

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA - UFPB

Centro de Ciências Sociais Aplicadas - CCSA

Graduação em Administração - GADM

**PLANO DE NEGÓCIOS SIP OF RIVIERA:
Criando um Metaverso em Role Playing Games**

ROBINSON MADRUGA FURTADO FILHO

João Pessoa
Maio/2023

ROBINSON MADRUGA FURTADO FILHO

**PLANO DE NEGÓCIOS SIP OF RIVIERA:
Criando um Metaverso em Role Playing Games**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos para obtenção do Grau de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Professora Orientadora: Suelle Cariele de Souza e Silva, Mestra

João Pessoa
Maio/2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

F481p Furtado Filho, Robinson Madruga.

Plano de negócios Sip of Riviera: criando um metaverso de Role Playing Games / Robinson Madruga Furtado Filho. - João Pessoa, 2023.
55 f.

Orientação: Suelle Cariele de Souza e Silva.
TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Inovação. 2. Servidor - redes de computadores. 3. Empreendimento. 4. Role Playing Games (RPG). I. Silva, Suelle Cariele de Souza e. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 658

Folha de aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão do Curso de Bacharelado em Administração.

Aluno: Robinson Madruga Furtado Filho

Trabalho: Plano de Negócios: Sip of Riviera

Área da Pesquisa: Estratégia, Inovação e Empreendedorismo

Data de Aprovação: 02/06/2023

Banca Examinadora

Suelle Cariele de Souza e Silva

Orientadora

Profª. Suelle Cariele de Souza e Silva, Mestra

José Jorge B. Dias Jr.

Membro

Alandry Severo Furtado da Silva

Membro

Este trabalho é dedicado aos amigos e amores
que fizeram parte desta jornada até o presente,
aos grandes mestres que muito me ensinaram,
mais com suas ações do que com suas palavras,
e para a família, os de sangue e os de vontade,
nunca desistindo de mim, mesmo quando eu fiz.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos deuses ou entidades que estiveram ao meu lado e ao lado dos que amo durante todo este caminho, me guiando e protegendo de todos os males que poderiam ter me desvirtuado ou me tornado alguém pior do que sou.

Agradeço às pessoas que hoje posso dizer que amo, minha noiva Heloísa, mulher de minha vida e a quem devo boa parte do meu ser forte e resiliente. Agradeço a minha família, meu pai Robinson, minha mãe Soila e meu irmão Lucas, que dentro de todas as dificuldades que passamos, resistimos e saímos de um abismo mais fortes, mais unidos e com um futuro a nossa espera.

Agradeço aos meus sogros Juvino e Megumi, que me conhecem desde tão jovem e que mesmo já um pouco mais velho nunca desistiram de me dar palavras de sabedoria, que recentemente me guiaram para um caminho ao qual acredito também ser um que levará as nossas famílias para futuros mais tranquilos.

Agradeço aos meus amigos. Alguns vieram e já tomaram outro caminho, alguns se foram e deixaram um vazio que até hoje me deixam em um lugar sombrio quando visito essas memórias. Mas alguns ainda estão por aqui, escondidos do mundo em um lugar seguro só para nós sermos quem somos de verdade, um desses lugares provavelmente é o *DramasMen*, só os entendedores entenderão, sinto muito.

Agradeço aos professores que fizeram parte dessa árdua jornada que foi a Universidade. Em especial a minha orientadora Suelle a quem devo este trabalho com inúmeras reuniões de horas a fio por entre a madrugada para tentar entender o que fazer aqui. Aos professores Nelsio e Renata que me ensinaram e ajudaram em tantas etapas, especialmente burocráticas. Aos professores Thierry, Martine, Oriá, Carlos, Paula, Andrea, Ana Lucia, Bellini, Helen, Lucimeiry, Rosivaldo, Rebeca, Pamela, Arturo, Jorge, Alandey e Kátia, lhes daria mais espaço, mas só há uma folha de agradecimento. Muito obrigado!

Agradeço também aos grandes mestres, mentores e tutores que conheci nesta jornada que me ajudaram de inúmeras formas. Alguns me mostrando caminhos que podem ser seguidos, outros me mostrando caminhos que jamais devem ser seguidos e outros me mostrando que não há um problema em seguir um caminho se você não sabe o que há lá, desde que sua vontade seja boa e madura, sua intenção seja verdadeira e disciplinada e sua virtude não seja corrompida pelas frivolidades que te tentarem. Por não me sentir a vontade de dizer a qual pátio cada um de vocês me levou, eu vou preferir não dizer seus nomes, assim se algum dia um de vocês ler esta folha de agradecimentos, não teremos mal entendidos.

*Então, finalmente chegamos, queridos amigos,
às beiras das praias onde termina nossa
sociedade na Terra-média. Vão em paz.*

- Gandalf, O Branco - O Senhor dos Anéis

SUMÁRIO EXECUTIVO

Role Playing Games (RPG) é um *hobby* que tradicionalmente é praticado por um grupo de pessoas que compõem aventureiros numa saga de fantasia, uma história contínua que se desenvolve imprevisivelmente mediante as ações de todos os envolvidos. A *Wizards of The Coast* (empresa titã deste mercado e detentora dos direitos autorais de *Dungeons & Dragons*, popularmente conhecido como D&D, *Magic The Gathering* e outros títulos do nicho) tornou público em 2021 um infográfico revelando ter atingido o maior crescimento no mercado pelo sétimo ano consecutivo, revelando mais de 50 milhões de consumidores e um crescimento anual de mais de 33%. No cenário mundial, o RPG conta com diversas obras, incluindo o recente sucesso da série “*Stranger Things*” que utiliza o D&D como base para a maior parte dos conflitos que acontecem na trama. Adicionalmente, ainda em termos de consumo de conteúdo relativo ao D&D, a plataforma *Twitch.TV*, que atualmente é detentora de maior parte do público de conteúdo ao vivo de streaming, revelou que em 2020 o seu público consumiu conteúdos relacionados especificamente ao *Dungeons & Dragons* em um total de 4,3 bilhões de minutos, o que mostra que há de fato muito espaço para o consumo deste conteúdo, tanto no formato de produção de vídeos e narrativas ao vivo, quanto do interesse diretamente voltado ao produto. Neste contexto, o *Sip of Riviera* é um projeto criado com o intuito de abordar de forma inovativa parte deste nicho construindo uma ferramenta dedicada exclusivamente ao *Role Playing Game*, especificamente ao sistema mais atual de *Dungeons & Dragons*. Utilizando uma soma de ferramentas virtuais, integrações e certa criatividade, neste novo mundo um usuário poderá fazer parte de um universo de fantasia com amigos ou desconhecidos, jogando em qualquer momento disponibilizado pelas pessoas presentes, seguindo um sistema de regras, recompensas e progressão padronizado, controlado por automações e registros transparentes, garantindo autenticidade e segurança. O trabalho aqui apresentado tem como objetivo comprovar a viabilidade teórica deste projeto, bem como entender se há a possibilidade de guiá-lo como empreendimento, testando-o em cenários que podem representar algumas das intensas flutuações do mercado e vislumbrando se este deve ser investido como um projeto empreendedor inovador. Abaixo podem ser visualizados os indicadores de viabilidade da empresa.

Ponto de Equilíbrio	R\$ 6.354,10 a.a.
Lucratividade	60,78% a.a.
Rentabilidade	82,29% a.a.
Prazo de retorno de investimento	~8 meses

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Certificado de Condição de Microempreendedor Individual (parte superior).....	15
Figura 2 - Descrição CNAE.....	16
Figura 3 - Dados de crescimento do D&D globalmente.....	19
Figura 4 - Distribuição demográfica dos jogadores de RPG por idade e sexo.....	20
Figura 5 - Pagaria para jogar RPG?.....	21
Figura 6 - Servidores Concorrentes.....	24
Figura 7 - Mascote (Esquerda) ao lado da Logomarca da Empresa Sip of Riviera.....	32
Figura 8 - Documento de Registro de Logotipo e Mascote.....	35
Figura 9 - Página inicial da plataforma online.....	36
Figura 10 - Página de boas vindas do servidor de Discord Sip of Riviera.....	36
Figura 11 - Fluxo operacional do cadastro de novo jogador.....	38
Figura 12 - Fluxo operacional do cadastro de novo narrador.....	38
Figura 13 - Fluxo operacional de uma sessão.....	39

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Capital Social.....	17
Quadro 2 - Quadro 2 - Análise dos Fornecedores.....	23
Quadro 3 - Análise da Concorrência.....	24
Quadro 4 - Análise SWOT.....	24
Quadro 5 - Produto e preço.....	33
Quadro 6 - Cargos, atribuições e pré-requisitos.....	37
Quadro 7 - Investimentos Fixos.....	40
Quadro 8 - Investimentos Pré-Operacionais.....	41
Quadro 9 - Capital de Giro.....	42
Quadro 10 - Caixa Mínimo.....	43
Quadro 11 - Investimentos Pré-Operacionais.....	43
Quadro 12 - Investimentos	44
Quadro 13 - Estimativa do Faturamento Mensal e Anual.....	44
Quadro 14 - Custo Unitário do Produto.....	45
Quadro 15 - Estimativa do Custo de Comercialização.....	45
Quadro 16 - Custo de Depreciação.....	46
Quadro 17 - Custos Fixos Operacionais.....	46
Quadro 18 - Demonstração de Resultados do Exercício.....	47
Quadro 19 - Estimativa do Faturamento Mensal e Anual no Cenário Otimista.....	50
Quadro 20 - Custo Unitário do Produto no Cenário Otimista.....	50
Quadro 21 - Estimativa do Custo de Comercialização no Cenário Otimista.....	50
Quadro 22 - DRE no Cenário Otimista.....	51
Quadro 23 - Estimativa do Faturamento Mensal e Anual no Cenário pessimista.....	51
Quadro 24 - Custo Unitário do Produto no Cenário Pessimista.....	51
Quadro 25 - Estimativa do Custo de Comercialização Cenário Pessimista.....	52
Quadro 26 - DRE no Cenário Pessimista.....	52
Quadro 27 - Comparação dos Cenários Anuais.....	53

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faixa Etária dos Respondentes.....	26
Gráfico 2 - Familiaridade com Role Playing Game.....	27
Gráfico 3 - Conhecimento dos Sistemas de RPG.....	27
Gráfico 4 - Tempo Ideal de Sessão	28
Gráfico 5 - Quantidade Ideal de Participantes.....	28
Gráfico 6 - Possibilidade de Participar com Pessoas Desconhecidas.....	29
Gráfico 7 - Possibilidade de Jogar em Mesa Virtual.....	29
Gráfico 8 - História Sem Conclusão.....	30
Gráfico 9 - Motivos do Fim do Grupo.....	30
Gráfico 10 - Precificação.....	31

SUMÁRIO

1.	DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....	14
1.1.	Histórico da Empresa.....	14
1.2.	Definição do Negócio.....	14
1.3.	Empreendedor.....	15
1.4.	Síntese das Responsabilidades do Dirigente.....	15
1.5.	Exigências Legais.....	15
1.6.	Área de Atuação.....	17
1.7.	Capital Social.....	17
1.8.	Fontes de Recursos.....	17
1.9.	Indicadores Estratégicos da Organização.....	17
1.9.1.	Missão.....	17
1.9.2.	Visão.....	17
1.9.3.	Valores.....	17
2.	ANÁLISE DE MERCADO.....	19
2.1.	Análise dos Clientes.....	19
2.1.1.	Público Alvo.....	20
2.1.2.	Comportamento dos Clientes.....	20
2.2.	Análise do Ambiente Externo.....	21
2.3.	Análise do Ambiente Interno.....	22
2.4.	Análise dos Fornecedores.....	23
2.5.	Análise dos Concorrentes.....	23
2.6.	Análise dos SWOT.....	24
3.	PESQUISA DE MERCADO.....	26
3.1.	Análise do Perfil do Cliente.....	26
3.2.	Análise das Preferências do Cliente.....	28
3.3.	Precificação.....	31
4.	PLANO DE MARKETING.....	32
4.1.	Logomarca e Mascote.....	32
4.2.	Produto.....	32
4.3.	Preço.....	33
4.4.	Estratégias Promocionais.....	33

4.5.	Estrutura de Comercialização.....	33
4.6.	Localização e Legalização.....	34
5.	PLANO OPERACIONAL.....	36
5.1.	Layout.....	36
5.2.	Capacidade de funcionamento.....	37
5.3.	Necessidade de pessoal.....	37
5.4.	Processos operacionais.....	37
5.4.1.	Cadastro de jogadores.....	38
5.4.2.	Cadastro de narradores.....	38
5.4.3.	Sessões de jogos.....	39
5.5.	Monetização.....	39
6.	PLANO FINANCEIRO.....	40
6.1.	Investimentos fixos.....	40
6.2.	Capital de Giro.....	40
6.2.1.	Estoque.....	40
6.2.2.	Caixa Mínimo.....	40
6.3.	Investimentos Pré-Operacionais.....	43
6.4.	Investimentos Totais.....	44
6.5.	Estimativa de Faturamento Mensal.....	44
6.6.	Custo Unitário do Produto.....	44
6.7.	Custo de Comercialização.....	45
6.8.	Custo de Mão de Obra.....	45
6.9.	Custos com Depreciação.....	45
6.10.	Custos Fixos Operacionais Mensais.....	46
6.11.	Demonstrativo dos Resultados.....	46
6.12.	Indicadores de Viabilidade.....	47
6.12.1.	Ponto de Equilíbrio.....	47
6.12.2.	Lucratividade.....	48
6.12.3.	Rentabilidade.....	48
6.12.4.	Prazo de Retorno do Investimento.....	48
7.	CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS.....	50
7.1.	Cenário Otimista.....	50
7.2.	Cenário Pessimista.....	51
8.	DECISÃO GERENCIAL.....	53

1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

1.1 Histórico da Empresa

O projeto foi criado em meados de 2014 com intuito de transformar o *hobby* de *Role Playing Games* (RPG) em uma atividade lucrativa. Assim, a empresa Sip of Riviera foi fundada no dia 09 de julho de 2020, ao ser cadastrada sob a condição de Microempreendedor Individual (MEI).

Inicialmente, antes mesmo de haver o cadastro MEI, o projeto seria apenas uma forma de reunir amigos e colegas, criando e documentando histórias que caíam no enredo da fantasia medieval, gênero imensamente popular nas categorias disponíveis de RPG. Muitos contos e histórias foram produzidos e enviados para editoras e concursos de literatura, porém poucos foram os sucessos e menores ainda as publicações.

No entanto, com o ápice da Pandemia de COVID-19 afligindo o Brasil e o mundo, descobriu-se a oportunidade de transmitir virtualmente as histórias e aventuras vividas pelos que participavam das sessões. Os canais utilizados eram Podcasts e Streaming através de plataformas como *Spotify*, *Twitch.tv* e *Youtube*. Em apenas alguns meses, mais de duas mil pessoas foram cativadas através das redes onde se disponibilizam tais histórias.

O sucesso dessa nova iniciativa gerou a ideia de aproveitar o tempo ocioso dos canais de transmissão e criar um momento dedicado à exposição de uma loja online que trabalharia com a venda de miudezas e quinquilharias (CNAE 4713-0/02), artigos que traziam similaridade ao enredo criado para a composição das histórias e da identidade da marca, como canecas de madeira em estilo medieval, conjuntos de dados para jogar RPG, pelúcias que lembravam o mascote da marca, entre outros. A loja funcionou ativamente durante 16 meses, porém as vendas nunca foram de adequada lucratividade e eram diretamente proporcionais ao número de sessões de RPG ministradas pelo narrador das histórias.

O *hobby* de *Role Playing Games* (RPG) tradicionalmente funciona com um mesmo grupo de pessoas que compõem aventureiros numa saga de fantasia, uma história contínua que se desenvolve imprevisivelmente mediante as ações das pessoas envolvidas. Em algum tempo, as pessoas envolvidas inicialmente como compositores dos grupos ativos de tais histórias não disponibilizavam mais de tempo o suficiente para fazer a criação deste conteúdo de forma consistente, levando à necessidade do narrador criar mais grupos de jogadores, espaçados de tal maneira que os canais de transmissão fossem alimentados constantemente sem que o público ficasse sem o conteúdo previsto. Em marcos recordes, o único narrador transmitia cinco histórias simultâneas e interconexas contado com a presença de um total de 28 pessoas que se revezavam para participar das narrativas. Evidentemente, este trabalho se mostrou insustentável e esta etapa do projeto teve um súbito fim devido ao esgotamento do dirigente.

O fator determinante para exceder a energia disponível para liderar o projeto era o ato de ser preciso cruzar as agendas de todos os participantes encontrando os momentos ideais para cada sessão de narrativas, ou seja, o problema mais comum de absolutamente todos os grupos de RPGs existentes. Eis que finalmente surge uma solução, a ideia atual do projeto: A criação de um universo RPG conectando jogadores e narradores sob um sistema unificado.

1.2 Definição do Negócio

O Sip of Riviera é um site, dedicado exclusivamente ao *Role Playing Game*, especificamente ao sistema *Dungeons & Dragons* 5ª Edição (D&D), onde um usuário pode fazer parte de um universo de fantasia com amigos ou desconhecidos, jogando em qualquer momento disponibilizado pelas pessoas presentes, seguindo um sistema de regras,

recompensas e progressão padronizado, controlado por automações e registros transparentes, garantindo autenticidade e segurança.

1.3 Empreendedor

Robinson Madruga Furtado Filho, é brasileiro, natural de Recife - PE, possui ensino médio completo e graduando em Administração pela Universidade Federal da Paraíba. Atualmente trabalhando como investidor autônomo e iniciando os caminhos do empreendimento.

1.4 Síntese das Responsabilidades do Dirigente

O responsável por gerir a empresa é Robinson Filho, encarregado principalmente da parte financeira, mas também de administrar os servidores interconexos que proverão a conexão e padronização entre os jogadores e narradores, tornando possível a participação de jogadores e narradores conhecidos ou desconhecidos habitando um mesmo metaverso.

1.5 Exigências Legais

O nome fantasia cadastrado para a empresa é SIP OF RIVIERA e tem a possibilidade de contratação de um funcionário. Pode faturar até R\$ 81.000 por ano, é optante pelo Simples Nacional, que se destina as em empresas que se beneficiarão da redução e simplificação dos tributos, além do recolhimento de um imposto único por meio do Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS), esse recolhimento de impostos e contribuições é feito em valor fixo mensal.

Figura 1 - Certificado de Condição de Microempreendedor Individual (parte superior)

Certificado da Condição de Microempreendedor Individual



Identificação

Nome Empresarial

ROBINSON MADRUGA FURTADO FILHO [REDACTED]

Nome do Empresário

ROBINSON MADRUGA FURTADO FILHO

Nome Fantasia

SIP OF RIVIERA

Capital Social

1.000,00

Número Identidade

[REDACTED]

Órgão Emissor

[REDACTED]

UF Emissor

[REDACTED]

CPF

[REDACTED]

Condição de Microempreendedor Individual

Situação Cadastral Vigente

ATIVO

Data de Início da Situação Cadastral Vigente

29/07/2020

Números de Registro

CNPJ

37.907.498/0001-80

NIRE

[REDACTED]

Fonte: Documento emitido no cadastro de Microempreendedor Individual (2023)

Figura 2 - Descrição CNAE

Figura 2 - Descrição CNAE

Hierarquia	
Seção:	↓ INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
Divisão:	63 ATIVIDADES DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO
Grupo:	63.1 Tratamento de dados, hospedagem na internet e outras atividades relacionadas
Classe:	63.19.4 Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet
Subclasse:	6319.4/00 Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet
Notas Explicativas:	
Esta classe compreende:	
- a operação de páginas de internet (websites) ou de ferramentas de busca (search engine) para gerar e manter grandes bases de dados de endereços e conteúdos de internet	
- a operação de portais da internet que atualizam periodicamente seu conteúdo, como, por exemplo, os dos meios de comunicação	
Esta classe compreende também:	
- as páginas de entretenimento (jogos) na internet, exceto jogos de azar	
- as páginas de publicidade na internet	
- o acesso a programas na internet	
- os serviços de disponibilização de música através da internet	
- os serviços de e-mail	
Esta classe não compreende:	
- a edição de livros, jornais, revistas, etc. (divisão 58)	
- os provedores de acesso às redes de comunicações (61.90-6)	
- o desenho de páginas para a internet (62.01-5)	
- a operação de jogos de azar e apostas na internet (92.00-3)	
Lista de Descritores	
Registros encontrados: 22	
Mostrar Todos ▾ registros por página	
Código ▲	Descrição ▼
6319.4	ADMINISTRAÇÃO (GESTÃO) DE CONTEÚDO RELACIONADO ÀS REDES SOCIAIS PARA TERCEIROS; SERVIÇOS DE
6319.4	BANCO DE INFORMAÇÃO PARA PESQUISA E ANÁLISE; SERVIÇOS DE
6319.4	CERTIFICAÇÃO DIGITAL; SERVIÇOS DE
6319.4	CONSULTA A BANCO DE DADOS; SERVIÇOS DE
6319.4	DISTRIBUIÇÃO ON LINE DE CONTEÚDO; SERVIÇOS DE
6319.4	EMIÇÃO, EXPEDIÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, REVOGAÇÃO E GERENCIAMENTO DE CERTIFICADOS DIGITAIS; SERVIÇO DE
6319.4	FORNECIMENTO DE BOLETINS METEOROLÓGICOS DISPONÍVEIS NA INTERNET; SERVIÇOS DE
6319.4	IDENTIFICAÇÃO E CADASTRAMENTO DE USUÁRIOS PARA FINS DE EMISSÃO DE CERTIFICADOS DIGITAIS; SERVIÇO DE
6319.4	MÚSICA ATRAVÉS DA INTERNET; SERVIÇOS DE DISPONIBILIZAÇÃO DE
6319.4	OPERAÇÃO DE APLICATIVOS DE CONTEÚDO NA INTERNET; ATIVIDADES DE
6319.4	OPERAÇÃO DE PLATAFORMAS ONLINE DE REDES SOCIAIS; SERVIÇOS DE
6319.4	OPERAÇÃO DE PORTAIS DE CONTEÚDO DA INTERNET; ATIVIDADES DE
6319.4	PORTAIS, PROVEDORES DE CONTEÚDO E OUTROS SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO NA INTERNET; OPERAÇÕES DE
6319.4	PORTAL DE BUSCA DA WEB; SERVIÇOS DE
6319.4	PROVEDORES DE E-MAIL; SERVIÇOS DE
6319.4	PÁGINA DE PUBLICIDADE NA INTERNET
6319.4	PÁGINAS DE ENTRETENIMENTO NA INTERNET, EXCETO JOGOS DE AZAR; OPERAÇÃO DE
6319.4	SEARCH ENGINE; ATIVIDADE DE
6319.4	SITE DE BUSCA NA INTERNET
6319.4	SITE DE JOGOS NA INTERNET, EXCETO JOGOS DE AZAR; SERVIÇOS DE
6319.4	SITES DE PUBLICIDADE NA INTERNET
6319.4	STREAMING DE ÁUDIO E VÍDEO PELA INTERNET; SERVIÇOS DE

Fonte: CNAE/IBGE (2023)

1.6 Área de Atuação

O Sip of Riviera terá como atividade principal a interconexão entre pessoas e plataformas de jogabilidade de D&D na sua forma virtual, proporcionando um universo conexo, interativo e compartilhável entre todos os participantes e espectadores. A atividade que melhor descreve tal proposta no CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) é mostrada na Figura 2 pela numeração 6319-4/00, vista nos descritores como SERVIÇO DE SITE DE JOGOS NA INTERNET, EXCETO JOGOS DE AZAR, linha 20.

1.7 Capital Social

O capital social utilizado é demonstrado no Quadro 1 a seguir:

Quadro 1 - Capital Social

Sócio	Valor (R\$)	Participação (%)
Robinson Filho	R\$ 19.253,13	100

Fonte: Elaboração Própria (2023)

1.8 Fontes de Recursos

O proprietário utilizará recursos próprios na abertura da empresa, não havendo participação de terceiros e simplificando todo o processo.

1.9 Indicadores Estratégicos da Organização

1.9.1 Missão

A missão do Sip of Riviera é proporcionar um universo fantástico de Role Playing Games onde todos possam criar e participar das mais incríveis aventuras.

1.9.2 Visão

Tornar-se o maior universo de RPG e D&D com jogadores e narradores simultâneos, interconectados e organizados de todo o Brasil.

1.9.3 Valores

Os valores da empresa são as melhores soluções para todo e qualquer jogador de D&D em sua forma virtual:

- **Criatividade:** Possibilitar a todos criar, ver e serem quem desejarem ser em um mundo fantástico, incitando lendas, aparatos, magias, e todas as características possíveis apenas nos mundos de fantasia.
- **Comunidade:** Para que todos façam parte de um mundo fantástico em um sistema de simples aprendizado, onde seu personagem poderá interagir direta ou indiretamente com todos os participantes do universo, onde cada escolha tem uma consequência que afeta a tudo e a todos.

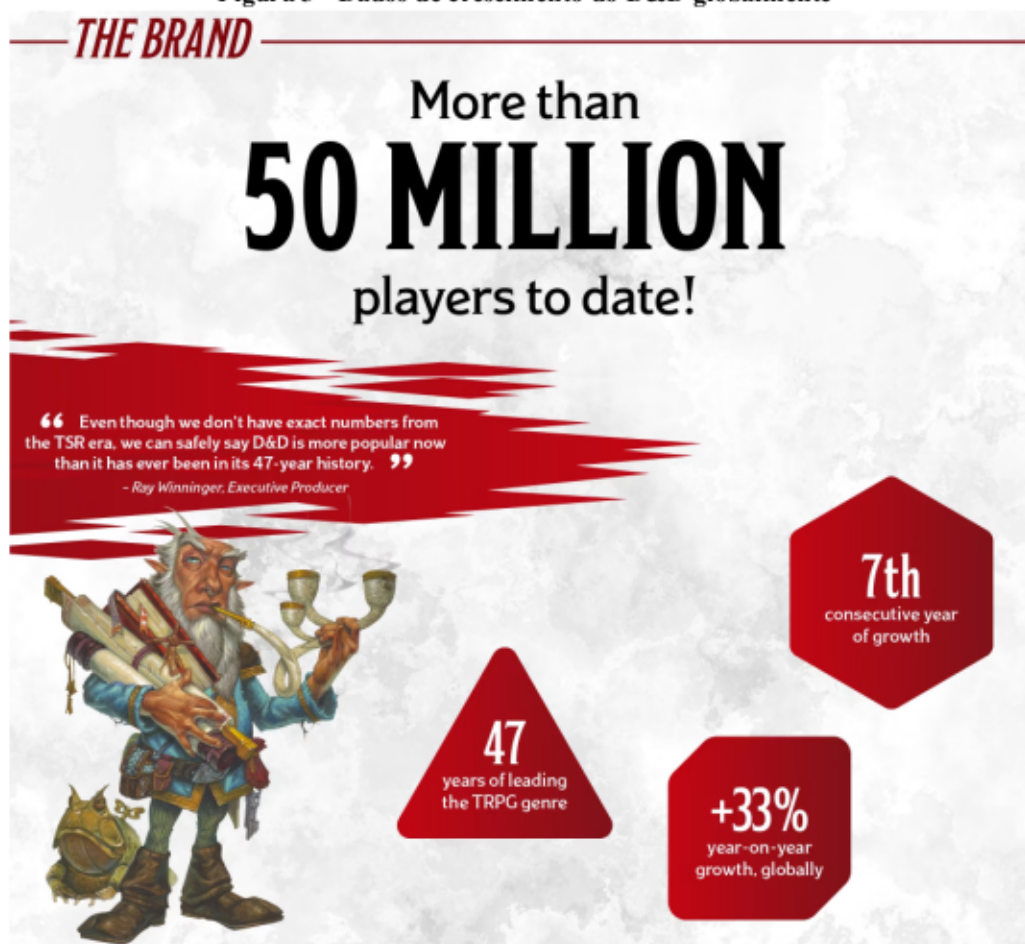
- **Continuidade:** Poder participar de histórias com amigos ou estranhos, com narradores que seguirão uma mesma linha do tempo partilhada por todos, nunca mais dependendo de uma única aventura, mas sim fazendo parte de todas elas.
- **Confiança:** Ser sempre transparentes, onde as ações, histórias, progressões e recompensas são méritos dos grupos e indivíduos, distribuídas pela união entre as pessoas e a tecnologia garantindo a origem, compatibilidade e procedência de todos os personagens, magias, histórias e artefatos no mundo.

2. ANÁLISE DE MERCADO

Como hobby, o RPG possui dezenas de sistemas de regras que possibilitam a sua prática, porém o incontestável dominante de mais de 90% do mercado desde o seu lançamento é o Dungeons & Dragons (D&D) 5ª edição, publicado em janeiro de 2012.

A *Wizards of The Coast* (Empresa detentora dos direitos autorais do D&D e produtos relacionados) tornou público em 2021 um infográfico revelando ter atingindo o maior crescimento do produto no mercado pelo sétimo ano consecutivo, revelando mais de 50 milhões de consumidores e um crescimento anual de mais de 33%, mostrado na Figura 3.

Figura 3 - Dados de crescimento do D&D globalmente



Fonte: <https://gamerant.com/dungeons-and-dragons-infographic-2021/>

No cenário mundial, o RPG conta com diversas obras, incluindo o recente sucesso da série “*Stranger Things*” que utiliza o D&D como base para alguns dos conflitos que acontecem na trama. Adicionalmente, ainda em termos de consumo de conteúdo relativo ao D&D, a plataforma *Twitch.TV*, que atualmente é detentora de maior parte do público de conteúdo ao vivo de *streaming*, revelou que em 2020 o seu público consumiu conteúdos relacionados especificamente ao *Dungeons & Dragons* em um total de 4,3 bilhões de minutos, o que mostra que há de fato muito espaço para o consumo deste conteúdo, tanto no formato de produção de vídeos e narrativas ao vivo, quanto do interesse diretamente voltado ao produto.

2.1 Análise dos Clientes

2.1.1 Público Alvo

O infográfico citado anteriormente também nos revela a variedade de idade e sexo do público acometido pelo interesse no D&D. O que muitos estereótipos sempre passaram é o fato do RPG ser de um público de maioria masculina absoluta, quando na verdade o público feminino já conquistou seu espaço no *hobby*, bem como a enorme variedade de público por faixa etária podendo ser visto na Figura 4 abaixo:

Figura 4 - Distribuição demográfica dos jogadores de RPG por idade e sexo



Fonte: <https://gamerant.com/dungeons-and-dragons-infographic-2021/>

Avaliando o cenário nacional que é onde a empresa pretende ser instaurada, ainda nos anos de 2016 e 2017, Eveline Andrade e Bruno Vargas da Aster editora conduziram uma pesquisa que contou com 1473 participantes, com respostas contemplando todas as regiões do Brasil, possibilitando na época e até os dias atuais certo entendimento do cenário nacional para o RPG. Na pesquisa é possível entender que quase 50% dos jogadores do Brasil estão concentrados nos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro, e que 31,97% dos jogadores, desde o momento da pesquisa (Antes da Pandemia COVID-19), já apresentavam demanda pelas plataformas virtuais e melhor qualidade técnica das mesmas. Tais informações fomentam ainda mais a tomada do caminho virtual na expectativa de atingir um público mais amplo e não limitado geograficamente, ou seja, o público alvo total do projeto estende-se a pessoa que tenham acesso e devida proficiência com computador, celular ou serviços de *streaming* em qualquer formato e estejam dentro de qualquer faixa etária a partir dos 15 anos.

2.1.2 Comportamento dos Clientes

O grande desafio e também triunfo do projeto paira exatamente no comportamento dos clientes.

Um dos grandes limitadores entre pessoas que jogam RPG está na forma tradicional em que este hobby é praticado. Como mencionado anteriormente, um grupo único de pessoas deve constantemente unir-se para tornar possível uma aventura contínua. Segundo a pesquisa trazida por Eveline e Bruno 41,5% das pessoas têm suas sessões de RPG durando

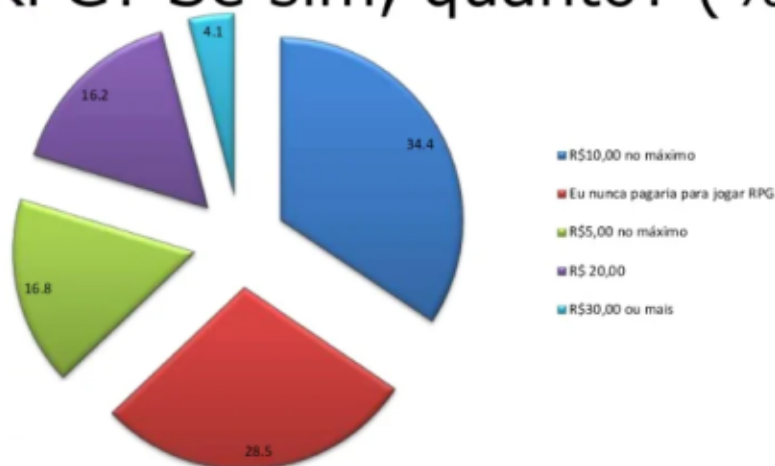
aproximadamente 4 horas e 52,8% com sessões durando de 5 a 8 horas. Tal prática tem o fim comum devido ao eventual desencontro dos horários vagos das pessoas responsáveis pela continuação do jogo.

Há também o fato que deve ser respeitado que é a particularidade de cada grupo de jogadores. Mesmo que interligados pelo mesmo sistema, todo grupo de jogadores acaba criando regras e dinâmicas próprias que fortalecem o grupo de amizade e no fim das contas são o que tornam a prática do hobby algo tão maravilhoso e atrativo para tantos.

Mencionando novamente a pesquisa trazida pela editora Aster, nos anos de 2016 e 2017 o público que apenas consumia RPG, por já ter de fazer diversas compras no ato de participar e construir o próprio cenário, o mesmo possuía um total de 28,5% de participantes inclinados a não realizar pagamentos apenas para jogar RPG, com 16,8% dispostos a pagar R\$ 5,00 no máximo, ou seja 54,7% estando dispostos a pagar R\$ 10,00 ou mais.

Figura 5 - Pagaria para jogar RPG?

Você pagaria para jogar RPG? Se sim, quanto? (%)



Fonte: <https://pt.slideshare.net/AsterEditora/pesquisa-de-mercado-de-rpg-de-mesa-2016> - 41 de 44

2.2 Análise do Ambiente Externo

Dadas as informações de comportamento dos clientes, sabe-se que há uma demanda latente pelo produto oferecido, bem como uma margem de cobrança possível dentro das expectativas dos clientes. Assim sendo, toda a plataforma será montada com o intuito de suprir as necessidades com o melhor que o mercado possa oferecer, a um custo que o consumidor alvo esteja disposto a pagar.

A *Wizards of the Coast* possui uma gama de produtos relacionados ao Dungeons & Dragons, um deles é o *DnDBeyond*, uma plataforma de cadastro onde jogadores podem acessar e comprar partes do sistema para uso próprio de forma padronizada. A plataforma é estrangeira e portanto seu custo é dado em US\$, mais do que comumente se provando de alto custo principalmente para o jogador brasileiro. Mediante uma parceria com o *DnDBeyond*, o Sip of Riviera é detentor de todo o conteúdo atual utilizado pelo D&D 5ª edição. Com um cadastro gratuito na plataforma a ser criada, o usuário terá acesso a certos conteúdos, sendo monetizada a aquisição de todo o conteúdo do D&D para uso pessoal dentro do universo.

A criação de um personagem em um mundo de fantasia usualmente traz uma gama de aspectos alteráveis que nos permitem destacar cada vez mais a nossa personalidade através das nossas criações. Assim, uma parceria com a empresa *HeroForge*, não relacionada somente ao D&D, mas a todo o universo de RPGs traz a possibilidade do usuário poder ver a sua criação e interagir com todas as mudanças de seu personagem durante a sua jornada.

A unificação das pessoas, bem como todas as ferramentas de agendamento e registro de tudo o que acontece no mundo será feito através da plataforma Discord, um servidor de interação e criação de comunidade capaz de integrar automações e Bots que serão responsáveis pela validação de tudo o que acontece no mundo, garantindo confiança, agilidade e transparência em todos os processos, sendo ele também um dos responsáveis pelo direcionamento dos usuários a área de pagamento.

Também fruto de uma parceria, o *Foundry Virtual TableTop* é a plataforma utilizada para ministrar as sessões com acesso exclusivo aos clientes do servidor. Nascida através de um grupo de jogadores de RPG e gerenciada através de um código de API aberto permitindo possibilidades de alterações e melhorias mediante o uso da própria comunidade ativa.

O *World Anvil* é a ferramenta utilizada para a criação e divulgação do mundo, bem como todas as mudanças acarretadas dentro do metaverso criado pelos jogadores, fomentando assim a interação e cooperação entre aventureiros em prol da criação, mudança e expansão do mundo de fantasia criado.

O *Patreon* foi a melhor solução encontrada para a captação dos clientes através do projeto. Por ser uma plataforma de amplo conhecimento e confiança dentro do mundo conhecido pelos clientes, contendo baixas taxas de custo para a garantia e fidelidade dos jogadores, é de se esperar que um formato de cobrança que partilhe também ao auxílio de um projeto de unificação e comunhão entre jogadores de RPG ganhe ainda mais força.

As redes sociais, *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* fomentam tudo o que acontece no mundo, atraindo a atenção da crescente comunidade de usuários e jogadores, possivelmente tornando-os espectadores ou participantes ativos do mundo e clientes em potencial.

2.3 Análise do Ambiente Interno

De forma simplificada, a empresa irá operar através de uma página de internet, contendo o funil de entrada através das redes sociais ou das plataformas de streaming que divulgam tudo o que acontece no mundo.

O servidor funcionará de forma automatizada, com bots responsáveis pelo cadastramento e auxílio ao usuário a realizar sua própria entrada no metaverso. Uma vez dentro da comunidade, o usuário poderá participar de qualquer um dos grupos formados por outras pessoas com o intuito de participar de sua aventura episódica.

O formato aqui proposto é extremamente novo no mundo dos RPGs e é chamado de “*West Marches*”, um sistema, onde, ao invés de participar de uma aventura contínua com o mesmo grupo de pessoas, indo do ponto A até o ponto B depois ao ponto C, o usuário é sempre forçado a retornar a um mesmo ponto de partida comum a todos os jogadores, possibilitando o encontro entre todos os usuários independente de quando a sua última sessão tenha terminado, trazendo assim a existência contínua e jamais descontinuada de todo jogador.

2.4 Análise dos Fornecedores

Quadro 2 - Análise dos Fornecedores

Fornecedor	Endereço https://www.	Custo Mensal	Produto	Meios de Pagamento	Prazo de Entrega
D&D Beyond	dndbeyond.com	R\$ 26,05	Inserção de jogadores sob mesmas regras	Cartão de Crédito ou PayPal	Instantâneo
Heroforge	heroforge.com	R\$ 20,79	Criação das identidades visuais próprias	Cartão de Crédito ou PayPal	Instantâneo
World Anvil	worldanvil.com	R\$ 40,83	Catálogo do universo de fantasia	Cartão de Crédito ou PayPal	Instantâneo
Foundry	foundryvt.com	R\$ 20,00	Mesa virtual para jogos online	Cartão de Crédito ou PayPal	Instantâneo
Discord	discord.com	R\$ 21,67	Registro, união e Padronização dos jogadores e espectadores	PayPal, Boleto, Pix, Cartão de Crédito ou Criptomoeda	24h
Patreon	patreon.com	8,5% por assinante	Integração automatizada	Cadastro gratuito	24h

Fonte: Elaboração própria

Devido ao uso praticamente interino de ferramentas *on-line*, os fornecedores em questão, já mencionados anteriormente, foram selecionados com base em uma enorme gama de concorrentes oferecendo produtos extremamente similares, porém o fator decisivo para todas as escolhas se deve às ferramentas de automação disponibilizadas pelos próprios criadores de cada uma das plataformas aqui descritas.

Somente o D&D Beyond possui código de programação fechado (não revelam toda a programação na automação do produto), porém fornecem Bots de uso pronto que permitem a conexão com o Discord, ferramenta mais importante pois é o cerne de toda a operação, assim atravessando tal dificuldade. Todas as outras ferramentas apresentadas possuem enormes comunidades de usuários e conjuntos de linhas de códigos disponibilizadas para uso até mesmo de leigos seguindo instruções expressas. Visto tamanha facilidade, adicionalmente ao fato de que nenhum usuário precisaria ter contato direto com a programação, a escolha dos fornecedores, apesar das mencionadas variadas empresas fornecendo produtos similares, acabou sendo obtida através de quesitos extremamente técnicos.

2.5 Análise dos Concorrentes

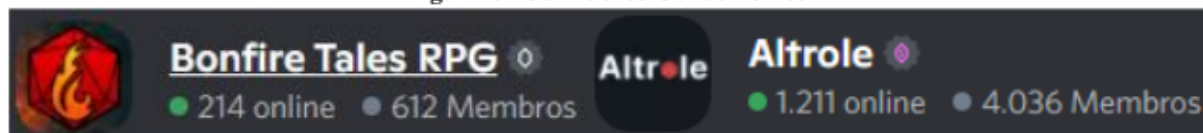
Uma das grandes vantagens do formato inovador apresentado é a baixa concorrência, beirando a nulificação.

A tentativa de criar uma comunidade unificada de RPG sob um único sistema não é nova, a própria criação do *DnDBeyond*, uma das plataformas parceiras do projeto, parte deste princípio. No entanto, a inovação está no ato de trazer toda a gama de ferramentas aqui apresentada para um mundo de registro palpável e seguro, proporcionando um ambiente livre e ao mesmo tempo competitivo para os usuários que assim o desejarem. O formato aqui

proposto não possui concorrentes que partilhem desta mesma forma de funcionamento, no entanto, é possível apontar e analisar alguns servidores estrangeiros e um servidor brasileiro lançado em 2020 com o intuito de unificar jogadores que partilham de parte da dinâmica. Visto que o jogador tradicional de RPG usualmente tem bom conhecimento da língua inglesa, a participação de um servidor estrangeiro não soa problemática, o que pode torná-los competidores, e trazendo ao nosso produto a vantagem de estar na língua PT-BR.

Para esta análise, foram trazidos os servidores “Altrole” do Canadá, e o “Bonfire Tales RPG” do Brasil.

Figura 6 - Servidores Concorrentes



Fonte: Interface de apresentação do Discord

Quadro 3 - Análise da Concorrência

Concorrente	Bonfire Tales RPG	Altrole
Localidade	Nacional (Brasil)	Internacional (Canadá)
Meios de Monetização	Depósito Direto	Venda de produtos
Ingresso de espectadores	Através de link aberto	Somente através de convite
Cadastro de jogadores	Manual	Manual
Ferramentas ofertadas	World Anvil e Discord	Somente Discord
Edição do universo	Somente Administradores	Somente Administradores
Sistema utilizado	D&D 5ª edição	D&D 5ª edição
Sistema de verificação de dados	Planilha <i>Excel</i> preenchida manualmente	Planilha <i>Excel</i> preenchida manualmente

Fonte: Elaboração própria

2.6 Análise SWOT

A análise SWOT é uma matriz que define alguns dos principais problemas e soluções nos ambientes que competem a uma determinada organização. Sua sigla é a compressão das palavras em inglês: *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* e *Threats*, que respectivamente significam: forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Desta maneira, a análise SWOT elaborada para esta empresa pode ser visualizada no Quadro 4.

Quadro 4 - Análise SWOT

	Forças	Fraquezas
Interno	- Baixo custo de operação - Autogerenciamento - Plataforma de Apoio - Crescimento ilimitado - Fidelização pela permanência - Experiência no nicho	- Alta dependência dos fornecedores - Pouca variedade de produtos

Externo	• Alta demanda pelo produto • Marketing boca-a-boca • Acesso virtual • Novidade do formato ao público	• Necessidade de inserção na cultura • Exclusivo ao usuário da tecnologia
	Oportunidades	Ameaças

Fonte: Elaboração própria

Avaliando os pontos fortes e fracos dos quesitos internos e externos, é possível cultivar um modelo de negócios inovador que surge através da disposição dos melhores produtos aos usuários de RPG e D&D, conhecidos pela alta familiaridade e experiência do empreendedor tanto como consumidor quanto como pesquisador das melhores ferramentas do mercado para a prática do hobby. Também é válido mencionar a criação de uma comunidade de jogadores que progride em aventuras e histórias e quanto mais tempo deposita na plataforma, mais é atraído e fidelizado na mesma através da *gamificação* de seu desenvolvimento no mundo virtual.

A plataforma em questão funcionará em forma de comunidade, isso significa que apesar das automações serem responsáveis por cadastros e registros, os próprios usuários serão capazes de criar ambientes e grupos próprios dentro do sistema, podendo auxiliar os novatos e ainda estarem todos sob um mesmo conjunto de regras que proporcionará a união dos usuários e fortalecerá os laços dos clientes ao produto.

Notoriamente, uma das fraquezas é a alta dependência dos fornecedores em sua abertura. Com as engrenagens do lucro se movendo, é possível gerar e autenticar absolutamente todos os processos e criações dentro do próprio servidor, no entanto, em estágios iniciais, a empresa estará dependente das parcerias com plataformas terceirizadas para garantir a entrega do produto ao cliente.

A necessidade de inserção na cultura, bem como o uso exclusivo ao usuário da tecnologia é algo que pode ser custoso ao público consumidor de RPG mais tradicional. Infelizmente, a Paraíba é um dos estados de menor consumo do hobby no Brasil, com diversas lojas de BoardGames e bares temáticos ao RPG e a cultura Nerd que abrem falência dentro dos dois primeiros anos de funcionamento. O uso de uma plataforma online pode ser um choque para a velha guarda consumidora, mas permite uma redução de custo de operação para apenas uma fração do que seria abrir um estabelecimento físico, bem como a extensão de alcance de usuários para os estados mais consumidores do hobby.

3. PESQUISA DE MERCADO

Neste tópico será apresentada a pesquisa de mercado feita através das redes sociais *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* usando a ferramenta *Google Forms*. Para garantir que as respostas trazidas pelos potenciais usuários obtivessem o máximo de autenticidade e interesse próprio do consumidor, apenas o repetido envio do formulário fora realizado em comunidades que praticam, estudam ou consomem o *hobby* de alguma maneira. Em alguns casos, para acelerar a captação de respostas, as ferramentas *Google Ads* e *Facebook Ads* foram utilizadas para realizar o envio em maior escala. Nenhuma espécie de brinde ou recompensa fora alocada para obter as respostas.

Durante um período de 30 dias iniciado em 10 de Outubro de 2022 foram coletadas 105 respostas do formulário de 10 questões que nos permitirão analisar o perfil do cliente em algum grau, algumas necessidades latentes quanto ao produto, bem como a precificação condizente com as expectativas dos clientes.

3.1 Análise do Perfil do Cliente

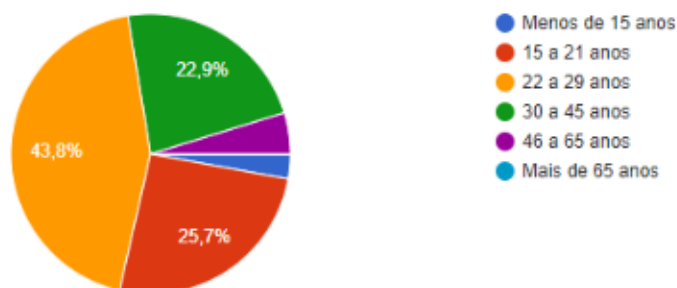
As primeiras três perguntas nos levam a identificar faixa etária, conhecimento e consumo dos tipos de produtos que serão disponibilizados, bem como especificar qual é o melhor sistema de *Role Playing Game* para investir no projeto.

Inicialmente, procuramos entender qual é a faixa etária dos consumidores do *hobby* visto que é de extrema importância saber sobre a familiaridade com as ferramentas de uso do projeto, como computadores, celulares, internet e o próprio *Discord*. Observando o Gráfico 1 abaixo é possível visualizar que 43,8% são pessoas de 22 a 29 anos a evidente maioria do público potencialmente consumidor deste futuro serviço. As pessoas de 15 a 21 anos representam 25,7% enquanto que as de 30 a 45 anos representam 22,9%. As pessoas de 46 a 65 anos representam 4,8% e as menores de 15 anos representam 2,9%. Os números apontam a evidência de que este não é exatamente um hobby consumido por crianças em sua “esmagadora” maioria, o que representa um ponto de partida fantástico, visto que é de um público um pouco mais velho onde pautam os interesses da empresa, tanto em termos monetários quanto de familiarização com as ferramentas.

Gráfico 1 - Faixa Etária dos Respondentes

Qual sua faixa etária?

105 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

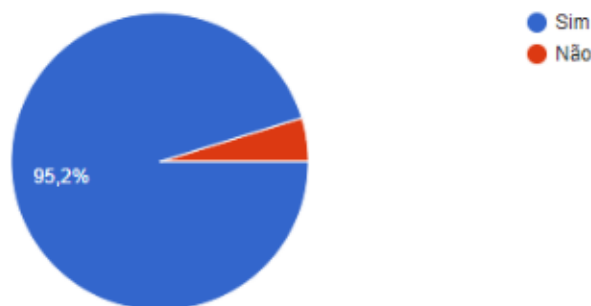
No que diz respeito ao ato de participar ativamente ou apenas como ouvinte de sessões de *Role Playing Game*, ou mesmo apenas conhecer o *hobby*, temos 95,2% dos participantes com alguma familiaridade com o jogo, termo ou conhecimentos mais avançados, que pode ser visto no Gráfico 2 abaixo. Mais um ponto excelente, porém

previsível visto os locais de busca da maior parte dos participantes. Ainda assim, um excelente sinal, uma vez que a ferramenta a ser criada e distribuída procura atingir não só o jogador ativo, como qualquer pessoa com interesse em conteúdo similar, possibilitando a participação como espectador ou mesmo como ouvinte, uma vez que o *Discord* possibilita tanto o palco para espectadores de áudio e visuais.

Gráfico 2 - Familiaridade com Role Playing Game

Você conhece, joga ou já jogou RPG (Role Playing Game)?

105 respostas



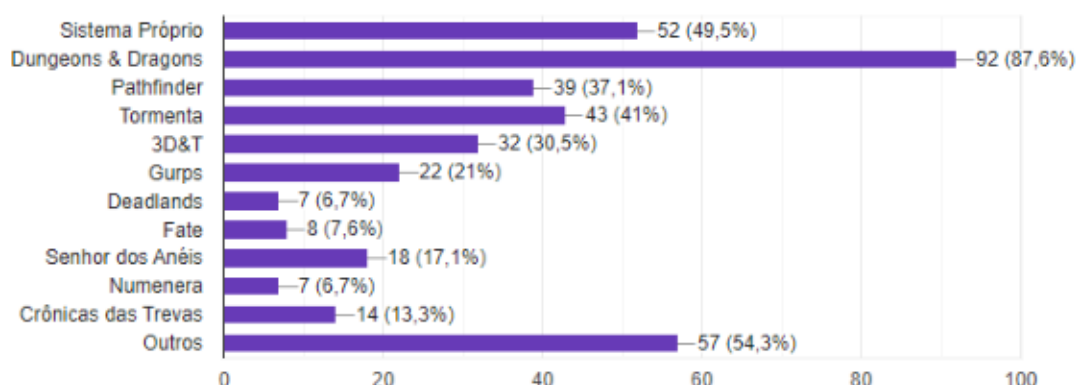
Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Sondando o melhor sistema para trazer ao público através da criação do Metaverso foi perguntado sobre os diversos tipos de Role Playing Games de mesa que os usuários conheciam por nome, ou tinham alguma familiaridade com as regras daquele jogo específico. Com um total de 87,6% dos participantes conhecendo o *Dungeons & Dragons*, este foi o maior indicativo para levar a escolha deste sistema em particular. Uma outra informação valiosa é a familiaridade de Sistemas Próprios (quando o grupo cria as próprias regras do RPG) atingindo 49,5% dos participantes, pois o uso de regras próprias ou editadas é uma força motriz em sistemas de comunidade aberta e definitivamente terá esse uso mais cedo ou mais tarde.

Gráfico 3 - Conhecimento dos Sistemas de RPG

Quais sistemas de RPG você conhece ou já jogou? (Mais de uma alternativa permitida)

105 respostas



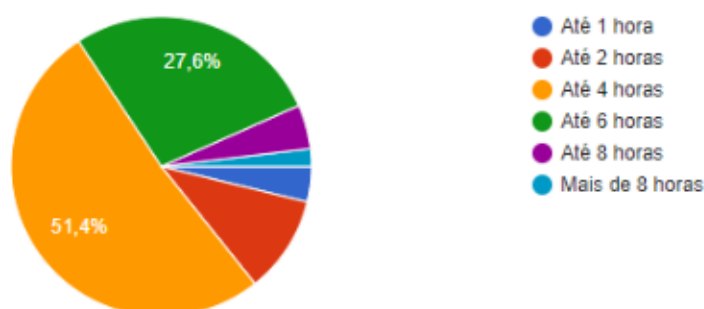
Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

3.2 Análise das Preferências do Cliente

Uma vez que as informações mais significativas dos clientes foram coletadas, seria ideal entender a preferência do potencial cliente para com o produto, para isso foram desenvolvidas as perguntas a seguir.

O Gráfico 4 abaixo mostra que existe preferência em uma sessão que dure até 4 horas com 51,4% dos entrevistados evidenciando essa informação. Até 6 horas possui preferência de 27,6% dos entrevistados, o que nos faz poder indicar que definitivamente o tempo total deve orbitar próximo das 4 horas de sessão, com um pouco mais ou um pouco menos.

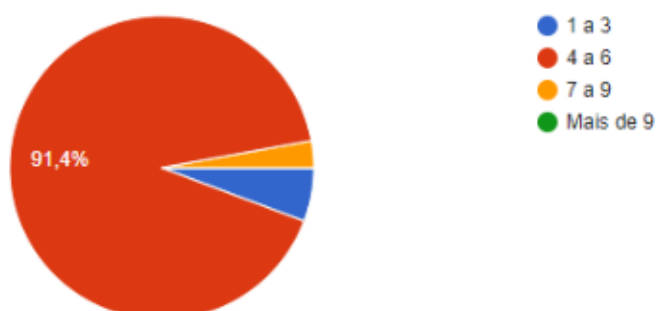
Gráfico 4 - Tempo Ideal de Sessão
Para você, qual é a duração ideal para uma sessão de RPG?
105 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

A quantidade ideal de participantes de uma sessão ficou definitivamente em uma preferência de 4 a 6 pessoas, número escolhido por 91,4% dos entrevistados.

Gráfico 5 - Quantidade Ideal de Participantes
Para você, qual é a quantidade ideal de jogadores para uma sessão de RPG (sem contar com o narrador)
105 respostas



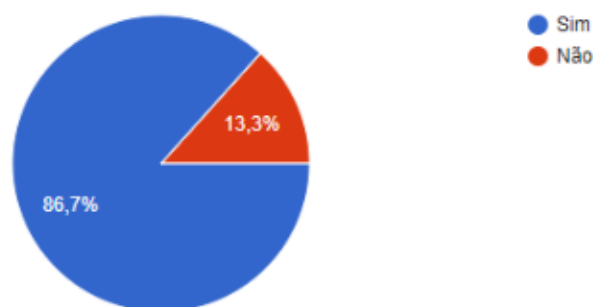
Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

No Gráfico 6, entendemos um pouco mais sobre a alternativa de participar de uma sessão de RPG com pessoas desconhecidas, visto que esta é uma grande possibilidade dentro do Metaverso proposto. Um total de 86,7% dos participantes da pesquisa já jogaram ou jogariam na situação de haver um desconhecido na mesa, enquanto que 13,3% nunca o fez ou não o faria. Dado o fato, como a interação social em um meio como este pode ser um fato de desistência para alguns, o modo de seleção tornou-se completamente personalizado.

Gráfico 6 - Possibilidade de Participar com Pessoas Desconhecidas

Você já jogou ou jogaria RPG com pessoas desconhecidas?

105 respostas



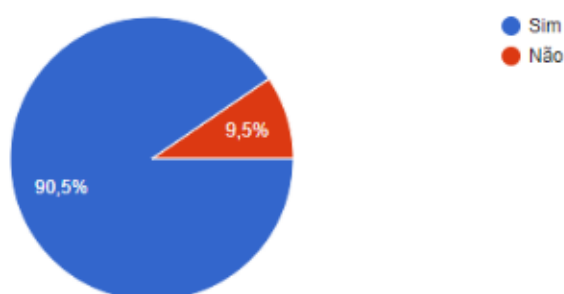
Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

O Gráfico 7 trouxe a uma das informações mais importantes sobre o modo de conduzir as atividades. Visto que uma maioria de 90,5% já jogou ou jogaria em uma mesa virtual, é entendível que dada uma gama de clientes, 9 em cada 10 estaria disposta a pelo menos testar o produto, o que certamente será um cativante. Ainda assim, como há uma parcela que prefere o formato de jogo tradicional (presencial com papéis, canetas e dados), instituiu-se a forma de registro que possibilita este tipo de jogatina.

Gráfico 7 - Possibilidade de Jogar em Mesa Virtual

Você já jogou ou jogaria RPG numa mesa virtual?

105 respostas



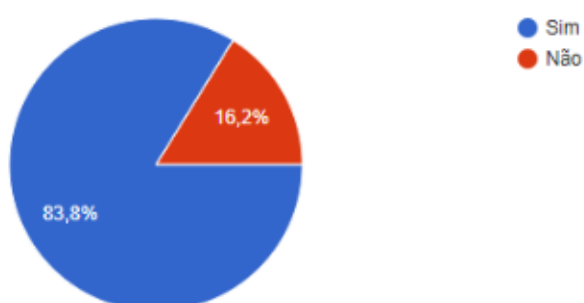
Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Jogar RPG está entrelaçado com o ato de construir histórias e é uma prática extremamente comum que estas histórias não cheguem a uma conclusão devido a um fim abrupto do grupo. Esse é um fato para 83,8% dos entrevistados, ou seja, há uma possibilidade de vender o produto com a promessa de escolha de fim da história. Por mais este possa parecer um conceito estranho, atualmente a maior parte dos participantes está interagindo com o servidor sob esta premissa.

Gráfico 8 - História Sem Conclusão

Você já participou de uma campanha de RPG que terminou sem a conclusão da história?

105 respostas



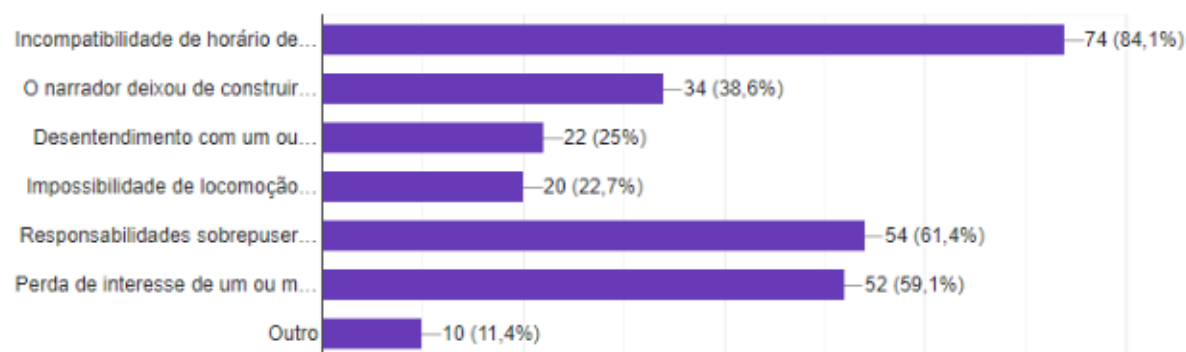
Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

O fim de grupos que jogam e daqueles que constroem histórias usualmente está entrelaçado com a mudança de horário repentina de um ou mais participantes da mesa ou alguma obrigação que eventualmente toma o horário inicialmente dedicado ao jogo. Com a pergunta feita e analisada pelo Gráfico 9 podemos entender os pontos mais importantes para uma estratégia de captação de clientes. Vemos que 84,1% sofreu com a incompatibilidade de horário de um ou mais integrantes do grupo, 38,6% possuíam um narrador que deixou de construir a aventura, 25% tiveram alguma espécie de desentendimento com um ou mais integrantes do grupo e 22,7% deixaram de participar pelos transtornos da locomoção até o local da sessão. Como não descobrimos uma forma exata de solucionar a perda de interesse ou o ato de responsabilidades se sobreporem ao ato de criar as sessões, criou-se o projeto em torno das necessidades latentes que podem ser resolvidas. Isto é, flexibilidade de horários, ambiente virtual, possibilidade de continuidade sem a necessidade de um único grupo.

Gráfico 9 - Motivos do Fim do Grupo

Por qual ou quais motivos a campanha de RPG que você jogou não chegou ao fim?
(Mais de uma alternativa permitida)

88 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

3.3 Precificação

Provavelmente a informação mais importante de se obter ao se lançar um produto é o quanto os potenciais clientes estariam dispostos a pagar pelo mesmo. Com a era dos serviços de *Streaming* tais quais *NetFlix*, *Disney Plus*, *HBOMax*, se provando formas de negócios extremamente bem sucedidas, é possível vislumbrar que a criação de um serviço similar para os consumidores de Role Playing Games seja também uma alternativa viável. Desta forma, a pergunta que gerou o Gráfico 10 foi feita com o intuito de responder este questionamento.

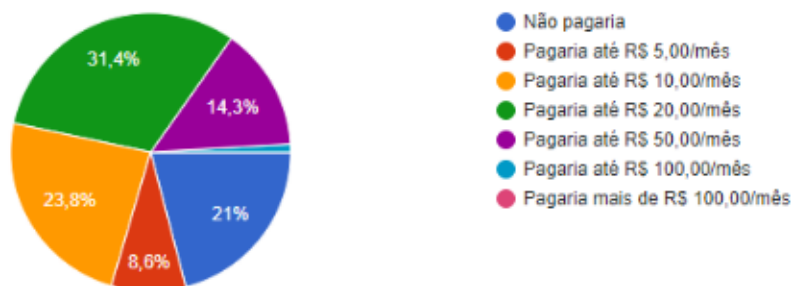
Analisando as respostas, podemos supor o fato de uma pessoa que paga por um serviço de R\$ 100,00 também pagaria dentro dos valores abaixo deste. Levando em consideração também o fato de este ser um produto de cobrança mensal, quanto maior o valor cobrado, maior será a cobrança na via do cliente para com a empresa. O valor que pareceu ser o melhor quando colocados em questão todos os pontos objetivos foi o de R\$ 20,00 por mês, que é um limitante para 31,4% das pessoas, mas pode-se assumir pelo proposto anteriormente que 66,7% dos entrevistados estariam dispostos a usufruir do produto por este valor.

Cobrar o maior valor trazido por um número menor de clientes possivelmente trará maior taxa de cancelamentos do serviço ao longo do tempo, o que certamente irá trazer impactos negativos na manutenção do serviço, em contrapartida, uma base de clientes que pagam um baixo valor gera montantes menos suscetíveis a flutuação das desistências dos clientes, vide os modelos de negócios já citados anteriormente no formato de *Streaming* não cobram altas taxas e não sofrem quando um cliente desistem ou simplesmente precisam fazer um cancelamento do serviço.

Gráfico 10 - Precificação

Se jogar RPG fosse um serviço pago, quanto você estaria disposto a investir mensalmente para fazer parte desse hobby?

105 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Originalmente, os produtos poderiam custar inclusive o valor de R\$ 10,00, trazendo neutralidade no balanço da empresa com cerca de 200 clientes. A pesquisa de mercado dobrou a possibilidade de valor do produto sem prejudicar o alcance do mesmo.

4. PLANO DE MARKETING

Aqui serão apresentados aspectos de representação e funcionamento da empresa como logomarca, mascote, preços, estratégias de captação de clientes, estrutura comercial e a localização do negócio.

4.1 Logomarca e Mascote

A logomarca do empreendimento, dentre suas formas, traz consigo elementos de representação de um mundo de fantasia medieval, assemelhando-se a uma placa de taverna das antiguidades. Misturado a isso, existem um elemento de composição extremamente reconhecível para jogadores de RPG, o icosaedro (polígono de vinte lados) que remete ao dado de vinte lados, elemento principal dos jogos de RPG do sistema D&D 5ª edição. Além disso, o “i” de “Sip” está no formato de uma garrafa, elemento criador de histórias dentro da dinâmica conhecida pelos participantes nos seus primeiros momentos de interação e usada durante todo o percurso de participação do jogador no mundo em questão.

O mascote é uma raposa de bigode, representado pelo nome “Fofox”, um apelido criado pelos primeiros participantes do projeto e proporcionador de enorme engajamento especialmente nas esferas online. A raposa é um elemento extremamente forte em todas as culturas de fantasia e mitologia por sua sagacidade e muitas vezes pelo seu atrevimento, algo que fomenta o engajamento e ajuda a conexão entre a empresa e os potenciais clientes.

Figura 7 - Mascote (Esquerda) ao lado da Logomarca da Empresa Sip of Riviera



Fonte: Edição de imagens própria

4.2 Produto

Inicialmente o empreendimento funcionará com apenas um produto, onde mesmo com a expansão do projeto possivelmente para a reabertura de uma loja online ou sistemas de brindes e sorteios, este produto será mantido como o carro chefe de toda a operação.

Unificando todos os fornecedores já citados, será possível conceber um metaverso de *Role Playing Game* onde todos os participantes poderão criar um personagem fictício sob o mesmo conjunto de regras e deixando registros transparentes de suas ações e conquistas, proporcionando uma possibilidade de união entre todos os participantes do mundo. Esta é uma interação sem custos para o iniciante, fomentando ainda mais a entrada de novas pessoas

somente pelo ato de conhecer o universo proporcionado, isto é, chamar amigos para participar do mundo sem a necessidade de bloquear esta apresentação com um pagamento.

O produto vendido será uma assinatura mensal que entregará uma gama de melhorias nas caracterizações do personagem e na experiência do usuário. Resumidamente, este produto nada mais é do que o aumento das possibilidades de criação e evolução dentro do metaverso. Onde o usuário gratuito tem apenas cerca de 8% das possibilidades de criação e evolução de seu personagem, o usuário pago terá acesso a absolutamente tudo o que o servidor puder oferecer.

4.3 Preço

Objetivamente, a operação em si tem custo muito baixo por ser pautado num sistema de auto-alimentação pelos próprios jogadores e ter todas as suas instalações necessárias dentro da internet, onde mesmo os jogadores que queiram utilizar o serviço na sua forma tradicional (presencialmente, papel e caneta) o farão com seus próprios recursos e só precisarão registrar o mesmo dentro do servidor do Discord.

Desta forma, o valor ideal encontrado para o produto está na intervenção entre os custos da operação *on-line* e o disposto a ser pago por jogadores em sua maioria, procurando criar um ambiente onde tal gasto seja realmente insignificante ao jogador, possivelmente mantendo o mesmo dentro dos clientes pagantes ainda que apenas como espectador para não perder as benesses de sua trajetória até então.

Quadro 5 - Produto e preço

Produto	Valor (R\$)
Assinatura Mensal do Sip of Riviera	19,90/mês

Fonte: Elaboração própria

4.4 Estratégias Promocionais

O fato da entrada de novos jogadores no servidor ser gratuito é de extrema importância, bem como o jogo em si ser uma interação entre as pessoas já inseridas promove o *Marketing* de boca a boca ideal para a captação de *Leads* (clientes em potencial). Uma vez que usualmente as mesas de RPG são compostas por 4 a 7 pessoas de certa proximidade, isto faz com que se apenas um usuário conheça o formato, há a enorme possibilidade deste mesmo usuário convocar seus outros amigos para um servidor que promova a equalização e registro dentre todos eles, além da possibilidade de participar de outros grupos.

O boca-a-boca, apesar de ser um fator de crescimento exponencial do projeto não pode ser tratado como garantia, então as redes sociais, que são movimentadas diariamente, possuem dentre os seus posts um chamado para ação, onde um usuário de *Streaming*, *Instagram*, *Twitter* ou *Facebook* será deparado com acessos diretos ao servidor do *Discord* como espectador. Estes chamados podem ser alvos de *Ads* e promoções que aumentarão o alcance da postagem e com certo investimento costumeiramente tende a quebrar a bolha de usuários padrão das redes.

4.5 Estrutura de Comercialização

Uma vez dentro do servidor do Discord, o usuário terá acesso aos acontecimentos do mundo em tempo real, bem como a possibilidade de espectar qualquer mesa que esteja acontecendo naquele instante.

As automações do Discord enviarão convites ao usuário a cada nova grande ação do mundo, um chamado para aventura, ou apenas um convite para conhecer o jogo. Ao usuário que já está interessado em participar dos jogos, existirão canais de cadastro automatizados para poder realizar a criação do personagem e inserir a sua própria história no mundo.

Uma vez dentro da plataforma e vendo todas as possibilidades de criação de um assinante, o usuário poderá comprar a assinatura disponibilizada em diversos formatos variando desde o catálogo das histórias até os canais públicos do *Discord*, como ao fim das sessões e a cada evolução de seu personagem.

Para o espectador que entra no servidor já conhecendo o produto, ou com interesse formado, o *Patreon* também pode ser acessado nos catálogos da aventura e na página principal da internet, bem como no próprio site do *Patreon*.

4.6 Localização e Legalização

A página principal do empreendimento se encontra no endereço eletrônico: <https://sipofriviera.com.br/> e através dela é possível ver todo o projeto e juntar-se aos grupos de espectadores e posteriormente jogadores somente com o cadastro gratuito.

O registro da marca e mascote foram validados no dia 09/08/2022 concebendo propriedade intelectual do logotipo e mascote ao CNPJ da Empresa.

Figura 8 - Documento de Registro de Logotipo e Mascote

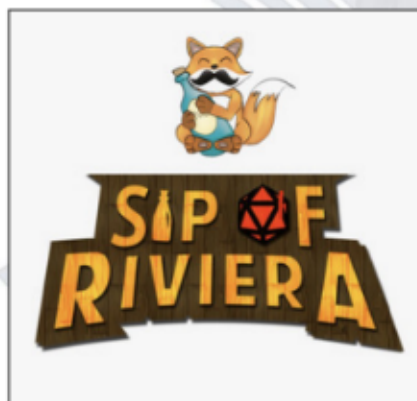


REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
Ministério da Economia
Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Diretoria de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas

Certificado de registro de marca

Processo nº: [REDACTED]

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial, para garantia da propriedade e do uso exclusivo, certifica que a marca abaixo reproduzida encontra-se registrada nos termos das normas legais e regularmente em vigor, mediante as seguintes características e condições:



Data de depósito: 15/07/2021
Data da concessão: 09/08/2022
Fim da vigência: 09/08/2032

Titular: ROBINSON MADRUGA FURTADO FILHO [REDACTED] [BR/PB]
CNPJ: 37907498000180
Endereço: [REDACTED]
BRASIL

Apresentação: Mista
Natureza: Marca de Produto/Serviço
CFE(4): 3.1.8, 27.1.1 e 27.5.8
NCL(11): 28
Especificação: Jogos *; Videogames (da classe 28)

Fonte: Instituto Nacional da Propriedade Industrial

5. PLANO OPERACIONAL

Neste tópico serão mostrados os processos já implementados relacionados ao funcionamento das plataformas relacionadas à empresa bem como algumas metas e planejamentos futuros.

5.1 Layout

Figura 9 - Página inicial da plataforma online



Fonte: Captura de tela do endereço <https://sipofriviera.com.br/>

O endereço na internet terá apenas duas funções. A primeira é agir como uma enciclopédia online sobre o metaverso. A segunda é uma *landing page* onde a partir de um clique o usuário será guiado para o *Discord*, que é o provedor do serviço de comunicação entre todos os usuários e melhor plataforma de integração das ferramentas de funcionamento.

Figura 10 - Página de boas vindas do servidor de Discord Sip of Riviera



Fonte: Captura de tela do servidor no Discord

5.2 Capacidade de funcionamento

O *Discord* permite cadastramento de 25,000 (vinte e cinco mil) usuários antes de ser necessário ampliar a sua capacidade de uso. Ao atingir este número, é necessário realizar ampliações em determinados aspectos do servidor que precisam ser coordenadas pelos desenvolvedores da empresa de acordo com a necessidade de cada endereço.

Devido às metas estipuladas para a criação do Metaverso, uma breve consultoria fora feita para o servidor do Sip of Riviera, e fora estipulado que mediante o uso das plataformas de integração e bots de automação previstos para a fase de funcionamento completo, o servidor será capaz de suportar 500,000 (quinhentas mil) pessoas uma vez ampliada sua capacidade.

Tratando-se de um serviço auto-gerido pelos usuários em termos de uso do metaverso, os servidores e automações funcionam em benefício do usuário 24 (vinte e quatro) horas por dia de forma ininterrupta, assim promovendo toda a flexibilidade de uma plataforma online para o usuário final.

5.3 Necessidade de pessoal

Atualmente existem três frentes de trabalho necessárias para o funcionamento correto de toda a empresa. As três são exercidas apenas pelo proprietário, mas com o aumento de capital gerado a expansão será iminente. Os cargos, suas atribuições e pré-requisitos estão dispostos a seguir:

Quadro 6 - Cargos, atribuições e pré-requisitos

Cargos	Atribuições	Pré-requisitos
Gestor de Relacionamento	Gerir o fluxo de acesso às plataformas de jogabilidade, e prestar ajuda aos usuários	Conhecimento em gestão de pessoas e uso de softwares de agendamento como <i>Appointlet</i> , <i>Calendly</i> , etc.
Desenvolvedor Back-End	Construir melhorias e solucionar imprevistos com as automações	Conhecimento avançado de programação em <i>Python</i> e uso de Banco de Dados <i>SQL</i>
Mídia Social	Fomentar redes sociais e alavancar o conhecimento do público sobre o produto	Conhecimento sobre campanhas de publicidade em plataformas de <i>Facebook</i> e <i>Instagram Ads</i>

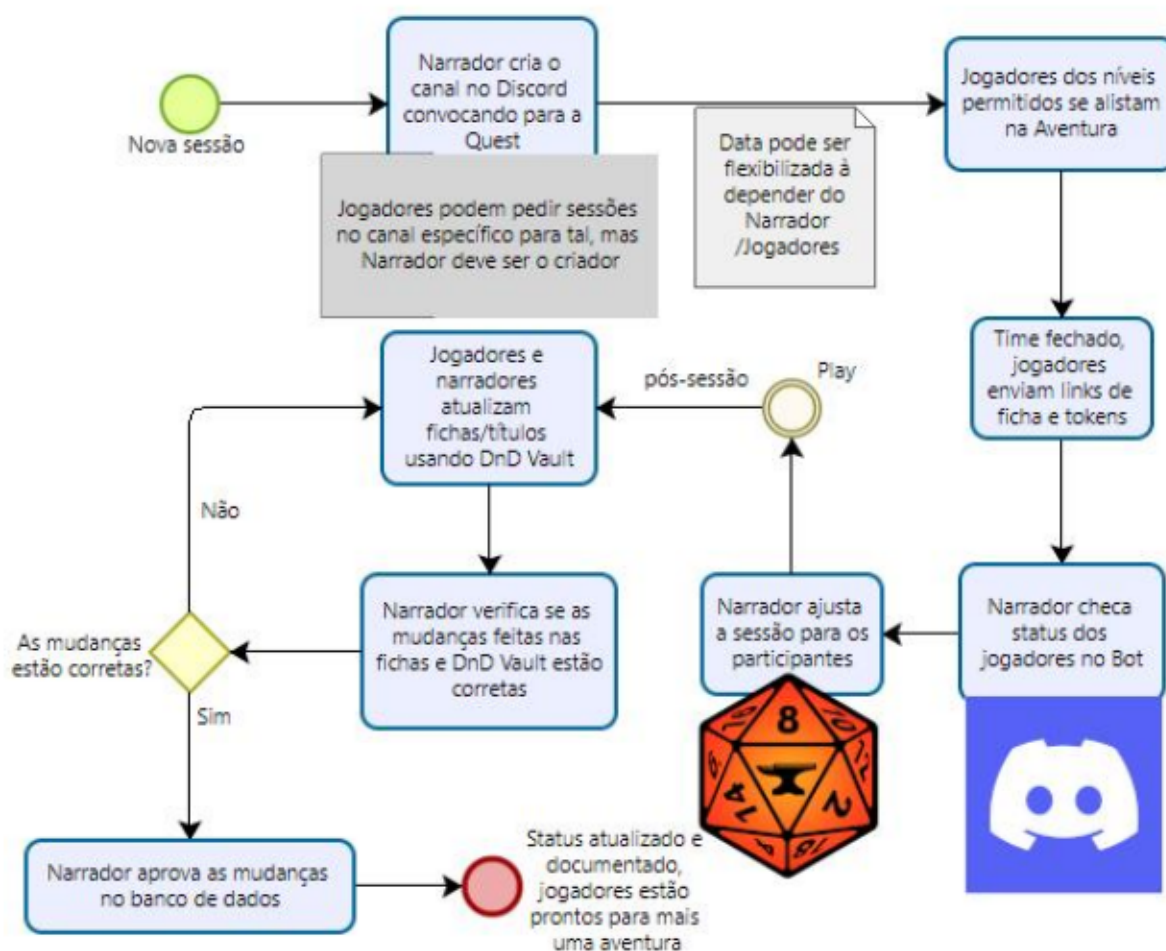
Fonte: Elaboração própria

5.4 Processos Operacionais

Existem três processos imprescindíveis para o funcionamento da empresa, são eles: o cadastro de novos jogadores; o cadastro de novos narradores; e o registro de fim de sessões. Todos os fluxos são coordenados pelas automações desenvolvidas interiormente, sem deixar brechas ou mesmo outras alternativas para o usuário a fim de evitar problemas ou erros desnecessários, bem como garantir a segurança das informações trazidas e entregues aos participantes. Se incompletos, todas as automações guardam os fluxos exatamente onde pararam por cada usuário, assim evitando descon continuidades.

5.4.3 Sessões de jogos

Figura 13 - Fluxo operacional de uma sessão



Fonte: Elaboração própria através do software Bizagi Modeler

5.5 Monetização

A plataforma responsável pela monetização do serviço é o *Patreon*. Conhecida mundialmente no universo de apoio a desenhistas, escritores, programadores e artistas em geral, mantendo a sua API aberta é uma plataforma inigualável a qualquer outra no mercado.

A integração do *Patreon* com o *Discord* permite que o mesmo Bot que realize o cadastro dos jogadores confira se o mesmo é um apoiador do projeto. Se sim, o jogador receberá regalias como a possibilidade de criação de até 6 (seis) personagens, bem como uma adição considerável nas opções de criação e evolução do personagem no metaverso.

As sessões, jogabilidade e qualidade de vida são precisamente as mesmas para os usuários pagantes e não pagantes, não cedendo nenhuma espécie de vantagem competitiva junto ao produto, assim mantendo a competição estritamente entre os jogadores e narradores e fomentando a permanência no servidor através de marcos de evolução clássicos dos Role Playing Games.

O modelo de jogo gratuito com monetização exclusiva através de regalias visuais é extremamente funcional, sólido e atrativo no mundo dos jogos eletrônicos, tomando este o grande diferencial na captação de novos usuários e potenciais *Leads*.

6. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro do projeto tem algumas particularidades, visto que é uma empresa que fornece um único produto através de uma plataforma terceirizada (*Patreon*) e tem um custo de operação muito inferior a um negócio físico, uma vez que é estruturado de forma completamente virtual e demanda pouca ação manual quando o fluxo de operações é seguido normalmente.

6.1 Investimentos Fixos

Os investimentos fixos vão corresponder aos bens necessários para dar início a operação. No Quadro 7 estão incluídas as ferramentas de pagamento único que serão utilizadas para conduzir todos os processos operacionais, desde os mais simples aos mais complexos.

Quadro 7 - Investimentos Fixos Iniciais

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Computador	1	R\$ 2.899,99	R\$ 2.899,99
2	Livros de Regras Digital / DnD Beyond	14	R\$ 162,75	R\$ 2.278,50
3	<i>Software Foundry VTT</i>	1	R\$ 280,50	R\$ 280,50
4	<i>Software Dungeon Alchemist</i>	1	R\$ 149,90	R\$ 149,90
Total				R\$ 5.608,89

Fonte: Elaboração própria

6.2 Capital de Giro

O capital de giro é o recurso que tomará as operações da empresa possíveis mediante suas despesas dentro de um determinado período de tempo, esperando que o ciclo onde o embate entre investimentos e lucros está presente tenha um resultado sustentável.

O empreendimento aqui apresentado possui todas as suas funções e interações tanto dos operadores quanto dos clientes exclusivamente virtuais, algo que mostrará simplicidade em alguns quesitos contábeis e maior complexidade em alguns quesitos conceituais.

6.2.1 Estoque

O empreendimento opera de forma inteiramente virtual, todo o trabalho desde a chefia até a mais distante linha operária possível pode e será efetuada de forma remota. Todos os produtos, serviços, negociações, formas de pagamento e contratos da empresa existem apenas em sua forma digital. Nem mesmo o documento mais burocrático da empresa que é o registro de marca foi concebido em forma física. Assim, não existem estoques de nenhum produto.

6.2.2 Caixa Mínimo

O caixa mínimo será definido como o valor necessário para manter em uso todos os serviços necessários para o funcionamento da empresa. Alguns destes serviços são adquiridos em sua forma mensal e outros em sua forma anual. Assim, para a constituição dos quadros

demonstrativos sobre os procedimentos, ambos os valores serão demonstrados, multiplicando ou dividindo valores pelo número de meses do ano conforme a necessidade. Assim, eis o necessário para definir a necessidade de caixa mínimo da empresa:

1º passo: Contas a receber - prazo de recebimento das vendas.

Um fator de extrema importância já mencionado algumas vezes é a existência de apenas um produto que será comercializado, o *Pledge* (assinatura mensal da plataforma *Patreon*) que dará ao cliente todos os benefícios do produto oferecido. A política desta empresa responsável pela conexão entre o pagamento do cliente e o recebimento do produto permite interações de pagamento mensal ou anual por uso do produto oferecido pelo criador, sendo esta interação escolhida pelo dono do empreendimento mediante o produto que o mesmo oferece. Independente da escolha, o prazo de recebimento do capital recolhido pelo *Patreon* é de apenas 24 horas. No ato de receber determinado valor do seu grupo de clientes, o saque pode ser feito diretamente para uma conta de pagamentos virtual como *PayPal*, *Payoneer*, ou recebido diretamente em uma conta bancária cadastrada na plataforma. A depender do banco cadastrado, uma conversão monetária pode ser feita no ato de realizar um recebimento em uma moeda diferente (exemplo: USD para R\$).

Cada cliente realiza o pagamento na data de sua escolha e receberá acesso aos produtos até o mesmo dia do mês ou ano seguinte e este valor é taxado em 4 a 12% a depender de uma série de quesitos pré-alocados no cadastramento do produto. No caso deste empreendimento em questão, o valor pago pelo cliente é de R\$ 19,90/mês sem existência de anualidade ou parcelamentos com a taxa do *Patreon* por cliente sendo de 8,5% (R\$ 1,69).

Uma vez existente qualquer valor já recebido através do *Pledge*, é possível realizar o saque do mesmo a qualquer instante, onde o mesmo será depositado na conta escolhida pelo empreendedor após a dedução das taxas já mencionadas com um prazo de 24 horas úteis e por questões de segurança, o *Patreon* não permite a realização de um novo saque dentro das próximas 24 horas.

Explicado o funcionamento dos pagamentos realizados através do *Patreon*, fora decidido manter apenas o *Pledge* mensal, tanto pela sua simplicidade em sentidos de consumo e cancelamento, quanto pela percepção de preço do cliente obtida através do questionário de criação do negócio.

Assim, o Quadro 8 mostra de forma simplificada o prazo de recebimento:

Quadro 8 - Prazo de Recebimento de Vendas

	Item	Período	Recebimento	Prazo de saque
1	<i>Pledge</i>	Mensal	1 dia	24 horas

Fonte: Elaboração própria

2º passo: Fornecedores - prazo de compras

Para que o único produto funcione conforme o planejado, é necessário estar em dia com alguns serviços providos por outras empresas. Alguns destes serviços representam apenas qualidade de vida para a empresa e para o cliente, enquanto que outros são fundamentais para a existência do produto criado. Os fornecedores destes serviços podem oferecer os mesmos de forma mensal ou anual com desconto em sua compra, alguns os fornecem apenas de forma mensal e outros apenas de forma anual.

Entretanto, dois dos serviços que são essenciais para a existência da plataforma como um todo são disponibilizados apenas em sua forma anual. São eles o domínio *World Wide*

Web (site) e o servidor *database* responsável pelo registro de tudo o que acontece entre as interações de jogadores, narradores e servidores. Assim, todo o cálculo de capital de giro será feito em uma premissa anual, visto que não é possível fugir de alguns pagamentos neste formato. Além disso, para simplificar a contabilidade e sempre adquirir o melhor valor na compra de todos os serviços, tudo o que pode ser adquirido de forma anual é preferencial ao formato mensal, a única exceção para esta regra sendo a assinatura do *DnD Beyond*, que muda de acordo com a quantidade de clientes. Seguindo a mesma lógica e também pelo fato de boa parte dos produtos não disponibilizarem de tal formato, nada é comprado em parcelamento, isso garante o melhor valor de compra em todos os produtos.

Simplificando, tudo é pago à vista, nada é parcelado. Isso simplifica a contabilidade e garante maior custo por benefício no uso dos produtos dos fornecedores.

3º passo: Estoques— cálculo do prazo médio de estoque

Como não há estoques, não há um prazo médio para renovação dos estoques.

4º passo: Cálculo da necessidade de capital de giro

Como já mencionado, alguns dos serviços indispensáveis para a existência do empreendimento apenas possuem vigência anual, e mesmo os serviços que estão em sua disponibilidade mensal podem ser multiplicados por 12 para obter uma necessidade clara do capital necessário para o funcionamento do negócio a longo prazo. Adicionalmente, para calcular os custos de taxa comprada pelo *Patreon* a cada mensalidade (*Pledge*), serão considerados 150 clientes pagantes na plataforma por todo o período, apenas com o fim de tornar o processo de análise menos flutuante do que ele realmente é na prática. Ainda assim, o recebimento por cliente é instantâneo, mas em sua vigência é mensal, então para ter noções dos custos em um maior espectro, tanto a forma mensal quanto anual serão disponibilizadas.

Então, eis o Quadro 9 com o demonstrativo da necessidade de capital de giro em dias:

Quadro 9 - Necessidade Líquida de Capital de Giro (em dias)

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a receber - prazo médio de vendas	1
2. Estoques - necessidade média de estoques	0
Subtotal 1 (item 1 + item 2)	1
Recursos de terceiros no caixa da empresa	Número de dias
3. Fornecedores - prazo médio de compras	0
Subtotal 2 (item 3)	0
Necessidade líquida de capital de giro (Subtotal 1 – Subtotal 2)	1

Fonte: Elaboração própria

A necessidade líquida de capital de giro é de 1 dia, isso significa que a empresa precisa durante esse período de caixa para cobrir seus gastos e financiar clientes.

Assim, é possível realizar a projeção do caixa mínimo, que contará com os valores do custo fixo, variável e total da empresa, bem como a quantidade de dias da necessidade líquida de capital de giro.

Quadro 10 - Caixa Mínimo

Descrição	Mensal
01. Custos Fixos	R\$ 391,26
02. Custos Variáveis	R\$ 630,23
03. Custo Total (Fixos + Variáveis)	R\$ 1.021,49
04. Custo Total diário (valor do item 03 dividido por 30 dias)	R\$ 30,05
05. Necessidade Líquida de Capital de Giro (dias)	01
06. Caixa Mínimo (Item 4 * Item 5)	R\$ 30,05

Fonte: Elaboração própria

Para a determinação do capital de giro é preciso somar o valor do estoque inicial com o do caixa mínimo. Todavia, como não há estoques, o capital de giro da empresa é de R\$ 30,05. Como os recebimentos da empresa são exclusivamente obtidos à vista, os pagamentos mensais serão os valores recebidos com as vendas. Mas pela segurança do negócio e para não ficar dependente de novos recebimentos dos clientes será mantido um **caixa mínimo (e consequentemente o capital de giro)** no valor do custo fixo mensal de **R\$ 391,26**, pois estes são os valores que existirão mesmo em uma situação quando a empresa não vender nada.

6.3 Investimentos Pré-Operacionais

Os investimentos pré-operacionais serão efetuados de forma a legalizar a operação comercial, criar o conhecimento do produto aos primeiros clientes, bem como garantir a propriedade intelectual da logomarca, mascote e ferramenta criada, assim evitando problemas futuros e principalmente plágios, dado o fato que se trata de um conceito inovador esta é uma precaução que não pode deixar de ser tomada. Os custos mencionados encontram-se no Quadro 11:

Quadro 11 - Investimentos Pré-Operacionais

Descrição	Valor Total
Criação de Domínio World Wide Web	R\$ 46,90
Registro INPI	R\$ 7.046,00
Marketing de Lançamento	R\$ 1.500,00
Total	R\$ 8.592,90

Fonte: Elaboração própria

6.4 Investimentos Totais

A soma de todos os investimentos feitos estão calculadas com a operação de fato em andamento. Já existe uma quantidade de pessoas que consomem do produto, porém em uma condição “*Alpha*” (Um usuário que paga para testar o produto antes do mesmo ser lançado). Esta é uma prática cada vez mais comum no mercado de jogos *on-line* e utilizá-la serviu para lapidar uma soma de fatores que levou a empresa a entender precisamente quais ferramentas eram necessárias para seu funcionamento. Dito isso, o Quadro 12 demonstra os investimentos feitos para que a operação esteja ativa:

Quadro 12 - Investimentos Totais

Descrição	Valor	%
Investimentos Fixos	R\$ 5.608,89	~ 38,44 %
Investimento de Capital de Giro	R\$ 391,26	~ 2,68%
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 8.592,90	~ 58,88%
Total	R\$ 14.593,05	100%

Fonte: Elaboração própria

6.5 Estimativa de Faturamento Mensal

Para projetar a receita mensal e anual da empresa, o Quadro 13 foi elaborado conforme a estimativa de clientes esperados para o primeiro ano de empresa. A estimativa em questão é também o número de clientes utilizado para todas as suposições já feitas até então por ser um número de clientes extremamente plausível dado o estado atual da empresa e da coleta de respostas na pesquisa de mercado realizada para a composição deste plano de negócios.

Quadro 13 - Estimativa do Faturamento Mensal e Anual

	Produto	Preço de Venda	Clientes	Faturamento Bruto Mensal	Faturamento Bruto Anual
1	<i>Pledge</i>	19,90	150	R\$ 2.985,00	R\$ 35.820,00

Fonte: Elaboração própria

6.6 Custo Unitário do Produto

Para que o produto desta empresa (*Pledge*) seja vendido, será necessário adquirir uma assinatura da ferramenta *DnD Beyond*. Atualmente tal ferramenta cobra R\$ 26,00 mensais por uma assinatura que pode conter uma base de até 60 clientes. Supondo a quantidade esperada de 150 clientes, o valor a se pagar será correspondente a 3 assinaturas, contemplando, assim, 180 clientes ($3 \times 60 = 180$), ou seja, R\$ 78,00/mês (R\$ 936,00/ano). Trata-se de um custo variável, uma vez que no caso de a empresa não possuir clientes, esse investimento não é necessário. Para o eventual crescimento da carteira de clientes não é necessário fazer uma conta simples sempre que for necessária a checagem. Por quesitos simples de gestão torna-se mais prático criar uma pequena equação que pode ser aplicada à planilhas contábeis sendo a mesma feita de forma onde o custo unitário do produto é

equivalente ao número inteiro mais próximo arredondado para cima (Z) do número de clientes dividido por 60:

$$\text{Custo Unitário do Produto} = \text{R\$ } 26,00 \times Z \text{ de (número de clientes/60)}$$

O Quadro 14 abaixo mostra exemplos de custo para dado número de clientes:

Quadro 14 - Custo Unitário do Produto

Base de Clientes	Custo do Produto Mensal (Assinatura Mensal)	Custo do Produto Anual (Assinatura Mensal x 12)
Custo a cada 60 clientes	R\$ 26,00	R\$ 312,00
1 a 60 clientes	R\$ 26,00	R\$ 312,00
61 a 120 clientes	R\$ 52,00	R\$ 624,00
121 a 180 clientes	R\$ 78,00	R\$ 936,00
181 a 240 clientes	R\$ 104,00	R\$ 1.248,00

Fonte: Elaboração própria

6.7 Custo de Comercialização

Tendo em mente que a empresa opera sob regime o DAS-MEI, até o valor de faturamento anual total de R\$ 81.000,00 não haverão impostos, além da contribuição mensal à Receita Federal (Março de 2023). Assim, eis o valor total de comercialização mensal:

Quadro 15 - Estimativa do Custo de Comercialização

Descrição	Percentual	Faturamento Mensal	Custo Mensal	Custo Anual
1. Impostos				
Imposto Simples (DAS-MEI)	-	-	R\$ 71,10	R\$ 853,20
2. Gastos com vendas				
Taxa do <i>Patreon</i> (150 clientes)	8,5 %	R\$ 2.985,00	R\$ 253,73	R\$ 3.044,76
<i>DnD Beyond</i> (150 clientes)	2,6 %	R\$ 2.985,00	R\$ 78,00	R\$ 936,00
Publicidade	10 %	R\$ 2.985,00	R\$ 298,50	R\$ 3.582,00
Total			R\$ 701,33	R\$ 8.415,96

Fonte: Elaboração própria

6.8 Custo de Mão de Obra

A empresa atualmente não possui necessidade operacional de mais de uma pessoa, sendo esta o dono e empreendedor. Visto que este também não é um empreendimento essencial para pagar as contas do dia-a-dia, o dono optou por não receber pró-labore e reinvestir todo o caixa que entrar no projeto até um ponto de satisfação ainda não definido.

6.9 Custos com Depreciação

A depreciação é o processo onde o bem perde seu valor conforme o passar do tempo. A excedente maioria dos artigos da empresa são virtuais uma vez que toda a sua operação é também de forma virtual. Ainda que não estritamente necessário mas um enorme adicional de qualidade de vida no trabalho o computador é o único bem físico da empresa e de acordo com a INSTRUÇÃO NORMATIVA SRF Nº 004/1985 fixa o prazo de vida útil para fins de depreciação de computadores e periféricos em um total 5 anos, ou seja, sua depreciação para quesitos contábeis é de 20% ao ano.

Quadro 16 - Custo de Depreciação

Produto	Quantidade	Valor Unitário	Depreciação Mensal	Depreciação Anual
Computador	1	R\$ 2.899,99	R\$ 48,33	R\$ 580,00

Fonte: Elaboração própria

6.10 Custos Fixos Operacionais Mensais

O empreendimento depende fortemente de produtos fornecidos por terceiros dentro do ambiente virtual para o seu funcionamento nas condições ideais. Mesmo não sendo o maior dos custos da empresa é certamente o que merece maior atenção dada a constante possibilidade de mudança conforme o surgimento de novos e melhores fornecedores.

Como mencionado no ponto 6.8, o empreendedor abdicou de pró-labore por tempo indeterminado. O Quadro 17 demonstra com detalhes os custos fixos operacionais:

Quadro 17 - Custos Fixos Operacionais

Item	Descrição	Custo Mensal	Custo Anual
01	Serviço de Internet	R\$ 99,90	R\$ 1.198,80
02	Domínio <i>World Wide Web</i>	R\$ 5,43	R\$ 65,16
03	Servidor <i>Database</i>	R\$ 39,90	R\$ 478,80
04	Servidor <i>Hostgator</i>	R\$ 23,31	R\$ 279,72
05	DAS-MEI Nacional	R\$ 71,10	R\$ 853,20
06	<i>Hero Forge</i>	R\$ 20,79	R\$ 249,48
07	<i>World Anvil</i>	R\$ 40,83	R\$ 489,96
08	<i>Discord Nitro</i>	R\$ 21,67	R\$ 260,04
09	JB2A (Pacote de Animações)	R\$ 20,00	R\$ 240,00
10	Depreciação	R\$ 48,33	R\$ 580,00
Custo Fixo Operacional Total		R\$ 391,26	R\$ 4.695,16

Fonte: Elaboração própria

6.11 Demonstrativo dos Resultados

A partir das estimativas realizadas até então, o demonstrativo dos resultados será a métrica responsável por determinar, caso existente, o lucro líquido da operação como um todo no cenário descrito até o momento, evidenciando se há lucro ou prejuízo e posteriormente permitindo a análise de casos onde o cenário de clientes é maior e menor do que o esperado para determinado tempo de abertura da empresa. Abaixo o Quadro 18 com a Demonstração de Resultados do Exercício (DRE) da empresa em sua concepção realizada até o dado momento:

Quadro 18 - Demonstração de Resultados do Exercício

Descrição	Valores Mensais (R\$)	Valores Anuais (R\$)
Receita Total (=)	R\$ 2.985,00	R\$ 35.820,00
Custos Variáveis Totais (-)	- R\$ 779,33	- R\$ 9.351,96
- Custo unitário do Produto (Quadro 14)	- R\$ 78,00	- R\$ 936,00
- Custo de Comercialização (Quadro 15)	- R\$ 701,33	- R\$ 8.415,96
Resultado Operacional	R\$ 2.205,67	R\$ 26.468,04
Custos Fixos Totais (-)	R\$ - 391,26	R\$ - 4.695,16
Lucro Líquido (=)	R\$ 1.814,41	R\$ 21.772,88

Fonte: Elaboração própria

6.12 Indicadores de Viabilidade

Os indicadores de viabilidade permitirão avaliar se, no cenário suposto, o negócio é viável ou não.

6.12.1 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio evidencia os valores que a empresa precisa superar para ser viável economicamente.

Os medidores que serão usados nesta análise serão o Índice de Margem de Contribuição (IMC) e Ponto de Equilíbrio (PE) que serão mostrados em suas fórmulas respectivamente:

$$\text{IMC} = (\text{Receita Total Anual} - \text{Custo Variável Anual}) / \text{Receita Total Anual}$$

Realizando a fórmula matemática para este empreendimento temos:

$$\begin{aligned}\text{IMC} &= (35.820,00 - 9.351,96) / 35.820,00 \\ \text{IMC} &= 26.468,04 / 35.820,00 \\ \text{IMC} &= 0,738918\end{aligned}$$

Com o IMC podemos calcular o Ponto de Equilíbrio, que é dado pela fórmula:

$$\text{PE} = \text{Custo Fixo Total anual} / \text{Índice de Margem de Contribuição}$$

Realizando a fórmula matemática para este empreendimento temos:

$$\begin{aligned} PE &= 4.695,16 / 0,738918 \\ PE &= R\$ 6.354,10 \end{aligned}$$

De acordo com a fórmula matemática do Ponto de Equilíbrio, para que não haja prejuízo no funcionamento da empresa é necessário que haja uma receita mínima anual de R\$ 6.354,10, ou seja, uma receita mensal de R\$ 529,51.

6.12.2 Lucratividade

O indicador de lucratividade mostra a competitividade da empresa mediante seu lucro líquido em comparação a receita total, evidenciada no Quadro 18. A fórmula abaixo mostra como descobrir este índice:

$$\text{Lucratividade} = (\text{Lucro Líquido Anual} / \text{Receita Total}) \times 100$$

Realizando a fórmula matemática para este empreendimento temos:

$$\begin{aligned} \text{Lucratividade} &= (21.772,88 / 35.820,00) \times 100 \\ \text{Lucratividade} &= 60,78\% \text{ a.a.} \end{aligned}$$

6.12.3 Rentabilidade

O indicador de rentabilidade mostra a divisão do lucro líquido mediante o investimento total (Quadro 12). A fórmula abaixo mostra como descobrir este índice:

$$\text{Rentabilidade} = \text{Lucro Líquido Anual} \times 100 / \text{Investimento Total}$$

Realizando a fórmula matemática para este empreendimento temos:

$$\begin{aligned} \text{Rentabilidade} &= (21.772,88 \times 100) / 26.459,65 \\ \text{Rentabilidade} &= 2.177.288,00 / 26.459,65 \\ \text{Rentabilidade} &= 82,29\% \text{ a.a.} \end{aligned}$$

6.12.4 Prazo de Retorno do Investimento

O Prazo de Retorno do Investimento (PRI) estima o tempo necessário para que o investimento no negócio seja recapitalizado ao investidor, neste caso, o empreendedor. Este índice pode ser medido utilizando a seguinte fórmula:

$$\text{PRI} = \text{Investimento Total} / \text{Lucro Líquido Anual}$$

Realizando a fórmula matemática para este empreendimento temos:

$$\begin{aligned} \text{PRI} &= 14.593,05 / 21.772,88 \\ \text{PRI} &= 0,67 \text{ ano} \end{aligned}$$

Considerando o cenário proposto de 150 clientes e que não existam imprevistos capazes de mudar abruptamente a forma com a qual o funcionamento da empresa está

concebido nas análises aqui geradas, o Indicador de Prazo de Retorno do Investimento aponta que em 0,67 ano, ou seja, em aproximadamente 8 meses já será possível recuperar o dinheiro investido na criação do empreendimento, e que após este dado tempo todo o lucro gerado no funcionamento do negócio já pode receber tratamento diferente.

7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

A construção de cenários ajuda a visualizar possibilidades onde os planos aqui elaborados levam a situações diferentes do esperado, tanto para o lado positivo quanto negativo. Com esses dados é possível avaliar o potencial de lucratividade caso a empresa seja mais bem sucedida do que o previsto, ou em um caso de baixa captação de clientes e lucro saber se a empresa poderá funcionar sem gerar prejuízos.

7.1 Cenário otimista

Para a avaliação de um cenário otimista, faremos um aumento de 50% na base de clientes mensais pagantes. Com estratégias de *marketing* eficientes e formas de atrair ao nicho que não possui produtos utilitários da categoria do oferecido pela empresa e ainda a um custo extremamente acessível, este pode ser tomado como um caso possível.

Quadro 19 - Estimativa do Faturamento Mensal e Anual no cenário otimista

	Produto	Preço de Venda	Clientes	Faturamento Bruto Mensal	Faturamento Bruto Anual
1	<i>Pledge</i>	19,90	225	R\$ 4.477,50	R\$ 53.730,00

Assim, os novos custos variáveis ficarão conforme os Quadros 20 e 21, derivados de quadros já apresentados anteriormente com informações simplificados e a nova demonstração do resultado do exercício conforme Quadro 22:

Quadro 20 - Custo Unitário do Produto Cenário Otimista

Base de Clientes	Custo do Produto Mensal (Assinatura Mensal)	Custo do Produto Anual (Assinatura Mensal x 12)
Custo a cada 60 clientes	R\$ 26,00	R\$ 312,00
Custo de 181 a 240 clientes	R\$ 104,00	R\$ 1.248,00

Fonte: Elaboração própria

Quadro 21 - Estimativa do Custo de Comercialização cenário otimista

Descrição	Percentual	Faturamento Mensal	Custo Mensal	Custo Anual
1. Impostos				
Imposto Simples (DAS-MEI)	-	-	R\$ 71,10	R\$ 853,20
2. Gastos com vendas				
Taxa do <i>Patreon</i> (225 clientes)	8,5 %	R\$ 4.477,50	R\$ 380,59	R\$ 4.567,05
<i>DnD Beyond</i> (225 clientes)	2,6 %	R\$ 4.477,50	R\$ 104,00	R\$ 1.248,00
Publicidade	10 %	R\$ 4.477,50	R\$ 447,75	R\$ 5.373,00
Total			R\$ 1.003,44	R\$ 12.041,28

Fonte: Elaboração própria

Quadro 22 - DRE no Cenário Otimista

Descrição	Valores Mensais (R\$)	Valores Anuais (R\$)
Receita Total (=)	R\$ 4.477,50	R\$ 53.730,00
Custos Variáveis Totais (-)	- R\$ 1.107,44	- R\$ 13.289,28
- Custo unitário do Produto (Quadro 20)	- R\$ 104,00	- R\$ 1248,00
- Custo de Comercialização (Quadro 21)	- R\$ 1.003,44	- R\$ 12.041,28
Resultado Operacional	R\$ 3.370,06	R\$ 40.440,72
Custos Fixos Totais (-)	R\$ - 391,26	R\$ - 4.695,16
Lucro Líquido (=)	R\$ 2.978,80	R\$ 35.745,60

Fonte: Elaboração própria

7.2 Cenário pessimista

Para a avaliação de um cenário pessimista utilizaremos também uma diminuição de 50% na base de clientes bem como um aumento do custo unitário do produto em 20% (Mostrado no Quadro 23). O cenário descrito pode supor uma possível perda de valor da moeda, ou talvez um aumento de custo pelo próprio *DnDBeyond* entre outros inúmeros possíveis indeterminados motivos. Ainda sob as dadas condições o valor de comercialização do *Pledge* (assinatura mensal) não será alterado. Indubitavelmente o cenário pessimista aqui descrito levará a empresa a uma situação teórica absolutamente crítica dentro das possibilidades de custos e com isso finalizamos a verificação da viabilidade de negócio a partir destes detrimientos:

Quadro 23 - Estimativa do Faturamento Mensal e Anual no Cenário Pessimista

	Produto	Preço de Venda	Clientes	Faturamento Bruto Mensal	Faturamento Bruto Anual
1	<i>Pledge</i>	19,90	75	R\$ 1.492,50	R\$ 17.910,00

Assim, com os novos custos variáveis aplicados teremos os cálculos de custos alterados de acordo com o cenário e evidenciados com suas alterações nos Quadros 24 e 25 e a nova demonstração do resultado do exercício para o cenário pessimista será mostrada também conforme as alterações propostas já aplicadas nos cálculos gerais e evidenciada no Quadro 26.

Quadro 24 - Custo Unitário do Produto no Cenário Pessimista

Base de Clientes	Custo do Produto Mensal (Assinatura Mensal)	Custo do Produto Anual (Assinatura Mensal x 12)
Custo a cada 60 clientes (+20%)	R\$ 31,20	R\$ 374,40
61 a 120 clientes (+20%)	R\$ 62,40	R\$ 748,80

Fonte: Elaboração própria

Quadro 25 - Estimativa do Custo de Comercialização Cenário Pessimista

Descrição	Percentual	Faturamento Mensal	Custo Mensal	Custo Anual
1. Impostos				
Imposto Simples (DAS-MEI)	-	-	R\$ 71,10	R\$ 853,20
2. Gastos com vendas				
Taxa do <i>Patreon</i> (75 clientes)	8,5 %	R\$ 1.492,50	R\$ 126,86	R\$ 1.522,32
<i>DnD Beyond</i> (75 clientes)	4,2 %	R\$ 1.492,50	R\$ 62,40	R\$ 748,80
Publicidade	10 %	R\$ 1.492,50	R\$ 149,25	R\$ 1.791,00
Total			R\$ 409,61	R\$ 4.915,32

Fonte: Elaboração própria

Quadro 26 - DRE no Cenário Pessimista

Descrição	Valores Mensais (R\$)	Valores Anuais (R\$)
Receita Total (=)	R\$ 1.492,50	R\$ 17.910,00
Custos Variáveis Totais (-)	- R\$ 472,01	- R\$ 5.664,12
- Custo unitário do Produto (Quadro 24)	- R\$ 62,40	- R\$ 748,80
- Custo de Comercialização (Quadro 25)	- R\$ 409,61	- R\$ 4.915,32
Resultado Operacional	R\$ 1.020,49	R\$ 12.245,88
Custos Fixos Totais (-)	R\$ - 391,26	R\$ - 4.695,16
Lucro Líquido (=)	R\$ 629,23	R\$ 7.550,76

Fonte: Elaboração própria

8. DECISÃO GERENCIAL

Após avaliação dos cenários construídos, sendo eles o cenário de concepção inicial do empreendimento, o otimista e o pessimista calculados com base no cenário de concepção, podemos perceber que dada a existência do empreendimento com apenas um produto, é imprescindível dar a devida importância ao mesmo. A captação de novos clientes e a construção de um pós-venda eficiente que permita ao ingressante se sentir numa plataforma de *Role Playing Games* com toda a gama de serviços propostos e uma comunidade acolhedora é a chave para a existência do empreendimento. Todas as automatizações e integração das plataformas fornecedoras das ferramentas podem se tornar um gargalo na operação caso não funcionem como se propõem.

Determinados os pontos-chaves de funcionamento, podemos fazer uma comparativa dos cenários construídos e definir se o empreendimento aqui proposto pode realmente ser dado como viável. O Quadro 27 a seguir terá como objetivo demonstrar tal comparativa com base nos resultados anuais trazidos na fundamentação teórica construída na concepção desta empresa e logo em seguida será escolhido se a mesma deve ou não existir:

Quadro 27 - Comparação dos Cenários Anuais

Descrição (Variáveis anuais)	Cenário Pessimista	Cenário Provável	Cenário Otimista
Receita Total (=)	R\$ 17.910,00	R\$ 35.820,00	R\$ 53.730,00
Custos Variáveis Totais (-)	- R\$ 5.664,12	- R\$ 9.351,96	- R\$ 13.289,28
- Custo unitário do Produto	- R\$ 748,80	- R\$ 936,00	- R\$ 1248,00
- Custo de Comercialização	- R\$ 4.915,32	- R\$ 8.415,96	- R\$ 12.041,28
Resultado Operacional	R\$ 12.245,88	R\$ 26.468,04	R\$ 40.440,72
Custos Fixos Totais (-)	R\$ - 4.695,16	R\$ - 4.695,16	R\$ - 4.695,16
Lucro Líquido Anual (=)	R\$ 7.550,76	R\$ 21.772,88	R\$ 35.745,60

Fonte: Elaboração própria

Observando a comparação dos cenários descritos neste trabalho, é possível observar que mesmo mediante os problemas inseridos para a construção de ambientes de difícil sobrevivência da empresa, a mesma ainda gera lucro com uma base muito pequena de usuários pagantes. Evidentemente, se o empreendimento criado com base nas ferramentas de integrações propostas se mantém em ação por mais tempo, é de se esperar que mais clientes venham a aderir ao formato pagante.

Por experiência e observação de inúmeras comunidades do segmento, mesas de RPG tendem a ter mais e mais pessoas interessadas em aderir ao jogo quanto mais tempo se passe dentro do mundo de fantasia concebido e visto que a plataforma desenvolvida permite que não haja a necessidade de recomeço para jogadores veteranos ao haver a entrada de novos jogadores, é fácil entender que a continuidade de existência do empreendimento é em si uma alavancagem para a entrada de novos interessados, possivelmente pagantes.

Por fim, a simplicidade do *marketing* para tal empreendimento tem a capacidade de trazer um novo cliente que acessa qualquer uma das redes sociais ou comunidades da internet onde estão sempre ativos membros de comunidades de *Role Playing Games*, sedentos por

novos conteúdos dentro dos sistemas que já conhecem. Aliando essa necessidade a facilidade de aprendizado do sistema *Dungeons and Dragons* 5ª edição, com a facilidade de uso da ferramenta automatizada no *Discord*, todos os pontos parecem convergir para que o cliente tenha uma experiência agradável na plataforma como planejada. Imprevistos podem e certamente vão acontecer, no entanto, como todos os fornecedores são substituíveis, como todas as ferramentas de integração também tem segundas opções, não parece factível um problema que impeça o empreendimento de funcionar de forma automatizada. Ainda que sob ações manuais, com um número pequeno de clientes já é possível conceber lucro e assim, caso o cenário demande conhecimentos de tecnologia da informação além da capacidade do empreendedor, mesmo a lucratividade do empreendimento no pior dos cenários possibilitará a contratação eventual de um serviço da magnitude necessária.

Expostos todos os pontos, podemos definir este como um empreendimento válido, lucrativo e extremamente sólido dados os seus aspectos inovativos para com o mercado deste segmento. Mesmo atingidos cenários devastadores, o fato de ser um empreendimento existente de forma completamente virtual reduz seu custo de existência vertiginosamente quando comparado a qualquer empreendimento físico e portanto o mesmo será continuado pelo empreendedor.

REFERÊNCIAS

PUC-GO Inocêncio, Cleuder; Andrade, Raul - Trabalho de Conclusão de Curso
Elaboração de Produto: Plataforma de RPG

Dungeons and Dragons Infographic Shows How Popular the Game Has Become.

GAMERANT. 2021. Disponível em:

<https://gamerant.com/dungeons-and-dragons-infographic-2021/> Acesso em 15 de fev. de 2023.

How Many People Play D&D: The World's Most Popular TRPG. WEBTRIBUNAL.

2023. Disponível em:

<https://webtribunal.net/blog/how-many-people-play-dnd/#gref> Acesso em: 26 de mar. de 2023.

Pesquisa de Mercado de RPG de Mesa 2016. ASTER EDITORA. 2016. Disponível em:

<https://pt.slideshare.net/AsterEditora/pesquisa-de-mercado-de-rpg-de-mesa-2016>

Como elaborar um plano de negócios. SEBRAE. 2019. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-ecomercial/izacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf> Acesso em: 14 de mai. de 2023.

APÊNDICE A

Sip of Riviera construindo um metaverso de RPG

Termo de consentimento livre e esclarecido

Você está sendo convidado(a) a participar de forma voluntária da pesquisa "Sip of Riviera construindo um metaverso de RPG". Esta pesquisa contém questões fechadas e o tempo médio estimado para finalizá-la é de 2 a 3 minutos. A mesma é realizada com o intuito de desenvolver um modelo de plataforma capaz de unificar os diversos jogadores e narradores de Role Playing Game, viabilizar a criação de um projeto empreendedor que solucione as necessidades latentes desses usuários e formalizar um Plano de Negócios como Trabalho de Conclusão do Curso (TCC) de Administração pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Suas respostas serão sempre analisadas em conjunto com a de outros participantes da pesquisa, mantendo anonimato e confidencialidade, nunca usando essas informações para outros fins que não os aqui descritos.

Muito Obrigado!

- ☐ Sim, eu concordo em participar
- ☐ Não aceito participar

1. Qual sua faixa etária?

- ☐ Menos de 15 anos
- ☐ 15 a 21 anos
- ☐ 22 a 29 anos
- ☐ 30 a 45 anos
- ☐ 46 a 65 anos
- ☐ Mais de 65 anos

2. Você conhece, joga ou já jogou RPG (Role Playing Game)?

- ☐ Sim
- ☐ Não

3. Quais sistemas de RPG você conhece ou já jogou? (Mais de uma alternativa permitida)

- ☐ Sistema Próprio
- ☐ Dungeons & Dragons
- ☐ Pathfinder
- ☐ Tormenta
- ☐ 3D&T
- ☐ Gurps
- ☐ Deadlands
- ☐ Fate
- ☐ Senhor dos Anéis
- ☐ Numenera
- ☐ Crônicas das Trevas
- ☐ Outros

4. Para você, qual é a duração ideal para uma sessão de RPG?

- ☐ Até 1 hora
- ☐ Até 2 horas
- ☐ Até 4 horas
- ☐ Até 6 horas
- ☐ Até 8 horas
- ☐ Mais de 8 horas

5. Para você, qual é a quantidade ideal de jogadores para uma sessão de RPG (sem contar com o narrador)

- ☐ 1 a 3
- ☐ 4 a 6
- ☐ 7 a 9
- ☐ Mais de 9

6. Você já jogou ou jogaria RPG com pessoas desconhecidas?

- ☐ Sim
- ☐ Não

7. Você já participou de uma campanha de RPG que terminou sem a conclusão da história?

- ☐ Sim
- ☐ Não

8. Por qual ou quais motivos a campanha de RPG que você jogou não chegou ao fim? (Mais de uma alternativa permitida)

- ☐ Incompatibilidade de horário de um ou mais integrantes do grupo
- ☐ O narrador deixou de construir a aventura
- ☐ Desentendimento com um ou mais integrantes do grupo
- ☐ Impossibilidade de locomoção até o local de reunião do grupo
- ☐ Responsabilidades sobrepuseram a diversão
- ☐ Perda de interesse de um ou mais integrantes do grupo
- ☐ Outro

9. Se jogar RPG fosse um serviço pago, quanto você estaria disposto a investir mensalmente para fazer parte desse hobby?

- ☐ Não pagaria
- ☐ Pagaria até R\$ 5,00/mês
- ☐ Pagaria até R\$ 10,00/mês
- ☐ Pagaria até R\$ 20,00/mês
- ☐ Pagaria até R\$ 50,00/mês
- ☐ Pagaria até R\$ 100,00/mês
- ☐ Pagaria mais de R\$ 100,00/mês