

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS SOCIAIS E AGRÁRIAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

JOSÉ HUMBERTO MAURÍCIO PAZ

PLANO DE NEGÓCIO: CRIAÇÃO DE UM ESPAÇO ESPORTIVO NA CIDADE DE
AREIA-PB

BANANEIRAS

2026

JOSÉ HUMBERTO MAURÍCIO PAZ

**PLANO DE NEGÓCIO: CRIAÇÃO DE UM ESPAÇO ESPORTIVO NA CIDADE DE
AREIA-PB**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Universidade Federal da Paraíba como requisito para
obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof.^a Achilem Estevam da Silva

BANANEIRAS

2026

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

P348pp Paz, Jose Humberto Mauricio.

PLANO DE NEGOCIO: CRIAÇÃO DE UM ESPAÇO ESPORTIVO NA
CIDADE DE AREIA-PB / Jose Humberto Mauricio Paz. -
Bananeiras, 2026.

24 f. : il.

Orientação: Achilem Estevam da silva.

TCC (Graduação) - UFPB/cchsa.

1. Análise de Mercado. 2. Arena Esportiva. 3. Saúde.
4. Bem-Estar. I. Silva, Achilem Estevam da. II. Título.

UFPB/CCHSA-BANANEIRAS

CDU 658 (042)

JOSÉ HUMBERTO MAURÍCIO PAZ

**PLANO DE NEGÓCIO: CRIAÇÃO DE UM ESPAÇO ESPORTIVO NA CIDADE
DE AREIA-PB**

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

Data de aprovação:

Documento assinado digitalmente
 **ACHILEM ESTEVAM DA SILVA**
Data: 11/04/2026 09:28:45-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dra. Achilem Estevam da Silva

Orientador(a)

Documento assinado digitalmente
 **FRANCIVALDO DOS SANTOS NASCIMENTO**
Data: 11/04/2026 09:03:48-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Francivaldo dos Santos Nascimento

Examinador

Bananeiras

2026

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por ter sido meu alicerce nos momentos difíceis e minha luz nos momentos de incerteza ao longo desta jornada.

Aos meus pais, Joselene Maurício dos Santos e Francisco de Assis Paz, por todo amor, dedicação e por nunca medirem esforços para que eu chegasse até aqui.

À minha filha, Jasmine Ianca Nascimento Paz, minha maior inspiração e razão de toda a minha persistência.

Ao meu irmão, Kennedy Mário Maurício Paz, pelo apoio e companheirismo.

À minha avó, Alice Maria Maurício dos Santos, pelo carinho e sabedoria.

À minha madrinha, Dione de Brito, e ao meu padrinho, Francisco Maurício dos Santos, por todo incentivo.

Aos meus tios, José Ednaldo Maurício dos Santos, Adalberto Maurício dos Santos e Eliane Maurício dos Santos, pelo apoio constante.

Aos meus amigos Guilherme Souza, Francisco Kleber, Edgleison Costa, Artur Trindade, Bruno Arruda e Joaquim Neto, por estarem presentes nessa caminhada, tornando-a mais leve.

A minha orientadora, Achilem Estevam da Silva, pela dedicação, paciência e orientação fundamental para a realização deste trabalho.

A todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para esta conquista, deixo aqui minha eterna gratidão.

Esta vitória também é de vocês.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Estudo dos concorrentes.	5
Quadro 2 - Principais produtos e serviços.	7
Quadro 3 - Infraestrutura e construção.	12
Quadro 4 - Equipamentos e mobiliário.	13
Quadro 5 - Caixa mínimo mensal.	13
Quadro 6 - Caixa mínimo anual.	14
Quadro 7 - Investimentos pré-operacionais.	15
Quadro 8 - Investimento total.	15
Quadro 9 - Fonte de recurso.	15
Quadro 10 - Estimativa de faturamento mensal.	15
Quadro 11 - Estimativa do custo de depreciação.	16
Quadro 12 - Estimativa dos custos fixos operacionais mensais.	17
Quadro 13 - DRE mensal.	18
Quadro 14 - Construção de cenários mensais.	20
Quadro 15 - Vendas estimadas no cenário otimista.	20
Quadro 16 - Vendas estimadas no cenário provável.	21
Quadro 17 - Vendas estimadas no cenário pessimista.	21

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Proposta de layout e infraestrutura da Arena HM.....	9
Figura 2 - Planta baixa Arena HM.....	9
Figura 3 - Logo tipo conceitual da Arena HM.....	10
Figura 4 - Uniforme equipe da Arena HM.	11

SUMÁRIO

1.	SUMÁRIO EXECUTIVO	1
1.1.	Resumo do plano de negócio	1
1.2.	Dados do empreendedor	1
1.3.	Missão, visão e valores da empresa	2
1.4.	Setores de atividade	2
1.5.	Forma jurídica	2
1.6.	Enquadramento tributário	3
1.7.	Fonte de recurso	3
2.	ANÁLISE DE MERCADO	4
2.1.	Estudo dos clientes	4
2.2.	Estudo dos concorrentes	4
3.	EQUIPE DE GESTÃO	5
4.	PLANO DE MARKETING	6
4.1.	Descrição dos principais produtos e serviços	6
4.2.	Estratégias de marketing e vendas	7
4.3.	Estratégias de crescimento	8
4.4.	Infraestrutura e layout	9
4.5.	Identidade visual do negócio	10
5.	PLANO FINANCEIRO	12
5.1.	Estimativa dos investimentos fixos	12
5.2.	Capital de giro	13
5.3.	Investimentos pré-operacionais	15
5.4.	Investimento total (resumo)	15
5.5.	Estimativa do faturamento mensal da empresa	15
5.6.	Estimativa do custo com depreciação	16
5.7.	Estimativa dos custos fixos operacionais mensais	17
5.8.	Demonstrativo de resultados	18

5.9.	Indicadores de viabilidade	18
5.9.1.	Ponto de equilíbrio	18
5.9.2.	Rentabilidade	19
5.9.3.	Prazo de retorno do investimento.....	19
5.10.	Construção de cenários.....	20
6.	CONCLUSÃO	21

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1. Resumo do plano de negócio

A cidade de Areia-PB, é constituída por aproximadamente 22.633 habitantes, de acordo com o Censo 2022 realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, situada na região do Brejo Paraibano, apresenta um público jovem expressivo e com forte vínculo com a prática esportiva, especialmente os esportes de areia. Parte significativa desse público é formada por estudantes da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), campus II Areia, onde se estima mais de 3.000 alunos, dos quais, concentra grande número de jovens interessados em atividades esportivas, lazer e bem-estar. Apesar dessa demanda crescente, o município ainda conta com uma oferta limitada de espaços estruturados e adequados exclusivamente para a prática de esportes de areia, o que restringe o acesso regular a essas modalidades e reduz as opções de lazer esportivo na cidade.

Nesse contexto, a Arena HM surge como uma proposta inovadora e estratégica, com o objetivo de suprir essa lacuna existente no mercado local. O empreendimento será um espaço esportivo planejado especificamente para atender à prática de esportes de areia, oferecendo infraestrutura adequada, segura e de qualidade, capaz de proporcionar conforto e melhor desempenho aos praticantes. A Arena HM busca se consolidar como referência regional nesse segmento, promovendo não apenas o esporte, mas também a convivência social, a saúde e a qualidade de vida da população.

O espaço esportivo terá como foco atender a um público diversificado, que vai desde praticantes iniciantes e atletas amadores até atletas profissionais, contemplando diferentes faixas etárias e níveis de desempenho. A estrutura será preparada para suportar múltiplas modalidades de esportes de areia, além de oferecer aulas especializadas, treinamentos orientados por profissionais qualificados e a realização de eventos esportivos, torneios e ações de integração social. Dessa forma, a Arena HM pretende diversificar suas atividades, fortalecer o engajamento do público e gerar um ambiente dinâmico, atrativo e sustentável do ponto de vista econômico e social.

1.2. Dados dos empreendedores

José Humberto Maurício Paz, 24 anos, graduando em Administração pela Universidade Federal da Paraíba, com experiência prática adquirida na Casa da Cidadania de Areia-PB, onde atuou no suporte a rotinas administrativas e atendimento ao público. Ao longo da formação, construiu base sólida em gestão de pessoas, finanças, planejamento estratégico, marketing e processos organizacionais, desenvolvendo competências como comunicação, organização,

atenção aos detalhes, visão analítica, tomada de decisão e trabalho em equipe, com foco em eficiência e melhoria contínua dos serviços. Juntamente com Kennedy Mario Maurício Paz, 24 anos, engenheiro civil, possui formação técnica voltada ao planejamento, execução e gestão de obras, agregando ao empreendimento conhecimentos essenciais na área de infraestrutura, construção e organização de projetos. Sua atuação contribui diretamente para o desenvolvimento estrutural da arena esportiva, garantindo maior eficiência na execução da obra, otimização de custos e qualidade na entrega. Além disso, apresenta habilidades como pensamento analítico, resolução de problemas, responsabilidade e trabalho em equipe, características fundamentais para o sucesso e a sustentabilidade do negócio.

1.3. Missão, visão e valores da empresa

A Arena HM tem como missão promover a prática dos esportes de areia na cidade de Areia-PB e região, oferecendo uma estrutura de qualidade, acessível e inclusiva, que incentive o esporte, o lazer, a saúde e a integração social, atendendo desde praticantes iniciantes até atletas de alto rendimento.

Por consequência, pretende-se alcançar o reconhecimento como a principal arena de esportes de areia do Brejo Paraibano, tornando-se referência em qualidade, organização e incentivo ao esporte, além de contribuir para o desenvolvimento esportivo, social e econômico da região. Estima-se um período de até 3 anos para alcançar o objetivo pretendido, prazo considerável e suficiente para se estabelecer e fidelizar os potenciais amantes do esporte.

Os valores da Arena HM baseiam-se no compromisso com a qualidade da estrutura e dos serviços oferecidos, garantindo segurança e conforto aos usuários. O empreendimento preza pela inclusão e pelo respeito à diversidade de públicos e níveis técnicos, incentivando a prática esportiva como meio de promoção da saúde e do bem-estar. A Arena HM também valoriza a integração social e o profissionalismo em suas atividades, buscando constantemente a inovação para oferecer experiências esportivas atrativas e relevantes.

1.4. Setores de atividade

O ramo de arenas de esportes de areia está inserido, principalmente, nos setores de prestação de serviços esportivos, lazer e entretenimento, educação esportiva e promoção da saúde e do bem-estar. Suas atividades envolvem a locação de quadras, a oferta de aulas e treinamentos, a realização de eventos e competições esportivas, bem como a comercialização de produtos e serviços complementares, voltados à prática esportiva e à integração social.

1.5. Forma jurídica

A empresa optou pela forma jurídica de Sociedade Limitada (LTDA), por oferecer maior segurança jurídica e melhor adequação ao porte do empreendimento. Nessa modalidade, há a separação entre o patrimônio pessoal dos sócios e o patrimônio da empresa, reduzindo os riscos financeiros inerentes à atividade. Além disso, a LTDA possibilita a participação de sócios, favorece a expansão do negócio e confere maior credibilidade perante clientes, fornecedores e instituições financeiras, sendo, portanto, a opção mais indicada para a implantação da arena esportiva.

1.6. Enquadramento tributário

A empresa optou pelo enquadramento tributário no Simples Nacional, por se tratar do regime mais compatível com o porte do empreendimento e com a atividade de prestação de serviços esportivos. Esse enquadramento permite a unificação dos tributos em uma única guia de recolhimento, facilitando a gestão fiscal e reduzindo a burocracia. Além disso, o Simples Nacional possibilita uma carga tributária mais adequada à realidade financeira inicial da empresa, contribuindo para maior controle dos custos e sustentabilidade do negócio.

1.7. Fonte de recurso

O investimento inicial previsto para a implantação da arena esportiva é de aproximadamente R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais), sendo esse valor integralmente proveniente de capital próprio, sem a necessidade de captação de recursos de terceiros, como financiamentos ou empréstimos bancários. O montante será dividido igualmente entre dois sócios, com um aporte de R\$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais) por parte de cada um, evidenciando o comprometimento e a confiança no potencial do empreendimento. Os recursos serão destinados à estruturação completa da arena, incluindo a construção e preparação das quadras, aquisição de equipamentos esportivos, instalação de iluminação adequada, compra de mobiliário, além das despesas iniciais com regularização do negócio, ações de marketing de lançamento e capital de giro para os primeiros meses de funcionamento, garantindo assim um início sólido, organizado e com qualidade no atendimento ao público.

O investimento previsto destina-se à construção da estrutura inicial da Arena HM, aquisição de equipamentos esportivos, mobiliário, instalação de iluminação e organização do espaço de convivência. O montante também contempla os custos com mão de obra da obra, bem como a reserva de capital de giro para aproximadamente seis meses de funcionamento, garantindo a cobertura das despesas operacionais iniciais do negócio. A execução da obra está

estimada em cerca de cinco meses, considerando as etapas de preparação do terreno e construção da estrutura básica da arena.

2. ANÁLISE DE MERCADO

2.1. Estudo dos clientes

O público-alvo da arena esportiva é composto, majoritariamente, por jovens e adultos residentes em Areia-PB e municípios vizinhos, com interesse na prática de esportes de areia e atividades de lazer. Destaca-se, nesse contexto, a presença de estudantes da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), que representam uma parcela significativa da demanda potencial, devido ao perfil jovem, ativo e com afinidade por práticas esportivas coletivas. Esse público busca espaços adequados para treinamento, socialização e lazer, especialmente em ambientes organizados e com boa infraestrutura.

Além do público universitário, a arena também atenderá praticantes amadores e atletas mais experientes, que procuram um local estruturado para treinos regulares, aperfeiçoamento técnico e participação em competições. Esse grupo valoriza a qualidade das quadras, a disponibilidade de horários, a organização do espaço e a oferta de aulas especializadas, fatores que influenciam diretamente na escolha do local para a prática esportiva.

Outro segmento relevante é composto por crianças e adolescentes, atendidos por meio de escolinhas esportivas e projetos de iniciação ao esporte, voltados tanto ao desenvolvimento físico quanto à formação social. Soma-se a esse público famílias e grupos de amigos que utilizam o espaço de forma recreativa, principalmente nos fins de semana, fortalecendo o caráter de lazer e convivência social da arena.

Por fim, a arena também poderá atender empresas, instituições de ensino e grupos organizados interessados na realização de eventos esportivos, torneios internos e atividades de integração, ampliando o alcance do empreendimento e diversificando as fontes de receita. Dessa forma, o estudo de mercado indica a existência de uma demanda diversificada e contínua, com potencial de crescimento e fidelização, especialmente em razão da carência de espaços especializados em esportes de areia na região.

2.2. Estudo dos concorrentes

A análise comparativa dos concorrentes é fundamental para compreender o posicionamento do empreendimento no mercado e identificar oportunidades estratégicas de diferenciação. Nesse contexto, foram avaliados dois concorrentes diretos da região, a Arena HB

e o Hotel Triunfo, considerando critérios como garantias oferecidas, preço, condições de pagamento e localização. Essa análise permite evidenciar as principais fragilidades dos concorrentes, além de fornecer subsídios importantes para o desenvolvimento de vantagens competitivas da nova arena esportiva.

Quadro 1 - Estudo dos concorrentes

	Garantias oferecidas	Preço	Condições de pagamento	Localização
Arena HB	Disponibiliza apenas a estrutura física para prática esportiva, sem garantias relacionadas ao desenvolvimento técnico ou acompanhamento profissional.	Preço baseado exclusivamente na locação do espaço, sem relação direta com valor agregado ou diferenciação de serviço.	Aceita diversas formas de pagamento, porém sem estratégias comerciais que incentivem recorrência ou fidelização.	Localiza-se, no Bairro Nobre, nas proximidades da UFPB Campus II, na saída da cidade de Areia-PB para Remígio-PB.
Hotel Triunfo	Apresenta fragilidades estruturais, com ausência de padrões consistentes de qualidade e segurança para os usuários.	Cobrança individual aproximada de R\$ 20,00 por pessoa, sem compatibilidade com a qualidade e estrutura oferecidas.	Condições de pagamento pouco flexíveis, sem diversidade de opções e sem políticas comerciais estruturadas.	Localiza-se na saída da Cidade de Areia-PB para cidade de Pilões-PB.

Fonte: elaboração própria (2026).

3. EQUIPE DE GESTÃO

A gestão da Arena HM será inicialmente conduzida pelo próprio administrador do empreendimento, responsável pelo planejamento estratégico, controle financeiro, definição de parcerias e supervisão geral das atividades da arena. Para apoiar as operações diárias, haverá o auxílio de um colaborador responsável pelo suporte administrativo e operacional, incluindo atendimento ao público, organização das reservas relacionadas à locação de quadras esportivas

e apoio nas atividades rotineiras do espaço. As aulas e treinamentos esportivos poderão ser conduzidos por instrutores ou profissionais especializados, conforme a demanda. Já a realização de competições e eventos esportivos contará com apoio na organização e logística, enquanto a comercialização de produtos esportivos e os serviços de alimentação e convivência serão estruturados de forma a atender os clientes e complementar a experiência oferecida pela arena. Essa estrutura inicial busca garantir eficiência na gestão, qualidade no atendimento e organização das atividades desenvolvidas no empreendimento.

4. PLANO DE MARKETING

4.1. Descrição dos principais produtos e serviços

Produto

O produto engloba um conjunto integrado de serviços esportivos e de lazer, com destaque para a locação de quadras de areia destinadas a modalidades como vôlei, futevôlei e beach tênis. Além disso, a empresa oferece aulas e treinamentos esportivos para diferentes níveis e idades, organização de eventos e competições, venda de produtos esportivos (como acessórios e vestuário) e serviços de alimentação. Trata-se, portanto, de uma experiência completa que une prática esportiva, socialização e conveniência em um único espaço.

Preço:

A estratégia de preço pode ser baseada em acessibilidade e flexibilidade, com valores diferenciados conforme o serviço. A locação das quadras pode ter preços por hora, com descontos para pacotes ou horários de menor demanda. As aulas podem ser cobradas por mensalidade ou por sessão, com planos individuais e em grupo. Eventos podem ter taxas de inscrição, enquanto os produtos esportivos e alimentos seguem preços compatíveis com o mercado local. A política de preços deve equilibrar competitividade e rentabilidade, podendo incluir promoções e planos fidelidade.

Praça (Distribuição):

A empresa atua em um espaço físico próprio, estruturado para oferecer conforto, segurança e qualidade aos clientes. A localização deve ser de fácil acesso e com boa visibilidade. Além do atendimento presencial, a empresa pode utilizar canais digitais, como redes sociais e aplicativos de mensagens, para reservas de quadras, divulgação de eventos e comunicação com os clientes, ampliando o alcance e facilitando o acesso aos serviços.

Promoção:

A promoção deve focar na divulgação dos serviços e no engajamento do público. Estratégias incluem o uso de redes sociais para divulgar aulas, eventos e promoções, parcerias com atletas locais e influenciadores, realização de torneios e festivais para atrair novos clientes e fortalecer a marca, além de programas de fidelização. A comunicação deve destacar os benefícios da prática esportiva, o ambiente de convivência e a qualidade dos serviços oferecidos, incentivando a participação da comunidade.

Quadro 2 - Principais produtos e serviços

Serviços	Descrição
Locação de Quadras Esportivas	Disponibilização de quadras de areia para modalidades como futebol de areia, vôlei de areia, futevôlei e <i>beach</i> tênis.
Aulas e Treinamentos Esportivos	Oferta de aulas regulares e treinamentos técnicos com profissionais qualificados, voltados para diferentes faixas etárias e níveis (iniciante ao avançado), incluindo treinos individuais e em grupo.
Competições e Eventos Esportivos	Organização de torneios, campeonatos, festivais esportivos e ligas internas, promovendo integração social, visibilidade da marca e incentivo à prática esportiva.
Comercialização de Produtos Esportivos	Venda de materiais esportivos, acessórios, vestuário e itens complementares às modalidades praticadas na arena.
Serviços de Alimentação e Convivência	Espaço de apoio com venda de bebidas, lanches e opções saudáveis, proporcionando conforto e permanência do público no local.

Fonte: elaboração própria (2026).

4.2. Estratégias de marketing e vendas

- Marketing Digital Local;
- Programa de Indicação;
- Planos Mensais e Pacotes;
- Parcerias Estratégicas;
- Eventos como Ferramenta de Venda;
- Campanhas Sazonais.

As estratégias de marketing e vendas da Arena HM podem ser estruturadas a partir de uma presença forte no marketing digital local, utilizando redes sociais, WhatsApp Business e plataformas de busca para divulgar horários disponíveis, aulas, eventos e depoimentos de clientes, fortalecendo a marca e atraindo novos públicos. O programa de indicação funciona como estímulo à divulgação espontânea, oferecendo benefícios a clientes que tragam novos alunos ou equipes, reduzindo custos de captação e aumentando a fidelização. A oferta de planos mensais e pacotes promocionais garante receita recorrente e maior previsibilidade financeira, incentivando a frequência contínua. Parcerias estratégicas com escolas, universidades e empresas ampliam o alcance da arena, possibilitando eventos institucionais e formação de novos praticantes. A realização de eventos esportivos como ferramenta de venda gera visibilidade, movimenta o público e converte participantes em clientes fixos. Por fim, campanhas sazonais, especialmente em períodos de férias, início de ano e datas comemorativas, estimulam a adesão em momentos de maior busca por atividades físicas e lazer.

4.3. Estratégias de crescimento

- Expansão de Estrutura Física;
- Diversificação de Modalidades;
- Criação de Marca Própria;
- Expansão Regional;
- Modelo de Membros (Clube da Arena HM).

As estratégias de crescimento da Arena HM podem ser estruturadas a partir da expansão da estrutura física, com ampliação do número de quadras ou implantação de cobertura parcial, permitindo maior capacidade de atendimento, funcionamento em períodos chuvosos e ampliação dos horários disponíveis, o que impacta diretamente no aumento da receita. A diversificação de modalidades contribui para reduzir a dependência de um único público, incorporando novas práticas esportivas e ampliando o alcance para diferentes faixas etárias e perfis de clientes. A criação de marca própria, com comercialização de produtos personalizados como camisas, acessórios e itens esportivos, fortalece a identidade do empreendimento e gera fontes adicionais de faturamento. A expansão regional, após consolidação no mercado local de Areia, pode ocorrer por meio da abertura de novas unidades ou replicação do modelo de negócio em cidades próximas, ampliando a presença da marca. Por fim, a implementação de um modelo de membros, como o “Clube da Arena”, com benefícios exclusivos, prioridade de reservas e

vantagens financeiras, favorece a fidelização, aumenta o ticket médio e proporciona maior previsibilidade de receita.

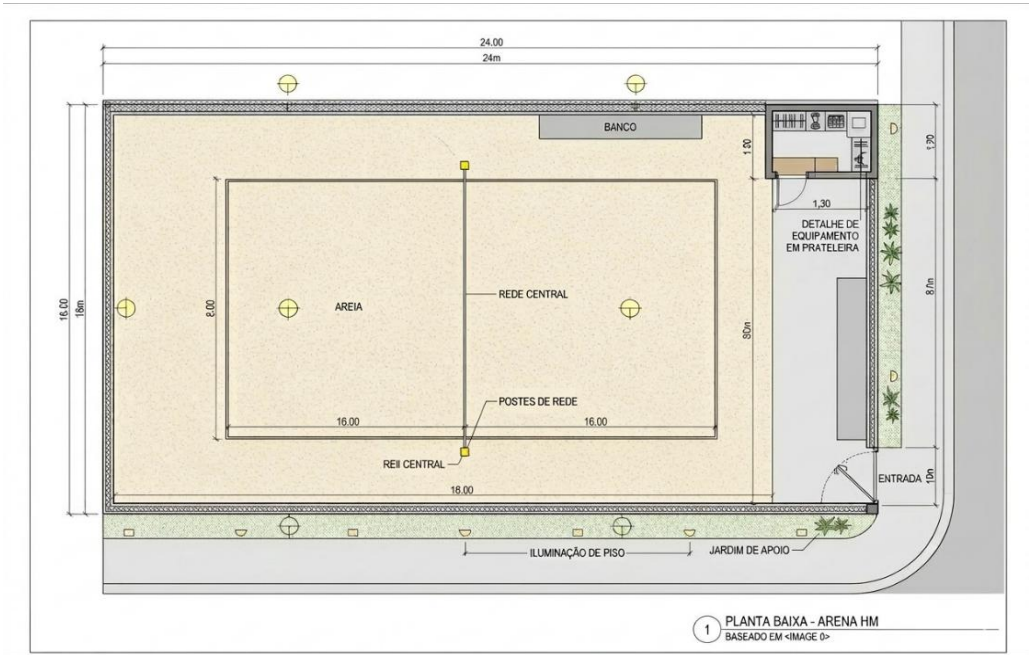
4.4. Infraestrutura e layout

Figura 1 - Proposta de layout e infraestrutura da Arena HM



Fonte: elaboração própria (2026).

Figura 2 - Planta baixa Arena HM



Fonte: elaboração própria (2026).

A Arena HM é um projeto planejado para ser construído em um terreno de 24 m × 16 m, cercado por muros de 3 m de altura. O coração do espaço será uma quadra de areia de 16 m × 8 m, com rede oficial e uma tela de proteção de 6 m de altura para as bolas não saírem. Pensando no conforto dos atletas, deixamos um espaço livre de 2 m em volta de toda a quadra para evitar acidentes.

Para receber bem as pessoas, o projeto prevê uma área de conveniência de 4 m × 3 m com um banheiro de 2 m × 1,5 m, além de uma arquibancada de concreto de 6 m × 2 m. A arena também contará com iluminação profissional em postes metálicos para jogos à noite e um portão principal para entrada. É um projeto focado em unir esporte e lazer em um ambiente seguro e moderno.

4.5. Identidade visual do negócio

Figura 3 - Logo tipo conceitual da Arena HM



Fonte: elaboração própria (2026).

Figura 4 - Uniforme equipe da Arena HM



Fonte: elaboração própria (2026).

A identidade visual da Arena HM foi desenvolvida com base em um conceito moderno e esportivo, buscando representar dinamismo, competitividade e integração social por meio do esporte. A composição visual utiliza um ícone estilizado de uma quadra de areia em perspectiva, simbolizando o espaço central onde ocorrem as atividades esportivas e de convivência. Esse elemento reforça a proposta do empreendimento como um ambiente voltado à prática esportiva, ao lazer e à promoção da saúde.

As cores predominantes da marca são vermelho e amarelo, inspiradas na identidade visual da cidade de Areia e em sua bandeira municipal, estabelecendo uma conexão simbólica entre o empreendimento e o contexto local. O vermelho transmite energia, movimento e competitividade, enquanto o amarelo remete à areia das quadras, ao calor humano e à vitalidade das práticas esportivas. Por fim, o nome Arena HM aparece em tipografia forte e moderna, transmitindo solidez, profissionalismo e fácil identificação da marca.

5. PLANO FINANCEIRO

5.1. Estimativa dos investimentos fixos

Quadro 3 - Infraestrutura e construção

Item	Qtde	Valor unitário médio	Total
Nivelamento e preparação do terreno	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
Areia para quadra	1 lote	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
Manta drenante (geotêxtil)	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Instalação da areia	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Cercamento com alambrado	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
Postes da rede	1 par	R\$ 900,00	R\$ 900,00
Rede esportiva	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Linhas de demarcação	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Postes de iluminação	2	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Refletores LED	4	R\$ 200,00	R\$ 800,00
Instalação elétrica	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Construção do quiosque/conveniência	1	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00
Cobertura do quiosque	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
Piso da área da conveniência	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Placa com nome da arena	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
Mão de obra	Equipe: 1 Pedreiro (fixo); 1 Servente (fixo); 1 Eletricista (quando necessário); 1 Operador de máquinas (quando necessário).	R\$ 25.000,00	R\$ 25.000,00
Subtotal			R\$ 61.950,00

Fonte: elaboração própria (2026).

Quadro 4 - Equipamentos e mobiliário

Item	Qtde	Valor unitário	Total
Computador	1	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00
Monitor	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Teclado e mouse	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
Impressora	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
Mesa de escritório	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Cadeira de escritório	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Bancos de madeira	4	R\$ 250,00	R\$ 1.000,00
Mesas plásticas	3	R\$ 150,00	R\$ 450,00
Cadeiras plásticas	12	R\$ 50,00	R\$ 600,00
Ombrelones	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00
Lixeiras	3	R\$ 80,00	R\$ 240,00
Bebedouro	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Geladeira	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Freezer	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Balcão de atendimento	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Prateleiras	2	R\$ 250,00	R\$ 500,00
Caixa registradora / sistema	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
Rodo nivelador de areia	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Marcador de placar portátil	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Rede de vôlei	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Rede de beach tênis	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Bolas de beach tênis	20	R\$ 50,00	R\$ 1.000,00
Bolas de vôlei	3	R\$ 120,00	R\$ 360,00
Bolas de futevôlei	3	R\$ 150,00	R\$ 450,00
Conjunto de linhas para beach tênis	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Conjunto de linhas para vôlei/futevôlei	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Subtotal			R\$ 17.220,00

Fonte: elaboração própria (2026).

5.2. Capital de giro

Quadro 5 - Caixa mínimo mensal

Tipo de custo	Valor
Custo fixo mensal	R\$ 5.800,00
Custo variável mensal	R\$ 2.050,00
Custo total da empresa	R\$ 7.850,00

Fonte: elaboração própria (2026).

Quadro 6 - Caixa mínimo anual

Tipo de custo	Valor
Custo fixo anual	R\$ 69.600
Custo variável anual	R\$ 24.600
Custo total da empresa	R\$ 94.200

Fonte: elaboração própria (2026).

Os custos fixos são despesas que ocorrem mensalmente e não dependem diretamente da quantidade de clientes ou da utilização da quadra, sendo necessários para garantir o funcionamento da arena. Ressalta-se que todos os valores apresentados são estimativas, utilizadas para fins de planejamento financeiro do negócio. No caso da arena esportiva, incluem o aluguel do terreno, energia elétrica, água, internet e o salário do funcionário, que garantem a estrutura básica de funcionamento do negócio. Também fazem parte desses custos a reposição de bebidas e produtos da conveniência, a manutenção da quadra, o serviço de contabilidade, o sistema de pagamento e o marketing básico, que contribuem para manter as operações, a organização financeira e a divulgação da arena. Os itens estão mais detalhadamente apresentados no Quadro 12, no qual são demonstradas as estimativas dos custos fixos operacionais do empreendimento.

Por outro lado, os custos variáveis correspondem às despesas que podem aumentar ou diminuir de acordo com o nível de utilização da arena e a quantidade de clientes atendidos. Entre esses custos estão a energia elétrica utilizada na iluminação da quadra e nas instalações da conveniência, com valor médio estimado em R\$ 500,00 mensais, a conta de água utilizada para limpeza do espaço, uso do banheiro e abastecimento do bebedouro, estimada em R\$ 150,00 mensais, a reposição de bebidas e produtos comercializados na conveniência, estimada em R\$ 800,00 mensais, os custos de manutenção da quadra de areia, que incluem reposição de areia, reparos em redes e ajustes na estrutura esportiva, estimados em R\$ 300,00 mensais, além da compra de produtos de limpeza necessários para a higienização do ambiente, estimados em R\$ 300,00 por mês. Dessa forma, a distinção entre custos fixos e variáveis permite compreender melhor a estrutura financeira do empreendimento e facilita o planejamento e o controle das despesas mensais da Arena HM.

5.3. Investimentos pré-operacionais

Quadro 7 - Investimentos pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais	Valor
Infraestrutura e construção	R\$ 61.950, 00
Equipamentos e mobiliário	R\$ 17.220,00
Total	R\$ 79.170,00

Fonte: elaboração própria (2026).

5.4. Investimento total (resumo)

Quadro 8 - Investimento total

Investimento total	Valor
Capital de giro (mensal)	R\$ 7.850,00
Investimento pré-operacional	R\$ 79.170,00
Total	R\$ 86.441,00

Fonte: elaboração própria (2026).

Quadro 9 - Fonte de recurso

Fonte de recurso	Valor	(%)
Recursos próprios (sócio 1)	R\$ 75.000,00	50%
Recursos próprios (sócio 2)	R\$ 75.000,00	50%
Total	R\$ 150.000,00	100%

Fonte: elaboração própria (2026).

5.5. Estimativa do faturamento mensal da empresa.

Quadro 10 - Estimativa de faturamento mensal

Produto/Serviço	Qtde (estimativa de vendas)	Preço de venda (em R\$)	Faturamento total (em R\$)
Locação de Quadras Esportivas	120 horas/mês	R\$ 80,00 por hora	R\$ 9.600,00
Aulas e Treinamentos Esportivos	8 alunos	R\$ 120,00 por aluno	R\$ 960,00
Competições e Eventos Esportivos	1 evento	R\$ 1.000,00 por evento	1.000,00
Comercialização de Produtos Esportivos	20 produtos	R\$ 30,00 por produto	R\$ 600,00
Serviços de Alimentação e Convivência	300 vendas	R\$ 5,00 por item	R\$ 1.500,00
Total	-	-	R\$ 13.660,00

Fonte: elaboração própria (2026).

A Arena HM oferecerá diferentes serviços voltados à prática esportiva e ao lazer, gerando receitas por meio da locação da quadra, realização de aulas, organização de eventos esportivos, comercialização de produtos e venda de alimentos e bebidas na área de convivência. O principal serviço do empreendimento será a locação da quadra esportiva, utilizada para a prática de modalidades como *beach* tênis, vôlei de areia e futevôlei. Considerando um valor médio de R\$ 80,00 por hora de uso, e uma média de 4 horas alugadas por dia, estima-se um faturamento mensal aproximado de R\$ 9.600,00, considerando 30 dias de funcionamento.

Além disso, a arena poderá oferecer aulas e treinamentos esportivos, ministrados por instrutores parceiros. Considerando uma média de 8 alunos por turma, pagando aproximadamente R\$ 120,00 mensais, estima-se um faturamento mensal de cerca de R\$ 960,00. Outro serviço importante será a realização de competições e eventos esportivos, como pequenos torneios de *beach* tênis ou futevôlei. Estima-se a realização de um evento mensal, com taxa média de inscrição de R\$ 50,00 por participante e cerca de 20 participantes, gerando uma receita aproximada de R\$ 1.000,00 por evento.

A arena também contará com a comercialização de produtos esportivos, como bolas, acessórios e itens básicos para a prática esportiva. Considerando vendas mensais médias, estima-se um faturamento aproximado de R\$ 600,00. Por fim, haverá serviços de alimentação e convivência, com a venda de bebidas, água e pequenos lanches para os frequentadores da arena. Considerando o consumo médio dos usuários, estima-se um faturamento mensal aproximado de R\$ 1.500,00.

5.6. Estimativa do custo com depreciação

Quadro 11 - Estimativa do custo de depreciação

Ativos fixos	Valor do bem (R\$)	Vida útil em anos	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Computador	R\$ 1.800,00	5	R\$ 360,00	R\$ 300,00
Monitor	R\$ 600,00	5	R\$ 120,00	R\$ 10,00
Teclado + mouse	R\$ 120,00	3	R\$ 400,00	R\$ 3,33
Impressora	R\$ 800,00	5	R\$ 160,00	R\$ 13,33
Mesa de escritório	R\$ 400,00	10	R\$ 40,00	R\$ 3,33
Cadeira de escritório	R\$ 350,00	8	R\$ 43,75	R\$ 3,65
Bancos de madeira	R\$ 250,00	10	R\$ 25,00	R\$ 2,08
Mesas plásticas	R\$ 150,00	5	R\$ 30,00	R\$ 2,50

Cadeiras plásticas	R\$ 50,00	5	R\$ 10,00	R\$ 0,83
Ombrelones	R\$ 300,00	5	R\$ 60,00	R\$ 5,00
Lixeiras	R\$ 80,00	5	R\$ 16,00	R\$ 1,33
Bebedouro	R\$ 600,00	8	R\$ 75,00	R\$ 6,25
Geladeira	R\$ 2.000,00	10	R\$ 200,00	R\$ 16,67
Freezer	R\$ 2.000,00	10	R\$ 200,00	R\$ 16,67
Balcão de atendimento	R\$ 1.200,00	10	R\$ 120,00	R\$ 10,00
Prateleiras	R\$ 250,00	10	R\$ 25,00	R\$ 2,08
Caixa registradora / sistema	R\$ 800,00	5	R\$ 160,00	R\$ 13,33
Rodo nivelador de areia	R\$ 200,00	5	R\$ 40,00	R\$ 3,33
Marcador de placar portátil	R\$ 150,00	5	R\$ 30,00	R\$ 2,50
Rede de vôlei	R\$ 300,00	3	R\$ 100,00	R\$ 8,33
Rede de <i>beach</i> tênis	R\$ 250,00	3	R\$ 83,33	R\$ 6,94
Bolas de <i>beach</i> tênis	R\$ 50,00	1	R\$ 50,00	R\$ 4,17
Bolas de vôlei	R\$ 120,00	2	R\$ 60,00	R\$ 5,00
Bolas de futevôlei	R\$ 150,00	2	R\$ 75,00	R\$ 6,25
Linhas <i>beach</i> tênis	R\$ 200,00	3	R\$ 66,67	R\$ 5,56
Linhas vôlei/futevôlei	R\$ 250,00	3	R\$ 83,33	R\$ 6,94
Total			R\$ 2.273,08	R\$ 189,42

Fonte: elaboração própria (2026).

5.7. Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

Quadro 12 - Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

Item	Valor
Aluguel do terreno	R\$ 1.000,00
Energia elétrica	R\$ 500,00
Água	R\$ 300,00
Internet	R\$ 100,00
Salário de funcionário/atendente	R\$ 2.200,00
Reposição de bebidas e produtos da conveniência	R\$ 800,00
Manutenção da quadra (areia, rede, limpeza)	R\$ 300,00
Contador	R\$ 300,00
Sistema de pagamento / maquininha	R\$ 100,00
Marketing básico (Instagram, divulgação, torneios)	R\$ 200,00

Total mensal	R\$ 5.800,00
---------------------	---------------------

Fonte: elaboração própria (2026).

5.8. Demonstrativo de resultados

Quadro 13 - DRE mensal

Quadro	Descrição	(R\$)	%
5.5.	1 – Receita total com vendas	R\$ 13.660,00	-
	2 – Custos variáveis totais	R\$ 2.050,00	-
5.8.	(-) Custos com materiais diretos e/ou CMV (*)	R\$ 800,00	-
5.7. (subtotal 1)	(-) Impostos com vendas	R\$ 0,00	-
5.7. (subtotal 2)	(-) Gastos com vendas (divulgação)	R\$ 200,00	-
	Subtotal de 2	R\$ 3.050,00	-
	3 – Margem de contribuição (1 – 2)	R\$ 10.610,00	-
5.11.	4 – (-) Custos fixos totais	R\$ 4.800,00	-
	5 – Resultado operacional (Lucro/Prejuízo) (3-4)	R\$ 5.810,00	-

Fonte: elaboração própria (2026).

5.9. Indicadores de viabilidade

5.9.1. Ponto de equilíbrio

A – Ponto de equilíbrio mensal.

$$\text{Índice da margem de Contribuição} = \frac{\text{Receita total} - \text{Custo variável}}{\text{Receita total}}$$

$$\text{Índice da margem de Contribuição} = \frac{13.660 - 2.050}{13.660} = 0,85$$

$$PE = \frac{\text{Custo fixo total}}{\text{Índice da margem de contribuição}}$$

$$PE = \frac{5.221}{0,85} = R\$ 6.142,35$$

Lucratividade

Lucro líquido = Receita total – Custos totais

Lucro líquido = 13.660,00 – 7.850,00

Lucro líquido = R\$ 5.810,00

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Receita total}} \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = \frac{5.810}{13.660} \times 100$$

Lucratividade = 42,53%

5.9.2. Rentabilidade

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Investimento total}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{5.810}{150.000} \times 100$$

Rentabilidade = 3,87%

5.9.3. Prazo de retorno do investimento

$$\text{Prazo de retorno do investimento} = \frac{\text{Investimento total}}{\text{Lucro líquido}}$$

$$\text{Prazo de retorno do investimento} = \frac{150.000}{5.810} = 25,81 \text{ meses}$$

O prazo estimado de retorno do investimento (*payback*) é de aproximadamente 25,81 meses, o que corresponde a cerca de 2 anos e 2 meses, considerando o resultado operacional projetado para o empreendimento.

5.10. Construção de cenários

Quadro 14 - Construção de cenários mensais

		Cenário provável	Cenário pessimista	Cenário otimista
Quadro	Descrição	Valor	Valor	Valor
5.5	1. Receita total com vendas	R\$ 10.120,00	R\$ 6.680,00	R\$ 13.660,00
	2. Custos variáveis totais	R\$ 1.520,00	R\$ 1.006,00	R\$ 2.050,00
5.8	(-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 593,00	R\$ 391,00	R\$ 800
5.7	(-) Impostos sobre vendas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
5.7	(-) Gastos com vendas	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00
	Subtotal 2	R\$ 2.313,00	R\$ 1.597,00	R\$ 3.050,00
	3. Margem de contribuição (1 – 2)	R\$ 7.807,00	R\$ 5.083,00	R\$ 10.610,00
5.11	4. (-) Custos fixos totais	R\$ 4.800,00	R\$ 4.800,00	R\$ 4.800,00
	5. Lucro/Prejuízo Operacional (3 – 4)	R\$ 3.007,00	R\$ 283,00	R\$ 5.810,00

Fonte: elaboração própria (2026).

Quadro 15 - Vendas estimadas no cenário otimista

Produto/Serviço	Qtde (estimativa de vendas)	Preço de venda (em R\$)	Faturamento total (em R\$)
Locação de Quadras Esportivas	120 horas/mês	R\$ 80,00 por hora	R\$ 9.600,00
Aulas e Treinamentos Esportivos	8 alunos	R\$ 120,00 por aluno	R\$ 960,00
Competições e Eventos Esportivos	1 evento	R\$ 1.000,00 por evento	R\$ 1.000,00
Comercialização de Produtos Esportivos	20 produtos	R\$ 30,00 por produto	R\$ 600,00
Serviços de Alimentação e Convivência	300 vendas	R\$ 5,00 por item	R\$ 1.500,00
Total	-	-	R\$ 13.660,00

Fonte: elaboração própria (2026).

Quadro 16 - Vendas estimadas no cenário provável

Produto/Serviço	Qtde (estimativa de vendas)	Preço de venda (em R\$)	Faturamento total (em R\$)
Locação de Quadras Esportivas	90 horas/mês	R\$ 80,00 por hora	R\$ 7.200,00
Aulas e Treinamentos Esportivos	6 alunos	R\$ 120,00 por aluno	R\$ 720,00
Competições e Eventos Esportivos	15 inscrições	R\$ 50,00	R\$ 750,00
Comercialização de Produtos Esportivos	15 produtos	R\$ 30,00 por produto	R\$ 450,00
Serviços de Alimentação e Convivência	200 vendas	R\$ 5,00 por item	R\$ 1.000,00
Total	-	-	R\$ 10.120,00

Fonte: elaboração própria (2026).

Quadro 17 - Vendas estimadas no cenário pessimista

Produto/Serviço	Qtde (estimativa de vendas)	Preço de venda (em R\$)	Faturamento total (em R\$)
Locação de Quadras Esportivas	60 horas/mês	R\$ 80,00 por hora	R\$ 4.800,00
Aulas e Treinamentos Esportivos	4 alunos	R\$ 120,00 por aluno	R\$ 480,00
Competições e Eventos Esportivos	10 inscrições	R\$ 50,00	R\$ 500,00
Comercialização de Produtos Esportivos	10 produtos	R\$ 30,00 por produto	R\$ 300,00
Serviços de Alimentação e Convivência	120 vendas	R\$ 5,00 por item	R\$ 600,00
Total	-	-	R\$ 6.680,00

Fonte: elaboração própria (2026).

6. CONCLUSÃO

O presente plano de negócio teve como objetivo analisar a viabilidade da criação da Arena HM, um espaço voltado à prática de esportes de areia na cidade de Areia-PB. A proposta surge a partir da identificação de uma oportunidade de mercado relacionada à presença de um público jovem expressivo na região, especialmente estudantes universitários, e da limitada oferta de espaços estruturados para a prática dessas modalidades esportivas.

A análise de mercado demonstrou que existe um público potencial diversificado, composto por universitários, jovens, adultos, atletas amadores, crianças e grupos organizados, interessados tanto na prática esportiva quanto em atividades de lazer e convivência social. Além disso, observou-se que a arena poderá atender diferentes necessidades, como treinamentos, aulas esportivas, eventos, competições e momentos de lazer, ampliando as possibilidades de utilização do espaço e contribuindo para a geração de receitas variadas. No que se refere à estrutura do empreendimento, o projeto prevê a construção de uma arena em terreno de 24 m × 16 m, com quadra de areia de 16 m × 8 m, cercamento, iluminação adequada para jogos noturnos, arquibancada, área de conveniência e banheiro. Essa estrutura busca proporcionar um ambiente seguro, organizado e confortável para os usuários, fortalecendo a experiência esportiva e social oferecida pelo empreendimento.

Em relação ao modelo de negócio, a Arena HM terá como principais fontes de receita a locação da quadra esportiva, a oferta de aulas e treinamentos, a realização de eventos esportivos, a comercialização de produtos esportivos e a venda de alimentos e bebidas na área de convivência. Essas diferentes atividades contribuem para diversificar o faturamento do negócio e reduzir a dependência de uma única fonte de renda. Do ponto de vista financeiro, o investimento inicial estimado para implantação da arena é de aproximadamente R\$ 150.000,00, sendo parte proveniente de recursos próprios e parte obtida por meio de financiamento. Os investimentos contemplam infraestrutura, equipamentos, mobiliário e capital de giro necessário para o funcionamento inicial do empreendimento.

As projeções financeiras indicam um faturamento mensal estimado em cerca de R\$ 13.660,00 no cenário otimista, considerando a locação da quadra, a realização de aulas, eventos esportivos, venda de produtos e serviços de alimentação. Diante de custos operacionais estimados em aproximadamente R\$ 7.850,00 por mês, o negócio apresenta um lucro operacional mensal projetado de R\$ 5.810,00. Com base nesses resultados, a lucratividade estimada é de aproximadamente 42,53%, e o prazo de retorno do investimento (payback) é estimado em cerca de 25 meses, ou aproximadamente dois anos e dois meses. A construção de cenários também demonstrou que, mesmo em condições menos favoráveis, como no cenário provável e no cenário pessimista, o empreendimento ainda apresenta possibilidade de resultado positivo, embora com níveis de lucro significativamente menores. Essa análise contribui para demonstrar que o negócio possui certa capacidade de adaptação às variações de demanda.

Considerando os resultados apresentados, pode-se concluir que a implantação da Arena HM apresenta potencial de viabilidade econômica e mercadológica, especialmente no cenário otimista analisado neste estudo. A combinação entre demanda local, estrutura planejada, diversificação de serviços e estratégias de marketing contribui para fortalecer a possibilidade de sucesso do empreendimento. Entretanto, é importante destacar que o desempenho real do negócio dependerá de fatores como a adesão do público, a eficiência da gestão, a realização de eventos esportivos, a manutenção da qualidade da estrutura e a capacidade de divulgação e relacionamento com os clientes. Dessa forma, a consolidação da arena no mercado local exigirá planejamento contínuo, acompanhamento financeiro e estratégias de fidelização do público.

Por fim, conclui-se que o projeto da Arena HM representa uma proposta relevante para o desenvolvimento esportivo e social da cidade de Areia-PB, podendo contribuir para ampliar as opções de lazer, incentivar a prática de atividades físicas e fortalecer a integração da comunidade por meio do esporte.

REFERÊNCIAS

ROSA, Cláudio Afrânio. *Como elaborar um plano de negócios*. Brasília: SEBRAE, 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Areia-PB**.

Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pb/areia.html>. Acesso em: 09 de abril 2026.