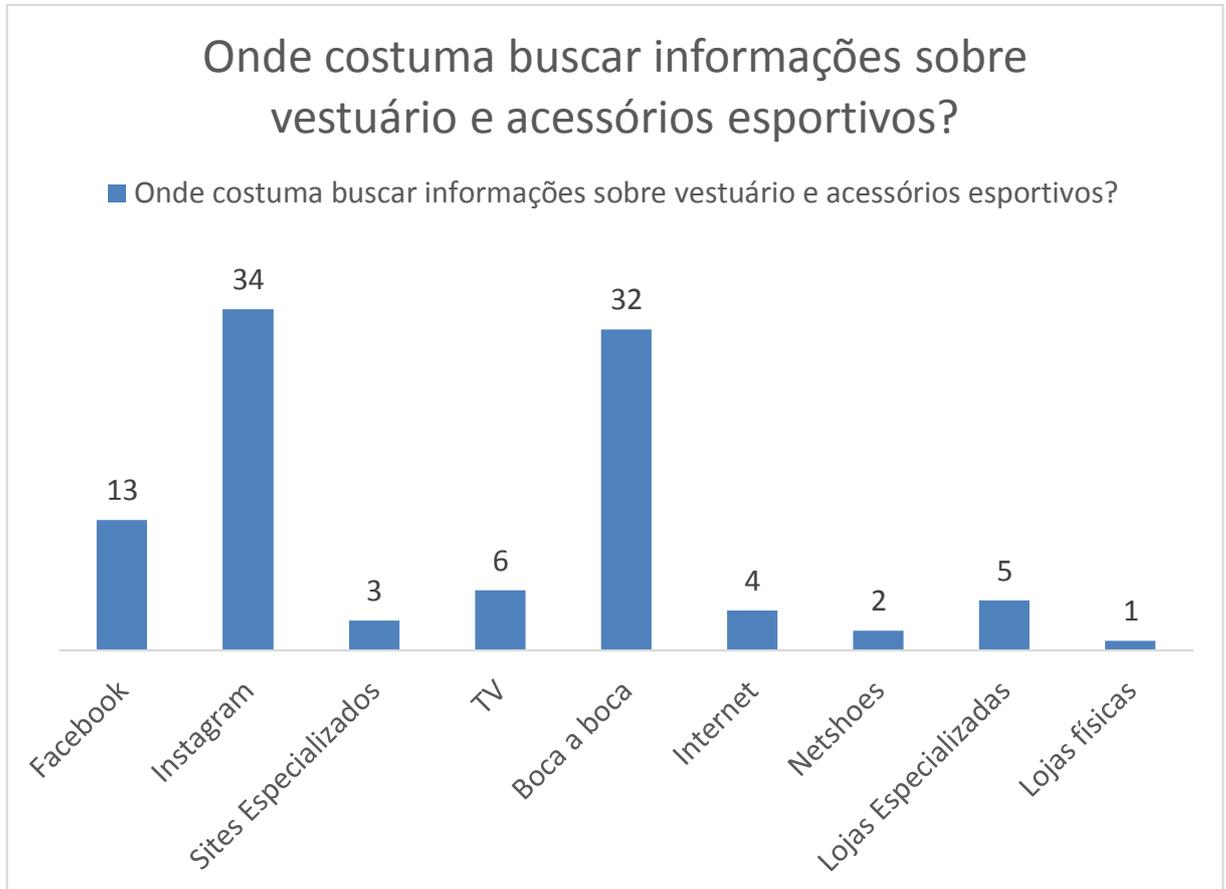
A partir destes dados foi possível identificar que a maior prática esportiva na cidade de Barbalha-Ce é futebol com 49%, Musculação com 24% e caminhada/corrida com 16%, as demais tiveram apenas 1 resposta para cada, isso nos proporciona analisar que nosso foco principal será nesses 3 esportes, lógico sem esquecer os outros.

Gráfico 2: Frequência de prática esportiva.

Fonte: Dados da Pesquisa 2018.

A partir desta análise, concluímos que a prática esportiva ou atividade física está em alta no mercado, proporcionando uma ótima oportunidade de negócio, fazendo com que nosso negócio seja uma solução para uma demanda em crescimento.

Gráfico 3: Onde busca Informações.



Fonte: Dados da Pesquisa 2018.

A partir destes dados, concluímos que a internet é um aliado muito importante na captação de novos clientes, principalmente usar adequadamente as mídias sociais como: Instagram e Facebook, pois a soma destas duas redes sociais já tem 47% do total de respostas, ou seja quase metade dos entrevistados se utilizam destas ferramentas para procurar informações a respeito dos produtos em questão.

Gráfico 4: Meios por onde compra.

Fonte: Dados da Pesquisa 2018.

É notório que a internet é o mais usado dos meios para comprar algum produto com 61 das 100 respostas, nos utilizaremos dela para captar novos clientes, como forma de divulgação dos nossos produtos, forma de entrar em contato com os clientes, em seguida vem lojas especializadas na área com 35 respostas, ou seja teremos uma loja especializada na área e que usará constantemente a internet como ferramenta de ajuda e marketing.

Gráfico 5: Compra de produtos.

Fonte: Dados da Pesquisa 2018.

A partir desta análise, concluímos que 53% dos entrevistados compram calçados, 34 % compram vestuário e 11% compram algum acessório, teremos todos os 3 itens em nossa loja, abrangendo toda a área de moda esportiva e acessórios para praticar atividade física, tentando ao máximo deixar nossos clientes satisfeitos.

Gráfico 6: Marcas mais consumidas.



Fonte: Dados da Pesquisa 2018.

Com estes dados, percebemos que as marcas mais famosas foram Nike, Olympikus e Adidas se sobressaem com relação as outras com a margem de 35%, 23% e 22% respectivamente, totalizando 80% do total de respostas, estas marcas serão o carro chefe da loja, porém não deixaremos de vender as outras, pois mesmo que não sejam tão conhecidas mais possuem demanda.

Quadro 4: Grau de Satisfação com os produtos.

Resposta	Nível de Satisfação
Regular	7%
Bom	40%
Ótimo	39%
Excelente	14%

Fonte: Dados da Pesquisa 2018.

Com relação aos dados acima, percebemos que o grau de satisfação com os produtos comprados em média ótimo, por isso iremos ter como produtos mais rentáveis os de marca como Nike e Adidas, que possuem nome forte no mercado e fornecem mais demanda.



PLANO DE NEGÓCIO

ARENA ESPORTES

Razão Social: Arena Esportes Moda e Acessórios Esportivos Ltda

ALINE FREIRE SEVERO CPF: 114.401.894-39

ALISSON DA CRUZ SOUZA CPF: 057.685.523-59

Rua José Ilanio, 631 Bairro Nossa Senhora de Fátima, Barbalha – CE

e-mail: alynnefreires@hotmail.com (87) 99630-4069

e-mail: alissonsouza0427@gmail.com (88) 98130-5543

www.arenaesportes.com.br

4. SUMÁRIO EXECUTIVO

O presente plano de negócio apresenta informações para viabilidade de abertura de uma loja de acessórios esportivos na cidade de Barbalha-Ce. Na elaboração do mesmo abordamos os principais aspectos tais como: plano operacional, financeiro e marketing, também como uma pesquisa de mercado, para uma visão mais ampla do negócio.

Observamos então a oportunidade de abertura do negócio, vendo que a busca pela área esportiva cresce constantemente e visando também a necessidade da população da cidade de Barbalha-Ce. Desta forma ao e ao longo de experiências vividas no curso de Administração de empresas, surgiu a ideia de criar um novo negócio a ARENA ESPORTES, desenvolvida pelos sócios: **Sócio A:** Diretora Administrativa / Comercial, **ALINE FREIRE SEVERO**, nascida na cidade de Bodocó-PE; Acadêmica de Administração de Empresas, cursando o 8º semestre. Com experiência em vendas, com curso de Assistente Administrativo e Marketing, **Sócio B:** Diretor Administrativo / Financeiro, **ALISSON DA CRUZ SOUZA**, nascido na cidade de Barbalha-Ce; Acadêmico de Administração de Empresas, cursando o 8º semestre. Com experiência em administração, com curso de Assistente Administrativo e Correspondente Bancário.

A missão desta devida empresa é oferecer uma vasta variedade de produtos de ótima qualidade, promovendo conforto e praticidades em suas práticas esportivas, num ambiente agradável, buscando confiança e satisfação de nossos clientes. Atuando na área de vendas de acessórios esportivos. Na forma jurídica será atuante como sociedade limitada, composta por dois sócios, cada um com 50% respondendo assim pela integração da mesma, não possuímos enquadramento tributário, toda via empresa de pequeno porte (EPP), abrange impostos federais, municipais e estaduais.

Em relação ao capital para abertura do negócio, contara com recursos de terceiros e não com recursos financeiros próprios, tal como um empréstimo, sendo assim a maneira mais viável para aquisição e compra dos materiais de início, levando em consideração a compra de equipamentos, moveis, utensílios e produtos, além das demais necessidades do negócio.

4.1 O NEGÓCIO

A área de atuação do negócio envolve todo mercado de vestuário e acessórios esportivos, desde roupas adequadas para academia de musculação a calçados apropriados para prática de esportes, além de equipamentos e acessórios como bola, apito, bomba, cartões e muitos outros, estará localizada no centro da cidade de Barbalha, local de grande fluxo de possíveis clientes.

4.1.1 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

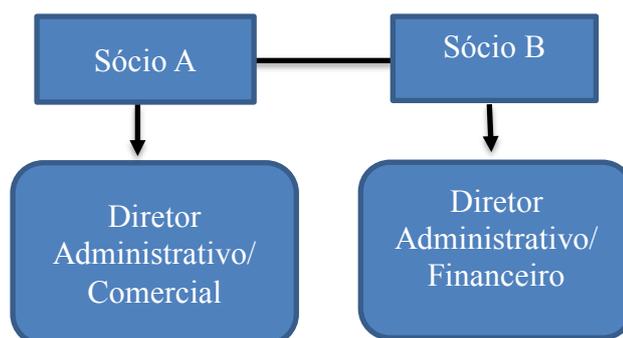
O diferencial do negócio é o layout da loja, em forma de arena de futebol, separados por setores, conforme uma sequência de esportes, como forma de captar clientes e diferencial da concorrência, além de possuir um “vendedor delivery “ onde o cliente entra em contato relatando os produtos desejados e solicita esta modalidade de venda repassando seu endereço, onde o vendedor vai até sua residência com os produtos desejados e uma maquineta de cartão de crédito/débito caso necessário, como forma de diferencial do mercado e sobressair com relação a concorrência.

4.1.1.1 Estrutura Legal

Para a instalação da ARENA ESPORTES, inicialmente é necessário fazer uma consulta para descobrir a disponibilidade do nome que será a razão social, em seguida poderá fazer o cadastro na junta comercial para legalização como uma Sociedade Limitada, que se configura como uma Empresa de Pequeno Porte com tributação pelo Simples Nacional, além da solicitação de inscrição nos seguintes órgãos: Receita Federal para emissão do CNPJ, Secretaria da Fazenda para inscrição no ICMS, na Prefeitura para liberação do Alvará de Funcionamento.

4.1.1.2 Estrutura Funcional e Organizacional

A empresa Arena Esportes funcionará com a atuação permanente dos 2 sócios e 3 funcionários, um sócio ficará encarregado da administração da loja, entrar em contato com fornecedores, fazer pedidos, lançar notas fiscais e gerir o financeiro, o outro sócio ficará encarregado de gerir o setor comercial, com o marketing e vendas. Terá 2 vendedores na loja, e um vendedor a domicílio, conforme organograma abaixo:



Sócio A: Diretora Administrativa / Comercial

ALINE FREIRE SEVERO, Portadora do CPF de número 114.401.894-39, nascida no dia 30/07/1995 na cidade de Bodocó-PE; Acadêmica de Administração de Empresas, cursando o 8º semestre. Com experiência em vendas, com curso de Assistente Administrativo e Marketing.

Sócio B: Diretor Administrativo / Financeiro

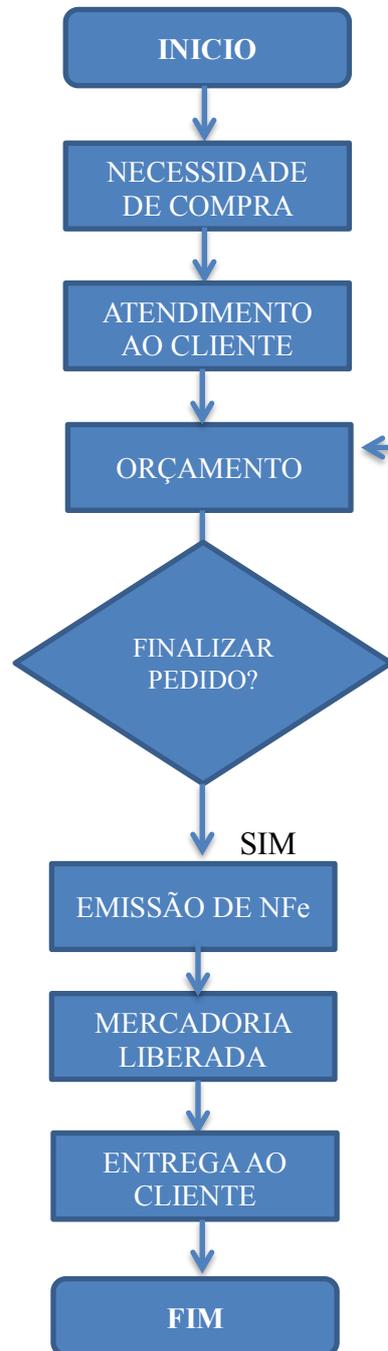
ALISSON DA CRUZ SOUZA, Portador do CPF de número 057.685.523-59, nascido no dia 26/01/1995 na cidade de Barbalha-CE; Acadêmico de Administração de Empresas, cursando o 8º semestre. Com experiência em administração, com curso de Assistente Administrativo e Correspondente Bancário.

Quadro 5: DESCRIÇÃO DE CARGOS/FUNCIÓNÁRIOS

FUNÇÃO	DESCRIÇÃO DA FUNÇÃO	REQUISITOS MÍNIMOS	SALÁRIO
Vendedor 1	Atender os clientes, Finalizar a Venda.	- Ensino Médio - Bom relacionamento com cliente - Ter experiência em vendas	R\$ 954,00 + comissão de 2%
Vendedor 2	Atender os clientes,	- Ensino Médio	R\$ 954,00 +

	Finalizar a Venda.	<ul style="list-style-type: none">- Bom relacionamento com cliente- Ter experiência em vendas	comissão de 2%
Vendedor a Domicílio	Atender os clientes a domicílio, Finalizar a Venda.	<ul style="list-style-type: none">- Ensino Médio- Bom relacionamento com cliente- Ter experiência em vendas- Possuir Habilitação A e B- Possuir veículo Próprio	R\$ 954,00 + comissão de 2%

FLUXOGRAMA



4.1.1.3 Missão

Oferecer uma vasta variedade de produtos de ótima qualidade, promovendo conforto e praticidades em suas práticas esportivas, num ambiente agradável, buscando confiança e satisfação de nossos clientes

4.1.1.4 Visão

Em um ano ser parcialmente sustentável financeiramente.

Em dois anos ser totalmente sustentável financeiramente.

Em cinco anos ser referência na região do Cariri em produtos esportivos.

4.1.1.5 PLANEJAMENTO DE MARKETING E VENDA

O plano de Marketing da Arena Esportes se estruturará com estratégias de inovação, evidenciando fatores para diferencial no mercado em relação a concorrência, com objetivo de satisfazer a necessidade do cliente.

4.1.1.6 MERCADO DE CONSUMIDOR

O mercado de vestuário e acessórios esportivos se mantém em alta no mercado e com a possibilidade de crescimento maior para os próximos anos, isso se dá pela necessidade das pessoas em buscar uma boa forma física e de uma maior qualidade de vida, aumentando a prática de esportes e exercícios físicos na cidade de Barbalha, CE. Cidade onde estará localizada a loja, que possui grande fluxo de possíveis clientes.

Os produtos que serão comercializados no negócio englobam toda a linha de vestuário e acessórios esportivos, onde o Mix principal será encabeçado por equipamentos e roupas para musculação e acessórios para prática esportiva como: chuteira, caneleira, bola, meia, tênis, protetores (joelho, cotovelo e tornozelo), short, camisas de equipes de futebol, sandálias, entre outros.

4.1.1.7 MERCADO COMPETIDOR

Os concorrentes diretos são pequenas lojas de calçados da cidade, onde dentro de suas lojas, separam um pequeno espaço para vender alguns itens como: chuteiras, caneleiras, joelheiras e meias esportivas. No entanto não possuem uma variedade de produtos,

proporcionando uma grande oportunidade de mercado. Por outro lado, há concorrentes indiretos fortes como a Centauro, localizada na cidade vizinha de Juazeiro do Norte, no Cariri Garden Shopping.

Há ainda a ameaça de novos entrantes, visto que esta é uma possibilidade real de sucesso, devido a crescente demanda de mercado.

Quadro 6: ANÁLISE DOS CONCORRENTES

EMPRESA	PRODUTOS	FORMA DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO
ARENA ESPORTES	Chuteira Socyte Nike Majesty TF R\$ 130,61; Chuteira Futsal Penalty ATF K R\$83,11; Chuteira de campo Adidas Predator 18.3 FG R\$ 268,36; Chuteira Socyte Nike Mercurial Vapor X 12 R\$ 270,74.	Á vista Cartão de Crédito/Débito Boleto Bancário 15/30 dias	Rua José Ilanio, N° 631 – Barbalha-CE.
CONCORRENTE 1	Chuteira Socyte Nike Majesty TF R\$ 144,99; Chuteira Futsal Penalty ATF K R\$84,99; Chuteira de campo Adidas Predator 18.3 FG R\$ 314,99; Chuteira Socyte Nike Mercurial Vapor X 12 R\$ 289,99.	Boleto Bancário / Cartão de Crédito/Débito	Cariri Garden Shopping – Juazeiro do Norte.
CONCORRENTE 2	Chuteira Socyte Nike Majesty TF R\$ 129,99; Chuteira Futsal Penalty ATF K R\$89,99; Chuteira de campo Adidas Predator 18.3 FG R\$ 249,99; Chuteira Socyte Nike Mercurial Vapor X 12 R\$ 279,99.	Boleto Bancário / Cartão de Crédito/Débito	Internet

4.1.1.8 MERCADO FORNECEDOR

Nossos fornecedores possuem uma grande variedade de produtos, abrangendo praticamente todas as atividades esportivas, proporcionando um leque de opções que se encaixam com as necessidades do nosso público alvo, levando em consideração as peculiaridades da região onde a loja será implantada. A localização dos fornecedores é no estado de São Paulo, como há um período para entrega, será implementado um “just in time” (pedido no tempo certo), que ajudará no processo de renovação dos estoque de acordo com as vendas, para não correr risco de perder vendas por falta de produto em estoque.

É necessário verificar o valor dos custos além da compra dos produtos, em especial dos fretes, havendo a possibilidade de negociação com os fornecedores para chegar a um acordo viável.

Como principais fornecedores, teremos: Estação do Esporte, localizada na cidade de Tatuapé – SP; Titanes Materiais Esportivos, localizada na cidade de São Paulo – SP; Giannini Sports, localizada na Avenida Navarro de Andrade, número 2202 – Vila Pacheco, cidade de Santa Fé do Sul – SP.

Quadro 7: ANÁLISE DOS FORNECEDORES

EMPRESA	MIX DE PRODUTOS	FORMA DE PAGAMENTO	ENTREGA
FORNECEDOR 1	Esportes e Fitness; Bolas; Vestuário; Camisas de Times; Protetores Esportivos; Bolsas, Mochilas e Malas.	Boleto Bancário; Cartão de Crédito; Transferência; Yapay até 12x.	Encomenda PAC: Até 15 dias úteis; Sedex: Até 6 dias úteis.
FORNECEDOR 2	Uniformes; Coletes; Futebol; Bolas; Acessórios; Redes; Lutas; Roupas.	Boleto Bancário; Cartão de Crédito;	Encomenda PAC: Até 16 dias úteis; Sedex: Até 8 dias úteis.

		Transferência;	
FORNECEDOR 3	Acessórios; Artes Maciais; Bolas; Bolsas; Calçados; Confecções; Fitness; Jogos; Protetores; Redes; Raquetes; Troféus.	Boleto Bancário; Cartão de Crédito; Transferência Bancária.	Encomenda PAC: Até 20 dias úteis; Sedex: Até 13 dias úteis; Transportadora: Até 17 dias úteis.

Nesta na análise dos fornecedores, foi possível verificar o Mix de produtos que os 3 fornecedores trabalham, oferecendo uma grande variedade itens para compra, além de proporcionar uma variada condição de pagamento e variadas formas de entrega, que por sua vez deve estar alinhada com just in time da loja, onde o pedido é feito quando há uma quantidade mínima no estoque que supra as necessidades de venda até o pedido ser entregue.

A partir desta análise verificamos que há um fornecedor que se destacou com relação aos outros, com isso foi solicitado um catálogo para uma análise mais detalhada da empresa Giannini Sports:

Quadro 8: MIX DE PRODUTOS - EMPRESA: GIANNINI SPORTS

Ordem	Descrição dos Produtos	Preço	Condições de pagamento	Prazo de Entrega
1	Cronômetro Vollo Importador – Cód: 4020	R\$ 46,71	Boleto Bancário; Cartão de Crédito; Transferência Bancária.	PAC: Até 20 dias úteis; Sedex: Até 13 dias úteis; Transportadora: Até 17 dias úteis.
2	Apito Fox 40 Classic C/ Dedal – Cód: 50	R\$ 105,12	Boleto Bancário; Cartão de	PAC: Até 20 dias úteis; Sedex: Até 13 dias

			Crédito; Transferência Bancária.	úteis; Transportadora: Até 17 dias úteis.
3	Camisa Árbitro Poker Verde/Preto – Cód: 782	R\$ 87,57	Boleto Bancário; Cartão de Crédito; Transferência Bancária.	PAC: Até 20 dias úteis; Sedex: Até 13 dias úteis; Transportadora: Até 17 dias úteis.
4	Kimono Shogun Judô/Karatê – Cód: 1191 Adulto Cód: 1189 Infantil	Adulto R\$ 175,23 Infantil R\$ 163,53	Boleto Bancário; Cartão de Crédito; Transferência Bancária.	PAC: Até 20 dias úteis; Sedex: Até 13 dias úteis; Transportadora: Até 17 dias úteis.
5	Bola Adidas Campo Tango Glider – Cód: 3513	R\$ 105,12	Boleto Bancário; Cartão de Crédito; Transferência Bancária.	PAC: Até 20 dias úteis; Sedex: Até 13 dias úteis; Transportadora: Até 17 dias úteis.
6	Chuteira Adidas Tam: 33/44 – Cód: 2812	R\$ 175,23	Boleto Bancário; Cartão de Crédito; Transferência Bancária.	PAC: Até 20 dias úteis; Sedex: Até 13 dias úteis; Transportadora: Até 17 dias úteis.
7	Anilha Giannini Pintado Preto 10 KG – Cód: 14	R\$ 93,42	Boleto Bancário; Cartão de Crédito;	PAC: Até 20 dias úteis; Sedex: Até 13 dias

			Transferência Bancária.	úteis; Transportadora: Até 17 dias úteis.
8	Mini Cama Elástica C/Saia 150kg – Cód: 1531	R\$ 467,46	Boleto Bancário; Cartão de Crédito; Transferência Bancária.	PAC: Até 20 dias úteis; Sedex: Até 13 dias úteis; Transportadora: Até 17 dias úteis.
9	Óculos Speedo Tornado Ref. 509060 – Cód: 3182	R\$ 81,72	Boleto Bancário; Cartão de Crédito; Transferência Bancária.	PAC: Até 20 dias úteis; Sedex: Até 13 dias úteis; Transportadora: Até 17 dias úteis.
10	Trófeu JEB'S Ref. 1302 – 67 Cm	R\$ 128,52	Boleto Bancário; Cartão de Crédito; Transferência Bancária.	PAC: Até 20 dias úteis; Sedex: Até 13 dias úteis; Transportadora: Até 17 dias úteis.

4.2.1 ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Levando em consideração as diversas formas de divulgação dos produtos, o marketing possui um conjunto de ideias que tem como objetivo principal atrair possíveis consumidores, tudo isso é de extrema importância para o crescimento do negócio e a possibilidade do aumento da demanda pelos produtos. Dentre as principais estratégias utilizadas no mercado, pode-se definir estas: Redes sociais (Instagram, Facebook, WhatsApp), Outdoor, Rádio, TV, Revistas Relacionadas, Panfletos, entre outros.

Distribuição do Produto: A distribuição dos produtos acontecerá de duas maneiras, primeiro teremos a loja física, onde o cliente ficará a vontade de escolher pessoalmente os produtos que desejar, e em segundo caso teremos um vendedor a domicilio, onde o cliente por diversos motivos não há como ir à loja, ele entra em contato com a loja através das redes sociais ou por telefone e solicita esta modalidade de venda, onde os custos atrelados a entrega estarão embutidos no valor das mercadorias.

Vantagem Competitiva: Como principal vantagem competitiva para o consumidor é o preço e a qualidade dos produtos, proporcionando um preço mais atraente aos clientes, além de possuir uma grande variedade de produtos, deixando os consumidores com um leque de opções ao seu gosto,

Características dos produtos: Com objetivo de satisfazer as necessidades dos clientes e de captar uma fatia do mercado na cidade, a Arena Esportes trabalhará com produtos de alta qualidade e tecnologia de marcas renomeadas, mas também de marcas menos conhecidas que possuem demanda de mercado.

Ciclo de vida dos produtos: Uma boa parte dos produtos possui data de validade, para isso será implementando a ferramenta de controle de estoque PEPS (primeiro que entra é o primeiro que sai) para manter a qualidade do produto assim como repassar este prazo de validade para o cliente a longo prazo.

Tecnologia: Hoje em dia, com o mundo cada vez mais globalizado, investindo em novas tecnologias e inovações, faz-se necessário possuir um contato próximo com os fornecedores com o objetivo de renovar os estoques com novos lançamentos de produtos, além de usar a tecnologia como ferramentas de interação com os clientes e divulgação dos produtos por meio das redes sociais, como; facebook, Instagram e WhatsApp.

Promoção: Como forma de captar novos clientes e fidelizar a demanda existente, iremos disponibilizar constantemente promoções, como comprar uma quantidade maior e obter descontos atraentes, na compra de um produto leva outro e oferecer descontos para clientes que compram constantemente.

Relacionamento com os clientes: Atualmente os clientes estão pesquisando e obtendo mais informações antes de realizar uma compra, para isso estamos atentos às novas tendências de mercado, buscando ao máximo satisfazer as necessidades dos clientes, com um atendimento diferenciado, presando pela ética, respeito, educação e responsabilidade. Temos como meta não apenas vender um produto, mais sim proporcionar um momento agradável

para nossos clientes. Com a crescente exigência por parte dos consumidores, iremos abrir espaços para os mesmos se manifestarem, dar suas opiniões, pois não há nada perfeito, mais estaremos sempre observando o mercado e tentando melhorar a cada dia para suprir as necessidades dos clientes.

Quadro 9: DESCRIVER OS PRINCIPAIS PRODUTOS COMERCIALIZADOS

Descrição dos Produtos	Especificação
Bola	Futebol Campo, Futsal, Campo Socyte, Basquete.
Calçados	Futebol, Futsal, Campo Socyte. Tênis de Passeio.
Vestuário	Calções, Camisas, Camisas Equipes e Seleções Esportivas, coletes, meias.
Fitness	Anilhas, Barras, Halteres, Bambolês, Presilhas, Cama Elástica, Bermuda Fitness, Calça Fitness, Luva Fitness, Tornozeleira de Peso.
Goleiro	Bermudas, Calças, Calções, Camisas, Luvas.
Protetores	Caneleiras, Cotoveleiras, Coxal, Joelheiras, Munhequeira.
Lutas	Kimonos, Luvas, Protetor Bucal, Protetor Cabeça, Saco de Pancadas;
Acessórios	Cone P/ Treinamento, Cronômetro, Aro P/ Basquete, Tabela P/ Basquete, Apito P/ Árbitro, Bandeira P/ Árbitro.
Diversos	Raquetes, Rede de Basquete, Toalhas de times, Medalhas, Troféus.

Para melhor entendimento do processo, segue abaixo a análise do Marketing Mix dos 4Ps, e como a empresa irá se adequar a essa realidade conforme o passar do tempo e o surgimento de novas tendências.

4.3 Produto

Trabalhamos com produtos de enorme qualidade, que atendem as necessidades dos clientes, temos um leque variado de opções, de modelos, de cores, tudo isso para suprir os desejos dos consumidores, o cliente está cada vez mais exigente, buscando novas informações antes de concluir uma compra. Procuramos trabalhar com produtos tecnológicos, lançamentos no mercado, modelos que causam o impacto visual nas pessoas, que de alguma forma fique fixado na sua mente e os induza a comprar-los, não só vendemos produtos, mais também realizamos desejos de consumo.

4.3.1 Preço

Hoje vemos muito investimento em tecnologia, inovação, marketing, possuir marcas famosas e tudo mais, no entanto o principal fator que leva as pessoas a comprar uma determinada mercadoria ainda é o preço, se o valor do produto for bem acima da média, mesmo que ele seja de ótima qualidade, ele pode perder vendas, então o importante é calcular bem todos os custos para descobrir uma margem de lucro razoável, e cobrar um preço justo ao cliente, sem explorá-lo. Na cidade não há concorrentes diretos, mais há a concorrência em cidades vizinhas e principalmente pela internet, isso faz com que sejamos comparados, no entanto traçamos uma estratégia de cobrar 5% a menos em todos os produtos com relação à concorrência.

4.3.1.1 Prazo para Pagamento

A Arena Esportes trabalhará com prazos da seguinte forma:

Preço de a vista = 5% de desconto
Preço de a vista = Valor Presente
Preço de prazo 15 dias = Acréscimo de 5%
Preço de prazo 30 dias = Acréscimo de 10%

4.3.1.2 Políticas de Desconto

Após o cliente realizar 5 compras acima de R\$ 100 reais a próxima compra o mesmo

terá um desconto de 10% em produtos acima do mesmo valor.

4.3.1.3 Condições de pagamento

As formas de pagamento são bem variadas, o cliente pode escolher fazer uma transferência bancária ou cadastro para faturamento para boleto 15 dias com acréscimo de 5% no valor do produto e posteriormente ser liberado boleto para 30 dias com acréscimo de 10% no valor da venda, negociado no ato da venda, assim como Cartão de Crédito parcelado em até 4 vezes sem juros, para parcelar em quantidade superior cobrar acréscimo da maquineta.

4.3.2 Praça

É notório que hoje em dia é de suma importância ser ativo nas mídias sócias, funciona como uma ferramenta muito útil na divulgação dos produtos e atinge uma grande dimensão, conosco não será diferente, iremos nos atentar para buscar atualizações, lançamentos para melhor atender nossos clientes. Iremos cadastrar nossos clientes para constantemente enviarmos notícias de novos produtos com objetivo de fechar novas vendas, nossos concorrentes diretos na cidade estão localizados próximos, no entanto não são lojas específicas de materiais esportivos, vendem apenas alguns produtos, há concorrência forte principalmente pela internet, mas também vamos criar um site como forma de aumentar a demanda por nossos produtos.

4.3.2.1 Localização do negócio

Encontrar uma boa localização é fundamental para o sucesso da empresa, pois há 3 fatores que devem ser levados em consideração como: ponto comercial, o mercado consumidor e o mercado concorrente, é extremamente importante escolher um local onde há um grande fluxo de pessoas circulando, caso a concorrência esteja presente, deve-se certificar se eles atendem toda a demanda. Estaremos localizados na Rua Jose Ilanio número 631, próximo ao centro da cidade de Barbalha – CE, no nosso caso não há muita concorrência direta na cidade, há uma concorrência maior na cidade vizinha de Juazeiro do Norte e pela internet.

4.3.3 Promoção

Iremos desenvolver ações que cativem nossos clientes e tenha o poder de captar novos, vamos tornar para que seja algo recorrente e se torne um meio de aumentar a demanda por nossos produtos, para isso é necessário planejar de forma concisa promoções como: Na compra de um produto ganha outro que esteja atrelado, além de dar desconto depois de certa quantidade de compras a determinado valor, de início iremos atender o público da cidade de Barbalha – CE, posteriormente com sucesso neste local, poderemos futuramente expandir para novos mercados.

5 PLANO FINANCEIRO

5.1 Fontes de recursos financeiros

De início, foi realizado um planejamento para identificar o valor a investir para abertura do negócio, concluímos que será necessário fazer um empréstimo bancário para cobrir o investimento com a compra de matérias e as despesas para o funcionamento da empresa.

5.2 Investimentos financeiros iniciais necessários

- **Investimento Fixo**

Quadro 10: A – MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

Nº	Descrição	Qtde.	Vlt. Unitário	Total
1	Notebook Samsung Essentials E20 Intel Core – 4GB 500GB LED 15,6” Windows 10	2	R\$ 1.487,07	R\$ 2.974,14
2	Tablet Multilaser M7S Plus 8GB 7 Wi-Fi Android 7.0 Proc. Quad core Câmera Integrada	2	R\$ 299,90	R\$ 599,80
3	Impressora Epson Eco Tank L120 Jato de Tinta Colorida USB	1	R\$ 599,90	R\$ 599,90
4	Impressora Tanca TP-509	1	R\$ 210,00	R\$ 210,00
5	TV LED 32 HD LG 32LW300C 1 HDMI 1 USB Conversor Digital	1	R\$ 879,90	R\$ 879,90
6	Telefone Celular Fixo Proeletronic Quad Band	1	R\$ 122,55	R\$ 122,55

	Single Chip ProCS-5010			
7	Ar Condicionado Split Hi Wall Electrolux Ecoturbo 9.000 BTUs Frio R410 220 Volts	2	R\$ 1.023,82	R\$ 2.047,64
8	Maquineta de Cartão de Crédito	1	R\$ 478,80	R\$ 478,80
Sub- Total (a)				R\$ 7.912,73

Quadro 11: B – MÓVEIS E UTENSÍLIOS

Nº	Descrição	Qtde.	Vlt. Unitário	Total
1	Mesa para Escritório com 3 Gavetas Laterais Office Plus Appunto	2	R\$ 209,86	R\$ 419,72
2	Cadeira Diretor Giratória TI-Cde-07-1 Trevalla	2	R\$ 179,99	R\$ 359,98
3	Longarina 3 lugares Secretaria Injetada Couro Ecológico SKU-1102-C	2	R\$ 233,31	R\$ 466,62
4	Gôndola de Ponta 4 Prateleiras – 130cm – Fundiferro	10	R\$ 398,99	R\$ 3.989,90
5	Lixeira com Tampa 5 Litros em Inox Carrefour Home HO36774	3	R\$ 29,90	R\$ 89,70
6	Bebedouro de Água de Coluna Esmaltec EGC35B Branco	1	R\$ 399,90	R\$ 399,90
7	Puff Quadrado Box Couro Ecológico	4	R\$ 23,90	R\$ 95,60
Sub- Total (b)				R\$ 5.821,42

Capital De Giro

Quadro 12: A - ESTIMATIVA DE ESTOQUE INICIAL (MENSAL)

	Descrição	Qtde.	Vlt. Unitário	Total
1	Cronômetro Vollo Importador – Cód: 4020	8	R\$ 46,71	R\$ 373,68

2	Apito Fox 40 Classic C/ Dedal – Cód: 50	8	R\$ 105,12	R\$ 840,96
3	Camisa Árbitro Poker Verde/Preto – Cód: 782	5	R\$ 87,57	R\$ 437,85
4	Kimono Shogun Judô/Karatê – Cód: 1191 Adulto Cód: 1189 Infantil	7 5	Adulto R\$ 175,23 Infantil R\$ 163,53	R\$ 1.126,61 R\$ 817,65
5	Bola Adidas Campo Tango Glider – Cód: 3513	8	R\$ 105,12	R\$ 840,96
6	Chuteira Adidas Tam: 33/44 – Cód: 2812	5	R\$ 175,23	R\$ 876,15
7	Anilha Giannini Pintado Preto 10 KG – Cód: 14	10	R\$ 93,42	R\$ 934,20
8	Mini Cama Elástica C/Saia 150kg – Cód: 1531	4	R\$ 467,46	R\$ 1.869,84
9	Óculos Speedo Tornado Ref. 509060 – Cód: 3182	15	R\$ 81,72	R\$ 1.225,80
10	Trófeu JEB'S Ref. 1302 – 67 Cm	8	R\$ 128,52	R\$ 1.028,16
11	Chuteira Nike Phantom Obra 3 Club DF MG Prata/Preto/Chumbo	5	R\$ 299,97	R\$ 1.499,85
12	Chuteira Penalty 33/44 Super Mix	8	R\$ 105,12	R\$ 840,96
13	Chuteira Adidas Messi 16 3 FG Azul /Branco/Pink	5	R\$ 299,97	R\$ 1.499,85
14	Bola Wilson Basquete Couro Adulto	5	R\$ 210,33	R\$ 1.051,65
15	Bola Wilson Basquete Borracha Adulto Cores Diversas	5	R\$ 81,72	R\$ 408,60
16	Aro Duplo Basquete Oficial	3	R\$ 350,55	R\$ 1.051,65
17	Bola Mikasa Vôlei Mva S/c Azul/Amarelo	8	R\$ 105,12	R\$ 840,96
18	Bola ART Sport Vôlei Peso 275g Inf. Super Mix	15	R\$ 29,16	R\$ 437,40
19	Bola Adidas Futsal Euro 2016	8	R\$ 175,23	R\$ 1.401,84
20	Bola Penalty Futsal player C/c	10	R\$ 81,72	R\$ 827,20

	Branco/Vermelha			
21	Caneleira Sport S/torn. Média Cores Diversas	20	R\$ 20,97	R\$ 419,40
22	Caneleira Adidas S/torn. Super Mix	15	R\$ 40,86	R\$ 612,90
23	Meião Adidas Adi top 3 listras	25	R\$ 34,92	R\$ 873,00
24	Meião Nike Academy Otc Branco/preto	25	R\$ 59,94	R\$ 1.498,50
25	Joelheira Angel's Diver Neoprene Articulada Ref. Já-01	8	R\$ 137,88	R\$ 1.103,04
26	Joelheira Angel's Diver Neoprene C/sup Ref. Jc-03	15	R\$ 35,01	R\$ 525,15
27	Calção Adidas Squadra Diversas cores	25	R\$ 69,93	R\$ 1.748,25
28	Calção Nike Academy preto/branco	20	R\$ 89,91	R\$ 1.798,20
29	Camisas Adidas original Times de futebol	25	R\$ 249,90	R\$ 6.247,50
30	Luva Fitness Angel's Diver Eva Ref. Lv-03 Preto	25	R\$ 12,24	R\$ 306,00
31	Luva Bike/ciclista Giannini Neoprene	20	R\$ 31,50	R\$ 630,00
32	Tênis Kappa Impact Masculino Diversas cores Tam 38/44	10	R\$ 66,49	R\$ 664,90
33	Tênis Mizuno Maximizar 19 Masculino Diversas cores Tam 38/43	8	R\$ 166,24	R\$ 1.329,92
34	Tênis Olympikus Spirit 2 Feminino Diversas cores	8	R\$ 99,99	R\$ 799,92
35	Tênis Nike Revolucionário 4 – Feminino Diversas cores Tam 34/37	5	R\$ 189,99	R\$ 949,95
Sub- Total (a)				R\$ 39.738,45

B – Caixa mínimo

Quadro 13: CONTAS A RECEBER

Prazo Médio de Vendas	(%)	Número de Dias	Média Ponderada em Dias
a vista	50%	0	0 Dias

a prazo (1)	40%	15	6 Dias
a prazo (2)	10%	30	3 Dias
a prazo (3)	%	0	0
Prazo Médio Total			9 Dias

Para a política de vendas da empresa, estimou-se que:

- 50% das vendas serão à vista;
- 40% das vendas com 15 dias;
- 10% das vendas com 30 dias.

Quadro 14: FORNECEDORES

Prazo Médio de Vendas	(%)	Número de Dias	Média Ponderada em Dias
a vista	60%	0	0 Dias
a prazo (1)	30%	30	9 Dias
a prazo (2)	10%	60	6
a prazo (3)	%	0	0
Prazo Médio Total			15 Dias

NECESSIDADE MÉDIA DE ESTOQUES	20 Dias
--------------------------------------	----------------

Quadro 15: NECESSIDADE LÍQUIDA

NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO EM DIAS	
1 – Contas a Receber – Prazo Médio de Vendas	9 Dias
2 – Estoques – Necessidade média de Estoques	20 Dias
Sub-total (1+2)	39 Dias
3 – Fornecedores	- 15 Dias
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	24 Dias

Quadro 16: B - CAIXA MÍNIMO

1 - Custo Fixo Mensal	R\$ 3.700,00
2 – Custo Variável Mensal	R\$ 1.500,00
3 – Custo Total da Empresa (1+2)	R\$ 5.200,00
4 – Custo Total Diário (item 3/30 dias)	R\$ 173,33
5 – Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	24 Dias
Total de B – Caixa Mínimo (item 4x5)	R\$ 4.159,92

CAPITAL DE GIRO	
A – Estoque Inicial	R\$ 39.738,45
B – Caixa Mínimo	R\$ 4.159,92
TOTAL (A+B)	R\$ 43.898,37

5.3 Orçamento das operações

Quadro 17: INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Despesas de Legalização	R\$ 3.000,00
Divulgação	R\$ 2.500,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 400,00
Identidade Visual	R\$ 10.000,00
TOTAL	R\$ 15.900,00

Quadro 18: DESPESAS DE LEGALIZAÇÃO

1 – Abertura da empresa	R\$ 1.400,00
2 – Contador	R\$ 900,00

3 – Vigilância Sanitária	R\$ 300,00
4 – Licença Municipal (Alvará)	R\$ 400,00
TOTAL	R\$ 3.000,00

5.4 Estimativa de receitas

Quadro 19: ESTIMATIVA DE RECEITAS

ORDE M	DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS	QTDE. ESTIMADA DE VENDAS	PREÇO DE VENDAS - R\$	FATURAMENTO TOTAL
1	Cronômetro Vollo Importador – Cód: 4020	8	R\$ 74,14	R\$ 593,12
2	Apito Fox 40 Classic C/ Dedal – Cód: 50	8	R\$ 166,85	R\$ 1.334,80
3	Camisa Árbitro Poker Verde/Preto – Cód: 782	5	R\$ 139,00	R\$ 695,00
4	Kimono Shogun Judô/Karatê - Cód : 1191 Adulto Cód: 1189 Infantil	7 5	R\$ 278,14 R\$ 262,75	R\$ 1.946,98 R\$ 1.313,75
5	Bola Adidas Campo Tango Glider – Cód: 3513	8	R\$ 166,85	R\$ 1.334,80
6	Chuteira Adidas Tam: 33/44 – Cód: 2812	5	R\$ 278,14	R\$ 1.390,70
7	Anilha Giannini Pintado Preto 10 KG – Cód: 14	10	R\$ 148,29	R\$ 1.482,90
8	Mini Cama Elástica C/Saia 150kg – Cód: 1531	4	R\$ 742,00	R\$ 2.968,00
9	Óculos Speedo Tornado Ref. 509060 – Cód: 3182	15	R\$ 129,71	R\$ 1.945,65
10	Trófeu JEB'S Ref. 1302 – 67 Cm	8	R\$ 204,00	R\$ 1.632,00
11	Chuteira Nike Phantom Obra 3 Club DF MG Prata/Preto/Chumbo	5	R\$ 476,14	R\$ 2.380,70

12	Chuteira Penalty 33/44 Super Mix	8	R\$ 166,85	R\$ 1.334,80
13	Chuteira Adidas Messi 16 3 FG Azul /Branco/Pink	5	R\$ 476,14	R\$ 2.380,70
14	Bola Wilson Basquete Couro Adulto	5	R\$ 333,85	R\$ 1.669,25
15	Bola Wilson Basquete Borracha Adulto Cores Diversas	5	R\$ 129,71	R\$ 648,55
16	Aro Duplo Basquete Oficial	3	R\$ 556,42	R\$ 1.669,26
17	Bola Mikasa Vôlei MVa S/c Azul/Amarelo	8	R\$ 166,86	R\$ 1.334,88
18	Bola ART Sport Vôlei Peso 275g Inf. Super Mix	15	R\$ 46,22	R\$ 369,76
19	Bola Adidas Futsal Euro 2016	8	R\$ 278,14	R\$ 2.225,12
20	Bola Penalty Futsal player C/c Branco/Vermelha	10	R\$ 129,71	R\$ 1.297,10
21	Caneleira Sport S/torn. Média Cores Diversas	20	R\$ 33,28	R\$ 665,60
22	Caneleira Adidas S/torn. Super Mix	15	R\$ 64,85	R\$ 972,75
23	Meião Adidas Adi top 3 listras	25	R\$ 55,42	R\$ 1.385,50
24	Meião Nike Academy Otc Branco/preto	25	R\$ 95,14	R\$ 2.378,50
25	Joelheira Angel's Diver Neoprene Articulada Ref. Ja-01	8	R\$ 218,86	R\$ 1.750,88
26	Joelheira Angel's Diver Neoprene C/sup Ref. Jc-03	15	R\$ 55,57	R\$ 833,55
27	Calção Adidas Squadra Diversas cores	25	R\$ 111,00	R\$ 2.775,00

28	Calção Nike Academy preto/branco	20	R\$ 142,71	R\$ 2.854,20
29	Camisas Adidas original Times de futebol	25	R\$ 396,66	R\$ 9.916,50
30	Luva Fitness Angel's Diver Eva Ref. Iv-03 Preto	25	R\$ 19,43	R\$ 485,75
31	Luva Bike/ciclista Giannini Neoprene	20	R\$ 50,00	R\$ 1.000,00
32	Tênis Kappa Impact Masculino Diversas cores Tam 38/44	10	R\$ 105,54	R\$ 1.055,40
33	Tênis Mizuno Maximizar 19 Masculino Diversas cores Tam 38/43	8	R\$ 263,87	R\$ 2.110,96
34	Tênis Olympikus Spirit 2 Feminino Diversas cores	8	R\$ 158,71	R\$ 1.270,96
35	Tênis Nike Revolucionário 4 – Feminino Diversas cores Tam 34/37	5	R\$ 301,57	R\$ 1.507,85
TOTAL				R\$ 62.910,22

Quadro 20: ESTUDO DE VIABILIDADE

EMPRÉSTIMO	
INVESTIMENTO TOTAL	R\$ 73.532,52
TAXA	7,3 % a/a
PARCELAS	36 PARCELAS

Empréstimo: $R\$ 73.532,52 \times 7,5\% = R\$ 5.514,94$
 $R\$ 73.532,52 + R\$ 5.514,94 = R\$ 79.047,46$
 $R\$ 79.047,46 / 36 \text{ meses}$
Parcela = R\$ 2.195,76

- MÉDIA DIÁRIA DE 20 PESSOAS ENTRANDO NA LOJA
 - MÉDIA DE 15 VENDAS CONCLUÍDAS

- MÉDIA DE DIAS TRABALHADOS NO MÊS = 25
 - R\$ R\$ 47.834,21 VALOR TOTAL DE CUSTOS FIXOS, CUSTOS VARIADOS E CUSTO DE COMPRA DE PRODUTOS.

R\$ 47.834,32 / 25 DIAS = R\$ 1.913,37 VENDA DIÁRIA
 R\$ 3.986,19 / 15 = R\$ 127,55 POR VENDA CONCLUÍDA.

A partir deste estudo foi possível identificar os valores que cobrirão os custos fixos e variáveis, além dos custos com compras, estimando que em um dia de trabalho entre no mínimo 20 pessoas na loja, concluímos que no mínimo 15 efetuaram compras, para tanto percebemos que o Custo Total Mensal é em média R\$ R\$ 47.834,32 e R\$ 1.913,37 diário, desta forma enfatizamos que essas 15 vendas devem ser no mínimo de R\$ 127,55 para cobrir todos os custos.

5.5 Custos e despesas fixos

Quadro 21: CUSTOS E DESPESAS FIXOS

Descrição	Custo Total Mensal (em R\$)
IPTU	R\$ 200,00
Água	R\$ 50,00
Energia elétrica	R\$ 200,00
Honorários do contador	R\$ 400,00
Pró-labore	R\$ 1.700,00
Material de limpeza	R\$ 100,00
Manutenção de equipamentos	R\$ 150,00
Material de escritório	R\$ 100,00
Internet	R\$ 120,00
Empréstimo Bancário	R\$ 2.195,76
TOTAL	R\$ 5.095,76

5.6 Custos e despesas variáveis

Quadro 22: CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS

Descrição	Custo Total Mensal (em R\$)
------------------	------------------------------------

Comissão sobre vendas	R\$ 400,00
Impostos	R\$ 600,00
Propaganda	R\$ 500,00
TOTAL	R\$ 1.500,00

5.7 Estimativa de custo com depreciação

Máquinas e equipamentos

Quadro 23: CUSTOS COM DEPRECIÇÃO

Informações Gerais	
Nome do bem	Notebook Samsung Essentials E20 Intel Core – 4GB 500GB LED 15,6” Windows 10
Tempo médio de vida útil	2 anos
Valor do bem	R\$1.487,07
Depreciação anual $R\$ 1.487,07 / 2 \text{ anos} = R\$ 743,53$ ao ano	
Depreciação mensal $R\$ 743,53 / 12 \text{ meses} = R\$ 61,96$ ao mês	

Nome do bem	Tablet Multilaser M7S Plus 8GB 7 Wi-Fi Android 7.0 Proc. Quad core Câmera Integrada
Tempo médio de vida útil	2 anos
Valor do bem	R\$ 299,90
Depreciação anual $R\$ 299,90 / 2 \text{ anos} = R\$ 149,95$ ao ano	
Depreciação mensal $R\$ 149,95 / 12 \text{ meses} = R\$ 12,49$ ao mês	

--

Nome do bem	Impressora Epson Eco Tank L120 Jato de Tinta Colorida USB
Tempo médio de vida útil	2 anos
Valor do bem	R\$ 599,90
<p>Depreciação anual $R\\$ 599,90 / 2 \text{ anos} = R\\$ 299,95$ ao ano</p> <p>Depreciação mensal $R\\$ 299,95 / 12 \text{ meses} = R\\$ 24,99$ ao mês</p>	

Nome do bem	Ar Condicionado Split Hi Wall Electrolux Ecoturbo 9.000 BTUs Frio R410 220 Volts
Tempo médio de vida útil	5 anos
Valor do bem	R\$ 1.023,82
<p>Depreciação anual $R\\$ 1.023,82 / 5 \text{ anos} = R\\$ 204,76$ ao ano</p> <p>Depreciação mensal $R\\$ 204,76 / 12 \text{ meses} = R\\$ 17,06$ ao mês</p>	

Nome do bem	TV LED 32 HD LG 32LW300C 1 HDMI 1 USB Conversor Digital
Tempo médio de vida útil	2 anos
Valor do bem	R\$ 879,90
<p>Depreciação anual $R\\$ 879,90 / 2 \text{ anos} = R\\$ 439,95$ ao ano</p> <p>Depreciação mensal $R\\$ 439,95 / 12 \text{ meses} = R\\$ 36,66$ ao mês</p>	

5.8 Resultados Operacionais

5.9 Demonstração do Resultado do Exercício (D.R.E)

Quadro 24: DRE

QUADRO	DESCRIÇÃO	(R\$)	(%)
	1. Receita Total com Vendas	R\$ 62.910,22	
	2. Custos Variáveis Totais	R\$ 1.500,00	
	(-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 39.738,45	
	(-) Impostos sobre vendas	R\$ 13.211,15	17% ICMS + 4% simples nacional
	(-) Custo com Depreciação Mensal	R\$ 153,16	
	Subtotal de 2	R\$ 54.602,76	
	3. Margem de Contribuição (1 - 2)	R\$ 8.307,46	
	4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 5.095,76	
	5. Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo) (3 - 4)	R\$ 3.211,70	

(*) CMV – Custo das Mercadorias Vendidas

5.9.1 Ponto de equilíbrio

$$PE = \frac{R\$ 3.700,00}{0,13} = R\$ 28.461,54$$

0,13

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = \frac{R\$ 8.307,46}{R\$ 62.910,22} = 0,13$$

5.9.2 Lucratividade

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{R\$ 4.607,46}}{62.910,22} \times 100 = \frac{460.746,00}{62.910,22} = \underline{\underline{7,32\% \text{ a/a}}}$$

5.9.3 Rentabilidade

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{R\$ 4.607,46}}{\text{R\$ 73.532,52}} \times 100 = \frac{\text{R\$ 460.746,00}}{\text{R\$ 73.532,52}} = \underline{\underline{6,27\% \text{ a/a}}}$$

5.9.4 Prazo de retorno do investimento

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\text{R\$ 73.532,52}}{\text{R\$ 4.607,46}} = \underline{\underline{15,96\% \text{ a/a}}}$$

6 ANÁLISE DO CENÁRIO

Quadro 25: MATRIZ SWOT

ANÁLISES INTERNAS E EXTERNAS	
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> - Produtos de Qualidade - Localização Acessível - Preço Acessível - Atendimento total ao cliente - Variedade de produtos 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de recursos financeiros - Falta do plano de negócios
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> - Mercado da área em Crescimento - Aumento no número de academias na 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento dos impostos dos produtos - Roubo ou assaltos - Ameaça de novos entrantes na cidade

<p>cidade</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crescimento na procura por saúde e bem-estar - Falta de lojas exclusivas do ramo na cidade 	<ul style="list-style-type: none"> - Vendas pela internet - Juazeiro do Norte muito próximo.
---	--

Com esta análise, concluímos que o negócio é viável, observando os pontos fortes e fracos como fatores internos e ameaças e oportunidade como fatores externos mais que causam algum impacto na empresa. Há demanda suficiente para cobrir os custos e gerar lucro, podendo até em negociação com fornecedores comprar em grande quantidade e obter descontos e formas de pagamentos mais viáveis, podendo repassar este preço menos para os clientes, tornando ambas as partes satisfeitas, para tanto afirmamos que é viável a abertura de um empreendimento de vestuário e acessórios esportivos na cidade de Barbalha-CE.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Empreendedorismo está cada vez mais em evidência, é uma ótima oportunidade para quem tem um sonho de se tornar empresário, de ser inovador e criativo em um mercado que se torna mais competitivo a cada dia, com objetivos e metas bem definidos. É necessário possuir um bom conhecimento na área que pretende se inserir, fazer uma análise de mercado, descobrir a demanda de clientes para seu produto/serviço, conhecer bem seus concorrentes diretos e indiretos, assim como seus fornecedores.

Para isso, o meio mais eficaz de se adentrar em um mercado, é fazer um plano de negócios, importante ferramenta que auxilia no processo de abertura de um negócio, assim como na gestão financeira e no marketing. Funciona como um resumo de toda a empresa, desde um pedido de compra junto aos fornecedores até fazer uma análise de viabilidade, para descobrir se seu negócio é viável.

O presente plano de negócios veio constatar a viabilidade de abertura de uma loja de vestuário e acessórios esportivos na cidade de Barbalha- CE. Evidenciando uma ótima

oportunidade de negócio com a crescente demanda no mercado, visto que hoje as pessoas estão buscando uma melhor qualidade de vida, principalmente na prática de algum esporte ou atividade física.

Através do Plano de Marketing foi possível identificar as estratégias a serem adotadas como forma de diferenciação no mercado, para sobressair com relação a concorrência direta, pois na cidade não há lojas específicas de materiais e vestuário esportivo, no entanto em cidade vizinhas há concorrência forte e principalmente pela internet, há ainda a possibilidade de novos entrantes, para isso temos uma força de captar novos clientes, utilizaremos a forma de venda á domicilio, onde o cliente entra em contato com a loja por telefone ou pela internet e solicita esta modalidade, o vendedor irá até sua residência com os produtos selecionados para efetuar a venda, oferecendo uma comodidade e flexibilidade maior. Além de analisar de forma criteriosa os fornecedores, verificando fatores como: preço, qualidade dos produtos, formas de pagamento e entrega. Enfatizando que não é apenas o preço que influencia na conclusão de acordo com fornecedor, mais também a qualidade dos produtos.

Através do Plano Financeiro foi possível descobrir o Investimento Fixo, que é a compra de máquinas, equipamentos, móveis e utensílio e veículos. Os Investimentos Pré-Operacionais como: Despesas com legalização, reformas, divulgação e identidade visual. Assim como descobrir o Capital de Giro, que é um somatório do estoque inicial com o caixa mínimo, a soma destes três tópicos será o Investimento total.

Para tanto, concluímos que segundo as condições analisadas não é viável a abertura de uma loja de vestuário e acessórios esportivos na cidade de Barbalha-CE, observando que o prazo para retorno do investimento é de quase 16 anos, tempo muito longo, o que torna o investimento inviável, havendo a necessidade de analisar novamente o mercado, calcular custos e despesas operacionais que possa gerar um lucro satisfatório para uma possível abertura futuramente.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Martinho Isnard de. **Manual de planejamento estratégico: desenvolvimento de um plano estratégico com a utilização de planilhas Excel, 3ª edição.** Atlas, 03/2010.

ALVES, I.; REZENDE, S. O.; OLIVEIRA NETO, O. J.; DREES, C.; FIGUEIREDO, R. **S. Aplicação do modelo e análise SWOT no diagnóstico estratégico de uma propriedade rural especializada em recria e engorda de bovinos de corte.** In: Revista Científica de

Administração da Uni Evangélica, v. VI, p. 01-18. Goiânia: 2007.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BOTELHO, M.A. MONTEIRO, A.M. VALLS, V. **A gestão do conhecimento esportivo: a experiência da biblioteca da Seme**. Brasília, v. 36, n. 1, p. 175-188, jan/abr. 2007.

HASHIMOTO, Marcos. **Espírito empreendedor nas organizações**, 3ª edição. Saraiva, 08/2013.

IBGE: **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2015**. Pesquisa Prática de Esporte e Atividade Física. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 17 maio 2018.

IBGE. **População de Barbalha – Ceará**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/milagres/panorama>>. Acesso em: 08 nov. 2018.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Estratégia Empresarial & Vantagem Competitiva: Como Estabelecer, Implementar e Avaliar**, 9ª edição. Atlas, 09/2014.

PATRÍCIO, Patrícia, CANDIDO, Claudio (orgs.). **Empreendedorismo - Uma Perspectiva Multidisciplinar**. LTC, 03/2016.

PEREIRA, Maurício Fernandes. **Planejamento estratégico: teorias, modelos e processos** (V.1). Atlas, 03/2010.

SEBRAE, **Como montar uma loja de artigos esportivos**. 2018. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-loja-de-artigos-esportivos,3cc87a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> - Acesso em: 28 mar. 2018.

SEBRAE, **Potencialidades da moda fitness**. 2015. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/potencialidades-da-moda-fitness,cfe06b9049e3f410VgnVCM1000004c00210aRCRD>< - Acesso em 17 maio 2018.

TEIXEIRA, E. B. A análise de dados na pesquisa científica: importância e desafios em estudos organizacionais. **Desenvolvimento em Questão**, v. 1, n. 2, p. 177-201, 2003.