

UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES

PLANO DE NEGÓCIOS

PAY YOUR NIGHT

PYN

Colaboradores:

Amanda Firmino Salomão

Camille Branco

Karina Mayer

Karina Ferreira Martins

Alexandre Porto de Souza

Rio de Janeiro, 02 de julho de 2018.



UNIVERSIDADE
CANDIDO MENDES

PLANO DE NEGÓCIOS

PAY YOUR NIGHT



Colaboradores:

Amanda Firmino Salomão

Camille Branco

Karina Mayer

Karina Ferreira Martins

Alexandre Porto de Souza

Rio de Janeiro, 02 de Julho de 2018.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos, primeiramente, as nossas famílias e amigos por terem nos ajudado tanto nessa etapa, nos fazendo acreditar em nossas capacidades e por não deixarem desistirmos. Em especial aos nossos amigos Eduardo Aguiar, que em parceria, tem como projeto final a elaboração do protótipo do nosso app e Rafael Espíndola que imergiu na PYN junto à nós e foi responsável por todo processo criativo, arte e design.

Aos professores Claudio Cabral, Thomaz Jr e Marcos Tavares Pedro agradecemos por toda orientação, paciência, disponibilidade nesse período de TCC. E demais professores que nos acompanharam em nossa jornada enquanto universitários e que foram essenciais em nossa formação como profissionais.

À quem não mencionamos, mas fizeram parte de nosso percurso deixamos nosso profundo agradecimento, pois tiveram, com toda certeza, um papel determinante nesta etapa de nossas vidas.

Nosso muito obrigado a todos.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	3
SUMÁRIO EXECUTIVO	4
1. DESCRIÇÃO DA EMPRESA.	5
1.1 – EQUIPE GERENCIAL	6
1.2 – ESTRUTURA ORGANIZACIONAL.....	8
1.3 – DESCRIÇÃO DE CARGOS.....	8
1.3.1 – EFETIVOS	8
1.3.2 – TERCEIRIZADOS	10
1.4 – MISSÃO, VISÃO, VALORES E OBJETIVOS DA EMPRESA.....	11
2. DESCRIÇÃO DO PRODUTO.....	13
2.1 – FLUXOGRAMA – PARA FESTAS, BOATES E SHOWS.....	14
2.2 – FLUXOGRAMA – BARES E PUBS	15
2.3 – ESTRATÉGIA DE CASHBACK.....	15
3. AMBIENTES INTERNOS.....	16
3.1 – AMBIENTE DEMOGRÁFICO.....	16
3.2 – AMBIENTE ECONÔMICO	16
3.3– AMBIENTE CULTURAL E SOCIAL.....	17
3.4 – AMBIENTE POLÍTICO LEGAL.....	18
4. ANÁLISE SWOT.....	19
4.1 - SWOT CRUZADA.....	20
5. MODELO DAS 5 FORÇAS COMPETITIVAS.....	21
5.1 – ENTRADA DE CONCORRENTES	21
5.2 – PODER DE BARGANHA DOS COMPRADORES	22
5.3 – PRODUTOS/ SERVIÇOS SUBSTITUTOS.....	23
5.4 – RIVALIDADE ENTRE OS CONCORRENTES.....	23
5.5 – PODER DE BARGANHA DOS FORNECEDORES	23
6. ESTRATÉGIA DE MARKETING	24
6.1 – PESQUISA DE MERCADO	24
6.2 – ESTRATÉGIAS.....	32
6.2.1 – POLÍTICA DE PREÇO	33
6.2.2 – POLÍTICA DE PRAÇA.....	34
6.2.3 – POLÍTICA DA PROPAGANDA.....	35
6.2.4 – POLÍTICA DOS SERVIÇOS.....	37
7. LOGOMARCA	39

8. FESTA DE LANÇAMENTO.....	40
9. DEFINIÇÃO DE INVESTIMENTOS EM ATIVO PERMANENTE E INTANGÍVEL	40
9.1 - ALOCAÇÃO DE INVESTIMENTO INICIAL	42
9.2 - ESTRUTURA GERAL DOS GASTOS.....	43
9.3 - ESTRUTURA DOS CUSTOS FIXOS	45
9.3.1 - ALOCAÇÃO EM CUSTO VARIÁVEL	46
9.3.1.1 - ESTRUTURA DOS CUSTOS VARIÁVEIS	46
9.5 - NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO LIQUIDO	46
9.6 - PREMISSAS OPERACIONAIS	46
9.7 - DEDUÇÕES SOBRE AS VENDAS	47
9.8 – PESQUISA DE MERCADO.....	47
9.9 - EXPECTATIVA DE RECEITA – BASE CENÁRIOS	50
10. VALOR PRESENTE LÍQUIDO, CUSTO MÉDIO PONDERADO DE CAPITAL, TAXA INTERNA DE RETORNO E PAYBACK – CENÁRIO	52
10.1 - PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA, NOS TRÊS CENÁRIOS:.....	54
10.1.1 - FLUXO DE CAIXA PROJETADO - REAL	54
10.1.2 - FLUXO DE CAIXA PROJETADO - OTIMISTA.....	55
10.1.3 - FLUXO DE CAIXA PROJETADO – PESSIMISTA.....	56
11. FONTES DE RECURSOS	57
12. CONCLUSÃO	58
13. REFERÊNCIAS	59

INTRODUÇÃO

Filas, comandas com pedidos incorretos, pedidos errados, perda destas são situações do dia a dia de qualquer pessoa. Saímos com o intuito de diversão, porém, ao acontecer esta inconveniência tudo se transforma em estresse.

Além disso, os celulares estão sendo utilizados com o intuito de otimizar o tempo nosso. Antigamente, enfrentávamos filas, perdíamos um tempão de nosso dia para realizarmos pagamentos de contas, transferências entre outras situações relacionadas a pagamento. Já hoje, dificilmente vamos até uma agência, por exemplo, para resolver este tipo de problema.

“Foi divulgada a Pesquisa Nacional por Amostragem, realizada pelo IBGE, revelando o crescimento da utilização de smartphones nas casas dos brasileiros. O número aumentou 4,9% em 2014, ou seja, 6,4 milhões de pessoas a mais em relação ao total de 136,6 milhões. ”
(Fonte:Tudocelular.com)

Diante de muitas situações passadas, conciliamos algo que ocorre com frequência em nosso dia a dia com uma ferramenta essencial na vida de qualquer pessoa. Desenvolvemos um aplicativo onde os usuários possam realizar o pagamento através de um QR Code gerado no próprio. Além disso, poderemos controlar nossos pedidos e ficarmos ligados em promoções dos bares que mais frequentamos.

O Aplicativo Pay your night trará comodidade, praticidade para o usuário, assim como o estabelecimento que optará por usá-lo como forma de receber o pagamento terá benefícios, como: redução de custo operacional e agilidade no atendimento aos clientes para o estabelecimento.

SUMÁRIO EXECUTIVO

Visando diminuir o estresse causado por filas gigantescas e contas que não batem com o pedido, trazemos para o mercado um produto facilitador e inovador. Uma plataforma de pagamento onde você terá total controle de sua comanda, ou seja, evitará desgastes desnecessários em sua noite.

De acordo com nossa experiência como frequentadores de casas noturnas e conversas com nossos amigos, chegamos à conclusão que o grande problema da noite, ao frequentarmos estabelecimentos (bares, shows, etc) é o estresse causado a má gestão dos recursos oferecidos por estes. Comandas perdidas, cobranças indevidas, pedidos não entregues, valores divergentes, filas para efetuar o pagamento são estes e diversos outros problemas que procuramos solucionar com nosso produto.

Diante do exposto, vimos uma oportunidade para solucionar o problema. O que é? Uma plataforma de pagamento, que possibilitará que o cliente realize o pagamento quando desejar, sem necessidade de pedir o fechamento da conta, assim como, poderá acompanhar e controlar seus pedidos. Isso evitará problemas como: Pagar taxas absurdas pela perda, produtos inseridos de forma erroneamente e filas demoradas para realização do pagamento.

Nosso diferencial competitivo está ligado a diversos fatores, nosso aplicativo é gratuito, não cobraremos o download deste. Além disso, para os empreendimentos que o usarão não haverá cobrança de aluguéis. E também, eles terão a opção de promover propagandas referentes a promoções, como exemplo: happy hour ou dose dupla de bebida, apenas nesta situação cobraremos um valor para realizarmos a troca de informações entre comerciantes e clientes. Investiremos na qualidade de nossos serviços, assim como, ouviremos nossos clientes afim de aprimorarmos nosso produto e satisfazermos nossos atuais e futuros clientes. Traremos um produto diferente do que o mercado oferta, o grande diferencial está na otimização do tempo e satisfação do cliente final, já que este passará a ter maior controle de sua comanda e acompanhará, em tempo real, via celular o que é consumido.

Nossa principal fonte de receita, será através das transações efetuadas pelo aplicativo. No entanto, visamos alcançar uma boa margem com pacotes de publicidade também. Todo empreendimento que optar por usar nosso aplicativo, terá a opção de promover promoções e informações uteis aos clientes que o frequentam. Quando o serviço alcançar uma base consistente de usuários, o plano de seus criadores é monetizar através de anúncios bem direcionados, que aproveitem a informação sobre a localização do usuário e sobre os locais mais frequentados. Por exemplo: se a pessoa estas em uma localidade onde os locais possuem o aplicativo o mesmo irá informar o usuário. Assim como, isto servirá, também, para eventuais promoções realizadas pela empresa.

1. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Um startup que chegará no mercado em 2019 proporcionando pagamentos rápidos, atendimento em excelência e marketing eficaz. A empresa está instalada estrategicamente Centro da cidade, na Rua Francisco Serrador, nº 90, Sala 501. Escolhemos o centro por ser uma região empresarial e bastante acessível aos funcionários e clientes. Ela funcionará de segunda a sexta-feira, das 09h00 às 18h00.

Nosso escritório contará com 1 sala de recepção, 2 salas de reunião, um Staff que ficará a equipe, 1 banheiro e uma cozinha.



Sobre nossa proposta de valor: não é voltada apenas a funcionalidades e características de nossos serviços e sim na solução que ela entrega para o nosso cliente, ajudando-o a resolver problemas, fidelizar seus consumidores, atender suas necessidades, implementar seu atendimento, inovar na forma de pagamento e com um marketing intenso, aumentar sua atuação no mercado.

1.1 - EQUIPE GERENCIAL



AMANDA FIRMINO

Brasileira, solteira, 27 anos, está cursando o 7º período de Administração pela Universidade Cândido Mendes, e atuará como gerente comercial.

KARINA MARTINS

Brasileira, solteira, 23 anos está cursando o 8º período de Administração pela Universidade Cândido Mendes, e atuará como gerente de marketing.





ALEXANDRE PORTO

Brasileiro, possui 26 anos, solteiro, está cursando 8º período de Administração pela Universidade Candido Mendes, e atuará como gerente financeiro.

KARINA MAYER

Brasileira, possui 22 anos, cursa 8º período de Administração pela Universidade Candido Mendes, e atuará como gerente da área Tecnológica.



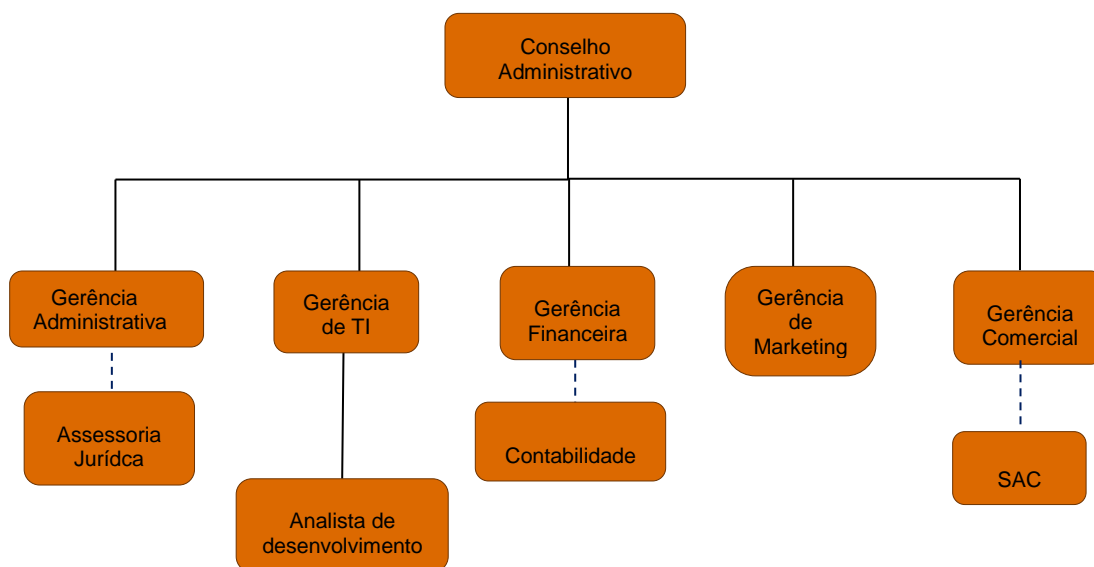
CAMILLE BRANCO

Brasileira, possui 24 anos, cursa 7º período de Administração pela Universidade Candido Mendes, e atuará como gerente na área administrativa.



1.2 - ESTRUTURA LEGAL/ ORGANIZACIONAL

1.2.1 - ORGANOGRAMA



Fonte: Autores

1.3 - DESCRIÇÃO DE CARGOS

1.3.1 - EFETIVOS

1.3.1.1 - CONSELHO ADMINISTRATIVO

Caberá ao conselho, decidir estrategicamente os caminhos que a empresa deverá seguir para atingir seus objetivos finais. Ou seja, toda mudança dentro da empresa precisará de total apoio deste para dar continuidade a esta.

1.3.1.2 - GERÊNCIA COMERCIAL

O principal objetivo da gerência comercial será recrutar, treinar e motivar equipes terceirizadas de atendimento, além de ter clara percepção do público alvo a ser atingido (clientes) e dos resultados esperados pela empresa. Será responsável

em parceria com a equipe de marketing pelo desenvolvimento de estratégias comerciais para captação de novos clientes.

1.3.1.3 - GERÊNCIA DE MARKETING

O principal objetivo da gerência de Marketing será elaborar pesquisas de mercado e estratégias para aumentar as vendas. Ainda, o desenvolvimento de estratégias promocionais para divulgação, através da utilização de mídias sociais. A área tem como uma das responsabilidades, otimizar o custo com aquisição de clientes (CAC), de modo a fazer com a marca seja propagada e reconhecida “top of mind” no segmento.

1.3.1.4 - GERÊNCIA FINANCEIRA

O principal objetivo da gerência financeira será a gestão de tributos, formação do preço de venda, auditoria, controle das contas a pagar, controle das aplicações financeiras, controle dos saldos bancários, administração do fluxo de caixa e análise das demonstrações financeiras, além da captação e aplicação dos recursos que resultará no crescimento da empresa.

1.3.1.5 - GERÊNCIA DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

O principal objetivo da gerência de TI será manter a segurança das informações, rede, suporte técnico, aprimoramento e desenvolvimento do sistema. Ou seja, garantirá a eficácia dos sistemas contidos na empresa. A área contará com o apoio de um analista de desenvolvimento de software, que será responsável por compreender, executar, realizar a manutenção e corrigir possíveis erros dos programas, plataformas e linguagens da empresa. Além do suporte e manutenção da empresa desenvolvedora dos aplicativos e site.

1.3.1.6 - GERÊNCIA ADMINISTRATIVA

O principal objetivo da gerência administrativa será realizar atividades corporativas, respondendo pelos recursos humanos, supervisionando o setor de compras, elaborando relatórios gerenciais e conduzir reuniões de recursos materiais

e financeiros da área providenciando meios para que as atividades sejam desenvolvidas em conformidade com as normas e procedimentos técnicos. Além disto, responde pela assessoria jurídica terceirizada que dará apoio no âmbito administrativo e jurisdicional.

1.3.2 - TERCEIRIZADOS

1.3.2.1 - SAC (SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR)

Será responsável por estreitar os canais com nossos clientes e consumidores finais, a proposta é a solução de problemas, propor sugestões, tirar suas dúvidas e receber reclamações em relação à marca, serviço ou produto.

Visando o melhor atendimento aos nossos clientes e consumidores finais, durante o ano 1, o serviço de atendimento ao consumidor será realizado pela PYN. Faremos dele um canal direto, estreitando laços e afim de listar os principais problemas para no ano seguinte podermos capacitar a equipe terceirizada no intuito de manter o padrão em excelência. Consideramos nesse serviço 3 itens básicos a serem seguidos:

- Simpatia dos Operadores de Telemarketing – Esta é uma característica essencial. Tratar o cliente da mesma forma como gostaria de ser tratado, mantendo a cordialidade e bom humor. Queremos que a interação de SAC seja sempre uma excelente experiência para o cliente.
- Foco na solução do problema – Tornar ágil a solução do problema, otimizando o tempo.
- Respeito ao cliente – Respeito é essencial em qualquer situação.

1.3.2.2 - CONTABILIDADE

Será responsável por assegurar que todos os relatórios e registros contábeis sejam feitos de acordo com os princípios e normas contábeis e legislação pertinente, dentro dos prazos e das normas e procedimentos estabelecidos pela empresa, gerenciar a elaboração contábil e gerencial, assegurando que os mesmos reflitam corretamente a situação econômico-financeira da empresa também executará as

atividades de escrituração fiscal (ICMS, IPI, ISS etc.) e da apuração mensal do Imposto de Renda, assegurando que todos os tributos devidos sejam apurados e recolhidos na forma da lei, incluindo o cumprimento das obrigações, elabora a Declaração Anual do Imposto de Renda, visando o cumprimento da legislação específica, estudando toda a legislação fiscal-tributária.

1.3.2.3 - ASSESSORIA JURÍDICA

Será responsável por dar apoio no âmbito administrativo e jurisdicional. Garantirá a segurança jurídica do negócio, ou seja, contaremos com um respaldo jurídico, para termos mais certeza acerca das nossas ações, da legalidade dos contratos celebrados, e da regularização da empresa. Assim como, nos ajudará na prevenção das adversidades que poderemos (reconciliação/ defesa da empresa em todo o processo judicial), sempre assegurando a sustentabilidade do negócio.

1.4 - MISSÃO, VISÃO, VALORES E OBJETIVOS DE NOSSA EMPRESA

1.4.1 - MISSÃO

Prover comodidade e agilidade no pagamento do consumo em casas noturnas de forma segura e confiável.

1.4.2 - VISÃO

Ser a empresa de referência em facilitadores de pagamentos com melhor desempenho, atendendo às expectativas de nossos clientes, funcionários e estabelecimentos credenciados.

1.4.3 - VALORES

1.4.3.1 – DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Tratando-se de um empreendimento tecnológico, consideramos a forma mais justa de valorizar as gerações futuras é investir no desenvolvimento sustentável através de atitudes simples, como o descarte de equipamentos eletrônicos, baterias e pilhas em locais credenciados, assim como a adoção da política “*paperless*” que consiste na diminuição e/ou erradicação da utilização de papel no escritório.

1.4.3.2 - ÉTICA E TRANSPARÊNCIA

Prezamos por medidas que visam comunicar e treinar, valorizamos a honestidade, justiça, compromisso, respeito ao próximo, integridade, lealdade e solidariedade. Além de termos compromisso com a transparência nas ações permitindo que qualquer conduta seja registrada, analisada, revisada e solucionada.

1.4.3.3 - COMPROMISSO COM A MELHORIA CONTÍNUA DE QUALIDADE

Trabalhamos com tecnologia e buscamos sempre o maior desenvolvimento para que nossos serviços sejam cada vez mais ágeis e úteis aos nossos clientes.

1.5 - OBJETIVOS

1.5.2 - OBJETIVOS A CURTO PRAZO

Até dezembro de 2019, ampliar o número de estabelecimentos credenciados e usuários. Com a possibilidade de expansão para outras cidades. E manter como parâmetro essa taxa mínima de crescimento anual.

1.5.3 - OBJETIVOS A MÉDIO PRAZO

Em 3 anos expandir em todo o território nacional a capacidade do aplicativo.

1.5.4 - OBJETIVOS A LONGO PRAZO

Em 2022 ser “top of mind” no quesito app/web que proporcione agilidade a vida urbana e sermos a marca reconhecida entre o público alvo.

2. PRODUTO

Quando saímos na noite, queremos apenas “desestressar”, curtir e se divertir. Pensando nisso, a Pay Your Night desenvolveu para o usuário final de nosso serviço e para nosso cliente, estabelecimentos que atuam no segmento da noite, uma plataforma de pagamento que viabiliza todo o processo de consumo no período da diversão. Desde a procura de locais e agendas, passando por todo consumo em suas mãos (gerando maior controle de seus gastos) até a efetuação do pagamento feito por você mesmo, sem a necessidade de entrar em filas gigantes para apenas realizar o pagamento e finalmente dar sequência ao que pretende fazer, sem perda de tempo.

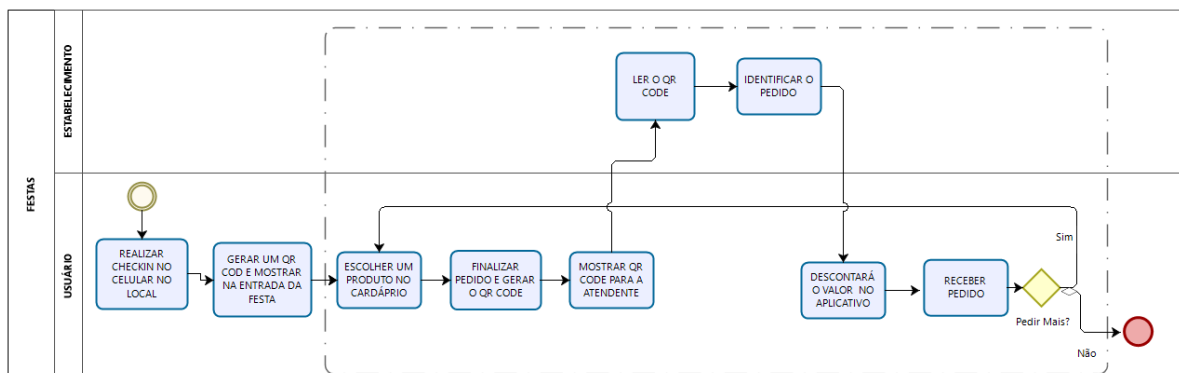
Para nosso cliente, estabelecimentos como bares, casas de show, boates e festas, contamos com um banco de dados detalhados de seus usuários, fornecendo a eles total controle também do seu consumo/venda, estudo do perfil de consumidor, horários de pico e ação de marketing direta. Completamente de graça, a pay your night, como facilitador, não cobra taxas sobre transações ou mensalidades pela utilização de seu serviço. Agindo como gateway de pagamento, nossa receita vem fortemente desse processo. Há também serviços diretos de marketing que podem ser contratos pelo estabelecimento, como anúncios. Que entra em nossa receita como serviço extra.

Para o usuário final, ele conta com toda praticidade em suas mãos. Chegando ao mercado de forma inovadora, o consumidor da noite, tem acesso a toda agenda de eventos nas suas proximidades com horário de funcionamento, detalhes e avaliação de quem já esteve no local, para assegurar-lhe que o lugar vale a pena. Receberá também as ofertas das promoções do dia dos estabelecimentos que costuma ir através de notificações, podendo estar sempre por dentro das “boas”. Conta com um plano de marketing super estruturado que será detalhado à frente, com um leque de promoções, como a “roleta especial”, modelo cashback, descontos em entradas e ingressos por um precinho camarada, entre outros. Tonando a diversão mais prática, acessível e pontual.

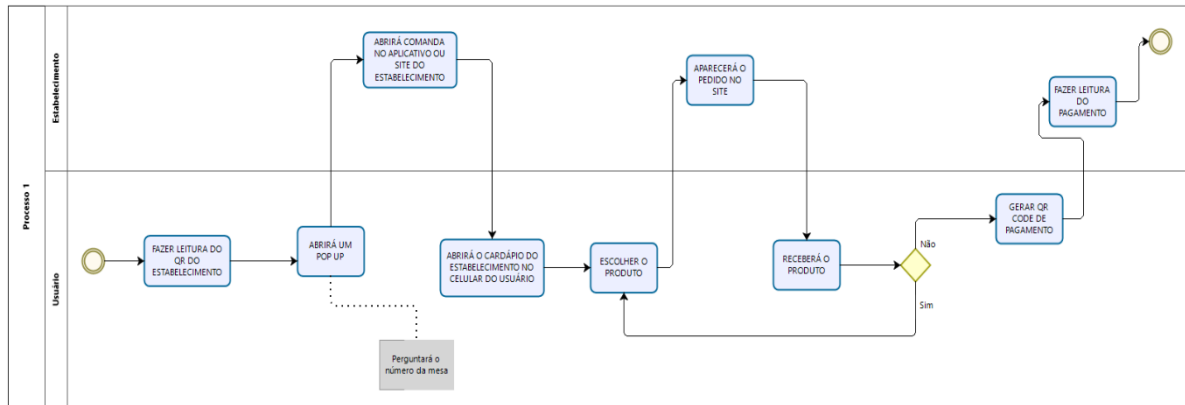


Todo o processo é detalhadamente explicado na imagem abaixo:

2.2 - PARA FESTAS, BOATES E SHOWS



2.3 – PARA BARES E PUBS



Powered by
bizagi
Modeler

2.3 - ESTRATÉGIA DE CASHBACK

Uma das mais importantes estratégias de retenção do varejo, são os programas de fidelidade. Para a empresa, representa um pequeno investimento que aumentará as chances de o cliente realizar outras compras, além de facilitar o aumento do tíquete médio. Para o consumidor, é uma vantagem a mais por algo que ele iria comprar de qualquer maneira.

De acordo com a Nielsen, o Brasil é o país latino-americano com maior adesão a programas de fidelidade, com uma participação de 53% dos clientes entrevistados. Do total de clientes que aderem, 29% afirmam que se identificam no programa ao acessar a conta na própria loja e ceder informações como número de telefone, endereço de e-mail e outras informações. Outros 42% o fazem acessando o site do varejista de casa.

O cashback, modalidade que vem ganhando espaço no Brasil, difere em apenas um ponto dos tradicionais programas de fidelidade: como o próprio nome sugere, parte do dinheiro é devolvido ao cliente após a compra. Dessa maneira, todos os elos da cadeia de compra são favorecidos.

"O cashback gera uma vantagem real para os clientes por não se tratar de um desconto em produtos, mas por parte do dinheiro voltar após a compra de produtos

que às vezes já estão em promoção", lembra Vinícius Rossignoli, gerente de Marketing da In Mais, plataforma de fidelidade que passou a oferecer a modalidade cashback.

"É uma nova forma [de fidelização] que, na minha opinião, veio para ficar, na lógica de oferta e procura. As empresas já perceberam que a forma de consumo mudou e é necessário fidelizar os clientes. É aquele velho ditado: É mais fácil manter um cliente existente do que captar novos prospects", ressalta Thiago Sarraf, especialista em comércio eletrônico e criador da Dr. E-commerce.

Com a intenção de resolver o problema de filas para pagamentos em festas e estabelecimento de entretenimento, será desenvolvida a plataforma para pagamento online, que trará comodidade praticidade para o usuário do estabelecimento, além de retorno financeiro, redução de custo operacional e agilidade no atendimento aos clientes para o estabelecimento.

3. AMBIENTES INTERNOS

3.1 - AMBIENTE DEMOGRÁFICO

Por conhecermos a cidade, escolhemos como ponto de partida a cidade do Rio de Janeiro para iniciarmos nossos trabalhos. Nosso escritório está localizado no centro, onde o fluxo de pessoas é sempre intenso, e de fácil acesso para quaisquer outras regiões o que facilita na marcação de reuniões para clientes e futuros clientes, e nossa praça de atuação será na Zona sul e Central da cidade, onde de acordo com nossa pesquisa se mostraram as mais badaladas do Rio, com 72,7% e 74,9% respectivamente e são as áreas com mais opções de bares e baladas diversificadas.

3.2 - AMBIENTE ECONÔMICO

Os dispositivos móveis estão se tornando cada vez mais úteis. Inicialmente tinham o intuito de realizar procedimentos simples, ex.: Ligações, mensagens. Porém,

ao longo dos anos, este foi evoluindo e conquistando cada vez mais o mercado, que hoje os utilizam como facilitador de certos afazeres.

E um deles é a realização de pagamentos através dos dispositivos. De acordo com a pesquisa, realizada pela empresa Opus Software:

“O número de internautas brasileiros que realizam pagamentos através de seu smartphone dobrou em um ano, passando de 21% no final de 2014 para **46%** em 2015.” (Opus Software, 2015)

De acordo com a pesquisa, podemos observar que a modalidade está cada vez mais presente no dia a dia de milhares de pessoas. Assim como, que grande parte, que antes utilizava seus computadores pessoas para realizações de transações/pagamentos, passou a dar preferência nos aparelhos.

Será bastante positivo para nossa empresa, pois vimos que o mercado está amadurecendo quanto a ideia de usar seu Smartphone para obter informações pessoais. Antigamente, estes eram bem receosos quanto a idéia de informar seus dados bancários por medo de serem “roubados”, porém hoje em dia já é algo comum entre todos. Acreditamos que se termos um produto eficaz e, principalmente, seguro podemos conquistar grande público.

“Aproximadamente 73% dos brasileiros que possuem smartphone não saem de casa sem ele e, para os jovens, é o item mais importante a ser levado a um evento, à frente de documentos e dinheiro” (Opus Software, 2013)

Para nossa empresa, onde seu principal meio de comunicação é o dispositivo móvel, a pesquisa mostra que o produto que lançaremos é bastante promissor. Já que, como observado na pesquisa, o dispositivo é um item importante e a preferência é grande devido tornar certas situações em apenas alguns cliques.

3.3 - AMBIENTE CULTURAL E SOCIAL

Os smartphones já substituem muitos serviços, como exemplo: pagamento de contas através do aplicativo do banco, sem necessidade de ir até a agência e enfrentar filas e pedir comida através de aplicativos. Antes, eles serviam para aumentara

interação entre as pessoas, divulgar suas opiniões em suas páginas sociais da sociedade. No entanto, hoje, além deste serviço ele atua como facilitador de muitas situações que requeriam tempo.

De acordo uma pesquisa realizada pelo IEEE (Instituto de Engenheiros Eletricistas e Eletrônicos).

“ O dinheiro vivo deve ser substituído pelo pagamento através de dispositivos móveis até 2030. A pesquisa, que foi feita com 1.900 entusiastas da tecnologia, revela que 70% dos entrevistados acreditam que o dinheiro vivo deve ser extinto ao longo dos próximos anos. ” (Fonte: Olhar digital)

O que é bastante interessante para nossa empresa que atuará neste mercado, já que demonstra que a opção de realizar todo e qualquer procedimento pelo celular é grande.

Porém, por tratar-se de informações confidenciais e pessoais, é importante termos um aplicativo seguro que assegure que nenhum dado seja espalhando pelo mercado, e para que isso aconteça precisaremos ter ferramentas seguras e de ponta. Além disso, deveremos passar confiança que nosso produto é seguro e eficiente. Pois, de acordo com a pesquisa realizada, também, pelo IEEE (Instituto de Engenheiros Eletricistas e Eletrônicos:

“As pessoas ainda não se sentem seguras em utilizar o dinheiro digital, sendo que, para 46%, a maior preocupação com pagamentos em plataformas móveis é o hackeamento das informações. ” (Fonte: Olhar Digital)

3.4 - AMBIENTE POLÍTICO LEGAL

De acordo com o que é de conhecimento da população a crise econômica que atingiu o país em 2013 afetou diversos setores da economia, fazendo com que muitas empresas cessassem suas atividades. Contudo, algumas organizações reinventaram-se ao incluir o avanço tecnológico e investindo em ideias com baixo custo, o que é bastante vantajoso para nosso projeto, já que as empresas estão buscando por produtos inovadores para atrair e fidelizar clientes. Além de ser atrativo para os usuários finais que são os consumidores dos estabelecimentos, que poderão sair de casa só com o celular, também é interessante para os próprios estabelecimentos que não pagarão pelo uso do nosso sistema em caso de pagamento em dinheiro ou débito,

e o repasse pago pelo uso do cartão de crédito será justo pela demanda que atrairemos com a popularização do pagamento via celular, que é uma modalidade onde os números de uso só vêm crescendo e o comércio vem reagindo muito bem.

As leis e regulamentações foram fatores prioritários para a execução da PYN, o registro foi devidamente realizado com apoio da assessoria jurídica e tributária que nos presta serviços.

4. ANÁLISE SWOT

Essa ferramenta define nossos pontos fortes e fracos, identifica nossas oportunidades e aponta para possíveis ameaças do mercado.

Ambiente interno	Ambiente externo
<p style="text-align: center;">FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Segurança no método de pagamento • Otimização de filas/funcionários • Controle de consumo por comanda virtual (cliente e consumidor final) • Serviço inovador no mercado 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Possibilidade de ampliar e sustentar novos serviços • Responsabilidade socioambiental para os estabelecimentos • Possibilidade de integração com outras operações
<p style="text-align: center;">FRAQUEZAS</p>	<p style="text-align: center;">AMEAÇAS</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Insegurança do cliente ao novo sistema • Parcerias chaves ainda não consolidadas • Dificuldade inicial de demanda 	<ul style="list-style-type: none"> • Crise econômica podendo afetar o nosso segmento • Novas leis que podem dificultar devido a ser um novo segmento

Fonte: PYN

4.1 - SWOT CRUZADA

4.1.1 - ESTRATÉGIA OFENSIVA = PONTOS FORTES X OPORTUNIDADES

Sendo um serviço inovador no mercado que traz segurança para o usuário e trazendo possibilidades de sustentar novos serviços para os estabelecimentos que também poderão contribuir com a responsabilidade socioambiental, visto que o processo é todo através do celular, sem a necessidade do papel a PYN vem com o objetivo de criar diferenciais para nossos clientes que buscam agilidade e praticidade no atendimento, acompanhando as tendências e mudanças no mercado, utilizando o marketing para obter um maior número de clientes.

4.1.2 - CONFRONTO = PONTOS FORTES X AMEAÇAS

Com nosso sistema de otimização de filas e de controle pelos usuários, vamos usar brindes e promoções para captar novos clientes, além do modelo cashback para a fidelização dos mesmos que não terão a desculpa da famosa “crise”, e assim conseguir as parcerias com os estabelecimentos, que além de terem mais movimento, não pagarão pelo aluguel da nossa máquina.

4.1.3 - ESTRATÉGIA DE REFORÇO = PONTOS FRACOS X OPORTUNIDADES

Devido ser um novo serviço no mercado, para conseguirmos a demanda desejada, visto insegurança dos consumidores, iremos trabalhar com as promoções e brindes para o cliente além de nos conhecer, se fidelizar, e para os estabelecimentos nos adotar, também ofereceremos a possibilidade da sustentação e ampliação dos novos serviços.

4.1.4 - ESTRATÉGIA DEFENSIVA = PONTOS FRACOS X AMEAÇAS

Como não temos ainda as parcerias consolidadas e os estabelecimentos tem um papel fundamental para nossa expansão, focaremos em mostrar como nosso aplicativo atrairá mais clientes e que eles não terão custo extra ao utilizar nossos

serviços. Além ações sólidas de marketing digital para os estabelecimentos, atreladas ao nosso serviço.

5. MODELO DAS CINCO FORÇAS COMPETITIVAS

A análise das Cinco Forças de Porter é um dos exercícios mais utilizados na segmentação de mercado, seja para abertura de um novo negócio ou para definição de uma nova estratégia. O modelo das cinco forças competitivas de Porter permite analisar o grau de atratividade de cada segmento de mercado.

5.1 - ENTRADA DOS CONCORRENTES:

A entrada de possíveis novos concorrentes já é esperada pela empresa, antes mesmo do lançamento de nosso produto percebemos movimentações do mercado neste quesito.

Exemplo disso é a empresa Samsung que lançou o aplicativo “Samsung Pay”, é um serviço de pagamento móvel lançado em 2016. A forma como é realizado o pagamento é através de criptografia em suas transações. Como funciona: após instalação e cadastro de suas informações pessoais e em seguida ao realizar a compra de um produto você escolhe quais dos cartões você deseja usar, em seguida você autoriza o pagamento através da validação de sua impressão digital e após isto é, somente, aproximar o celular na maquininha.

Este serviço está disponível para os modelos: Galaxy S8 , Galaxy S8 , Plus Galaxy S7 , Galaxy S7 Edge , Galaxy S6 , Galaxy S6 Edge , Galaxy S6 Edge Plus , Galaxy Note 5 , Galaxy A5 (2016) , Galaxy A7 (2016) , Galaxy A5 (2017) , Galaxy A7 (2017), Galaxy A9 , Gear S3 (R760 ou R770).

Como também, a empresa Google lançou, recentemente, o aplicativo “google pay”, este sistema também usa a criptografia em suas transações. No entanto, as duas plataformas contam com algumas diferenças, a principal delas é a

compatibilidade de aparelhos, enquanto o Samsung Pay é compatível com os aparelhos informados acima, o Google Pay pode ser usado em todo celular com a conexão NFC e Android KitKat 4.4 ou superior.

Como vimos, o mercado já vem inovando neste assunto, porém, podemos perceber que mesmo que já exista algo “parecido”, percebemos que ainda há um grande diferencial no nosso, ambas as plataformas necessitam da máquina para efetuar o pagamento dos gastos do cliente já o nosso é independente desta e somente é necessário da autorização do próprio cliente para efetuar o pagamento. Além de ser bastante vantajoso para o cliente também é para o comerciante local que só necessitará do leitor para o recebimento do pagamento, sem necessidade de aluguel de máquinas.

Além disso, nossa estratégia é buscar meios, como: Cashback, promoções, dar brindes, que nos diferenciem do mercado, sempre acompanhando as mudanças dele, e sempre buscar entender e atender ao cliente da melhor forma.

5.2 - PODER DE BARGANHA DOS COMPRADORES

“O Brasil tem mais de 886 mil pequenos negócios de alimentação fora do lar o que inclui bares, restaurantes, ambulantes, lanchonetes, casas de chá, de sucos, cantinas, buffets e fornecedores de alimentos preparados para empresas e para consumo domiciliar.” (Fonte: Sebrae)

Mediante as informações acima, podemos concluir que o poder de barganha do comprador é bastante alto, tendo em vista a variedade de serviços/estabelecimentos no mesmo segmento que os clientes da PYN, com a numerosa quantidade, o comprador sente-se no predomínio, podendo optar por um estabelecimento não credenciado aos nossos serviços. Entretanto, os usuários de nossos serviços perceberão a facilidade e comodidade de utiliza-lo e que, sem dúvidas, tornará o empreendimento mais atrativo aos clientes.

Além disto, muitos compradores possuem resistência a tecnologia e inovação e como nossa estratégia é a diferenciação, podemos enfrentar a relutância,

principalmente devido a necessidade de dados confidenciais do usuário. Atualmente é do conhecimento de todos os casos de empresas em que tiveram as informações de seus clientes expostas, como a Sony que obteve um prejuízo de mais de US\$ 24 bilhões, 77 milhões de usuários da Playstation foram atingidos por hackers em 2011, que roubaram informações de cartões de crédito e senhas. Visando esta estratégia competitiva, desenvolvemos nossos produtos com a utilização do QRCode, que atualmente é referência em segurança da informação, pois reduz numericamente o número de fraudes e falsificações de dados bancários.

5.3 - PRODUTOS/ SERVIÇOS SUBSTITUTOS

O convencionalismo da sociedade pode afetar a PYN no sentido de que muitos cidadãos ainda optam pelo pagamento em dinheiro e a disponibilidade das máquinas de cartão de débito/crédito nos estabelecimentos pode ser um ponto vulnerável, tendo em vista que, caso não haja filas ou grande consumo o cliente final poderá preferir utiliza-las. Pensando nisto, ofereceremos aos nossos clientes como oportunidade para fidelização e atração, através de benefícios com o uso do aplicativo, como o cash back, prêmios e brindes. O que nos tornará mais atrativos do que um pagamento em dinheiro ou em máquinas comuns.

5.4 - RIVALIDADE ENTRE OS CONCORRENTES

Nossos concorrentes são às máquinas de cartão de débito e crédito, que também são produtos substitutos. Entretanto, estes não concorrem nas outras estratégias de nosso negócio, como a disponibilidade de evitar filas e poder controlar o consumo. Para conquistamos o maior número de clientes, investiremos em estratégias de marketing e TI a fim de garantirmos a qualidade de nosso produto e a satisfação do comerciante/ cliente.

5.5 - PODER DE BARGANHA DOS FORNECEDORES

O desenvolvimento do produto (Aplicativo) será realizado pela própria empresa, devido a isso o poder de barganha será baixo.

Teremos uma área de ti competente e qualificada, onde acompanha as mudanças do mercado. Além disso, estaremos dispostos a dar treinamentos de qualificação a nossos profissionais. O que resultará em não necessitarmos, em primeiro momento, de fornecedores para nos auxiliar.

6. ESTRATÉGIA DE MARKETING

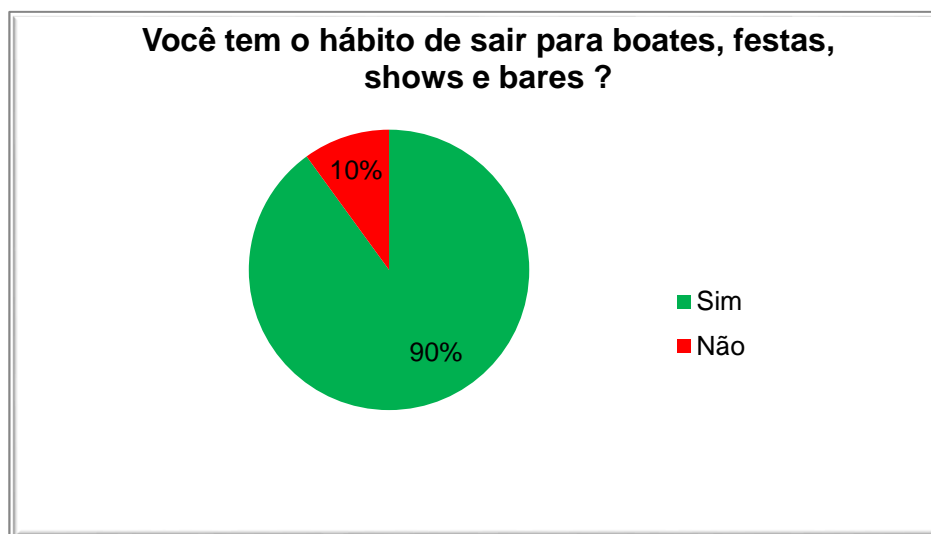
6.1 - PESQUISA DE MERCADO

Realizamos no mês de junho 2018 uma pesquisa através de questionário objetivo com 14 perguntas, cujo instrumento consta nos anexos ao final deste documento, chegando ao total de 200 entrevistados na cidade do Rio de Janeiro com o intuito de avaliar a demanda do mercado e suas particularidades.

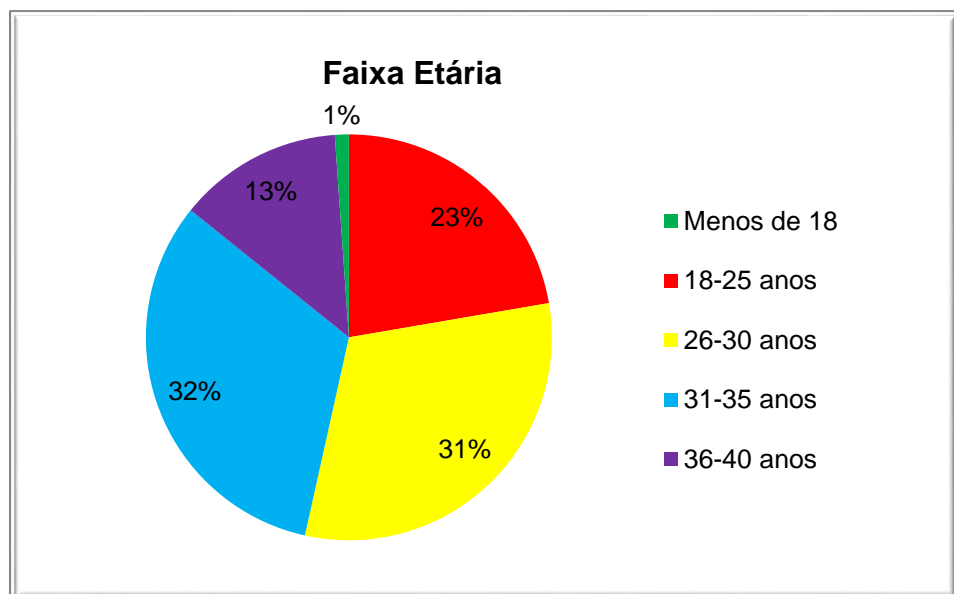
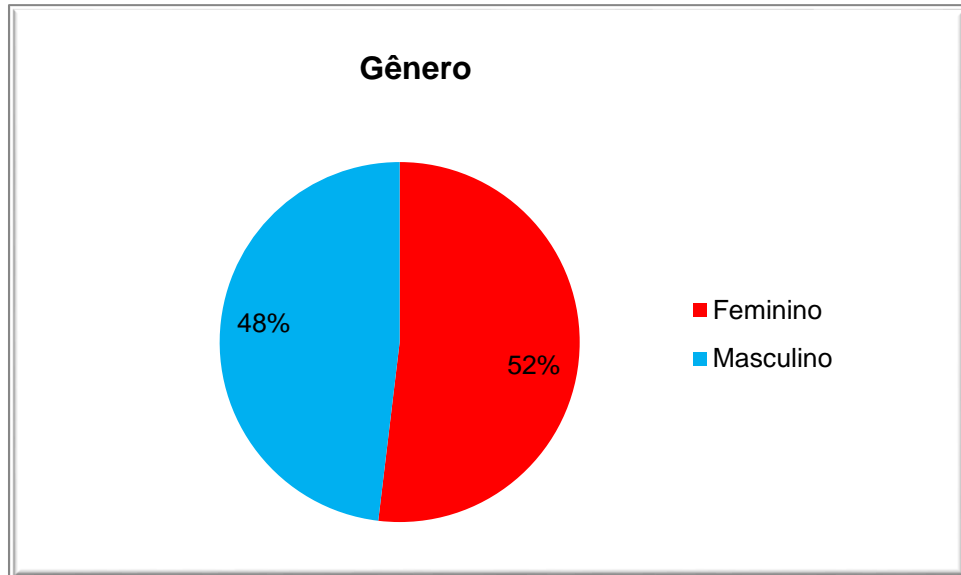
A pergunta filtro que usamos para identificar um potencial cliente foi “Você possui o hábito de sair para boates, bares, festas ou shows?”, deste modo conseguimos filtrar o mercado que queremos abordar e entendê-lo melhor.

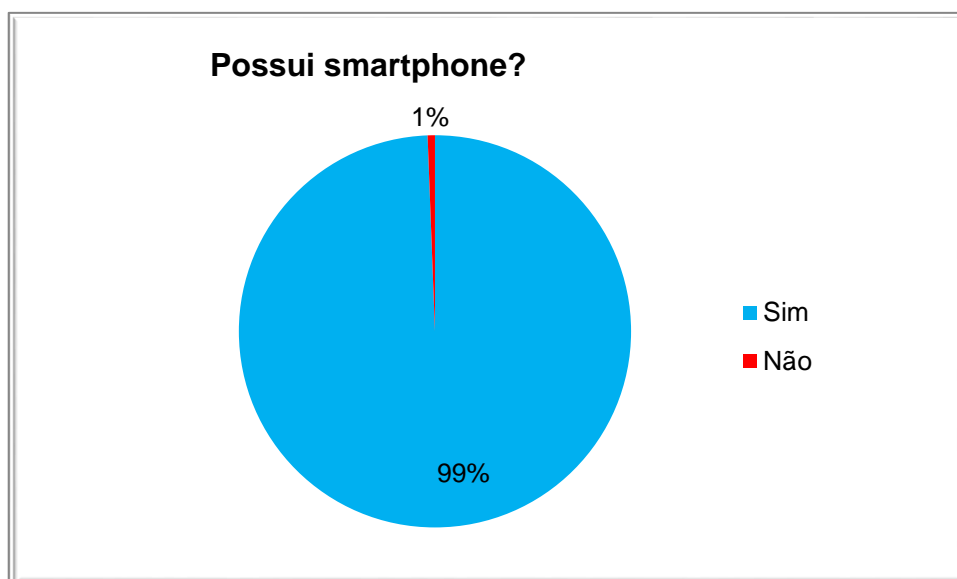
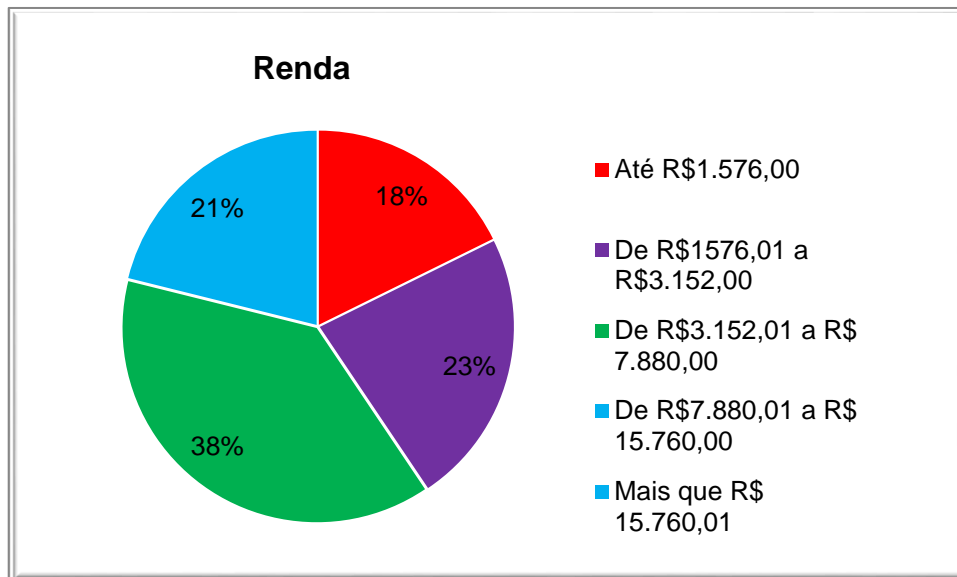
Abaixo, gráficos extraídos desta pesquisa.

Pergunta Filtro:



6.1 - PERFIL DO CLIENTE





6.1.1 - PERFIL DO CLIENTE – RESULTADOS E CONCLUSÕES

Gênero:

51,9% Feminino e 47,5% Masculino.

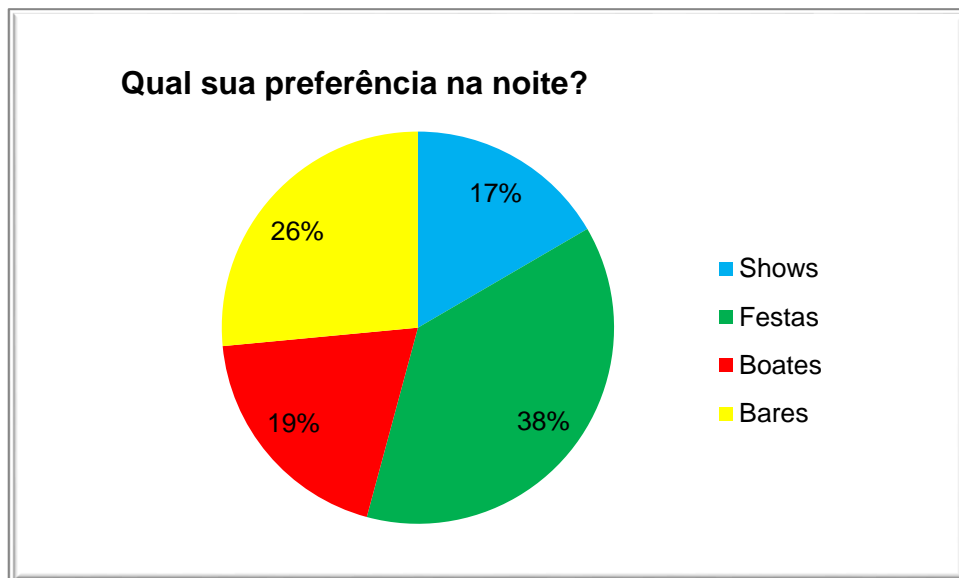
Faixa Etária:

32% possuem de 31 a 35 anos.

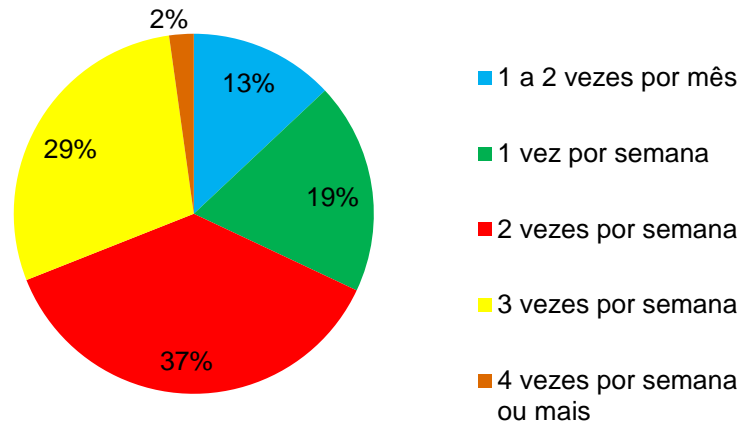
Renda:

38% possuem renda até R\$ 7,880,00

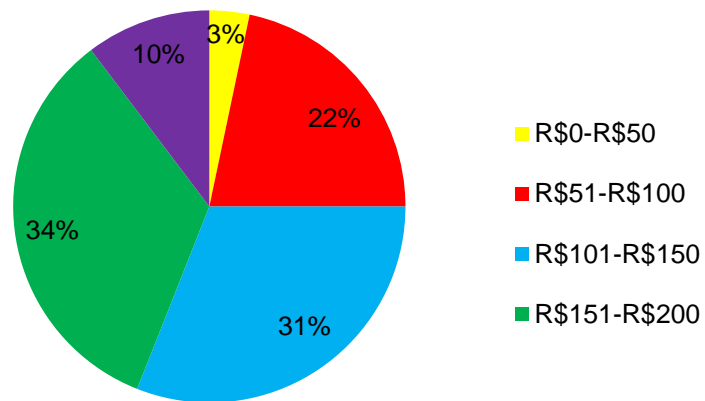
Os resultados desta pesquisa indicam que nosso público é bem distribuído entre mulheres e homens. A maior parte do nosso público está na faixa etária de 31 a 35 anos, tendendo a ser financeiramente independente com renda de até R\$7.880,00 e todos possuem aparelho smartphone, o que nos mostra serem de classe média para alta, com condições para utilizarem nosso aplicativo.

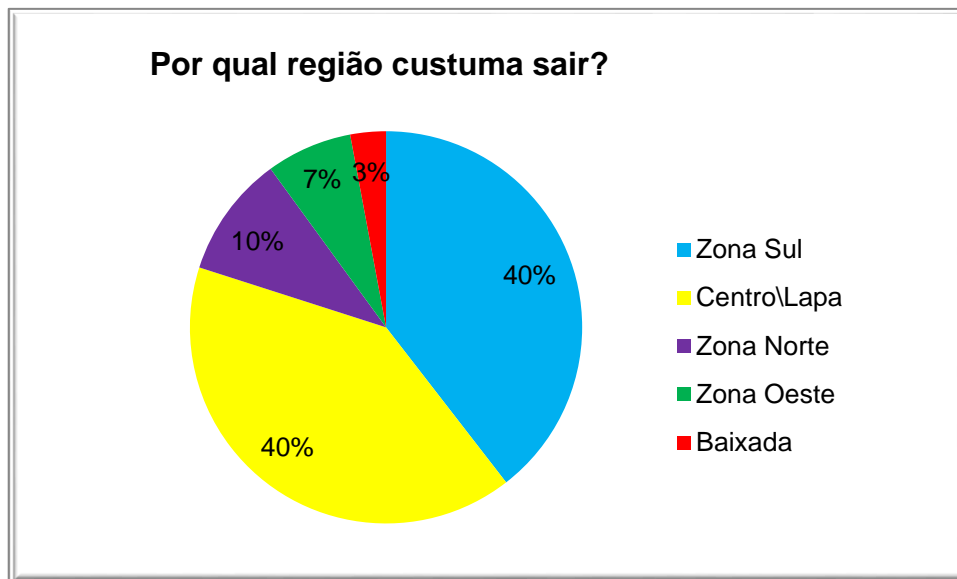
6.2- HÁBITOS E COSTUMES DO CLIENTE

Com que frequência costuma sair para os lugares citados acima ?



Quanto em média é consumido por noite ?





Hábitos e costumes do cliente – Resultados e conclusão

37,6% preferem sair para festas e 26,5% preferem sair para bares.

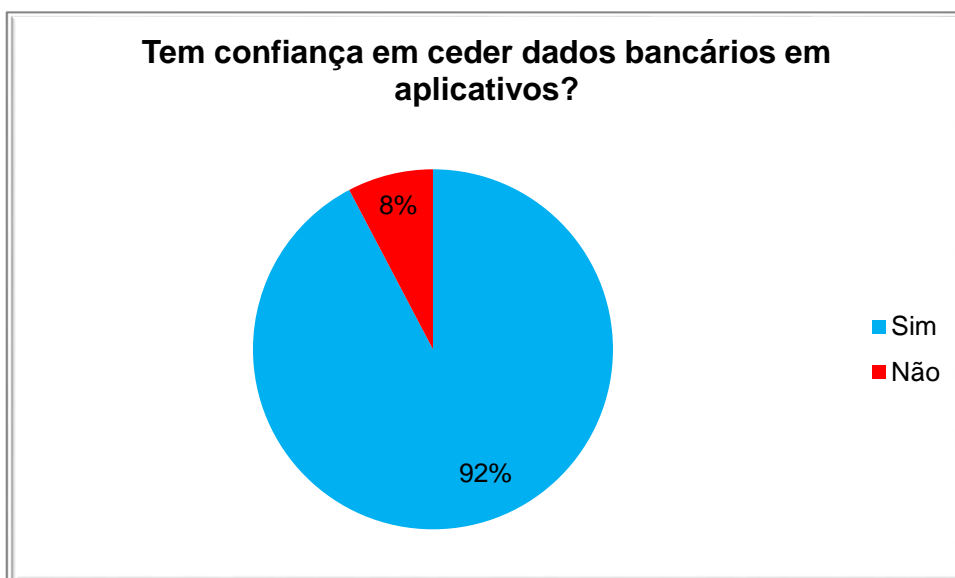
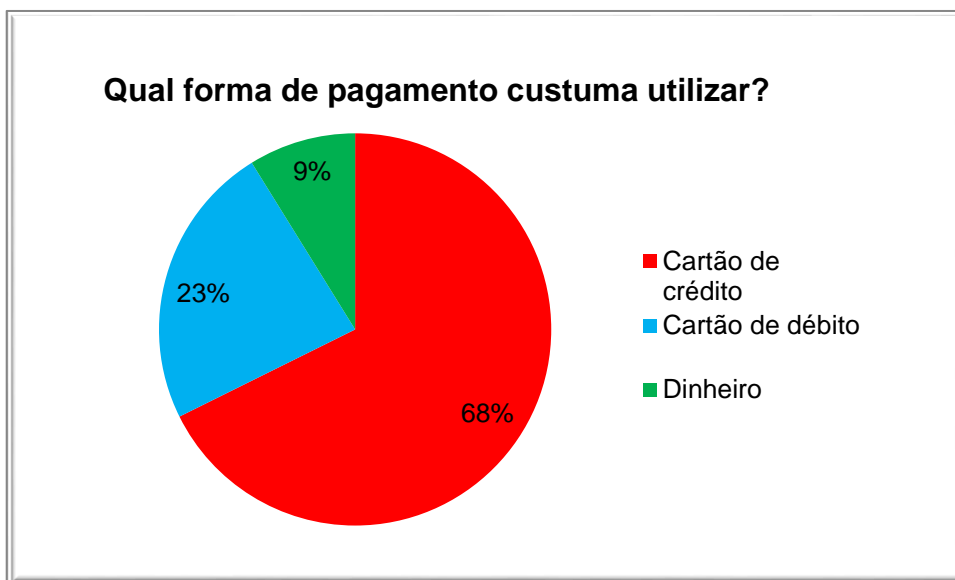
37% costumam sair a noite pelo menos 2 vezes na semana.

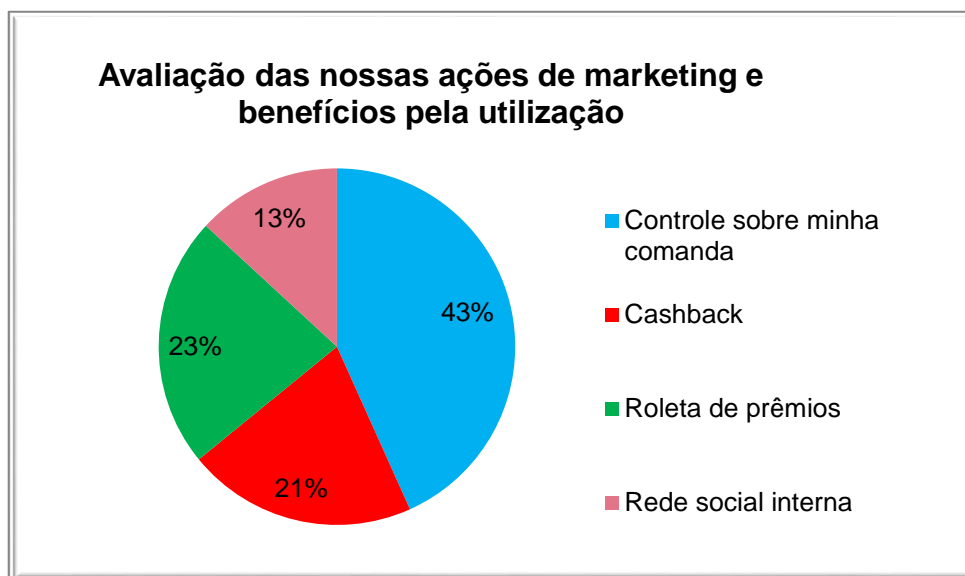
33,7% gastam entre R\$151,00 e R\$200,00 por noite.

40% e 40% saem pela Zona Sul e Central.

Os dados acima, passam informações importantes para entendermos os hábitos de nossos clientes, como por exemplo, a frequência de saídas por semana, as zonas mais frequentadas da cidade e os ambientes que costumam frequentar. Nossa estratégia é fazer com que este cliente consumidor experimente e use nosso aplicativo, indique para terceiros e se fidelize, além de nos ajudar na escolha dos estabelecimentos que faremos parcerias. Outro detalhe é o gasto médio de até R\$ 200,00 por saída, possibilitando que os gestores possam traçar metas e planejamentos de lucros.

6.3 – DESEJOS E NECESSIDADES DO CLIENTE





Desejos e necessidades do cliente – Resultados

64,7% preferem efetuar o pagamento mediante cartão de crédito

93,7% tem confiança em passar dados bancários para aplicativos.

86,7% se incomodam com a espera na hora de pagar para ir embora

87% gostariam de ter controle na demanda de consumo e 69,1% gostariam de ter descontos em ingressos e entradas.

Observando os desejos e necessidades de cada cliente, podemos concluir que a maioria utiliza cartão de crédito como forma de pagamento e tem confiança em ceder seus dados bancários em aplicativo. Concluímos através de análise destes dados que a fila na hora de pagar para ir embora da noite é um fator de grande relevância para nossos clientes; portanto, a comodidade atrelada a agilidade do nosso serviço, fazem da **PYN** um player em vantagem competitiva.

6.2 - ESTRATÉGIAS

A estratégia de marketing da PYN busca inovação e acompanha tendência, tecnologia e mudanças nos hábitos dos consumidores, é a diretriz para garantir que nossos serviços terão excelência. Ao acompanhar os consumidores, instantaneamente faremos com que nossos clientes (estabelecimentos) desenvolvam-se e captem mais frequentadores.

De acordo com nossa pesquisa de mercado, atuaremos na região sul e central da cidade do Rio de Janeiro, pois são locais reconhecidos como referências em bares e festas pelos nossos usuários. Nosso foco são bares, festas e shows que estejam dispostos a somar com a PYN para se diferenciar do mercado. Os usuários possuem faixa etária compreendida entre 18 - 45 anos, independente de gênero. São em sua maioria jovens e adultos adeptos em aplicativo que viabilizam o cotidiano. Nosso público consiste em pessoas que possuem a rotina atribulada e prezam seu tempo da melhor maneira possível, como lazer.

Nossa estratégia está primeiramente direcionada a inovação. Investimos em tecnologia, serviços, pesquisa e qualidade, com o objetivo de criar diferenciais para nossos clientes e consumidores.



6.2.1 - POLÍTICA DE PREÇO

Para os usuários e estabelecimentos o nosso aplicativo não possui taxas para download, não será cobrada eventuais taxas de serviços, por exemplo: mensalidades, inscrições, ou aquisição de máquinas para o uso de nosso aplicativo.

Quando é realizado uma compra através do cartão de crédito ocorre uma série de trocas de informações e cobranças de taxas entre todos os envolvidos no processo de pagamento.

Como ocorre:

- Portador do cartão: cliente que solicitou um cartão de crédito junto ao banco e faz uso dele como método de pagamento;
- Estabelecimento: empresa que vende um produto ou serviço por meio da máquina de cartão;
- Banco emissor: instituição financeira que emite o cartão de crédito do cliente, licenciada para uso de uma ou mais bandeiras de cartão;
- Bandeira do cartão: instituição financeira que administra o crédito e determina as regras, prazos e limites do uso do cartão. As bandeiras mais comuns são Visa, Mastercard e American Express;

- Credenciador ou adquirente: empresa que armazena dados sobre os cartões de crédito e comunica-se diretamente com a bandeira do cartão. Alguns exemplos de credenciadoras são Cielo, Redecard e Getnet.
- Banco do comerciante: é o banco referente à conta do dono do estabelecimento, que recebe o dinheiro da venda e processa as operações de crédito e débito.

Em todas estas etapas é descontada uma taxa de serviço do valor total da compra, são essas taxas que resultarão parte de nosso lucro, que será em torno de 1,9%.

6.2.2 - POLÍTICA DE PRAÇA

Sabe-se que o Rio de Janeiro além das belezas naturais é reconhecido por sua variedade em entretenimento que propõe aos seus moradores e visitantes. No centro do Rio, encontramos a Lapa, o bairro considerado o berço da boemia carioca, pois possui uma grande variedade de bares, pubs e festas. Considerado um bairro efervescente, é um excelente ponto de vendas, almejado por muitos empresários e fonte de referência para diversão e lazer para os consumidores. A zona sul da cidade guarda a beleza das praias, pontos turísticos reconhecidos mundialmente e uma grande diversidade de bares com estilos e propostas diferentes. Além disto os dados socioeconômicos da região são mais atrativos para o empreendimento do que outras.

6.2.3 - POLÍTICA DE PROPAGANDA

Para os estabelecimentos daremos acesso a publicidade direta para que através de direct/popup as promoções chegarão ao consumidor por três filtros, sendo eles:

- Por proximidade (Raio de 10km);
- Por frequência (pessoas que já realizaram check-in no local);
- Por seguidores na página.

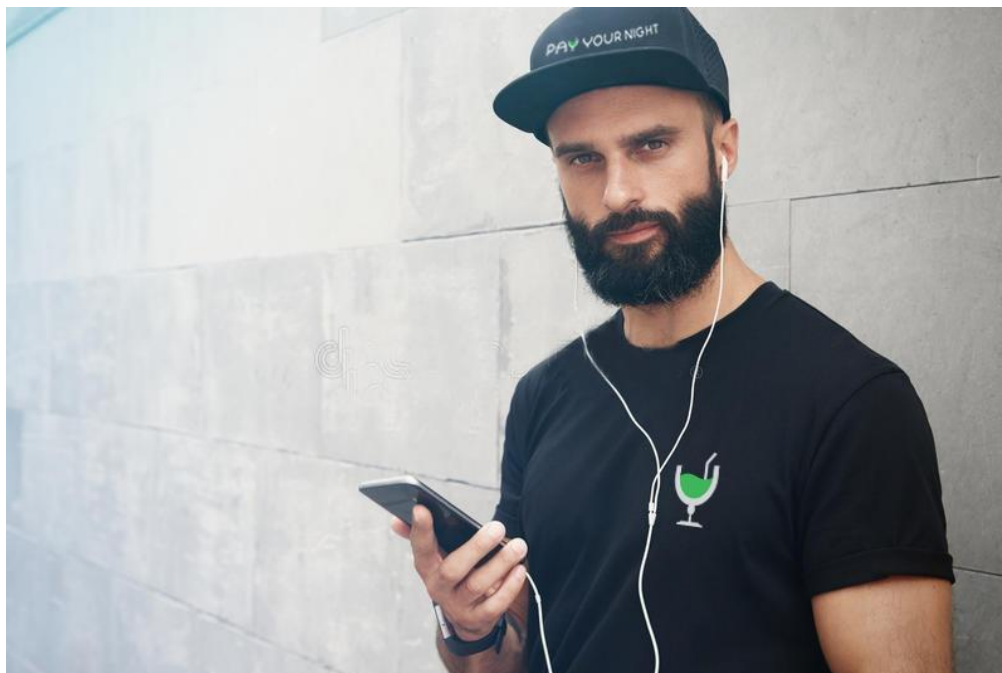
6.2.3.1 - PACOTES OFERTADOS AOS ESTABELECIMENTOS:

- Mensal – “Vai, Experimenta!” (ou no caso de usar nome de drinks: Tequila)
R\$ 199,00.
- Trimestral – “Birita” (ou no caso de usar nome de drinks: Margarita)
R\$477,00 (R\$159/mês).
- Semestral – “Bolado” (ou no caso de usar nome de drinks: Cuba Libre)
R\$714,00(R\$119/mês).
- Anual – “Pré-night” (ou no caso de usar nome de drinks: Pina Colada)
R\$948,00 (R\$79/mês).

Além disso, os estabelecimentos que fecharem o contrato “pré-night” de publicidade, ganharão um totem PYN pelo período de vigência do contrato. Este será, uma das formas de divulgação da marca.

Outra forma de publicidade, será contratar uma “*digital influencer*” de até 50 mil seguidores no Instagram, que fará a propaganda da marca pelos Canais: Instagram e Facebook. Além disso, através do contrato será determinado as seguintes obrigações:

- Dois encontros no semestre com os seguidores em algum estabelecimento credenciado;
- Semanalmente visita a 2 estabelecimentos que utilizam o aplicativo, para produção de conteúdo para as “redes sociais” da PYN e seu perfil pessoal no Instagram;
- Produzir conteúdo exclusivos em seu perfil pessoal no Instagram, direcionando direta/indiretamente a PYN;
- Ações promocionais com seguidores uma vez ao mês.



Também, divulgaremos nossa marca em rádios com abordagem jovem (exemplo Rádio Mix e Fm O dia), além da ativa participação nas redes sociais como YouTube, Instagram, Snapchat, Twitter, Facebook.

Abaixo a descrição dos valores despendidos a anúncios nas mídias:

Programação de Mídia Annual				
Mídia	Frequência	Custo Unitário	Total Mensal	Annual
Rádio	Diário	1.200,00	24.000,00	288.000,00
Facebook	Diário	10,00	200,00	2.400,00
Instagram	Diário	10,00	200,00	2.400,00
Youtube	Diário	3,00	60,00	720,00
			24.460,00	293.520,00

6.2.4 - DESCRIÇÃO DO SERVIÇO

6.2.4.1 – PARA ESTABELECIMENTO:

- APLICATIVO:

Plataforma de pagamento online.

- DATABASE COM DADOS DOS FREQUENTADORES:

Ajudará na modelação a disponibilidade de itens vendidos nos estabelecimentos de forma a apoiar o estabelecimento com o distribuidor.

Database: Software de banco de dados que organiza dados, armazenados e acessados eletronicamente, modelar aspectos da realidade de uma maneira que dê suporte a processos que exigem informações. (Wikipédia)

Além disso, também terá ao alcance informações importantes sobre o perfil do consumidor, para que desse modo, possa ajustar seu empreendimento.

- DIVULGAÇÃO ATRAVÉS DE POP UP:

Os planos oferecidos pela PYN, permitirão que os empreendimentos possam divulgar a marca própria, o estabelecimento e suas promoções. Que trarão, conseqüentemente, o aumento do *ticket* médio.

- TOTEM:

Para os 10 primeiros estabelecimentos que fecharão o contrato (anual) no dia do lançamento, disponibilizaremos o totem que são estações de recarga para celulares.

- **CARDÁPIO:** Poderá cadastrar os produtos do estabelecimento no aplicativo e site.

6.2.4.2 - PARA O CONSUMIDOR FINAL:

- **APLICATIVO:** Plataforma de pagamento online, que reduzirá o tempo de espera ao efetivar a compra de algum produto. Assim como, terá a opção de dividir o valor total da comanda através do app.

- **MAIOR CONTROLE DA COMANDA:** ele conseguirá acompanhar *on time* o que está sendo consumido.

- **CARDÁPIO:** acesso ao cardápio através do aplicativo, sem ser necessário à espera do atendente.

- **CASHBACK:** Todas as compras realizadas farão com que o cliente adquira pontos, que retornará para ele em forma de desconto ou produtos a serem consumidos no estabelecimento.

- **MAPA DOS ESTABELECIMENTOS:** terá acesso a um mapa que informará todos os estabelecimentos que usam como forma de pagamento o PYN e poderá visualizar as avaliações e programações de cada local.

- **ROLETA DE PRÊMIOS:** Em dias específicos a roleta de prêmios será ativada para usuários do aplicativo. Previamente será anunciado, e após os usuários realizarem o check-in em algum estabelecimento cliente ela será ativada. Nela ofertaremos brindes como bonés, chaveiros, camisas e porta copos, e também vouchers de consumo. O consumidor poderá retirar os brindes no próprio estabelecimento, através da leitura do QR será dado baixa na liberação do mesmo. (vide fotos abaixo)





7. LOGO MARCA

A logomarca é a identidade visual da empresa, a criação dela é importante pois representa a estratégia de nossa empresa e será a primeira impressão que o cliente terá de nosso serviço. É importante que esta seja memorável e que transmita o que a empresa representa através das cores, formas e textos.

As cores são representantes importantes na logomarca de um produto, pois são capazes de despertar emoções e/ou sensações.

“Como as cores atraem e influenciam os consumidores?”

Além de estimular determinados comportamentos, as cores frequentemente costumam definir e atrair tipos de consumidores. Compreender qual a relação delas com as características de personalidade de cada tipo de público é fundamental para definir qual será a melhor cor em sua oferta.” (Fonte: Partida Digital)

A nossa logo, tem cor verde que representa o lado financeiro e pratico do aplicativo, seu objeto e sua função. Quisemos deixar claro que até a bebida ficará mais barata através do aplicativo, por isso o líquido na taça, que representa o modelo Cashback.

A cor verde atraí consumidores mais racionais, ela é utilizada por bancos e empresas que possui como público pessoas com orçamento fixo e que pensam bem antes de comprar.



Evolução da logo:



8. FESTA DE LANÇAMENTO

Realizaremos um coquetel na Casa Julieta e Serpa, restaurante situado na Praia do Flamengo, 340 - Flamengo, Rio de Janeiro.

Optamos por um local com estrutura clássica, no qual ofereceremos degustação à 200 convidados, que em sua maioria são proprietários de estabelecimentos.

No lançamento, divulgaremos a marca através de um briefing com o intuito de no próprio local abriremos espaço para a efetivação de contratos.

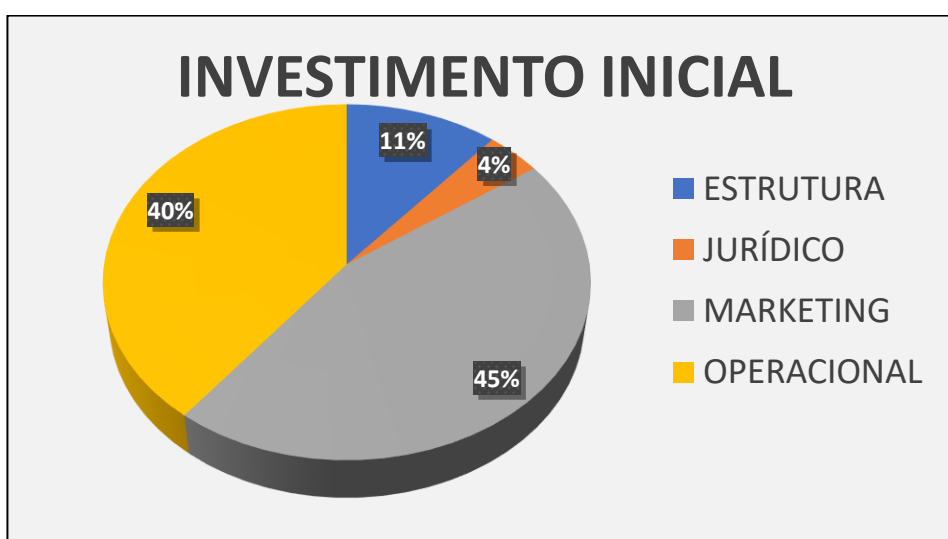
Os primeiros estabelecimentos que fecharem o contrato com a PYN anual, ganharão um totem (máquina para carregar o celular).



(Fonte: Casa Julieta & Serpa)

9. DEFINIÇÃO DE INVESTIMENTOS EM ATIVO PERMANENTE E INTANGÍVEL

A Pay Your Night Ltda inicialmente investirá o valor de R\$ 212.906,45 (Duzentos e doze mil, novecentos e seis reais e quarenta e cinco centavos) em ativos imobilizados e intangíveis, uma vez que haverá aumento do volume de investimentos à medida que a empresa apresentar crescimento. Segue abaixo a descrição da composição dos gastos de nossa empresa:



(Fonte: Autores)

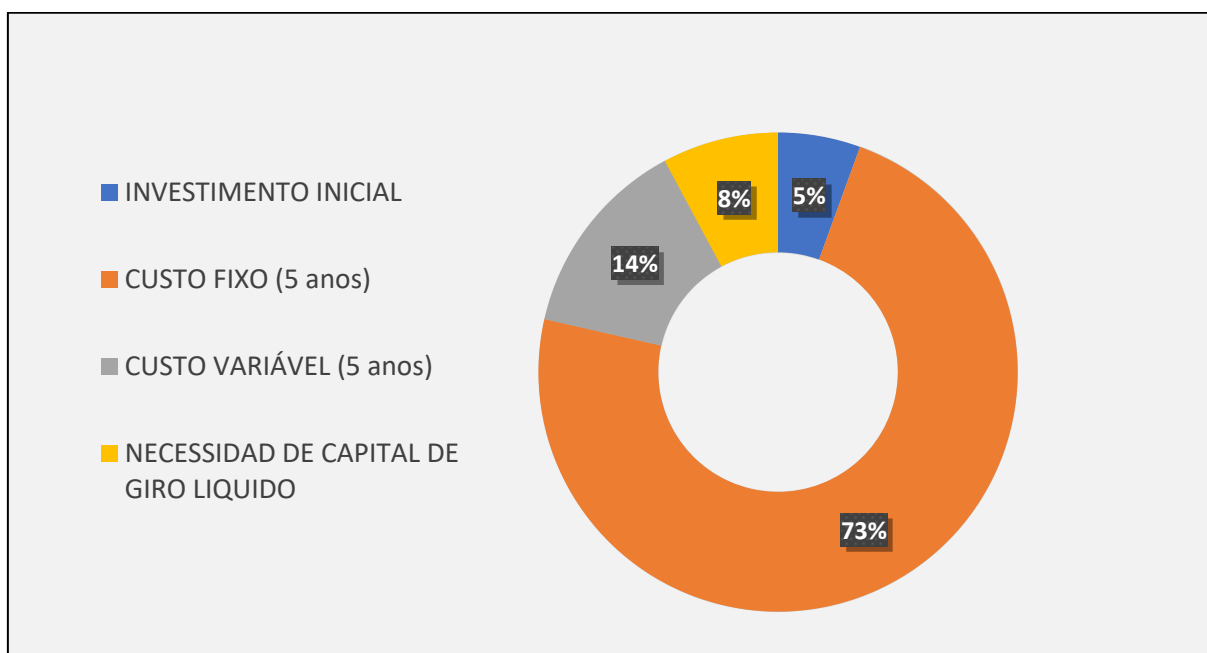
9.1 - ALOCAÇÃO DE INVESTIMENTO INICIAL

TIPO	ESPECIFICAÇÃO	QT	VALOR TOTAL
ESTRUTURA	NOTEBOOK DELL INSPIRON I15-5566-A10B INTEL CORE I3 4GB 1TB TELA LED 15.6" WINDOWS 10	5	R\$ 9.148,45
ESTRUTURA	MULTIFUNCIONAL SAMSUNG À LASER SL-M2070W WI-FI, NFC E USB IMPRIME, COPIA E DIGITALIZA	1	R\$ 701,10
ESTRUTURA	SMART TV LED 49" SAMSUNG UN49J5200GXZD FULL HD 2 HDMI 1 USB PRETA COM CONVERSOR DIGITAL INTEGRADO	1	R\$ 1.804,99
ESTRUTURA	CADEIRA OFFICE FINLANDEK PRESIDENTE PLUS COM FUNÇÃO RELAX E REGULAGEM DE ALTURA	10	R\$ 4.299,00
ESTRUTURA	MESA DE REUNIÃO RETANGULAR ME4119 BRANCA - TECNO MOBILI	1	R\$ 289,06
ESTRUTURA	ARMÁRIO PARA ESCRITÓRIO ALTO 160CM GEBB WORK PRETO/CINZA	1	R\$ 409,90
ESTRUTURA	ESTANTE PARA LIVROS COM 5 PRATELEIRAS MODULARE TRAMONTINA NATURAL	1	R\$ 132,90
ESTRUTURA	APOIO ERGONÔMICO P/ PÉS MDF MULTIVISÃO (COD: 1727)	5	R\$ 257,95
ESTRUTURA	MESA DE ESCRITÓRIO ME4109 BRANCATECNOMOBILI	5	R\$ 924,95
ESTRUTURA	TELEFONE COM FIO PLENO PRETO COM PPB	1	R\$ 30,90
ESTRUTURA	PURIFICADOR DE ÁGUA CONSUL - CPB34AB	1	R\$ 375,00
ESTRUTURA	EXTINTOR DE INCÊNDIO CLASSE A 10 L	2	R\$ 193,80
ESTRUTURA	WINDOWS 10 HOME	5	R\$ 2.349,95
ESTRUTURA	PACOTE OFFICE 365 PROFESSIONAL	5	R\$ 1.195,00
ESTRUTURA	EXTINTOR DE INCÊNDIO CO 2 6KG	2	R\$ 1.479,52
ESTRUTURA	PERSIANA VERTICAL BEGE - PVC - 1	3	R\$ 261,90
JURÍDICO	CONTRATOS - CONTRATO SOCIAL, TERMOS DE USO E POLITICA DE PRIVACIDADE	1	R\$ 4.042,52
JURÍDICO	REGISTRO DOS ATOS CONSTITUTIVOS DA EMPRESA	1	R\$ 808,50
JURIDICO	LEGALIZAÇÃO DA EMPRESA	1	R\$ 1.900,00
JURÍDICO	REGISTRO E PROTEÇÃO DE MARCAS, PATENTES E DIREITOS AUTORAIS	1	R\$ 808,50
JURÍDICO	CONSULTORIA JURÍDICA/HONORARIOS	1	R\$ 1.010,63
OPERACIONAL	MANUTENÇÃO PLATAFORMA (FASE DE TESTE)	1	R\$ 6.000,00
OPERACIONAL	TOTEM	10	R\$ 50.000,00

OPERACIONAL	DESENVOLVIMENTO PLATAFORMA	1	R\$ 78.000,00
MARKETING	CRIAÇÃO LOGOMARCA	1	R\$ 200,00
MARKETING	EVENTO	1	R\$ 30.000,00
MARKETING	DIGITAL INFLUENCIA	1	R\$ 16.281,93

A quantidade aqui custeada de ativos imobilizados e intangíveis entende ser o suficiente para iniciar suas atividades. Há o interesse de aquisição de mais 50 unidades de Pontos de Carregamento de celulares para os estabelecimentos/clientes e que incrementaria ainda mais o portfólio de serviços oferecidos. Entretanto, por representar alto custo de implantação (o custo importa R\$ 250.000,00), sua instalação está projetada para após um ano de funcionamento da empresa.

9.2- ESTRUTURA GERAL DOS GASTOS



9.3– ALOCAÇÃO DOS CUSTOS FIXOS

ESPECIFICAÇÃO	QTD	ANO BASE	ANO 2 + 4,25% IPCA META	ANO 3 +4,0% IPCA META	ANO 4 + 4,25 IPCA META	ANO 5 + 4,0% IPCA META
PAPEL HIGIÊNICO PERSONAL FOLHA SIMPLES 30M COM 60 ROLOS	2	R\$ 80,00	R\$ 83,40	R\$ 86,74	R\$ 90,42	R\$ 94,04
SABONETE LIQUIDO HERBAL/ERVA DOCE, 5 LITROS - PROLIM	1	R\$ 15,90	R\$ 16,58	R\$ 17,24	R\$ 17,97	R\$ 18,69
PORTA SABONETE LÍQUIDO PORCELANA BRANCA BANHEIRO LUXO CHIQUE	1	R\$ 20,40	R\$ 21,27	R\$ 22,12	R\$ 23,06	R\$ 23,98
CANECA XÍCARA ESMALTADA P/ CAFÉ 70ML METALLOUÇA – AZUL	10	R\$ 159,90	R\$ 166,70	R\$ 173,36	R\$ 180,73	R\$ 187,96
COPO DESCARTÁVEL BRANCO 200ML CAIXA COM 2500 COPOS ALTACOPPO	20	R\$ 2.929,80	R\$ 3.054,32	R\$ 3.176,49	R\$ 3.311,49	R\$ 3.443,95
SACO DE LIXO PLÁSTICO PRETO 20 LITROS COM 100 UNIDADES	2	R\$ 22,00	R\$ 22,94	R\$ 23,85	R\$ 24,87	R\$ 25,86
TAXA BOMBEIROS	1	R\$ 90,21	R\$ 94,04	R\$ 97,81	R\$ 101,96	R\$ 106,04
SAC	12	R\$ 12.960,00	R\$ 13.510,80	R\$ 14.051,23	R\$ 14.648,41	R\$ 15.234,35
ENERGIA ELÉTRICA ESCRITÓRIO	12	R\$ 3.777,72	R\$ 3.938,27	R\$ 4.095,80	R\$ 4.269,88	R\$ 4.440,67
SALÁRIOS DA ADMINISTRAÇÃO	12	R\$ 280.719,86	R\$ 292.650,46	R\$ 304.356,48	R\$ 317.291,63	R\$ 329.983,29
CANETA ESFEROGRÁFICA CRISTAL FINA BIC - AZUL CAIXA COM 50 UNIDADES	1	R\$ 35,50	R\$ 37,01	R\$ 38,49	R\$ 40,12	R\$ 41,73
CLIPS 2/0 - GALVANIZADO - CAIXA C/ 100 UNIDADES – BACCHI	1	R\$ 1,47	R\$ 1,53	R\$ 1,59	R\$ 1,66	R\$ 1,73
ESTILETE PLASTICO LARGO 18MM HOT G315 UN. - GOLLER	9	R\$ 15,12	R\$ 15,76	R\$ 16,39	R\$ 17,09	R\$ 17,77
EXTRATOR DE GRAMPO EM AÇO CARBRINK	9	R\$ 18,00	R\$ 18,77	R\$ 19,52	R\$ 20,35	R\$ 21,16
GRAMPEADOR 26/6 CIS C-15	4	R\$ 164,00	R\$ 170,97	R\$ 177,81	R\$ 185,37	R\$ 192,78
GRAMPOS GALVANIZADOS 26/6 BACCHI COM 5000 GRAMPOS	4	R\$ 38,40	R\$ 40,03	R\$ 41,63	R\$ 43,40	R\$ 45,14
MARCADOR DE TEXTO BIC TANQUE AMARELO COM 1 UNIDADE	9	R\$ 53,10	R\$ 55,36	R\$ 57,57	R\$ 60,02	R\$ 62,42

POST-IT 653 38 X 50MM 200 FOLHAS 4 CORES NEON POST-IT 3M	5	R\$ 129,95	R\$ 135,47	R\$ 140,89	R\$ 146,88	R\$ 152,75
CARTUCHO TONER MLT-D111S COMPATÍVEL SL-M2070 SL-M2070W M2071	60	R\$ 5.994,00	R\$ 6.248,75	R\$ 6.498,69	R\$ 6.774,89	R\$ 7.045,88
1 PACOTE DE FOLHA OFÍCIO A4 CHAMEX COM 500 FOLHAS	50	R\$ 1.835,00	R\$ 1.912,99	R\$ 1.989,51	R\$ 2.074,06	R\$ 2.157,02
TELEFONE E INTERNET	12	R\$ 1.668,00	R\$ 1.738,89	R\$ 1.808,45	R\$ 1.885,30	R\$ 1.960,72
MANUTENÇÃO/ATUALIZAÇÃO/SUORTE DOS APPS E SITE PELO DESENVOLVEDOR	12	R\$ 3.000,00	R\$ 3.127,50	R\$ 3.252,60	R\$ 3.390,84	R\$ 3.526,47
TERCEIRIZAÇÃO CONTÁBIL, FISCAL E TRABALHISTA	12	R\$ 11.448,00	R\$ 11.934,54	R\$ 12.411,92	R\$ 12.939,43	R\$ 13.457,01
ARMAZENAMENTO DE DADOS MICROSOFT (NUVEM)	12	R\$ 37.796,52	R\$ 39.402,87	R\$ 40.978,99	R\$ 42.720,59	R\$ 44.429,42
PROGRAMAÇÃO MÍDIA ANUAL	12	R\$ 293.520,00	R\$ 305.994,60	R\$ 318.234,38	R\$ 331.759,35	R\$ 345.029,72

9.3 - ESTRUTURA DOS CUSTOS FIXOS

A Pay Your Night apresenta em seguida a planilha com os gastos fixos projetados para os próximos cinco anos. Há de ser levado em consideração que todos os custos estimados para os anos seguintes da abertura da empresa foram feitos levando-se em consideração a projeção das inflações metas estipuladas pelo Banco Central para os próximos 5 anos, disponível no site da referida Instituição. Logo, os gastos sofrem majoração de acordo com a inflação meta para os anos seguintes.

O total de custos fixos representam grande parcela dos gastos, contudo estima-se geração de receitas superiores aos custos aqui elencados. As obrigações de terceiros para com a Pay Your Night, dentro desses 5 (cinco) anos projetados, serão capazes de gerar caixa positivo necessário a cobrir estes custos, haja vista a previsão de receita dos nossos clientes serem capazes de gerar receita superior aos gastos, conforme pesquisa realizada junto a uma parcela desses potenciais clientes.

9.3.1 - ALOCAÇÃO EM CUSTO VARIÁVEL

ESPECIFICAÇÃO	QTD	ANO BASE	ANO 2 + 4,25% IPCA META	ANO 3 +4,0% IPCA META	ANO 4 + 4,25 IPCA META	ANO 5 + 4,0% IPCA META
TERCEIRIZAÇÃO DE REPRESENTANTES COMERCIAL	12	R\$ 96.000,00	R\$ 100.080,00	R\$ 104.083,20	R\$ 108.506,74	R\$ 112.847,01

9.4.1 - ESTRUTURA DOS CUSTOS VARIÁVEIS

Os custos referidos acima são responsáveis pelo custeio de 02 (dois) representantes comerciais que atuaram junto aos estabelecimentos apresentando e oferecendo nosso serviço. Os custos dos anos seguintes foram majorados também com base na inflação meta estipulada pelo Banco Central do Brasil.

9.5 - NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO LIQUIDO

COMPOSIÇÃO DO NCG			
ATIVO OPERACIONAL	+	PASSIVO OPERACIONAL	NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO
R\$ 18.374,20		R\$ 280.719,00	R\$ 299.093,20
<i>APLICAÇÕES OPERACIONAIS</i>		<i>FONTES OPERACIONAIS</i>	<i>NGC</i>

9.6 - PREMISSAS OPERACIONAIS

Oferecer serviços de excelência com preços competitivos e ótimo atendimento, sempre buscando otimizar o tempo dos usuários da plataforma e concorrendo para elevar o nível de serviço dos estabelecimentos, haja vista que o incremento da nova forma de pagamento proporcionará redução de custos com pessoal e flexibilizando o tempo destinado a atender os seus consumidores.

9.7 - DEDUÇÕES SOBRE AS VENDAS

A Pay Your Night realizou um estudo de planejamento tributário e decidiu, como melhor enquadramento fiscal, aderir ao Simples Nacional, cujas alíquotas, conforme tabela abaixo, são definidas diante do faturamento dos últimos 12 meses.

Receita Bruta em 12 meses (R\$)

Receita Bruta	Alíquota	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pa	CPP	ISS
540.000,01 a							
720.000,00	11,31%	0,53%	0,53%	1,56%	0,38%	4,47%	3,84%

Diante da previsão de vendas de serviços, a estimativa é de pagamento de alíquota de imposto de renda de **11,31%** sobre o faturamento total, havendo a incidência de imposto sobre serviços (ISS) de **3,84%** (baseado na tabela do Simples Nacional, Anexo III – Alíquotas e Partilha do Simples Nacional – Receitas Decorrentes da prestação de serviços, com vigência a partir de 01/01/2018).

9.8 – PESQUISA DE MERCADO

Em busca de conhecer o posicionamento dos possíveis clientes em relação ao nosso serviço diferenciado, realizamos uma pesquisa de mercado afim de levantar nossa viabilidade financeira. Foram entrevistados 16 proprietários de estabelecimentos noturnos situados na região da Lapa, segue abaixo pesquisa.

Nos apresentamos da seguinte forma:

Breafing - Quem somos?

Um startup que chegar no mercado em 2019 proporcionando pagamentos rápidos, atendimento em excelência e marketing eficaz.

Sobre nossa proposta de valor:

Não é voltada apenas a funcionalidades e características de nossos serviços e sim na solução que ela entrega para o nosso cliente, ajudando-o a resolver problemas,

fidelizar seus consumidores, atender suas necessidades, implementar seu atendimento, inovar na forma de pagamento e com um marketing intenso, aumentar sua atuação no mercado.

Sua empresa está preparada para a nova era?

Pesquisas relatam:

A comunicação via aplicativos e redes sociais está sendo cada vez mais requerida pelos clientes.

Ou seja, se você não tem canais completos e capazes de oferecer um atendimento de excelência e personalizado com certeza terá pontos a menos com os consumidores.

“Até 2020, 85% dos serviços de atendimento ao cliente serão por meio do ambiente digital.” (Site Ideal Marketing.)

PESQUISA DE MERCADO

Estabelecimento.

Aceitação e Marketing:

- Diante do exposto, sua empresa teria interesse em implantar nosso serviço?
- Quais ações de marketing digital sua empresa utiliza no mercado hoje?
- Qual retorno (em questão de receita) dessas ações? É possível mensurar?
- Pacotes de publicidade (Depois de apresenta-los aos clientes):
- Haveria relevância em contratar nossos pacotes de publicidade, que é um canal direto com o seu consumidor final?
- Qual?

Financeiro:

- Seu estabelecimento recebe em torno de quantos clientes/dia?
- Qual a porcentagem de operações realizadas com cartão de crédito/dia?
- Qual o ticket médio por consumidor?

Abaixo a relação de estabelecimentos entrevistados:

Nº	Estabelecimento	Aceitação	Marketing Digital	Retorno	Publicidade PVM	Qtde/Pct	Pacote	R\$/mês
1	Caquioguinha	Sim	Redes Sociais	15,00%	Sim	1	Vai, experimental	R\$ 199,00
2	Bar do Antônio	Sim	Redes Sociais	10,00%	Sim	3	Brita	R\$ 159,00
3	Bar Arco-íris	Sim	Redes Sociais	10,00%	Sim	12	Pré-night	R\$ 79,00
4	Arco-íris da Lapa	Sim	Redes Sociais	10,00%	Sim	1	Vai, experimental	R\$ 199,00
5	Cacimba	Sim	Redes Sociais	15,00%	Não	0	-	-
6	Boteco da Garrafa	Sim	Redes Sociais	20,00%	Sim	12	Pré-night	R\$ 79,00
7	Antônio's bar	Sim	Redes Sociais	20,00%	Sim	6	Bolado	R\$ 119,00
8	Carioca da Gema	Sim	Redes Sociais	30,00%	Sim	6	Bolado	R\$ 119,00
9	Wendaval da Lapa	Não	-	-	Não	0	-	-
10	Baby Bar	Sim	Redes Sociais	15,00%	Sim	12	Pré-night	R\$ 79,00
11	Ximenes Grill	Sim	Redes Sociais	15,00%	Não	0	-	-
12	Ponto de Encontro Ximenes	Sim	Redes Sociais	15,00%	Não	0	-	-
13	Ximeninho	Sim	Redes Sociais	15,00%	Sim	1	Vai, experimental	R\$ 199,00
14	Os Ximenes	Sim	Redes Sociais	15,00%	Sim	3	Brita	R\$ 159,00
15	Sarau	Sim	Redes Sociais	30,00%	Sim	6	Bolado	R\$ 119,00
16	Gargalo	Sim	Redes Sociais	20,00%	Sim	12	Vai, experimental	R\$ 199,00

De acordo com a pesquisa realizada, obtivemos o índice de 94% de aceitação dos estabelecimentos e 75% de aceitação em referente a publicidade paga.

Abaixo tabela com a informações econômico financeira dos estabelecimentos entrevistados:

Nº	Estabelecimento	Aceitação	Clientes/ Mês	Ticket médio	Receita Mensal	Bruta	% Operações Crédito	Receita Bruta Mensal (Estabelecimentos - Operação em Crédito)
1	Caquiokinha	Sim	1500	R\$ 100,00	R\$ 150.000,00		50,00%	R\$ 75.000,00
2	Bar do Antônio	Sim	2400	R\$ 40,00	R\$ 96.000,00		60,00%	R\$ 57.600,00
3	Bar Arco-íris	Sim	2100	R\$ 50,00	R\$ 105.000,00		65,00%	R\$ 68.250,00
4	Arco-íris da Lapa	Sim	1800	R\$ 45,00	R\$ 81.000,00		65,00%	R\$ 52.650,00
5	Cacimba	Sim	6000	R\$ 70,00	R\$ 420.000,00		60,00%	R\$ 252.000,00
6	Boteco da Garrafa	Sim	4500	R\$ 110,00	R\$ 495.000,00		60,00%	R\$ 297.000,00
7	Antônio's bar	Sim	3600	R\$ 120,00	R\$ 432.000,00		60,00%	R\$ 259.200,00
8	Carioca da Gema	Sim	2100	R\$ 85,00	R\$ 178.500,00		65,00%	R\$ 116.025,00
9	Wendaval da Lapa	Não	-	-			-	-
10	Baby Bar	Sim	6000	R\$ 45,00	R\$ 270.000,00		55,00%	R\$ 148.500,00
11	Ximenes Grill	Sim	2400	R\$ 30,00	R\$ 72.000,00		60,00%	R\$ 43.200,00
12	Ponto de Encontro Ximenes	Sim	15000	R\$ 35,00	R\$ 525.000,00		50,00%	R\$ 262.500,00
13	Ximeninho	Sim	18000	R\$ 30,00	R\$ 540.000,00		65,00%	R\$ 351.000,00
14	Os Ximenes	Sim	15000	R\$ 50,00	R\$ 750.000,00		60,00%	R\$ 450.000,00
15	Sarau	Sim	9000	R\$ 120,00	R\$ 1.080.000,00		60,00%	R\$ 648.000,00
16	Gargalo	Sim	5100	R\$ 70,00	R\$ 357.000,00		65,00%	R\$ 232.050,00
MÉDIA			6300	R\$ 66,67	R\$ 370.100,00		60,00%	R\$ 220.865,00

De acordo com nossa pesquisa, chegamos a uma perspectiva de receita bruta na ordem de R\$ 220.865,00 (duzentos e vinte mil, oitocentos e sessenta e cinco reais) em operações de crédito dos estabelecimentos. Esse valor será utilizado como referência para calcularmos a nossa projeção de receita, que será aferida em diferentes cenários, considerando que inicialmente atuaremos como adquirente e subadquirente cobrando o percentual de 1,9% nas operações por clientes.

9.9 - EXPECTATIVA DE RECEITA – BASE CENÁRIOS

Devido ao aumento do uso de cartão de crédito pelos consumidores, estima-se que 60% dos pagamentos de serviços serão efetivados nesta modalidade, ou seja, 60% do faturamento total. De acordo com a nossa pesquisa de Marketing, na qual foram entrevistados 16 estabelecimentos (bares, restaurantes, boates) na região da Lapa, no Rio de Janeiro, a receita bruta mensal dos mesmos perfaz um montante equivalente a R\$ 220.865,00 (duzentos e vinte mil, oitocentos e sessenta e cinco reais).

Conforme apresentado, a Pay Your Night agirá como adquirente/subadquirente nas operações de créditos, tendo como remuneração inicial 1,9% (R\$ 4.196,44), sendo nossa meta de receita para os três cenários apresentadas a seguir:

9.9.1 - NO CENÁRIO BASE REAL:

A Pay Your Night iniciará suas atividades com a projeção de receita escalonada, na qual levaremos em consideração que teremos um retorno na ordem de 25% (vinte e cinco) sobre o total de operações em crédito dos estabelecimentos, multiplicado por 1,9 % (estimativa de porcentagem referida a entrantes no mercado nesse segmento). Considerando que a cidade do Rio de Janeiro possui 886 estabelecimentos noturnos, de acordo com pesquisa do jornal O Globo, optamos por estimar projeção de receita bruta para a PYN levando em consideração que abocanharíamos respectivamente: 7%, 12%, 15%, 18% e 20% (de 2019 – 2023), neste cenário.

Perspectiva de Captação de Clientes em cada Cenário	Perspectiva Receita Bruta Mensal no Ano Base x Cernários	Perspectiva de Aumento de Receita 2020	Perspectiva de Aumento de Receita 2021	Perspectiva de Aumento de Receita 2022	Perspectiva de Aumento de Receita 2023
REAL (25% OC)	R\$ 65.044,74	R\$ 73.437,61	R\$ 83.928,70	R\$ 98.616,22	R\$ 117.500,18
ESTABELECIMENTOS (886)	7%	12%	15%	18%	20%

9.9.2 - NO CENÁRIO BASE OTIMISTA

A Pay Your Night iniciará suas atividades com a projeção de receita escalonada, na qual levaremos em consideração que teremos um retorno na ordem de 30% (trinta) sobre o total de operações em crédito dos estabelecimentos, multiplicado por 1,9 % (estimativa de porcentagem referida a entrantes no mercado nesse segmento). Considerando que a cidade do Rio de Janeiro possui 886 estabelecimentos noturnos, de acordo com pesquisa do jornal O Globo, optamos por estimar projeção de receita bruta para a PYN levando em consideração que abocanharíamos respectivamente: 7%, 12%, 15%, 18% e 20% (de 2019 – 2023), neste cenário:

Perspectiva de Captação de Clientes em cada Cenário	Perspectiva Receita Bruta Mensal no Ano Base x Cernários	Perspectiva de Aumento de Receita 2020	Perspectiva de Aumento de Receita 2021	Perspectiva de Aumento de Receita 2022	Perspectiva de Aumento de Receita 2023
OTIMISTA (30% OC)	R\$ 78.053,69	R\$ 88.125,14	R\$ 100.714,44	R\$ 118.339,47	R\$ 141.000,22
ESTABELECIMENTOS (886)	7%	12%	15%	18%	20%

9.9.3 - NO CENÁRIO BASE PESSIMISTA

A Pay Your Night iniciará suas atividades com a projeção de receita escalonada, na qual levaremos em consideração que teremos um retorno na ordem de 20% (vinte) sobre o total de operações em crédito dos estabelecimentos, multiplicado por 1,9 % (estimativa de porcentagem referida a entrantes no mercado nesse segmento). Considerando que a cidade do Rio de Janeiro possui 886 estabelecimentos noturnos, de acordo com pesquisa do jornal O Globo, optamos por estimar projeção de receita bruta para a PYN levando em consideração que abocanharíamos respectivamente: 7%, 12%, 15%, 18% e 20% (de 2019 – 2023), neste cenário:

Perspectiva de Captação de Clientes em cada Cenário	Perspectiva Receita Bruta Mensal no Ano Base x Cernários	Perspectiva de Aumento de Receita 2020	Perspectiva de Aumento de Receita 2021	Perspectiva de Aumento de Receita 2022	Perspectiva de Aumento de Receita 2023
PESSIMISTA (20% OC)	R\$ 52.035,79	R\$ 58.750,09	R\$ 67.142,96	R\$ 78.892,98	R\$ 94.000,14
ESTABELECIMENTOS (886)	7%	12%	15%	18%	20%

10. VALOR PRESENTE LÍQUIDO, CUSTO MÉDIO PONDERADO DE CAPITAL, TAXA INTERNA DE RETORNO E PAYBACK – CENÁRIO

De acordo com os dados compilados em planilha de custos detalhada, fruto de uma pesquisa extensa de mercado junto a potenciais clientes na região do Rio de Janeiro – Centro e arredores, apuramos os seguintes índices, de acordo com nossa expectativa de receita:

CENÁRIO REAL				
Investimento Inicial	VPL	WACC	TIR	PayBack
R\$ 212.906,45	R\$ 308.764,33	14,11%	45,22%	2 anos, 10meses
CENÁRIO OTIMISTA				

Investimento Inicial	VPL	WACC	TIR	PayBack
R\$ 212.906,45	R\$ 932.116,09	11,05%	95,95%	7 meses
CENÁRIO PESSIMISTA				
Investimento Inicial	VPL	WACC	TIR	PayBack
R\$ 212.906,45	(R\$ 6.842,91)	14,86%	14,41%	3 anos, 5 meses

As projeções financeiras aqui elencadas mostram a evolução dos nossos fluxos de caixa futuro e são fruto de extensa pesquisa de viabilidade econômica realizada no mercado em estudo, consoante ao cenário econômico atual e futuro, tendo como base a expectativa de mercado.

10.1 - PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA, NOS TRÊS CENÁRIOS:

10.1.1 - FLUXO DE CAIXA PROJETADO - REAL

Ano1 - 2019													
	jan/19	fev/19	mar/19	abr/19	mai/19	jun/19	jul/18	ago/19	set/19	out/19	nov/19	dez/19	Total
Receita Bruta	R\$ 65.044,74	R\$ 65.044,74	R\$ 65.044,74	R\$ 65.044,74	R\$ 65.044,74	R\$ 65.044,74	R\$ 65.044,74	R\$ 65.044,74	R\$ 65.044,74	R\$ 65.044,74	R\$ 65.044,74	R\$ 65.044,74	R\$ 65.044,74
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00
Margem de Contribuição	R\$ 57.044,74	R\$ 57.044,74	R\$ 57.044,74	R\$ 57.044,74	R\$ 57.044,74	R\$ 57.044,74	R\$ 57.044,74	R\$ 57.044,74	R\$ 57.044,74	R\$ 57.044,74	R\$ 57.044,74	R\$ 57.044,74	R\$ 57.044,74
(-) Custos e Despesas Fixas	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74
Fluxo Líquido de Caixa	R\$ 2.337,00	R\$ 2.337,00	R\$ 2.337,00	R\$ 2.337,00	R\$ 2.337,00	R\$ 2.337,00	R\$ 2.337,00	R\$ 2.337,00	R\$ 2.337,00	R\$ 2.337,00	R\$ 2.337,00	R\$ 2.337,00	R\$ 2.337,00
Fluxo Líquido de Caixa - (CashBack)	R\$ 1.752,75	R\$ 1.752,75	R\$ 1.752,75	R\$ 1.752,75	R\$ 1.752,75	R\$ 1.752,75	R\$ 1.752,75	R\$ 1.752,75	R\$ 1.752,75	R\$ 1.752,75	R\$ 1.752,75	R\$ 1.752,75	R\$ 1.752,75
Ano2 - 2020													
Receita Bruta	R\$ 73.437,61	R\$ 73.437,61	R\$ 73.437,61	R\$ 73.437,61	R\$ 73.437,61	R\$ 73.437,61	R\$ 73.437,61	R\$ 73.437,61	R\$ 73.437,61	R\$ 73.437,61	R\$ 73.437,61	R\$ 73.437,61	R\$ 73.437,61
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00
Margem de Contribuição	R\$ 65.097,61	R\$ 65.097,61	R\$ 65.097,61	R\$ 65.097,61	R\$ 65.097,61	R\$ 65.097,61	R\$ 65.097,61	R\$ 65.097,61	R\$ 65.097,61	R\$ 65.097,61	R\$ 65.097,61	R\$ 65.097,61	R\$ 65.097,61
(-) Custos e Despesas Fixas	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82
Fluxo Líquido de Caixa	R\$ 8.064,80	R\$ 8.064,80	R\$ 8.064,80	R\$ 8.064,80	R\$ 8.064,80	R\$ 8.064,80	R\$ 8.064,80	R\$ 8.064,80	R\$ 8.064,80	R\$ 8.064,80	R\$ 8.064,80	R\$ 8.064,80	R\$ 8.064,80
Fluxo Líquido de Caixa - (CashBack)	R\$ 6.048,60	R\$ 6.048,60	R\$ 6.048,60	R\$ 6.048,60	R\$ 6.048,60	R\$ 6.048,60	R\$ 6.048,60	R\$ 6.048,60	R\$ 6.048,60	R\$ 6.048,60	R\$ 6.048,60	R\$ 6.048,60	R\$ 6.048,60
Ano3 - 2021													
Receita Bruta	R\$ 83.928,70	R\$ 83.928,70	R\$ 83.928,70	R\$ 83.928,70	R\$ 83.928,70	R\$ 83.928,70	R\$ 83.928,70	R\$ 83.928,70	R\$ 83.928,70	R\$ 83.928,70	R\$ 83.928,70	R\$ 83.928,70	R\$ 83.928,70
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60
Margem de Contribuição	R\$ 75.255,10	R\$ 75.255,10	R\$ 75.255,10	R\$ 75.255,10	R\$ 75.255,10	R\$ 75.255,10	R\$ 75.255,10	R\$ 75.255,10	R\$ 75.255,10	R\$ 75.255,10	R\$ 75.255,10	R\$ 75.255,10	R\$ 75.255,10
(-) Custos e Despesas Fixas	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13
Fluxo Líquido de Caixa	R\$ 15.940,97	R\$ 15.940,97	R\$ 15.940,97	R\$ 15.940,97	R\$ 15.940,97	R\$ 15.940,97	R\$ 15.940,97	R\$ 15.940,97	R\$ 15.940,97	R\$ 15.940,97	R\$ 15.940,97	R\$ 15.940,97	R\$ 15.940,97
Fluxo Líquido de Caixa - (CashBack)	R\$ 11.955,73	R\$ 11.955,73	R\$ 11.955,73	R\$ 11.955,73	R\$ 11.955,73	R\$ 11.955,73	R\$ 11.955,73	R\$ 11.955,73	R\$ 11.955,73	R\$ 11.955,73	R\$ 11.955,73	R\$ 11.955,73	R\$ 11.955,73
Ano4 - 2022													
Receita Bruta	R\$ 98.616,22	R\$ 98.616,22	R\$ 98.616,22	R\$ 98.616,22	R\$ 98.616,22	R\$ 98.616,22	R\$ 98.616,22	R\$ 98.616,22	R\$ 98.616,22	R\$ 98.616,22	R\$ 98.616,22	R\$ 98.616,22	R\$ 98.616,22
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23
Margem de Contribuição	R\$ 89.573,99	R\$ 89.573,99	R\$ 89.573,99	R\$ 89.573,99	R\$ 89.573,99	R\$ 89.573,99	R\$ 89.573,99	R\$ 89.573,99	R\$ 89.573,99	R\$ 89.573,99	R\$ 89.573,99	R\$ 89.573,99	R\$ 89.573,99
(-) Custos e Despesas Fixas	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98
Fluxo Líquido de Caixa	R\$ 27.739,01	R\$ 27.739,01	R\$ 27.739,01	R\$ 27.739,01	R\$ 27.739,01	R\$ 27.739,01	R\$ 27.739,01	R\$ 27.739,01	R\$ 27.739,01	R\$ 27.739,01	R\$ 27.739,01	R\$ 27.739,01	R\$ 27.739,01
Fluxo Líquido de Caixa - (CashBack)	R\$ 20.804,26	R\$ 20.804,26	R\$ 20.804,26	R\$ 20.804,26	R\$ 20.804,26	R\$ 20.804,26	R\$ 20.804,26	R\$ 20.804,26	R\$ 20.804,26	R\$ 20.804,26	R\$ 20.804,26	R\$ 20.804,26	R\$ 20.804,26
Ano5 - 2023													
Receita Bruta	R\$ 117.500,18	R\$ 117.500,18	R\$ 117.500,18	R\$ 117.500,18	R\$ 117.500,18	R\$ 117.500,18	R\$ 117.500,18	R\$ 117.500,18	R\$ 117.500,18	R\$ 117.500,18	R\$ 117.500,18	R\$ 117.500,18	R\$ 117.500,18
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92
Margem de Contribuição	R\$ 108.096,26	R\$ 108.096,26	R\$ 108.096,26	R\$ 108.096,26	R\$ 108.096,26	R\$ 108.096,26	R\$ 108.096,26	R\$ 108.096,26	R\$ 108.096,26	R\$ 108.096,26	R\$ 108.096,26	R\$ 108.096,26	R\$ 108.096,26
(-) Custos e Despesas Fixas	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38
Fluxo Líquido de Caixa	R\$ 43.787,88	R\$ 43.787,88	R\$ 43.787,88	R\$ 43.787,88	R\$ 43.787,88	R\$ 43.787,88	R\$ 43.787,88	R\$ 43.787,88	R\$ 43.787,88	R\$ 43.787,88	R\$ 43.787,88	R\$ 43.787,88	R\$ 43.787,88
Fluxo Líquido de Caixa - (CashBack)	R\$ 32.840,91	R\$ 32.840,91	R\$ 32.840,91	R\$ 32.840,91	R\$ 32.840,91	R\$ 32.840,91	R\$ 32.840,91	R\$ 32.840,91	R\$ 32.840,91	R\$ 32.840,91	R\$ 32.840,91	R\$ 32.840,91	R\$ 32.840,91

VALOR DE INVESTIMENTO INICIAL
VPL (5 ANOS)
VALOR DE RECEITA DE
COMERCIALIZAÇÃO DOS
PRODUTOS APÓS 5 ANOS
TIR
TMA = 14,51%

-R\$ 212.906,45
R\$ 308.764,33

880.827,02
45,22%

CAPM=RF+(RfM-RF)
CAPM=6,5+1,18*(7,5)
CAPM=11,51

6,5 TAMA SELIC

10.1.2 – FLUXO DE CAIXA PROJETADO – OTIMISTA

	Ano1 – 2019												
	jan/19	fev/19	mar/19	abr/19	mai/19	jun/19	jul/18	ago/19	set/19	out/19	nov/19	dez/19	Total
Receita Bruta	R\$ 78.053,69	R\$ 78.053,69	R\$ 78.053,69	R\$ 78.053,69	R\$ 78.053,69	R\$ 78.053,69	R\$ 78.053,69	R\$ 78.053,69	R\$ 78.053,69	R\$ 78.053,69	R\$ 78.053,69	R\$ 78.053,69	R\$ 78.053,69
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00
Margem de Contribuição	R\$ 70.053,69	R\$ 70.053,69	R\$ 70.053,69	R\$ 70.053,69	R\$ 70.053,69	R\$ 70.053,69	R\$ 70.053,69	R\$ 70.053,69	R\$ 70.053,69	R\$ 70.053,69	R\$ 70.053,69	R\$ 70.053,69	R\$ 70.053,69
(-) Custos e Despesas Fixas	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74
Fluxo Líquido de Caixa	R\$ 15.345,95	R\$ 15.345,95	R\$ 15.345,95	R\$ 15.345,95	R\$ 15.345,95	R\$ 15.345,95	R\$ 15.345,95	R\$ 15.345,95	R\$ 15.345,95	R\$ 15.345,95	R\$ 15.345,95	R\$ 15.345,95	R\$ 15.345,95
Fluxo Líquido de Caixa – (CashBack)	R\$ 11.509,46	R\$ 11.509,46	R\$ 11.509,46	R\$ 11.509,46	R\$ 11.509,46	R\$ 11.509,46	R\$ 11.509,46	R\$ 11.509,46	R\$ 11.509,46	R\$ 11.509,46	R\$ 11.509,46	R\$ 11.509,46	R\$ 11.509,46
Ano2 – 2020													
Receita Bruta	R\$ 88.125,14	R\$ 88.125,14	R\$ 88.125,14	R\$ 88.125,14	R\$ 88.125,14	R\$ 88.125,14	R\$ 88.125,14	R\$ 88.125,14	R\$ 88.125,14	R\$ 88.125,14	R\$ 88.125,14	R\$ 88.125,14	R\$ 88.125,14
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00
Margem de Contribuição	R\$ 79.785,14	R\$ 79.785,14	R\$ 79.785,14	R\$ 79.785,14	R\$ 79.785,14	R\$ 79.785,14	R\$ 79.785,14	R\$ 79.785,14	R\$ 79.785,14	R\$ 79.785,14	R\$ 79.785,14	R\$ 79.785,14	R\$ 79.785,14
(-) Custos e Despesas Fixas	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82
Fluxo Líquido de Caixa	R\$ 22.752,32	R\$ 22.752,32	R\$ 22.752,32	R\$ 22.752,32	R\$ 22.752,32	R\$ 22.752,32	R\$ 22.752,32	R\$ 22.752,32	R\$ 22.752,32	R\$ 22.752,32	R\$ 22.752,32	R\$ 22.752,32	R\$ 22.752,32
Fluxo Líquido de Caixa – (CashBack)	R\$ 17.064,24	R\$ 17.064,24	R\$ 17.064,24	R\$ 17.064,24	R\$ 17.064,24	R\$ 17.064,24	R\$ 17.064,24	R\$ 17.064,24	R\$ 17.064,24	R\$ 17.064,24	R\$ 17.064,24	R\$ 17.064,24	R\$ 17.064,24
Ano3 – 2021													
Receita Bruta	R\$ 100.714,44	R\$ 100.714,44	R\$ 100.714,44	R\$ 100.714,44	R\$ 100.714,44	R\$ 100.714,44	R\$ 100.714,44	R\$ 100.714,44	R\$ 100.714,44	R\$ 100.714,44	R\$ 100.714,44	R\$ 100.714,44	R\$ 100.714,44
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60
Margem de Contribuição	R\$ 92.040,84	R\$ 92.040,84	R\$ 92.040,84	R\$ 92.040,84	R\$ 92.040,84	R\$ 92.040,84	R\$ 92.040,84	R\$ 92.040,84	R\$ 92.040,84	R\$ 92.040,84	R\$ 92.040,84	R\$ 92.040,84	R\$ 92.040,84
(-) Custos e Despesas Fixas	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13
Fluxo Líquido de Caixa	R\$ 32.726,71	R\$ 32.726,71	R\$ 32.726,71	R\$ 32.726,71	R\$ 32.726,71	R\$ 32.726,71	R\$ 32.726,71	R\$ 32.726,71	R\$ 32.726,71	R\$ 32.726,71	R\$ 32.726,71	R\$ 32.726,71	R\$ 32.726,71
Fluxo Líquido de Caixa – (CashBack)	R\$ 24.545,03	R\$ 24.545,03	R\$ 24.545,03	R\$ 24.545,03	R\$ 24.545,03	R\$ 24.545,03	R\$ 24.545,03	R\$ 24.545,03	R\$ 24.545,03	R\$ 24.545,03	R\$ 24.545,03	R\$ 24.545,03	R\$ 24.545,03
Ano4 – 2022													
Receita Bruta	R\$ 118.339,47	R\$ 118.339,47	R\$ 118.339,47	R\$ 118.339,47	R\$ 118.339,47	R\$ 118.339,47	R\$ 118.339,47	R\$ 118.339,47	R\$ 118.339,47	R\$ 118.339,47	R\$ 118.339,47	R\$ 118.339,47	R\$ 118.339,47
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23
Margem de Contribuição	R\$ 109.297,24	R\$ 109.297,24	R\$ 109.297,24	R\$ 109.297,24	R\$ 109.297,24	R\$ 109.297,24	R\$ 109.297,24	R\$ 109.297,24	R\$ 109.297,24	R\$ 109.297,24	R\$ 109.297,24	R\$ 109.297,24	R\$ 109.297,24
(-) Custos e Despesas Fixas	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98
Fluxo Líquido de Caixa	R\$ 47.462,26	R\$ 47.462,26	R\$ 47.462,26	R\$ 47.462,26	R\$ 47.462,26	R\$ 47.462,26	R\$ 47.462,26	R\$ 47.462,26	R\$ 47.462,26	R\$ 47.462,26	R\$ 47.462,26	R\$ 47.462,26	R\$ 47.462,26
Fluxo Líquido de Caixa – (CashBack)	R\$ 35.596,69	R\$ 35.596,69	R\$ 35.596,69	R\$ 35.596,69	R\$ 35.596,69	R\$ 35.596,69	R\$ 35.596,69	R\$ 35.596,69	R\$ 35.596,69	R\$ 35.596,69	R\$ 35.596,69	R\$ 35.596,69	R\$ 35.596,69
Ano5 – 2023													
Receita Bruta	R\$ 141.000,22	R\$ 141.000,22	R\$ 141.000,22	R\$ 141.000,22	R\$ 141.000,22	R\$ 141.000,22	R\$ 141.000,22	R\$ 141.000,22	R\$ 141.000,22	R\$ 141.000,22	R\$ 141.000,22	R\$ 141.000,22	R\$ 141.000,22
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92
Margem de Contribuição	R\$ 131.596,30	R\$ 131.596,30	R\$ 131.596,30	R\$ 131.596,30	R\$ 131.596,30	R\$ 131.596,30	R\$ 131.596,30	R\$ 131.596,30	R\$ 131.596,30	R\$ 131.596,30	R\$ 131.596,30	R\$ 131.596,30	R\$ 131.596,30
(-) Custos e Despesas Fixas	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38
Fluxo Líquido de Caixa	R\$ 67.287,92	R\$ 67.287,92	R\$ 67.287,92	R\$ 67.287,92	R\$ 67.287,92	R\$ 67.287,92	R\$ 67.287,92	R\$ 67.287,92	R\$ 67.287,92	R\$ 67.287,92	R\$ 67.287,92	R\$ 67.287,92	R\$ 67.287,92
Fluxo Líquido de Caixa – (CashBack)	R\$ 50.465,94	R\$ 50.465,94	R\$ 50.465,94	R\$ 50.465,94	R\$ 50.465,94	R\$ 50.465,94	R\$ 50.465,94	R\$ 50.465,94	R\$ 50.465,94	R\$ 50.465,94	R\$ 50.465,94	R\$ 50.465,94	R\$ 50.465,94

VALOR DE INVESTIMENTO INICIAL -R\$ 212.906,45
VPL (5 ANOS) R\$ 932.116,09

VALOR DE RECEITA DE COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS APÓS 5 ANOS

TIR 95,95%
TMA = 11,05%
CAPM=RF+β(RM-RF)
CAPM=6,5+(18,7,5)
CAPM=11,51

6,5 TAXA SELIC

10.1.3 - FLUXO DE CAIXA PROJETADO – PESSIMISTA

Ano1 – 2019													
	jan/19	fev/19	mar/19	abr/19	mai/19	jun/19	jul/18	ago/19	set/19	out/19	nov/19	dez/19	Total
Receita Bruta	R\$ 52.085,79	R\$ 52.085,79	R\$ 52.085,79	R\$ 52.085,79	R\$ 52.085,79	R\$ 52.085,79	R\$ 52.085,79	R\$ 52.085,79	R\$ 52.085,79	R\$ 52.085,79	R\$ 52.085,79	R\$ 52.085,79	R\$ 52.085,79
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00
Margem de Contribuição	R\$ 44.085,79	R\$ 44.085,79	R\$ 44.085,79	R\$ 44.085,79	R\$ 44.085,79	R\$ 44.085,79	R\$ 44.085,79	R\$ 44.085,79	R\$ 44.085,79	R\$ 44.085,79	R\$ 44.085,79	R\$ 44.085,79	R\$ 44.085,79
(-) Custos e Despesas Fixas	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74	R\$ 54.707,74
Fluxo Líquido de Caixa	-R\$ 10.671,94	-R\$ 10.671,94	-R\$ 10.671,94	-R\$ 10.671,94	-R\$ 10.671,94	-R\$ 10.671,94	-R\$ 10.671,94	-R\$ 10.671,94	-R\$ 10.671,94	-R\$ 10.671,94	-R\$ 10.671,94	-R\$ 10.671,94	-R\$ 10.671,94
Fluxo Líquido de Caixa – (Cashback)	-R\$ 13.339,93	-R\$ 13.339,93	-R\$ 13.339,93	-R\$ 13.339,93	-R\$ 13.339,93	-R\$ 13.339,93	-R\$ 13.339,93	-R\$ 13.339,93	-R\$ 13.339,93	-R\$ 13.339,93	-R\$ 13.339,93	-R\$ 13.339,93	-R\$ 13.339,93
Ano2 – 2020													
	jan/20	fev/20	mar/20	abr/20	mai/20	jun/20	jul/20	ago/20	set/20	out/20	nov/20	dez/20	Total
Receita Bruta	R\$ 58.750,09	R\$ 58.750,09	R\$ 58.750,09	R\$ 58.750,09	R\$ 58.750,09	R\$ 58.750,09	R\$ 58.750,09	R\$ 58.750,09	R\$ 58.750,09	R\$ 58.750,09	R\$ 58.750,09	R\$ 58.750,09	R\$ 58.750,09
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00	R\$ 8.340,00
Margem de Contribuição	R\$ 50.410,09	R\$ 50.410,09	R\$ 50.410,09	R\$ 50.410,09	R\$ 50.410,09	R\$ 50.410,09	R\$ 50.410,09	R\$ 50.410,09	R\$ 50.410,09	R\$ 50.410,09	R\$ 50.410,09	R\$ 50.410,09	R\$ 50.410,09
(-) Custos e Despesas Fixas	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82	R\$ 57.032,82
Fluxo Líquido de Caixa	-R\$ 6.622,73	-R\$ 6.622,73	-R\$ 6.622,73	-R\$ 6.622,73	-R\$ 6.622,73	-R\$ 6.622,73	-R\$ 6.622,73	-R\$ 6.622,73	-R\$ 6.622,73	-R\$ 6.622,73	-R\$ 6.622,73	-R\$ 6.622,73	-R\$ 6.622,73
Fluxo Líquido de Caixa – (Cashback)	-R\$ 8.278,41	-R\$ 8.278,41	-R\$ 8.278,41	-R\$ 8.278,41	-R\$ 8.278,41	-R\$ 8.278,41	-R\$ 8.278,41	-R\$ 8.278,41	-R\$ 8.278,41	-R\$ 8.278,41	-R\$ 8.278,41	-R\$ 8.278,41	-R\$ 8.278,41
Ano3 – 2021													
	jan/21	fev/21	mar/21	abr/21	mai/21	jun/21	jul/21	ago/21	set/21	out/21	nov/21	dez/21	Total
Receita Bruta	R\$ 67.142,96	R\$ 67.142,96	R\$ 67.142,96	R\$ 67.142,96	R\$ 67.142,96	R\$ 67.142,96	R\$ 67.142,96	R\$ 67.142,96	R\$ 67.142,96	R\$ 67.142,96	R\$ 67.142,96	R\$ 67.142,96	R\$ 67.142,96
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60	R\$ 8.673,60
Margem de Contribuição	R\$ 58.469,36	R\$ 58.469,36	R\$ 58.469,36	R\$ 58.469,36	R\$ 58.469,36	R\$ 58.469,36	R\$ 58.469,36	R\$ 58.469,36	R\$ 58.469,36	R\$ 58.469,36	R\$ 58.469,36	R\$ 58.469,36	R\$ 58.469,36
(-) Custos e Despesas Fixas	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13	R\$ 59.314,13
Fluxo Líquido de Caixa	-R\$ 844,77	-R\$ 844,77	-R\$ 844,77	-R\$ 844,77	-R\$ 844,77	-R\$ 844,77	-R\$ 844,77	-R\$ 844,77	-R\$ 844,77	-R\$ 844,77	-R\$ 844,77	-R\$ 844,77	-R\$ 844,77
Fluxo Líquido de Caixa – (Cashback)	-R\$ 633,58	-R\$ 633,58	-R\$ 633,58	-R\$ 633,58	-R\$ 633,58	-R\$ 633,58	-R\$ 633,58	-R\$ 633,58	-R\$ 633,58	-R\$ 633,58	-R\$ 633,58	-R\$ 633,58	-R\$ 633,58
Ano4 – 2022													
	jan/22	fev/22	mar/22	abr/22	mai/22	jun/22	jul/22	ago/22	set/22	out/22	nov/22	dez/22	Total
Receita Bruta	R\$ 78.892,98	R\$ 78.892,98	R\$ 78.892,98	R\$ 78.892,98	R\$ 78.892,98	R\$ 78.892,98	R\$ 78.892,98	R\$ 78.892,98	R\$ 78.892,98	R\$ 78.892,98	R\$ 78.892,98	R\$ 78.892,98	R\$ 78.892,98
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23	R\$ 9.042,23
Margem de Contribuição	R\$ 69.850,75	R\$ 69.850,75	R\$ 69.850,75	R\$ 69.850,75	R\$ 69.850,75	R\$ 69.850,75	R\$ 69.850,75	R\$ 69.850,75	R\$ 69.850,75	R\$ 69.850,75	R\$ 69.850,75	R\$ 69.850,75	R\$ 69.850,75
(-) Custos e Despesas Fixas	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98	R\$ 61.834,98
Fluxo Líquido de Caixa	R\$ 8.015,77	R\$ 8.015,77	R\$ 8.015,77	R\$ 8.015,77	R\$ 8.015,77	R\$ 8.015,77	R\$ 8.015,77	R\$ 8.015,77	R\$ 8.015,77	R\$ 8.015,77	R\$ 8.015,77	R\$ 8.015,77	R\$ 8.015,77
Fluxo Líquido de Caixa – (Cashback)	R\$ 6.011,83	R\$ 6.011,83	R\$ 6.011,83	R\$ 6.011,83	R\$ 6.011,83	R\$ 6.011,83	R\$ 6.011,83	R\$ 6.011,83	R\$ 6.011,83	R\$ 6.011,83	R\$ 6.011,83	R\$ 6.011,83	R\$ 6.011,83
Ano5 – 2023													
	jan/23	fev/23	mar/23	abr/23	mai/23	jun/23	jul/23	ago/23	set/23	out/23	nov/23	dez/23	Total
Receita Bruta	R\$ 94.000,14	R\$ 94.000,14	R\$ 94.000,14	R\$ 94.000,14	R\$ 94.000,14	R\$ 94.000,14	R\$ 94.000,14	R\$ 94.000,14	R\$ 94.000,14	R\$ 94.000,14	R\$ 94.000,14	R\$ 94.000,14	R\$ 94.000,14
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92	R\$ 9.403,92
Margem de Contribuição	R\$ 84.596,23	R\$ 84.596,23	R\$ 84.596,23	R\$ 84.596,23	R\$ 84.596,23	R\$ 84.596,23	R\$ 84.596,23	R\$ 84.596,23	R\$ 84.596,23	R\$ 84.596,23	R\$ 84.596,23	R\$ 84.596,23	R\$ 84.596,23
(-) Custos e Despesas Fixas	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38	R\$ 64.308,38
Fluxo Líquido de Caixa	R\$ 79.237,19	R\$ 79.237,19	R\$ 79.237,19	R\$ 79.237,19	R\$ 79.237,19	R\$ 79.237,19	R\$ 79.237,19	R\$ 79.237,19	R\$ 79.237,19	R\$ 79.237,19	R\$ 79.237,19	R\$ 79.237,19	R\$ 79.237,19
Fluxo Líquido de Caixa – (Cashback)	R\$ 59.427,90	R\$ 59.427,90	R\$ 59.427,90	R\$ 59.427,90	R\$ 59.427,90	R\$ 59.427,90	R\$ 59.427,90	R\$ 59.427,90	R\$ 59.427,90	R\$ 59.427,90	R\$ 59.427,90	R\$ 59.427,90	R\$ 59.427,90

VALOR DE INVESTIMENTO INICIAL -R\$ 212.906,45

VPL (5 ANOS) -R\$ 6.842,91

VALOR DE RECEITA DE

COMERCIALIZAÇÃO DOS

PRODUTOS APÓS 5 ANOS

TIR 14,41%

TMA = 11,51%

CAPM=RF+(RM-RF)

CAPM=6,5+1(18-7,5)

CAPM=11,51

6,5 TAXA SELIC

R\$ 554.678,70

11. Fontes de Recursos

Por ser uma sociedade limitada, a empresa iniciará suas atividades contando com recursos de sócios, na ordem de 60,00%, e também de capital de terceiros (40,00%), via crédito bancário (Cartão BNDES). Neste caso, será contraído um empréstimo para capital de giro com taxa de 1,39% a.m., específico para microempreendedor, via Cartão BNDES.

COMPOSIÇÃO DO CAPITAL – CENÁRIO REAL			
SÓCIOS	TMA %	%	TOTAL
ALEXANDRE PORTO DE SOUZA	11,51 a.a	25%	R\$ 53.226,61
AMANDA FIRMINO SALOMÃO	11,51 a.a	35%	R\$ 74.517,26
TERCEIROS			
CARTÃO BNDES	1,39 a.m	40%	R\$ 85.162,58
WACC	14,11 a.a		
TOTAL INVESTIMENTO INICIAL			R\$ 212.906,45

COMPOSIÇÃO DO CAPITAL – CENÁRIO OTIMISTA			
SÓCIOS	TMA %	%	TOTAL
ALEXANDRE PORTO DE SOUZA	8,70 a.a	25%	R\$ 53.226,61
AMANDA FIRMINO SALOMÃO	8,70 a.a	35%	R\$ 74.517,26
TERCEIROS			
CARTÃO BNDES	1,14 a.m	40%	R\$ 85.162,58
WACC	11,05 a.a		
TOTAL INVESTIMENTO INICIAL			R\$ 212.906,45

COMPOSIÇÃO DO CAPITAL – CENÁRIO PESSIMISTA			
SÓCIOS	TMA %	%	TOTAL
ALEXANDRE PORTO DE SOUZA	12,01 a.a	25%	R\$ 53.226,61
AMANDA FIRMINO SALOMÃO	12,01 a.a	35%	R\$ 74.517,26
TERCEIROS			
CARTÃO BNDES	1,47 a.m	40%	R\$ 85.162,58
WACC	14,86 a.a		
TOTAL INVESTIMENTO INICIAL			R\$ 212.906,45

CONCLUSÃO

Considerando o cenário real, onde a ideia central é prever um ambiente favorável para a empresa, vivenciando uma situação economicamente estável no setor, bem como no âmbito geral no país em que a empresa atua; acredita-se na viabilidade do negócio.

Foi realizado nesse projeto, um planejamento estratégico evidenciando as metas de faturamento alcançadas, os custos reduzidos e as despesas operacionais abaixo dos limites estabelecidos.

Em consequência dos bons resultados nesse cenário, as projeções incluem a possibilidade de expansão do ramo de atuação na área atendida. Diante de um cenário econômico que incentiva o consumo, com taxa SELIC demarcada em 6,5% a.a., tornam-se satisfatórios o retorno anual esperado do capital próprio em 18,02% e o do capital de terceiros em 11,51%, assim como o custo médio ponderado do capital registrado em 14,11%.

À luz de todas as análises apresentadas neste plano, conclui-se pela viabilidade do negócio, seguindo os preceitos de boa gestão de fluxo de caixa, de pessoal e de finanças, além do estrito acompanhamento das tendências mercadológicas e econômicas. Assim, o projeto Pay Your Night poderá colocar em ação o seu slogan: Nunca foi tão fácil.

REFERÊNCIAS

- <https://www.idealmarketing.com.br/blog/machine-learning/> (Acessado em Março de 2018)
- <http://www.administradores.com.br/noticias/negocios/conheca-o-cashback-a-nova-moda-do-varejo-brasileiro/119579/> (Acessado em Março de 2018)
- <https://www.opus-software.com.br/estatisticas-uso-celular-brasil/> (Acessado em Abril de 2018)
- Site: <https://viverdeblog.com/tipos-de-marketing/> (Acessado em Abril de 2018)
- <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/estatisticas-de-uso-de-celular-no-brasil-dino89091436131/> (Acessado em Abril de 2018)
- <https://olhardigital.com.br/pro/noticia/pagamento-movel-deve-substituir-dinheiro-e-cartao-ate-2030-diz-pesquisa/56906> (Acessado em Abril de 2018)
- <http://www.julietadeserpa.com.br/> (Acessado em Abril de 2018)
- <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/consultoria-em-plano-de-marketing,af873011c626b510VgnVCM1000004c00210aRCRD> (Acessado em Abril de 2018)
- <https://www.youtube.com/embed/W7Suz32G88U> (Acessado em Maio de 2018)
- <http://designontherocks.blog.br/psicologia-das-cores-em-design-de-logo/> (Acessado em Maio de 2018)
- <https://www.evef.com.br/design-grafico/127-como-as-cores-influenciam-os-logotipos> (Acessado em Maio de 2018)
- <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/sebrae-aponta-oito-saidas-para-a-crise-em-bares-e-restaurantes,8d358034c01a4510VgnVCM1000004c00210aRCRD> (Acessado em Maio de 2018)
- <http://www.afrikatec.com.br/entendendo-a-ameaca/> (Acessado em Maio de 2018)
- <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/importancia-da-marca-para-sucesso-donegocio,48f9634e2ca62410VgnVCM100000b272010aRCRD> (Acessado em Maio de 2018)
- <https://en.wikipedia.org/wiki/Database> (Acessado em Junho de 2018)
- <http://saiadolugar.com.br/sumario-executivo/> (Acessado em Junho de 2018)

<https://exame.abril.com.br/marketing/o-significado-das-cores-de-10-marcas-famosas/>
(Acessado em Junho de 2018)

<https://neilpatel.com/br/blog/significado-das-cores/> (Acessado em Junho de 2018)

<http://blog.welancer.com/influencia-das-cores-nas-marcas/> (Acessado em Junho de 2018)