



**FUNDAÇÃO SÃO MIGUEL ARCANJO
FACULDADE CATÓLICA DE ANÁPOLIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

DENISE THALITA LOPES
RAFAEL SILVA LOPES

**Plano de negócio para diagnosticar a viabilidade financeira para implantação
de uma academia**

**Anápolis
Junho 2016**

DENISE THALITA LOPES
RAFAEL SILVA LOPES

**Plano de negócio para diagnosticar a viabilidade financeira para implantação
de uma academia**

Trabalho de conclusão apresentado a coordenação do curso de Administração da Faculdade Católica de Anápolis, para fins de obtenção do título de bacharel em administração de empresas, sob orientação do Prof. MS. Wilton Alves Ferreira Júnior.

Anápolis
Junho 2016

DENISE THALITA LOPES
RAFAEL SILVA LOPES

**Plano de negócio para diagnosticar a viabilidade financeira para
implantação de uma academia**

Trabalho de conclusão de curso para obtenção de título
de Bacharel em administração de empresas, apresentado
a faculdade católica de Anápolis.

AVALIADORES

Professor Ms. Wilton Alves Ferreira Júnior
(Orientador)

Professor Ms. Artur Vandr  Pitanga

Professor Mauro Mendes de Paula

Nota: _____

DATA DA APROVAÇÃO: ____/____/____

Somos gratos a Deus por nos dar forças para continuar sempre com determinação e foco. Agradecemos a nossos familiares e amigos que sempre estiveram conosco apoiando e acreditando em nossa capacidade e buscando sempre investindo em nossos estudos sempre pensando no nosso futuro.

Agradecemos a todos os professores e a Faculdade Católica de Anápolis que sempre estiveram dedicados a nos ensinar e não pouparam esforços para que chegássemos a essa etapa tão importante.

“Bem aventurado o homem que acha sabedoria e o homem que adquire conhecimento”

Provérbios 3:13

RESUMO

O presente plano de negócio tem como objetivo diagnosticar a viabilidade da criação e implementação de uma Academia de musculação, no qual a empresa será voltada para o bem estar da população na região norte da cidade de Anápolis Goiás. Para demonstrar a viabilidade financeira foi utilizando conteúdos apresentados em sala de aula, como ferramenta de pesquisa. O plano de negócios demonstra todas as etapas do processo de criação desde o início ao final, onde podemos observar as estratégias e dificuldades desse ciclo, onde são abordadas as necessidades da criação da empresa. Para desenvolver esse projeto foi necessário utilizar as teorias administradas no transcorrer do curso de administração, transformá-las em ações, apresentando como resultado final o ensino e aprendizado. A pesquisa foi realizada utilizando o modelo de plano de negócios do SEBRAE para constatar a viabilidade da implantação da empresa também foi apurado o perfil socioeconômico dos habitantes do setor e a quantidades de habitantes no local de acordo com dados fornecidos pela prefeitura de Anápolis. Utilizamos a análise do SWOT no projeto para demonstrar pontos fortes e fracos referente à localidade do empreendimento.

Palavras Chaves: Plano de Negócio; Viabilidade; Academia.

ABSTRAC

This business plan aims to diagnose the feasibility and implementation of a weight Academy, in which the company will be focused on the welfare of the population in the north of the city of Anapolis Goias. To demonstrate the financial viability were using content presented in the classroom, as a research tool. The business plan shows all stages of the design process from the beginning to the end, where we can observe the strategies and difficulties of this cycle where the needs of the company's creation are addressed. To develop this project was necessary to use the theories given in the course of the course of administration, transform them into actions, with the final result teaching and learning. The survey was conducted using the SEBRAE business plan template to establish the viability of the deployment was also determined the socioeconomic profile of the inhabitants of the sector and the amount of people on site according to data provided by the Annapolis City Hall. We used the SWOT analysis in the project to demonstrate strengths and weaknesses regarding the location of the enterprise.

Keyword: Business Plan; Feasibility; Academy.

LISTA DE ANEXOS

QUADRO 6: MÓVEIS E EQUIPAMENTOS.....	43
QUADRO 25: CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO.....	44
TABELA 1: TABELA DO SIMPLES NACIONAL – 2012.....	45
MAPA: REGIÃO NORTE DE ANÁPOLIS	46

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 REFERENCIAL TEÓRICO	11
1.1 O QUE É O NEGÓCIOS E SUAS CARACTERÍSTICAS	12
2 METODOLOGIA	17
3 RESULTADOS	18
3.1 DADOS DOS EMPREENDEDORES	18
3.1.1 Dados do empreendimento	19
3.1.2 Capital social	20
3.2 ANÁLISE DE MERCADO	20
3.2.1 Estudos dos clientes	21
3.2.2 Identificando onde estão os clientes	23
3.2.3 Estudos dos concorrentes	23
3.2.4 Estudos dos fornecedores	25
3.3 PLANO DE MARKETING	25
3.4 PLANO OPERACIONAL	26
3.5 PLANO FINANCEIRO	28
3.6 INVESTIMENTO TOTAL	28
3.7 CAPITAL DE GIRO	28
3.8 CAIXA MÍNIMO	29
3.9 CAPITAL DE GIRO	30
3.10 CALCULO DO PRAZO MÉDIO DE VENDAS	30
3.11 CALCULO DO PRAZO MÉDIO DE COMPRAS	31
3.12 NECESSIDADE MÉDIA DE ESTOQUE	31
3.13 NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO EM DIAS	31
3.14 CAIXA MÍNIMO DA EMPRESA	32
3.15 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	32
3.16 INVESTIMENTO TOTAL	33
3.17 FONTE DE RECURSOS	33
3.18 ESTIMATIVA DO FATRAMENTO MENSAL DA EMPRESA	33
3.19 ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO	35

3.20 ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA	35
3.21 ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM DEPRECIAÇÃO	35
3.22 ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS.....	36
3.23 DEMONSTRATIVO DE RESULTADO	36
3.24 INDICADORES DE VIABILIDADE	36
3.24.1 Ponto de equilíbrio	37
3.25 LUCRATIVIDADE.....	37
3.26 RENTABILIDADE.....	38
3.27 PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO	38
3.28 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS	39
3.29. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	39
CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	40
REFERÊNCIAS.....	42
ANEXO I - TABELA DO SIMPLES NACIONAL (Vigência a Partir de 01.01.2012)	43

INTRODUÇÃO

O seguinte trabalho aborda um plano de negócio que trata de uma pesquisa onde e relatando uma situação de uma empresa fictícia, com estudos que baseados em artigos, livros e busca diagnosticar a viabilidade financeira na abertura de uma academia de musculação na cidade de Anápolis e tem como objetivo atuar na região norte da cidade. Então de acordo com o tema desta pesquisa aborda-se a seguinte questão, existe a viabilidade financeira para implantação de uma academia de musculação, na região norte de Anápolis Goiás, utilizando o plano de negócios como ferramenta de pesquisa?

No plano de negocio pode se observar informações a respeito do que se trata o negocio abrangendo informações sobre dados estáticos, qual a atuação da empresa onde será a localidade de atuação. Algumas informações sobre os empreendedores e características sobre missão, visão e valores que a empresa traz dentro do estudo.

A respeito do trabalho pode se observar pesquisa e levantamentos bibliográficos e artigos referentes ao tema abordado. Ressalta se que foi necessário identificar à necessidade de implantação de uma nova academia na região norte da cidade de Anápolis.

Para demonstrar os resultados apresentados no trabalho foram utilizados conteúdos apresentados em sala de aula, como ferramenta de pesquisa. O Plano de Negócios demonstra todas as etapas do processo de criação desde o inicio ao final, onde foi possível verificar as estratégias e dificuldades desse ciclo, onde pode se tratadas as necessidades de criação da empresa. Para desenvolver esse projeto foi necessário utilizar as teorias apresentadas no decorrer do curso de administração e transcrever em resultados que futuramente poderá se transformar em ações concretas, todos os dados apresentando tem como intenção demonstrar como resultado final do ensino e aprendizado.

No contexto descrito no trabalho nota se que a pesquisa foi realizada utilizando o modelo de plano de negócios do SEBRAE para indica a viabilidade da academia e suas necessidades para implantação, conta o perfil socioeconômico dos moradores do setor e a quantidades de habitantes de acordo com dados coletados nos órgãos responsáveis por essas informações.

Os dados coletados foram demonstrados por meio da análise do SWOT no contexto demonstra o conceito dessas análise e sua forma de aplicação no projeto para demonstrar pontos importantes para obtenção de um resultado relevantes para a pesquisa feita sobre à localidade e o empreendimento.

A região norte de Anápolis e uma região distinta para a empresa pelo seu numero de habitantes e também por estar próximo de seus concorrentes, portanto ela pode analisar a estratégia usada pela outra empresa e observar seus pontos fortes e fracos, usando como ferramentas para desenvolvimento no mercado. A criação da empresa pode trazer inúmeros benefícios para a cidade e também para os habitantes, pois a ela estará gerando emprego, assim contribui com melhoria econômica da cidade e também trazendo qualidade de vida para a população.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

Plano de negócio

O presente trabalho trata se de um plano de negócio onde e demonstrando seus principais métodos, caminhos e ferramentas a ser seguida para se obter resultados. Sem esse instrumento de pesquisa o empreendedor que não utiliza o plano de negócio, pode ficar perdido em seu caminho a ser traçado, sem saber o cenário de atuação ate mesmo sem saber se seu investimento será lucrativo ou não. Esses podem ser alguns dos motivos que podem levar o empreendedor a fazer uso do plano de negócio.

“O plano de negócio é o melhor instrumento para traçar um retrato fiel do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor.” (SEBRAE 2013)

Assim como construir uma casa, realizar uma viajar, é necessário fazer um planejamento do negócio. Ou seja, a casa, a viagem não vão se concretizar apenas pelo desejo, mesmo que seja um bem ardoroso. Ideias assim nascem, porém, para que elas se tornem realidade, é preciso construí-las passo a passo.

Para que uma viagem aconteça, é necessário escolher o destino, decidir o tempo da viagem, quanto dinheiro levar, definir os meios de transportes, cuidar da hospedagem, arrumar as malas, entre tantas outras coisas. Se, para uma simples viagem, e necessário fazer todo esse planejamento, ao que se diz respeito da criação do negócio não e diferente.

Para organizar as ideias é importante usar o plano de negócio. Nesta viagem ao mundo dos empreendedores, ele e o guia do percurso. O plano orienta na busca de informações detalhadas sobre a área de atuação, os produtos e os serviços a serem oferecidos, bem como possíveis clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, sobre os pontos fortes e fracos do negócio, contribuindo assim para a identificação da viabilidade, da ideia e na gestão da empresa.

O plano de negócio é uma ferramenta utilizada para poder minimizar os erros e aumentar os acertos, ou seja, o que seria para errar na pratica só será errado no papel eliminando todo e qualquer investimento que poderá futuramente ser perdido por meio de um investimento ao qual trará para a empresa uma grande possibilidade de chegar à falência.

De acordo com o SEBRAE “O plano de negócio ajuda a responder a seguinte pergunta: vale a pena abrir, manter ou ampliar o negócio?” a preparação de um plano de negócio é um amplo desafio, pois exige persistência, comprometimento, pesquisa, empenho e muita criatividade.

Vantagens

A maior vantagem é identificar erros enquanto eles ainda estão no papel para não cometê-los no mercado evitando assim a falência do negócio, Por esse motivo o empreendedor deve ser detalhista no planejamento. O plano de negócios deve também ser um documento aberto para que sejam realizadas constantes atualizações com o foco de orientar o empreendedor não apenas na abertura, mas no decorrer do desenvolvimento da empresa.

Objetivos

A coleta de informações sobre o mercado é o primeiro passo para elaborar um plano consistente. Perfil do público-alvo, necessidades não atendidas, produtos e serviços oferecidos, concorrentes, fornecedores são elementos que ajudarão a definir estratégias para se posicionar corretamente. Em geral, um plano de negócios completo possui a descrição da empresa, o plano de produtos e serviços, o plano de marketing, operacional, financeiro e jurídico.

1.1 O QUE É O NEGÓCIOS E SUAS CARACTERÍSTICAS

O negócio se trata de uma empresa fictícia cujo nome fantasia e Saúde & copo e a razão social caracteriza por RD academia, dentro do plano de negócio buscar identificar a viabilidade dentro do seu campo de atuação.

A empresa e uma academia de musculação que será voltada para a região norte de Anápolis, cuja intenção será diagnosticar a viabilidade financeira para a implantação da mesma, utilizando como ferramenta o plano de negócio do SEBRAE.

De acordo com o cenário atual da economia os empreendedores tendem a ficar em duvida se o determinado momento e propício para investir ou não, pois a economia esta em constante mudança devido a atual situação em que esta o

governo do Brasil, isso gera diversos fatores que podem influenciar o negócio, com o alto índice de inadimplência, a desvalorização da moeda dos pais e do dólar entre outros.

O que se diz respeito de negócios a maior preocupação é com a durabilidade do negócio, devido os fatores citados acima a instabilidade da economia pode afetar diretamente o faturamento da empresa, essas instabilidades também podem ser causadas por concorrentes que apresentam diferenciais, tais como faixa de preço oferecido ao consumidor, qualidade dos serviços prestados, rapidez na entrega, facilidades nas formas de pagamento. Por esses motivos o uso do plano de negócio na implantação da empresa é extremamente fundamental para que se tenha noção de todos os aspectos da implantação e atuação.

Sendo assim é importante que realize análise correta dos dados, para que se chegue ao resultado esperado do plano de negócio que é diagnosticar a viabilidade ou não, para realizar esse diagnóstico serão necessárias algumas ferramentas no planejamento financeiro, onde será usado a calculadora científica CASIO fx-82MS para realizar os cálculos com precisão na apuração dos resultados, o Microsoft Office EXCEL 2007 para classificar em quadros e organizar os dados, e o Microsoft Word 2007 para descrever e classificar os dados em texto, o plano de negócio será elaborado todo em cima do modelo de plano de negócio do SEBRAE 2013, outras ferramentas são os indicadores de viabilidade que são lucratividade, rentabilidade, prazo de retorno, construção de cenários, e a análise swot.

Análise SWOT se trata de uma ferramenta estrutural da administração, que possui como principal finalidade avaliar os ambientes internos e externos, formulando estratégias de negócios para a empresa com a finalidade de aperfeiçoar seu desempenho no mercado, também é utilizada para identificar os pontos fortes e fracos de uma organização, assim como as oportunidades e ameaças das quais a mesma está exposta.

Essa ferramenta é geralmente aplicada durante o planejamento estratégico, promovendo uma análise do cenário interno e externo, com o objetivo de compilar tudo em uma matriz e assim facilitar a visualização das características que fazem parte da sigla. Sabe-se que a técnica foi fundamentada por Kenneth Andrews e Roland Christensen, e tinha por objetivo auxiliar e aprimorar o planejamento estratégico empresarial.

A matriz F.O.F.A. é um instrumento de análise simples e valioso. Seu objetivo é detectar pontos fortes e fracos, com a finalidade de tornar a empresa mais eficiente e competitiva, corrigindo assim suas deficiências. F.O.F.A é um acróstico para: Força, oportunidades, fraquezas, ameaças, análise. Leva a pensar nos aspectos favoráveis e desfavoráveis do negócio, dos seus proprietários e do mercado. A matriz é sempre feita em quadrantes, ou seja, em quatro quadrados iguais. (SEBRAE p 108)

De acordo com SEBRAE a Lucratividade é um indicador que pode se medir pelo lucro líquido em relação às vendas, esse é um dos principais indicadores econômicos das empresas, pois está relacionado à sua competitividade. Se a empresa possui uma boa lucratividade, ela apresentará maior capacidade de competir, isso porque poderá realizar mais investimentos em divulgação, na diversificação dos produtos e serviços, na aquisição de novos equipamentos, entre outros.

SEBRAE define rentabilidade como um indicador de atratividade dos negócios, estimar-se o retorno do capital investido aos sócios. Ele é obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo (mês ou ano). É calculado através da divisão do lucro líquido pelo investimento total. A rentabilidade deve ser comparada com índices praticados no mercado financeiro.

“O Prazo de retorno é como a rentabilidade, também é um indicador de atratividade. Indica o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu em seu negócio.”(SEBRAE p 103)

Os cenários podem se caracterizar por imagens alternativas de futuro que facilitam a tomada de decisões. Eles são ferramentas poderosas desenhadas para melhorar o processo de planejamento estratégico de uma organização, ao explorar um conjunto de situações (e se isso acontecer?).

Pode se chamar de "pensar cenariamente", este processo incentiva o desenvolvimento de histórias divergentes sobre o futuro, deixando a organização preparada para as eventualidades que possa enfrentar, ensaiando para o futuro. Trata-se de futuros possíveis ou prováveis mediante a simulação e desdobramentos de certas condições iniciais diferenciadas e a explicitação dos eventos que levariam à sua concretização.

Cenários são ambientes alternativos nos quais os acontecimentos de hoje surtem efeito não são predições, nem tão poucas estratégias. Ao contrário, são narrativas vivas de futuros diferentes e divergentes, desenhados especialmente para ressaltar os riscos e oportunidades inerentes às estratégias, enriquecendo o processo de planejamento. Um leque de cenários alternativos proporciona um caminho para se focar no futuro, porém sem perder a perspectiva das outras possibilidades. Elas podem, a qualquer momento acontecer.

A partir daí, pense-se em ações para evitar e prevenir-se frente às adversidades ou então para potencializar situações favoráveis. “Faça quantas simulações julgar necessário e tenha sempre alternativas de ações (plano B).” (SEBRAE p 105)

A respeito de negócios a maior preocupação e com a durabilidade do negócio, devido à instabilidade da economia que pode afeta diretamente o faturamento da empresa, essas instabilidades também podem ser causadas por concorrentes que apresentam diferenciais, tais como faixa de preço oferecido ao consumidor, qualidade dos serviços prestados, rapidez na entrega, facilidades nas formas de pagamento. Sendo assim a empresa (Academia Saúde & Corpo) demonstra neste plano de negócios a viabilidade financeira ingressando no mercado, buscando diferenciais nos seus serviços oferecidos a população de Anápolis serviço de qualidade com o preço acessível.

A empresa tem como principal fundamento promover o bem estar e saúde dos clientes trazendo qualidade de vida e boa forma para quem deseja alcançar a longevidade. Além de demonstrar sinônimo de alto padrão em serviço na área de academia de musculação assim a empresa poderá obter lucro suficiente para manter seus custos e despesas e reinvestir o lucro obtido pra continuar oferecendo serviços de qualidade.

O foco de oferecer serviço de musculação, à meta da empresa será a qualidade, para que isso aconteça e importante sempre ficar de olho nos concorrentes para visualizar a qualidade do serviço oferecido por eles para que seja possível atualizar o conceito de qualidade em serviço oferecido a comunidade, Com tanta concorrência no mercado e fundamental ter essa visão para continuar crescendo e mantendo a qualidade. Sempre visando à realidade do mercado e a capacidade da empresa.

A empresa terá sua atuação voltada para jovens de 14 anos até idosos de 70 anos, realizando atendimento personalizado de acordo com a necessidade de cada faixa etária, esses dados são estimativa baseada nos dados obtidos na prefeitura de Anápolis, estima-se que dentre o número de habitantes abordados no quadro abaixo grande parte da população está entre 14 e 70 anos.

QUADRO 1: BAIRROS DA REGIÃO NORTE DE ANÁPOLIS

BAIRROS	CASA	HABITANTES APROXIMADO
Jardim das Américas 1º, 2º e 3º etapa	2.513	10.052
Recanto do sol	2.149	8.596
Parque residencial das flores	2.051	8.204
Residencial das rosas	148	592
Residencial Araguaia	504	2.016
Jardim dos ipês	1.037	4.148
Residencial portal do cerrado	213	852
Residencial vale do sol 1º e 2º etapa	635	2.540
Residencial flor do cerrado 1º e 2º etapa	146	584
Total	9.396	37.584

Fonte: Prefeitura de Anápolis Goiás (2016)

A empresa estará localizada no setor norte de Anápolis, acima a tabela com informações dos bairros e quantidades de casas e habitantes foi utilizado uma base de cálculo de 4 (quatro) moradores por casa para obter aproximadamente a quantidade de trinta e sete mil quinhentos e oitenta e quatro moradores.

Nessa região de Anápolis possui nove bairros tais como: Jardim das Américas 1º, 2º e 3º etapa, Recanto do sol, Parque residencial das flores, Residencial das Rosas, Residencial Araguaia, Jardim dos Ipês, Residencial Portal do Cerrado, Residencial Vale do sol 1º e 2º etapa, Residencial flor do cerrado 1º e 2º etapa.

Segundo o IBGE 2010 essa região conta com a densidade demográfica de 9.396 mil moradores, sendo aproximadamente 4.690 do sexo masculino e 4.706 mil do sexo feminino.

2 METODOLOGIA

Método, segundo Marconi e Lakatos (2008), é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar conhecimentos válidos e verdadeiros, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista.

De acordo com Matias-Pereira (2012) é o conjunto de procedimentos e técnicas utilizadas de forma regular, passível de ser repetido por outros pesquisadores, na intenção de alcançar um objetivo material ou conceitual e compreender o processo de investigação.

Martins Junior (2011) entendo o método como normas utilizadas para delimitar o tipo de pesquisa escolhido, a população e a amostra do estudo, os instrumentos necessários à obtenção dos dados, a forma e o rigor sugeridos em sua coleta e os procedimentos estatísticos utilizados para a apresentação e análise dos dados recolhidos.

O caminho metodológico percorrido foi o método dedutivo, que é racionalista, que pressupõe a razão como a única forma de chegar ao conhecimento verdadeiro; utiliza uma cadeia de raciocínio descendente, da análise geral para a particular, até a conclusão.

A natureza da pesquisa compreende por pesquisa aplicada: objetiva gerar conhecimentos para aplicações práticas dirigidas à solução de problemas específicos.

A respeito da forma de abordar o problema será com uma pesquisa quantitativa, que considera que tudo é quantificável, o que significa traduzir opiniões e números em informações as quais serão classificadas e analisadas.

O objetivo do método utilizado na pesquisa será exploratório: objetiva proporcionar maior familiaridade com um problema; envolvendo levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado e análise de exemplos; assume em geral a forma de pesquisas bibliográficas e estudo de caso.

3 RESULTADOS

3.1 DADOS DOS EMPREENDEDORES

A sócia Denise Thalita Lopes possui uma participação no quadro social da empresa com um percentual de 49%, sendo formada em Administração pela Faculdade Católica de Anápolis.

A empresária por ser dinâmica responsável e visionária, percebeu no atual cenário econômico a necessidade de implantar através de seus estudos e conhecimentos de gestão, um novo empreendimento voltado para a saúde e qualidade de vida.

Dentre as qualidades e adjetivos, tem-se a um profissional competente devido os conhecimentos agregados através de experiências se torna capaz de realizar processos desenvolvimento dentro da organização visualizando oportunidades na empresa mantendo o crescimento.

A função a ser exercida neste empreendimento será de responsável do departamento financeiro e Relações corporativas, devido ao seu perfil dinâmico e centralizador, características essenciais para o cargo financeiro.

Dentre as atribuições dentro da empresa, está previsto no regimento interno o gerenciamento do departamento financeiro para que a empresa possa ter total controle sobre seus lucros e despesas e sobre tudo, buscar nos parceiros e investidores.

O sócio Rafael Silva Lopes possui uma participação no quadro social da empresa com um percentual de 51%, sendo formado em Administração pela Faculdade Católica de Anápolis.

O empresário por ser captador de Oportunidades, Comunicativo, Líder, percebeu no atual cenário econômico a necessidade de implantar através de seus estudos e conhecimentos de gestão, um novo empreendimento voltado para a saúde e qualidade de vida.

A função a ser exercida neste empreendimento será de Responsável do departamento de recursos humanos e marketing, devido ao seu perfil Criativo e de forte liderança, características essenciais para o cargo de recursos humanos.

Dentre as qualidades e adjetivos, tem-se a um profissional observador audacioso e competente que não tem medo de desafios, este sempre ligado com a

tecnologia e seus desenvolvimentos, comunicação e um de seus principais atributos que é fundamental para sua posição de líder, Gerenciando o departamento de recursos humanos buscando profissionais especializados para atuar na empresa.

3.1.1 Dados do empreendimento

Razão Social da empresa: Academia Saúde & Corpo

CNPJ: xx. xxx. Xxx/xxxx-xx

A missão da empresa Academia Saúde & Corpo, é trazer inovação para o mercado oferecer serviço de qualidade e excelência, proporcionar saúde e bem estar físico e mental, a população de Anápolis.

Visão: tornar se referencia em qualidade de atendimento e também uma das maiores e bem equipadas academias de Anápolis.

Valores: Responsabilidade, ética, Transparência, Competência e compromisso.

O setor de atividade será prestador de Serviço atuará oferecendo serviços para moradores de Anápolis no ramo de academia de musculação.

A forma jurídica constituirá sociedade limitada, composta por dois sócios, pessoas físicas. A responsabilidade de cada sócio está limitada ao valor de suas cotas, mas os dois respondem solidariamente pela integralização do capital social.

Através da Lei Complementar 139/2011 O governo federal elevou os limites da receita bruta para fins de opção pelo simples nacional os novos limites, validos a partir de 2012. Segundo esse conceito da lei e os cálculos de faturamento da empresa será classificada como uma empresa de pequeno porte, aufera, em cada ano calendário, receita bruta superior a 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$3.600,00 (três milhões e seiscentos mil reais)

O enquadramento tributário da empresa será o Simples Nacional que beneficia com a redução e simplificação dos tributos, além do recolhimento de um imposto único. A Lei prevê benefícios quanto à desburocratização, acesso ao mercado, ao crédito e a justiça, o estímulo à inovação e à exportação. A empresa se enquadra como simples nacional com receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 3.600.000 (Três milhões e seiscentos mil reais).

3.1.2 Capital social

O capital social da empresa Academia Saúde & Corpo está de acordo com o quadro a seguir:

QUADRO 2: CAPITAL SOCIAL DA EMPRESA

	Nome	Valor	% Participação
Sócio 1	Rafael Silva Lopes	R\$ 94.749,00	51%
Sócio 2	Denise Thalita Lopes	R\$ 91.033,00	49%
TOTAL		185.782,00	100%

Fonte: Autor

O montante inicial para o negócio será de 185.782,00 (Cento e oitenta e cinco mil setecentos e oitenta e dois reais) para aquisição de equipamentos e para a infraestrutura da academia, com reforma do prédio onde será localizada a empresa. O faturamento mensal da empresa inicialmente será de 29.500,00 (Vinte nove mil e quinhentos reais). Espera-se obter um lucro líquido de 3.998,40 três mil novecentos e noventa e oito e quarenta centavos reais mensais. Espera-se obter o retorno do capital investido em aproximadamente 48 meses (4 anos). A fonte de recurso utilizada para a implantação da empresa contará com recursos próprios com aplicação por parte dos proprietários de todo o capital necessário para a abertura da empresa.

3.2 ANÁLISE DE MERCADO

Segundo Saba (2012 p. 6) “É preciso estar atento para definir em qual negócio a academia está inserida, dar atenção às necessidades de seus clientes e ficar atento para as constantes inovações”.

Abordando esse contexto foram pesquisados perfis de clientes de academias assim pode-se detectar a respeito das necessidades. Dentre os perfis alguns são de pessoas que estão sofrendo com estresse devido à falta de tempo e a agitação do cotidiano, Sendo assim essa pessoa demonstra que esta propensa ser uma pessoa com sobrepeso ou obesidade gerando problemas de saúde devido ao sedentarismo.

Também existe cliente que gostam de praticar esporte visando o bem estar e uma boa forma, pessoas que não conseguem ficar paradas e estão sempre ligadas as novidades na área de esporte e buscam sempre novidades. A pratica de exercícios pode trazer vários benefícios alem de combater a obesidade e aliviar o estresse, e considerado com um antidepressivo ajuda na redução da insônia e diminui a pressão arterial reduzindo a incidência de problemas cardiopulmonares além de ser indicado pela organização mundial da saúde (OMS) recomenda pelo menos meia hora de atividade física por dia.

Para que seja feita a analise de mercado e importante que a empresa tenha noção da área de atuação, incluindo seus concorrentes a localização da empresa, seus clientes, os pontos fortes e fracos. A área de atuação e ampla e então e necessário que se faça uma analise para obter mais informações. Algumas empresas utilizam como foco de suas analise seus clientes tanto como consumidores finais quanto intermediário, utilizando alguns canais (centrais de atendimento ao cliente ou pesquisa de satisfação dentro da própria empresa) para diagnosticar o nível de satisfação de seus clientes e para detectar possível falhar de comunicação em oferecer o produto ou serviço.

Como estudo de mercado a empresa pode definir como estratégia analisar cada oportunidade a cerca do produto ou serviço preparando e melhorando ele para o mercado, depois dessa analise ela poderá utilizar tempo para investir no produto e em sua divulgação.

De acordo com Kotler (2000, p. 448) “serviço é qualquer ato ou desempenho essencialmente intangível que uma parte pode oferecer a outra e que não resulta na propriedade de nada. a execução de um serviço pode estar ou não ligada a um produto concreto”.

3.2.1 Estudos dos clientes

Mediante estudos relacionados à localização da futura instalação da empresa, constatamos que atualmente a cidade de Anápolis conta com aproximadamente com uma população estimada de 366.491 mil habitantes pelo senso do IBGE em 2010.

A atuação da empresa será voltada para o setor norte de Anápolis, que fica logo após o complemento do viaduto Ayrton Senna, nessa região de Anápolis possui

nove bairros tais como, Jardim das Américas 1º, 2º e 3º etapa, Recanto do sol, Parque residencial das flores, Residencial das rosas, Residencial Araguaia, Jardim dos ipês, Residencial portal do cerrado, Residencial vale do sol 1º e 2º etapa, Residencial flor do cerrado 1º e 2º etapa. Toda a população residente é propensa a ser cliente da academia, sendo que é mais voltada para as pessoas com idade compreendida entre 14 e 67 anos.

De acordo pesquisas realizadas na prefeitura de Anápolis constataram que pela forte atuação das indústrias localizadas no DAIA- Distrito agrário industrial, grande parte da população atua nas indústrias. A cidade também é conhecida pelo centro lojista, localizado no centro da cidade onde há forte atuação de lojista onde geram sua renda a partir da comercialização de seus produtos gerando também emprego onde outra parte da população encontra se empregada.

Foi constatado que em 2013 o pessoal ocupado assalariado da cidade de Anápolis era de aproximadamente 94.556 mil pessoas, e que o salário e outras remunerações chegaram a 2.021.110 mil reais e o salário médio mensal foi de 2,4 salários mínimos. Dados do IBGE demonstram que em 2012 eram 290.378 mil habitantes alfabetizadas de 334, 613 residentes em Anápolis. (IBGE 2010).

Segundo pesquisas realizadas em academias existentes na cidade de Anápolis obtivemos informações de que as mensalidades de musculação podem variar de 65,00 a 110,00 reais por mês. Dependendo da frequência, localidade e das modalidades que a academia oferece tais com luta, dança e musculação pode ser principais fatores para a alteração do preço. Os pacotes de frequências oferecidos por essas academias são de 3 á 6 vezes por semana de segunda a sábado.

O que leva essas pessoas a comprar inicialmente será o preço, com o custo benefício sendo acessível, em segundo lugar a qualidade do serviço oferecido com profissionais à disposição dos clientes pra orientar de uma forma clara e com exatidão, profissionais formados e qualificados. Em terceiro lugar o prazo de entrega porque o aluno pode começar de imediato no dia e na hora em que ele preferir, e também um diferencial que levaria os clientes a aderirem os produtos, será um pacote promocional, que a cada indicação de um amigo ou familiar será presenteado com um desconto na mensalidade.

Academia Saúde & Corpo, empresa que visa o bem estar e saúde de seus clientes e colaboradores. A marca estará voltada toda para a população de Anápolis, trazendo junto com seu nome a lembrança de uma empresa que traz saúde e boa

forma e bem estar. O prazo de entrega será imediato, O cliente escolherá dia e horário para frequentar a academia. O prazo de pagamento será A vista, mensal, semestral e anual. O atendimento da empresa será realizado na empresa com profissionais especializados para atender a demanda.

3.2.2 Identificando onde estão os clientes

O tamanho do mercado onde atuaremos inicialmente será na região norte de Anápolis a cidades esta localiza no estado de Goiás, essa região e grande conta com nove bairros onde será o principal foco de investimento para a implantação da academia, nessa região residem aproximadamente 9.396 mil Habitantes.

Os clientes encontrarão a empresa com facilidade, pois a empresa estará localizada em um local próximo de uma das vias de acesso ao bairro sendo assim um ponto estratégico e de fácil acesso.

3.2.3 Estudos dos concorrentes

A empresa Saúde & Corpo disponibilizará equipamentos de ultima geração que promoverá qualidade de vida e boa forma para os clientes, com preço acessível no valor do mercado. O preço inicial Será R\$ 50,00 frequentado três vezes por semana e frequentado todos os dias de segunda a sábado será R\$ 65,00 e para pacote anual tem desconto de 10% no total do pagamento.

A empresa Academia & Corpo estará localizado no bairro Recanto do sol na cidade de Anápolis Goiás. Como condições de pagamento será a vista, o cliente pagará mensalmente. E anual nessa modalidade de pacote o cliente poderá pagar em 3 vezes ou a vista, a contratação do pacote anual será cedido um desconto de 10% a vista. A academia oferecerá idealmente apenas musculação. O horário de funcionamento será das 07h00min às 22h30min de segunda a sexta e de segunda a sábado das 07h00min as 13h00min

Devido nossa empresa ser nova no mercado, está disposto a oferecer serviço de qualidade, procurando atender os clientes com eficácia e amabilidade, tratando todos os clientes sempre com brilho nos olhos sempre visando o bem estar de cada cliente dentro de nossa empresa fazendo com que eles se sintam parte do patrimônio da empresa. Devido nossa competência diante de muitos concorrentes,

estaremos capacitados para enfrentar os concorrentes com total respeito e dignidade, sempre demonstrando o potencial de nossa empresa no mercado de atuação.

O que fará com que as pessoas deixem de ir aos concorrentes para frequentar nossa empresa será a facilidade e a agilidade de identificas as necessidades de cada cliente, e também pela nossa forma de adaptar ao mercado e as necessidades dele, com o passar do tempo às pessoas mudam e as necessidades também por isso nossa empresa estar sempre se atualizado a respeito das necessidades e das tecnologias que podem ser implantadas. Nossa academia será conhecida pela sua diversidade onde qualquer pessoa poderá participar de nossas atividades incluindo idosos e adolescentes.

QUADRO 3: DEDITIVO DOS CONCORRENTES

	Qualidade	Preço	Condições de pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes	Garantias oferecidas
Corpo & Saúde	7	9	9	7	8	7	6
Concorrente nº 1	9	7	9	6	9	8	6
Concorrente nº 2	8	5	9	8	9	7	6

Fonte: Autor

Os motivos que nos deixariam de concorrer lealmente com os concorrentes será por falta de alguns serviços que inicialmente não iremos oferecer, devido o perfil inicial do cliente, mas conforme a empresa for estabilizando financeiramente iremos implantar novos serviços.

3.2.4 Estudos dos fornecedores

QUADRO 5: INFORMAÇÕES DOS FORNECEDORES

ORDEM	Mercadorias	Fornecedor	Preço	Formas de pagamento	Prazo de entrega	Localização
1	Catraca biométrica	Ponto system	R\$3.300,00	A vista ou em 10x no cartão	8 a 15 dias	Curitiba Paraná
2	Ventilador	Solaster	R\$369,00	A vista ou em 10x no cartão	8 a 15 dias	Goiânia Goiás
3	Armários	Nobre moveis	R\$500,00	A vista ou em 10x no cartão	2 a 5 dias	Anápolis Goiás
4	Balcão para recepção	Olx	R\$300,00	A vista	1 a 3 dias	Anápolis Goiás
5	Computadores	Casas Bahia	R\$3.349,00	A vista ou em 10x no cartão	3 a 12 dias	Anápolis Goiás
6	Impressora fiscal	Casas Bahia	R\$4.772,56	A vista ou em 10x no cartão	5 a 12 dias	Anápolis Goiás
7	Equipamentos de musculação	Rocha equipamentos	R\$99.718,00	A vista ou em 10x no cartão	2 a 8 dias	Goiânia Goiás

Fonte: Autor

3.3 PLANO DE MARKETING

A academia Corpo & Saúde oferecerá serviços de musculação, Oferecera serviço com preço acessível para todo tipo de cliente. Visando sempre o bem estar e satisfação dos clientes para que os mesmo sejam fidelizados e não seja necessário a procurar de outras empresas, já que nossa oferece com serviço de qualidade e eficácia. a atuar será focada na necessidade de cada cliente.

A precificação eficiente requer juntar e integrar um grande volume de informações sobre os objetivos estratégicos e a estrutura de custos da empresa as preferências do consumidor e suas necessidades reais e as intenções estratégicas e a precificação dos concorrentes. Para definição de preço dos serviços oferecidos, realizamos um estudo de mercado e observou se que os concorrentes oferecem os

mesmos serviços com preços elevados se tornando inacessível para algumas pessoas. Com as pesquisas obtive se informações de que seria de grande relevância a existência de uma empresa que iria oferecer o mesmo serviço em um custo mais acessível. Com base nos demonstrativos financeiros decorrem que e possível oferecer esse serviço com baixo custo sem afetar a receita da empresa.

Os meios de propaganda serão através da internet com divulga dos serviços e promoções serão utilizados canais na internet que não gere custos para a empresa, esses canais serão Facebook, Instagram, Twitter entre outros. Para as pessoas que ainda não são clientes de nossa empresa irá oferecer uma aula demonstrativa de como são os serviços oferecidos, durante um dia para que esse cliente possa conhecer a estrutura física da empresa e todos os equipamentos e professores.

Inicialmente utilizar folhetos e folder e carros de som para divulgar nossa academia vão divulga na nossa região de atuação e nas proximidades. Os carros de som irão rodar por uma hora todos os dias para realizar a divulgação. Os custos com a divulgação ficam aproximadamente R\$ 35,00 reais por hora de divulgação.

Como atrativo inicial para captar clientes, será oferecido um desconto promocional para quem se matricular junto de algum amigo ou parente será realizado um desconto de 15% na primeira mensalidade. Também iremos oferecer desconto para estudantes que apresentarem carteirinha de estudante, desconto de 10% na primeira mensalidade.

A estrutura de comercialização será de forma estratégica, com atuação de vendedores externos que estarão em locais estratégicos oferecendo a contratação dos serviços, locais como faculdades, shoppings e locais onde se encontra movimentação de pedestre e semáforos.

A localização da empresa será um ponto estratégico, pois estará perto dos clientes, onde será de fácil acesso para qualquer pessoa. O preço para a locação do imóvel onde será a empresa e um preço em conta por um espaço amplo que nos permitirá atender um numera grande de clientes.

3.4 PLANO OPERACIONAL

Conforme esclarece Magalhães (2007 p. 45) “SWOT é a sigla que denomina um dos modelos mais simples e efetivos para organizar as relações entre as

competências da organização forças e fraqueza e as condições ambientais oportunidades e ameaças”. Para executar o plano operacional é necessário utilizar a análise SWOT

De acordo com os conceitos do autor para produzir uma boa análise é importante destacar alguns pontos do produto ou serviço ofertado, pois cada um tem sua peculiaridade podendo haver diferença na forma de avaliação dentro da organização, pois são distintos, dependendo podem ser listado com forças ou fraquezas.

As formas de avaliar a cadeia de valores, mapeamento dos concorrentes, serviços fornecidos aos clientes, analisar o volume de faturamento e contribuição. Observar o percentual e a relevância do crescimento da área de atuação, influenciando assim na tomada de decisão, levando em consideração as curvas de sazonalidade.

Avaliar o ambiente sócio econômico a cultura, questões tecnológicas e políticas que podem influenciar o ambiente e os resultados. O processo contínuo da análise dá se por, Analise do ciclo > proposta > decisões > implantação > demanda.

As métricas e indicadores de marketing são usados tanto na análise quando na decisão do escopo. Na linha de estratégia do negócio

Seguindo esse conceito a estratégia operacional da empresa constituirá em utilizar a capacidade máxima oferecida suportada será de 600 alunos, A capacidade estimada atendida será de aproximadamente 590 alunos ao logo do dia que se iniciara as (seis da manhã) 6:00 horas e terminara as(meia noite) 00:00 horas. O processo operacional se dará por captar clientes, oferecer serviço de qualidade com professores especializados para atender bem todos os clientes. Com um ambiente limpo e tranquilo para as praticas de musculação.

A necessidade de pessoal será dois professores para dar suporte aos clientes na hora da pratica dos exercícios, duas secretarias para realizar as matriculas de novos alunos e receber pagamentos de mensalidades de alunos já matriculados. Uma faxineira para realizar a limpeza do ambiente. E os dois sócios um atuar na empresa. O sócio majoritário trabalhará na gestão do marketing para captar novos clientes e na organização da estrutura física da empresa. A segunda sócia ira atuar na gestão financeira da empresa e nas relações corporativas a respeito de investimento a para a empresa.

3.5 PLANO FINANCEIRO

Será apresentado através de quadros o plano financeiro da empresa que tem o intuito de mostrar a viabilidade econômica da implantação de uma academia de musculação na região norte de Anápolis, por meio de quadros.

Segue o quadro de orçamentos de equipamentos no anexo 1 Quadro 6 pagina 41.

É justamente nessa etapa que serão definidos o montante de recursos que serão investidos, possibilitando que o empreendimento comece a funcionar. O investimento total é formado pelos: investimentos fixos; capital de giro; investimentos pré-operacionais de um plano de negócio (SEBRAE 2013).

3.6 INVESTIMENTO TOTAL

A previsão do investimento total da empresa é de R\$ 185.781,10 (cento e oitenta e cinco mil setecentos e oitenta e um e dez centavos), sendo que o investimento fixo previsto é de R\$ 114.915,56 (cento e quatorze mil, novecentos e quinze reais e cinquenta e seis centavos) de acordo com os dados levantados junto a fornecedores.

QUADRO 7: EQUIPAMENTOS ELETRÔNICOS

UNIDADE	PRODUTO	V.UNIT	V.TOTAL
01	Computador de mesa	R\$3.349,00	R\$3.349,00
01	Impressora fiscal	R\$4.772,56	R\$4.772,56
		SUBTOTAL:	R\$123.405,56

Fonte: Autor

3.7 CAPITAL DE GIRO

Segundo o Sebrae (2007, p. 46), “Capital de Giro é o montante de recursos necessários para o funcionamento normal da empresa.”

Portanto para estimar o capital de giro necessário para sua empresa você deve levar em consideração uma estimativa do estoque inicial de matérias-primas e produtos que sua empresa necessitará para seu pleno funcionamento e o montante

em dinheiro que sua empresa deverá ter em caixa. Para chegar a esses resultados você deve levar em consideração os preços e prazos de entrega de matérias primas por parte de seus fornecedores, os preços e prazos de pagamento ofertados a seus clientes para terem acesso a seus produtos e/ou serviços, as despesas que sua empresa terá com pessoal, e funcionamento e demais custos que possam influir.

QUADRO 8: CAPITAL DE GIRO

CAPITAL DE GIRO			
TEMPO (MÊS)	DESPESAS FIXAS	VALOR MENSAL	VALOR TOTAL
1	2 PROFESSOR	R\$ 1.980,00	R\$1.980,00
1	2 RECEPCIONISTA	R\$ 2.599,12	R\$2.599,12
1	1 FAXINEIRAS	R\$ 1.700,00	R\$1.700,00
1	1 CONTADOR	R\$ 600,00	R\$600,00
1	LUZ	R\$ 200,00	R\$200,00
1	AGUA	R\$ 150,00	R\$150,00
1	TELEFONE E INTERNET	R\$ 150,00	R\$150,00
1	ALUGUEL	R\$ 2.000,00	R\$2.000,00
1	KIT PARA HIGIENIZAÇÃO	R\$ 150,00	R\$150,00
TOTAL		R\$ 9.529,12	R\$9.529,12

Fonte: Autor

O salário dos professores de Educação Física está de acordo com a convenção coletiva da classe que considera como piso salarial R\$ 990,00.

3.8 CAIXA MÍNIMO

O Caixa Mínimo de acordo com o manual do SEBRAE (2013) representa a reserva em dinheiro necessária para que a empresa financie suas operações iniciais. É obtida ao multiplicarmos a necessidade líquida de capital de giro em dias pelo custo total diário da empresa, onde neste caso, utiliza-se 26 dias como a necessidade mínima para o caixa.

QUADRO 9: CAIXA MÍNIMO

Período/Dias	Custos fixos e variáveis	Valor unitário	Subtotal
30	Custo total da empresa	R\$ 9.529,12	R\$ 9.529,12
26	Custo total da empresa	R\$8.258,57	R\$8.258,57

Fonte: Autor

A partir dos dados fornecidos acima no caixa mínimo da empresa para cobertura dos custos fixos e variáveis durante um período de 26 dias é de R\$ 6.335,33 (seis mil, trezentos e trinta e cinco reais e trinta e três centavos), de acordo com a fórmula apresentada pelo manual do SEBRAE.

FÓRMULA:

$$T = \frac{\text{CUSTOFIXO DIARIO X 30 DIAS}}{26 \text{ DIAS}} = \frac{243,66 \times 30}{26} = \text{R\$ 7.310,00}$$

$$T = \text{R\$ 6.335,33}$$

3.9 CAPITAL DE GIRO

O capital de giro é o “montante de recursos necessário para o funcionamento normal da empresa, compreendendo a compra de matérias-primas ou mercadorias, financiamento das vendas e o pagamento das despesas.” (SEBRAE 2013,p.69)

Para se chegar a esse valor é preciso calcular o custo da empresa diário somar para vos 30 dias e dividir para os 26 dias chegando ao valor obtido no gráfico abaixo tendo a base de cálculo acima.

QUADRO 10: CAPITAL DE GIRO

Estoque inicial	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Caixa mínimo	R\$8.258,57	R\$ 8.258,57
SUBTOTAL	R\$8.258,57	R\$8.258,57

Fonte: Autor

3.10 CALCULO DO PRAZO MÉDIO DE VENDAS

“É a média do prazo de financiamento a clientes, ou seja, do prazo concedido aos clientes para que estes efetuem o pagamento do que compraram.”(SEBRAE 2013 p 72)

QUADRO 11: CALCULO DO PRAZO MÉDIO DE VENDAS

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média ponderada
A vista	100,00%	0	0
Prazo 01	100,00%	30	30
		Prazo médio total	30 dias

Fonte: Autor

3.11 CALCULO DO PRAZO MÉDIO DE COMPRAS

“Segue a mesma lógica do item anterior, porém devemos calcular o prazo médio dado pelos fornecedores para o pagamento dos produtos e serviços adquiridos.”(SEBRAE 2013 p 73)

QUADRO 12: CALCULO DO PRAZO MÉDIO DE COMPRAS

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média ponderada
A vista	90	0	0
Prazo 01	10	30	30
		Prazo médio total	30 dias

Fonte: Autor

3.12 NECESSIDADE MÉDIA DE ESTOQUE

Necessidade de estoque é quando há produção de algum bem teria que haver um estoque de segurança, porém como neste plano de negócio o assunto é uma academia de musculação não há necessidade de estoque por não ser uma indústria.

QUADRO 13: NECESSIDADE DE ESTOQUE

			Número de dias
Necessidade média de estoque			ZERO

Fonte: Autor

3.13 NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO EM DIAS

“Compreende a diferença entre os recursos da empresa que se encontram fora do seu caixa (contas a receber + estoques) e os recursos de terceiros no caixa da empresa (fornecedores). Se positivo, o resultado indica o número de dias em que o caixa ficará descoberto, se negativo pode apontar que os recursos financeiros originados pelas vendas entram no caixa antes que sejam efetuados os pagamentos.”(SEBRAE p 2013 74)

QUADRO 14: NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO

Recurso da empresa fora de seu caixa	Nº de dias
Contas a receber – prazo médio de vendas	30 dias
Estoque - necessidade média de estoques	0 dias
SUBTOTAL 1	30 dias
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
Fornecedores prazo médio de compras	30 dias
SUBTOTAL 2	30 dias
Necessidade líquida de capital de giro em dias subtotal1 – subtotal 2	21 dias

Fonte: Autor

3.14 CAIXA MÍNIMO DA EMPRESA

QUADRO 15: CAIXA MÍNIMO DA EMPRESA

1 Custo fixo mensal	R\$ 8.258,57
2 Custo variável mensal	R\$ 9.529,12
3 Custo total da empresa (item 1 + 2)	R\$ 17.787,69
4 Custo total diário (item 3 / 30 dias)	R\$ 592,92
5 Necessidade líquida de capital de giros em dias	21 dias
Total caixa mínimo	R\$ 12.451,38

Fonte: Autor

De acordo com os dados acima o caixa mínimo necessário para a cobertura dos custos da empresa para um período de 21 dias é de R\$ 9.551,73.

3.15 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

De acordo com os dados acima o caixa mínimo necessário para a cobertura dos custos da empresa para um período de 21 dias é de R\$ 12.451,38.

QUADRO 16: INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$
Despesas de legislação	R\$550,00
Obras civis e /ou reforma	R\$2.000,00
Divulgação	R\$21.240,00
Cursos e treinamentos	R\$-
Outras despesas	R\$-
TOTAL	R\$23.790,00

Fonte: Autor

3.16 INVESTIMENTO TOTAL

QUADRO 17: INVESTIMENTO TOTAL

Estimativa dos investimentos fixos	113.439,56	61,06
Capital de giro	9.529,12	5,12
Estimativa dos custos com mão de obra	10.018,00	5,39
Estimativa dos custos fixos e operacionais mensais	26.005,12	13,99
Estimativa dos investimentos pré-operacionais	26.790,00	14,42
TOTAL	185.781,80	100

Fonte: Autor

3.17 FONTE DE RECURSOS

QUADRO 18: FONTE DE RECURSOS

FONTES DE RECURSOS	VALOR R\$	(%)
Recurso próprios	185.781,80	100%
Recurso de terceiros	0	0%
Outros	0	0%
TOTAL (1+2+3)	185.781,80	100%

Fonte: Autor

3.18 ESTIMATIVA DO FATRAMENTO MENSAL DA EMPRESA

QUADRO 19: FONTE DE RECURSOS

QUANTIDADES DE VEZES POR SEMANA	QUANTIDADE ESTIMATIVA DE VENDAS	PREÇO DE VENDA UNITÁRIO (EM R\$)	FATURAMENTO TOTAL (EM R\$)
3	200	R\$ 50,00	R\$ 10.000,00
6	300	R\$ 65,00	R\$ 19.500,00
TOTAL	500	R\$115,00	R\$ 29.500,00

Fonte: Autor

3.19 ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

QUADRO 20: ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

DESCRIÇÃO	%	FATURAMENTO ESTIMADO (QUADRO 5.5)	CUSTO TOTAL
IMPOSTOS/ TRIBUTAÇÃO			
SIMPLES NACIONAL	8,21%	R\$354.000,00	R\$ 29.063,40
SUBTOTAL 1			R\$ 29.063,40
COMISSÕES	0%	R\$354.000,00	R\$-
PROPAGANDA	6,00%	R\$354.000,00	R\$ 21.240,00
TAXA DE ADM DO CARTÃO DE CREDITO	0%	R\$354.000,00	R\$-
SUBTOTAL 2	6%	R\$354.000,00	R\$-
TOTAL (SUBTOTAL 1+2)		R\$4.000,00	R\$ 50.303,40

Fonte: Autor

3.20 ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA

QUADRO 21: ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA

FUNÇÃO	Nº DE EMPREGADOS	SALÁRIO MENSAL (R\$)	(%) DE ENCARGOS SOCIAIS	ENCARGOS SOCIAIS (R\$)	TOTAL (R\$)
PROFESSOR	2	R\$1.980,00			R\$1.980,00
RECEPCIONISTA	2	R\$1.700,00			R\$1.700,00
FAXINEIRAS	1	R\$880,00			R\$880,00
PRÓ LABORE	1	R\$5.000,00	11%	R\$550,00	R\$5.550,00
TOTAL					R\$10.110,00

Fonte: Autor

3.21 ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM DEPRECIAÇÃO

QUADRO 22: ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM DEPRECIAÇÃO

ATIVOS FIXOS	VALOR DO BEM (R\$)	VIDA UTIL EM ANOS	DEPRECIAÇÃO ANUAL (R\$)	DEPRECIAÇÃO MENSAL (R\$)
MAQUINAS	R\$101.194,00	10	R\$10.119,94	R\$843,28
OBRA CIVIS E REFORMAS	R\$ -	0	R\$-	R\$-
MOVEIS	R\$5.600,00	10	R\$560,00	R\$46,66
COMPUTADORES	R\$8.121,56	3	R\$2.707,18	R\$225,59

Fonte: Autor

3.22 ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENS AIS

QUADRO 23: ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENS AIS

DESCRIÇÃO	CUSO TOTAL MEMSAL EM (R\$)
ALUGEL	R\$ 2.000,00
AGUA	R\$ 150,00
ENERGIA	R\$ 200,00
TELEFONE / INTERNET	R\$ 150,00
MATERIAL DE LIMPEZA	R\$ 150,00
HONORARIOS DO CONTADOR	R\$ 600,00
DEPRECIACÃO DO QUADRO 5.10	R\$ 13.100,00
SALARIOS +ENCARGOS	R\$ 10.110,00
TOTAL	R\$ 23.210,00

Fonte: Autor

3.23 DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

QUADRO 24: ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENS AIS

QUADRO	DESCRIÇÃO	(R\$)	%
11	1. RECEITA TOTAL COM VENDAS	R\$ 29.500,00	8,33%
	2.CUSTOS VARIAVEIS TOTAIS	R\$ 2.000,00	0,56%
	(-) CUSTOS COM MATERIAIS DIRETOS E/ OU CMV(*)	R\$ -	0%
5.7 (SUBTOTAL 1)	(-) GASTOS COM VENDAS	R\$ 21.240,00	6%
	SUBTOTAL DE 2	R\$ 21.240,00	6%
	3. MARGEN DE CONTRIBUIÇÃO (1-2)	R\$ 550,00	0,15%
5.11.	4. (-) CUSTOS FIXOS TOTAIS	R\$ 25.246,59	6,55%
	5. RESULTADO OPERACIONAL (LUCRO/PREJUIZO) (3-4)	R\$ 47.036,59	13,27%

Fonte: Autor

3.24 INDICADORES DE VIABILIDADE

São indicadores financeiros, calculados com base nos valores que tem como objetivo mostrar a viabilidade do negócio da forma como está sendo apresentado, são em sua maioria obtidos a partir das fórmulas matemáticas que esta apresentado abaixo.

3.24.1 Ponto de equilíbrio

Representa o que a empresa terá que faturar para pagar suas despesas, representa também a partir de qual momento a empresa cobrirá totalmente os custos e passará a ter lucro.

$$PE = \frac{\text{CUSTOS FIXOS TOTA}}{\text{INDICE DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO}}$$

INDICE DA MARGEM

$$\text{MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO} = \frac{(\text{RECEITA TOTAL} - \text{CUSTOS VARIÁVEL TOTAL})}{\text{RECEITA TOTAL}}$$

VALORES ANUAIS:

Receita TOTAL	R\$ 354.000,00
Custo variável TOTAL	R\$ 2.000,00
Custo fixo TOTAL:	R\$ 302.959,08

$$\text{INDICE DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO} = \frac{\text{R\$ } 354.000,00 - \text{R\$ } 2.000,00}{354.000,00} = 0,99$$

$$PE = \frac{\text{R\$ } 302.959,08}{0,99} = \text{R\$ } 306.019,27$$

E necessário que a empresa tenha uma receita anual de R\$ 306.019,27 ao ano para cobrir todos os seus custos.

3.25 LUCRATIVIDADE

É o valor percentual que representa a relação entre o lucro líquido da empresa e a receita total e pode ser calculado da seguinte forma:

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Total}} \times 100 = \text{Percentual de Lucratividade}$$

$$\text{Lucratividade} = \frac{47.980,73 \times 100}{354.000,00} = 13,5\%$$

Demonstra que sob os R\$ 354.000,00 de receita total “sobraram” R\$ 47.980,73 na forma de lucro, depois de pagar todas as despesas e impostos, o que indica uma lucratividade de 13,5% ao ano.

3.26 RENTABILIDADE

É o valor percentual que representa a relação entre o lucro líquido da sua empresa e investimento total e pode ser calculado da seguinte forma:

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido} \times 100}{\text{Investimento Total}} = \text{Percentual de Rentabilidade}$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{47.980,73 \times 100}{185.781,80} = 25,82\%$$

Indica que a cada ano o empresário recupera 25,82% do valor investido através dos lucros obtidos no negócio.

3.27 PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}}$$

$$\text{Prazo de retorno do investimento} = \frac{185.781,80}{47.980,73} = 3,87$$

Isso significa que com um arredondamento 4 anos após o início das atividades da empresa, o empreendedor terá recuperado, sob a forma de lucro, tudo que gastou com a montagem e manutenção do negócio.

3.28 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

Os dados do quadro da construção de cenários no anexo 2 Quadro 25 na pagina 42. Onde se apresenta um quadro com três tipos de cenários que são o Otimista o Pessimista e o Provável esses cenários são para poder enxergar os três ângulos onde uma empresa pode se enquadrar.

3.29. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

3.29.1 Análise de matriz SWOT

QUADRO 26: Análise de SWOT

	FATORES INTERNOS (CONTROLÁVEIS)	FATORES EXTERNOS (INCONTROLÁVEIS)
PONTOS FORTES	<p>FORÇAS</p> <p>Por ser uma academia nova na região; Ter um preço acessível; Por ter equipamentos novos; Horário de funcionamento das 06:00 as 22:00;</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>No plano diretor da cidade é na região norte onde se localiza a academia; Estar perto do concorrente; O crescimento da cidade está localizado na região</p>
PONTOS FRACOS	<p>FRAQUEZAS</p> <p>Está entrando no mercado recentemente; Não ter muitos equipamentos;</p>	<p>AMEAÇAS</p> <p>Ter um concorrente na mesma região; Obter novos concorrentes futuros;</p>

Fonte: Autor

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Bem de acordo com os índices de viabilidade o ponto de equilíbrio diz que é necessário que a empresa tenha uma receita anual de R\$ 306.019,27 ao ano para cobrir todos os seus custos.

A lucratividade diz que sob os R\$ 354.000,00 de receita total “sobraram” R\$ 47.980,73 na forma de lucro, depois de pagar todas as despesas e impostos, o que indica uma lucratividade de 13,5% ao ano.

A rentabilidade relata que a cada ano, o empresário recupera 25,82% do valor investido através dos lucros obtidos no negócio.

O prazo de retorno deste investimento conclui que com um arredondamento 4 anos após o início das atividades da empresa, o empreendedor terá recuperado, sob a forma de lucro, todo que gastou com a montagem do negócio.

Na construção de cenários, no cenário pessimista depois de ter pagado todas as dívidas e todos os funcionários a empresa ainda terá uma lucratividade de 4% ao ano. No cenário provável depois de já ter pago todas as despesas e mão de obra, a empresa ainda terá um lucro anual de 13,5%. E já no cenário otimista a empresa depois de ter pagado todas as despesas fixas e variáveis, a mesma ainda terá uma lucratividade de 15,6% ao ano.

Segundo análise da matriz SWOT, podemos identificar que temos mais pontos fortes do que fracos, chegando a conclusão que o plano de negócio tem sim viabilidade econômica.

Os estudos sobre os fornecedores são de um histórico confiável, para que não haja um constrangimento na entrega dos equipamentos e acessórios.

As informações sobre os clientes e concorrentes são de exuma importância, para as tomadas de decisões, pois serão sobre esses dados que saberemos se tem viabilidade econômica para a implantação de uma empresa.

Sobre a importância dos cálculos que foram executados neste projeto tivemos muitas dificuldades para poder realizá-los, porém foi de muita importância para a conclusão deste trabalho, pois sem esses cálculos não conseguiríamos chegar aonde chegamos e com o resultado que obtemos, onde se pode observar que é gradativamente uma sequencia de cálculos que não devemos- nos perder em nenhum deles, para que não haja um resultado irreal.

A importância de se fazer um plano de negócio como um trabalho de conclusão de curso é que quase não se tem esse tipo de projeto como um TCC, outros alunos terão acesso a esse trabalho, e será uma ferramenta muito útil para esses novos acadêmicos que estão por vir afim de que se façam projetos semelhantes a este, tendo em vista outras visões.

REFERÊNCIAS

KOTLER, Philip **Administração de marketing**: Edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

MAGALHÃES, Marcos Felipe. **Planejamento de marketing conhecer, decidir e agir** 2007.

SABA, Fabio. **Gestão em atendimento**: manual prático para academias e centros esportivos. 2. ed. rev. e atual. Barueri/SP: Manole, 2012.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 6ª edição. São Paulo: Atlas, 2008.

MARTINS JUNIOR, J. **Como escrever trabalhos de conclusão de curso: instruções para planejar e montar, desenvolver, concluir, redigir e apresentar trabalhos, monografias e artigos**. 5ª edição. Petrópolis: Vozes, 2011.

MATIAS-PEREIRA, J. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 2012.

www.sebrae.com.br Data de acesso 02/03/2015

www.brasil.gov.br Data de acesso; 10/11/2015

www.calculador.com.br Data de acesso; 15/11/2015

www.censo2010.ibge.gov.br Data de acesso 05/08/2015

www.cidades.ibge.gov.br Data de acesso 09/08/2015

www.normaslegais.com.br Data de acesso; 26/11/2015

ANEXO 1

QUADRO 6 MÓVEIS E EQUIPAMENTOS

ORÇAMENTO			
QUANT.	PRODUTO	V.UNIT	V.TOTAL
04 PÇ	Esteira lx classic 3.0 movement	R\$5.990,00	R\$ 23.960,00
02 PÇ	Bicicleta u bike movement	R\$6.390,00	R\$ 2.780,00
02 PÇ	Eliptico lx 140 movement	R\$7.490,00	R\$14.980,00
01 PÇ	Banco supino reto	R\$983,00	R\$ 983,00
01 PÇ	Banco supino inclinado	R\$ 1.220,00	R\$1.220,00
01PÇ	Máquina borboleta	R\$3.854,00	R\$3.854,00
01PÇ	Cross over	R\$4.770,00	R\$4.770,00
01PÇ	Pulley alto c/pulley baixo	R\$4.067,00	R\$4.067,00
01PÇ	Banco rosca scott	R\$943,00	R\$943,00
02PÇ	Banquinho simples	R\$438,00	R\$876,00
02PÇ	Banquinho c/regulagem	R\$786,00	R\$1.572,00
01PÇ	Desenvolvimento articulado	R\$2.235,00	R\$2.235,00
01PÇ	Flexor de quadril c/paralela e barra fixa	R\$1.073,00	R\$1.073,00
01PÇ	Banco extensor mod.novo	R\$4.325,00	R\$4.325,00
01PÇ	Banco flexor sentado	R\$4.325,00	R\$4.325,00
01PÇ	Leg press 45º	R\$3.480,00	R\$3.480,00
01PÇ	Panturrilha sentada	R\$1.033,00	R\$1.033,00
01PÇ	Suporte p/agachamento	R\$854,00	R\$854,00
01PÇ	Agachamento smith c/rol linear	R\$3.534,00	R\$3.534,00
01PÇ	Ap.de adução e abdução	R\$4.130,00	R\$4.130,00
500KG	Anilhas pintadas	R\$4,90	R\$2.450,00
03PÇ	Barra 1,85 mt	R\$110,00	R\$330,00
01PÇ	Barra w	R\$100,00	R\$100,00
01PÇ	Barra h	R\$80,00	R\$80,00
01PÇ	Barra reta giratória	R\$45,00	R\$45,00
01PÇ	Barra v p/tríceps	R\$35,00	R\$35,00
01PÇ	Protetor de barras	R\$40,00	R\$40,00
05PÇ	Colchonetes courvin	R\$46,00	R\$230,00
01KIT	Halteres bola 1 a 10kg c/suporte tipo torre	R\$1.359,00	R\$1.359,00
01PÇ	Corda p/tríceps	R\$55,00	R\$55,00
01PÇ	Catraca biométrica	R\$3.300,00	R\$3.300,00
04PÇ	Armarios de aço	R\$500,00	R\$2.000,00
04PÇ	Ventilador de parede	R\$369,00	R\$1.476,00
01PÇ	Balcão para recepção	R\$300,00	R\$300,00
SUBTOTAL		R\$68.263,90	R\$106.794,00

Fonte: Autor

ANEXO 2

QUADRO 25: CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO

QUADRO	DESCRIÇÃO	CENÁRIO PROVAVEL		CENÁRIO PESSIMISTA		CENÁRIO OTIMISTA	
		VALOR (R\$)	(%)	VALOR (R\$)	(%)	VALOR (R\$)	(%)
5.5	1. Receita total com vendas	354.000,00	100	310.000,00	87.6	360.000,00	101
	2. Custo variável total	2.000,00	0.6	2.000,00	0.7	2.000,00	0.6
5.8	(-) Custo com materiais diretos e ou CMV	0	0				
5.7. (subtotal 1)	(-) Impostos sobre vendas	29.063,40	8.21	25.451,00	8,21	29.063,40	8.1
5.7. (subtotal 2)	(-) Gastos com vendas	21.240,00	6	21.240,00	6.9	21.600,00	6
	Subtotal 2	50.303,40	14.2	46.691,00	15	50.663,40	14
	3. Margem de contribuição (1-2)	29.063,40	8.21	25.451,00	8,21	29.063,40	8.1
5.11.	4.(-) Custos fixos totais	302.959,08	85.5	297.346,68	95.9	303.679,08	84.
	5. Lucro/prejuízo operacional (3-4)	47.980,73	13.5	12.653,32	4	56.320,92	15,6

Fonte: Autor

ANEXO 6 - TABELA DO SIMPLES NACIONAL (Vigência a Partir de 01.01.2012)

TABELA 1 - TABELA DO SIMPLES NACIONAL – 2012

Receita Bruta em 12 meses (em R\$)	Alíquota	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ISS
Até 180.000,00	6,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,00%	2,00%
De 180.000,01 a 360.000,00	8,21%	0,00%	0,00%	1,42%	0,00%	4,00%	2,79%
De 360.000,01 a 540.000,00	10,26%	0,48%	0,43%	1,43%	0,35%	4,07%	3,50%
De 540.000,01 a 720.000,00	11,31%	0,53%	0,53%	1,56%	0,38%	4,47%	3,84%
De 720.000,01 a 900.000,00	11,40 %	0,53%	0,52%	1,58%	0,38%	4,52%	3,87%
De 900.000,01 a 1.080.000,00	12,42%	0,57%	0,57%	1,73%	0,40%	4,92%	4,23%
De 1.080.000,01 a 1.260.000,00	12,54%	0,59%	0,56%	1,74%	0,42%	4,97%	4,26%
De 1.260.000,01 a 1.440.000,00	12,68%	0,59%	0,57%	1,76%	0,42%	5,03%	4,31%
De 1.440.000,01 a 1.620.000,00	13,55%	0,63%	0,61%	1,88%	0,45%	5,37%	4,61%
De 1.620.000,01 a 1.800.000,00	13,68%	0,63%	0,64%	1,89%	0,45%	5,42%	4,65%
De 1.800.000,01 a 1.980.000,00	14,93%	0,69%	0,69%	2,07%	0,50%	5,98%	5,00%
De 1.980.000,01 a 2.160.000,00	15,06%	0,69%	0,69%	2,09%	0,50%	6,09%	5,00%
De 2.160.000,01 a 2.340.000,00	15,20%	0,71%	0,70%	2,10%	0,50%	6,19%	5,00%
De 2.340.000,01 a 2.520.000,00	15,35%	0,71%	0,70%	2,13%	0,51%	6,30%	5,00%
De 2.520.000,01 a 2.700.000,00	15,48%	0,72%	0,70%	2,15%	0,51%	6,40%	5,00%
De 2.700.000,01 a 2.880.000,00	16,85%	0,78%	0,76%	2,34%	0,56%	7,41%	5,00%
De 2.880.000,01 a 3.060.000,00	16,98%	0,78%	0,78%	2,36%	0,56%	7,50%	5,00%
De 3.060.000,01 a 3.240.000,00	17,13%	0,80%	0,79%	2,37%	0,57%	7,60%	5,00%
De 3.240.000,01 a 3.420.000,00	17,27%	0,80%	0,79%	2,40%	0,57%	7,71%	5,00%
De 3.420.000,01 a 3.600.000,00	17,42%	0,81%	0,79%	2,42%	0,57%	7,83%	5,00%

Fonte: Receita Federal

