

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

LEANDRO MACEDO PAIVA

**PLANO DE NEGÓCIO PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA ACADEMIA DE
GINÁSTICA E MUSCULAÇÃO EM FLORIANÓPOLIS /SANTA CATARINA/
BRASIL.**

**FLORIANOPOLIS-SC
2007**

LEANDRO MACEDO PAIVA

**PLANO DE NEGÓCIO PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA ACADEMIA DE
GINÁSTICA E MUSCULAÇÃO EM FLORIANÓPOLIS/SANTA CATARINA/
BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Estágio apresentado à disciplina Estágio Supervisionado - CAD 5236, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração da Universidade Federal de Santa Catarina. Área de concentração de Administração Geral e Empreendedorismo.

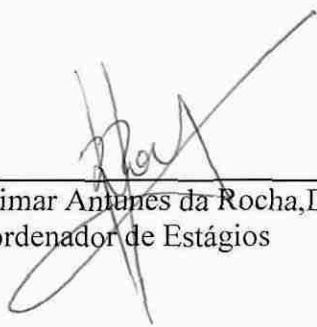
Professor Orientador: Pedro da Costa Araújo

**FLORIANÓPOLIS-SC
2007**

LEANDRO MACEDO PAIVA


**PLANO DE NEGÓCIO PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA ACADEMIA DE
GINÁSTICA E MUSCULAÇÃO EM FLORIANÓPOLIS/SANTA CATARINA/
BRASIL**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado e aprovado em sua forma final pela Coordenadoria de Estágios do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, em 16 de julho de 2007.




Prof. Rudimar Aníbal da Rocha, Dr.
Coordenador de Estágios

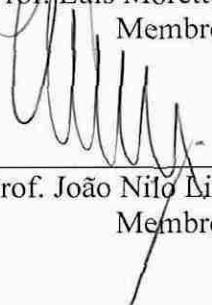
Apresentada à Banca Examinadora integrada pelos professores:



Prof. Pedro da Costa Araújo, Msc
Orientador



Prof. Luís Moretto Neto, Dr.
Membro



Prof. João Nilo Linhares, Msc
Membro

AGRADECIMENTOS

Agradeço a **Deus** por te me colocado em uma família tão especial e maravilhosa a qual faço parte há 25 anos. Desta forma agradeço a meu pai **Edson Vilain Paiva**, minha mãe **Ana Lucia Macedo Paiva**, por serem pessoas tão importantes e participativas em toda minha vida e que em momento algum me decepcionaram..

Agradeço ainda a meus irmãos Daniel Macedo Paiva e Eduardo Macedo Paiva (Dudu), por sempre estarem presentes nos momentos bons e ruins e minha trajetória.

Agradeço ainda a minha namorada Mariana Stahelin Moschetta, por todo amor e atenção por mim e por todos os momentos felizes que estamos vivendo.

Agradeço muito a todos meus professores, que me auxiliaram e ajudaram a construir meu conhecimento e habilidades como administrador e agradeço em especial ao meu orientador *Pedro Araújo*, que muita atenção e dedicação prestou para a elaboração do trabalho que apresento, além de torcer para um dos meus times do coração (Figueira).

Agradeço ainda a todos meus amigos, inclusive ao Junior, por ter dedicado muito apoio e atenção nas horas que precisei.

Muito obrigado a todos vocês!

RESUMO

PAIVA, Leandro Macedo. **Plano de negócio para implantação de uma academia de ginástica e musculação em Florianópolis / Santa Catarina / Brasil.** 2007. 95f. Trabalho de Conclusão de Estágio (Graduação em Administração) - Curso de Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

O presente trabalho refere-se a um plano de negócio desenvolvido com o objetivo de detectar a viabilidade de abertura de uma academia de ginástica e musculação, na região do Bairro de Capoeiras, em Florianópolis (SC). Para chegar à análise dos objetivos propostos aplicou-se uma pesquisa mercadológica do tipo descritiva e exploratória, onde com um total 201 questionários foi possível observar o perfil e a aceitação do público alvo da academia. Fez-se com isso uma pequena análise do mercado consumidor, identificando preferências, exigências e prioridades, chegando a um resultado em que grande parte dos pesquisados seriam alunos de uma nova academia. Foi feita ainda, uma abordagem teórica sobre os aspectos mercadológicos, jurídicos, legais, técnicos, administrativos e financeiros que envolvem o tema abordado. Fez-se ainda uma análise da estrutura, responsabilidades, atividades e salários na academia proposta, além de uma abordagem de alguns aspectos técnicos como a localização, espaço físico, móveis, utensílios, equipamentos e aparelhagem que compõem a estrutura do negócio. Após isso foi feita uma análise econômica e financeira, calculando desta forma os investimentos, custos, receitas, mão - de - obra, preço de venda e ainda alguns índices para medir a rentabilidade ou a lucratividade do empreendimento proposto.

PALAVRAS-CHAVE: Plano de negócio. Mercado. Academia.

ABSTRACT

The present paper is a business plan that was developed with the objective of detecting the viability of a gymnastic and body building academy, in the neighborhood of Capoeiras in Florianópolis, Brazil. In order to obtain an accurate analysis the proposed objectives, a descriptive and exploratory market research was used. With a total of 201 questionnaires it became possible to determine the profile and acceptability of the consumer group for the academy. With this a short description of the possible market was obtained identifying its preferences, demands and priorities, coming up with the result that the majority of the people questioned would become customers of a new academy. A detailed study of marketing, legal, *technical, financial and administrative aspects* was also done as well as one on the required structure, responsibilities, activities and salaries. This study also focused on the necessary physical space, localization, furniture and necessary equipment needed for such a business. This done, an economical and financial analysis, calculating the required investment, the operational costs, income, cost of labor, selling prices and some ratios of profitability "rentability" of the proposed business.

LISTA DE TABELAS

TABELA 01: Sexo da amostra.....	41
TABELA 02: Faixa etária.....	42
TABELA 03: Renda.....	43
TABELA 04: Nível de escolaridade.....	44
TABELA 05: Rua de Capoeiras onde reside.....	45
TABELA 06: Praticantes de exercício físico ou esporte.....	46
TABELA 07: Exercícios que já praticou ou acha interessante.....	47
TABELA 08: Grau de interesse.....	48
TABELA 09: Fator determinante na escolha.....	49
TABELA 10: Principal motivo a praticar ginástica ou musculação.....	51
TABELA 11: Melhor horário.....	52
TABELA 12: Frequência que acha importante.....	53
TABELA 13: Grau de satisfação.....	54
TABELA 14: O que deveria ser melhorado ou está pior.....	55
TABELA 15: Valor da mensalidade.....	56
TABELA 16: Você seria aluno de uma nova academia?.....	57

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01: Sexo da amostra	41
GRÁFICO 02: Faixa etária.....	42
GRÁFICO 03: Renda	43
GRÁFICO 04: Nível de escolaridade.....	44
GRÁFICO 05: Rua de Capoeiras onde reside	46
GRÁFICO 06: Praticantes de exercício físico ou esporte.....	47
GRÁFICO 07: Exercícios que já praticou ou acha interessante.....	48
GRÁFICO 08: Grau de interesse.....	49
GRÁFICO 09: Fator determinante na escolha	50
GRÁFICO 10: Principal motivo a praticar ginástica ou musculação.....	51
GRÁFICO 11: Melhor horário.	52
GRÁFICO 12: Frequência que acha importante	53
GRÁFICO 13: Grau de satisfação	54
GRÁFICO 14: O que deveria ser melhorado ou está pior.....	55
GRÁFICO 15: Valor da mensalidade.....	57
GRÁFICO 16: Você seria aluno de uma nova academia?	58

LISTA DE QUADROS

QUADRO 01: Quadro Funcional.....	66
QUADRO 02: Horário das atividades.....	69
QUADRO 03: Móveis e utensílios.....	74
QUADRO 04: Equipamentos.....	75
QUADRO 05: Aparelhagem.....	75
QUADRO 06: Custos para registro.....	76
QUADRO 07: Total de Investimentos Fixos.....	76
QUADRO 08: Depreciação.....	77
QUADRO 09: Mão de obra direta.....	78
QUADRO 10: Custos fixos.....	78
QUADRO 11: Custos variáveis.....	79
QUADRO 12: Investimentos iniciais.....	80
QUADRO 13: Receita mensal.....	81
QUADRO 14: Resultado operacional.....	81
QUADRO 15: Lucratividade.....	82
QUADRO 16: Rentabilidade.....	82
QUADRO 17: Período Payback.....	83
QUADRO 18: Ponto de equilíbrio.....	83

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1: Organograma da academia	70
---	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 TEMA E PROBLEMA.....	13
1.2 OBJETIVOS.....	14
1.3 OBJETIVO GERAL.....	14
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
1.5 JUSTIFICATIVA	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	16
2.1 ANÁLISE DA OPORTUNIDADE.....	16
2.2 PLANO DO NEGOCIO	17
2.3 ASPECTOS JURÍDICOS E LEGAIS.....	20
2.4 ASPECTOS MERCADOLÓGICOS	22
2.4.1 Consumidores	23
2.4.2 Concorrência.....	24
2.5 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	24
2.5.1 Estrutura Organizacional	25
2.5.2 Organograma	25
2.6 ASPECTOS TÉCNICOS.....	25
2.6.1 Estudo da localização	25
2.6.2 Tamanho	26
2.7 ANALISE ECONÔMICA E FINANCEIRA.....	26
2.7.1 Investimentos iniciais	27
2.7.2 Custos, receitas e lucro	28
2.7.3 Fluxo de caixa.....	29
2.7.4 Ponto de equilíbrio	30
2.7.5 Índices de rentabilidade	30
3 METODOLOGIA.....	32
3.1 TIPO DA PESQUISA.....	32
3.2 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	33
3.3 TIPOS DE DADOS.....	33
3.4 INSTRUMENTO DE COLETA	33
3.5 DELIMITAÇÕES DO UNIVERSO DA PESQUISA.....	34
3.6 TAMANHO DA AMOSTRA	34

3.7 LOCAL E DURAÇÃO DA APLICAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS	35
4. O PLANO DE NEGÓCIO	36
4.1 O NEGÓCIO	36
4.2 DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS	36
4.3 ASPECTOS JURÍDICOS E LEGAIS	37
4.3.1 Registro como ME ou EPP e tributos devidos	37
4.3.2 Impostos trabalhistas	38
4.3.3 Conselho Federal de Educação Física e Inscrição da Empresa	39
4.4 ASPECTOS MERCADOLÓGICOS	40
4.4.1 Mercado consumidor	41
4.4.2 Análise de concorrentes	58
4.4.3 Fornecedores	62
4.5 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	64
4.5.1 Estrutura da organização	65
4.5.2 Responsabilidades, atividades e salários	66
4.5.3 Funcionamento e serviços	68
4.5.4 Organograma	69
4.6 ASPECTOS TÉCNICOS	70
4.6.1 Estudo da localização	71
4.6.2 Tamanho da academia	72
4.6.3 Móveis e utensílios	72
4.6.4 Equipamentos	72
4.6.5 Aparelhagem	73
4.7 ASPECTOS FINANCEIROS	74
4.7.1 Investimentos fixos	74
4.7.2 Depreciação	76
4.7.3 Custos	77
4.7.4 Valor dos serviços	79
4.7.5 Valor da mensalidade	79
4.7.6 Investimento inicial	80
4.7.7 Receita e resultado operacional	81
4.7.8 Lucratividade	82
4.7.9 Rentabilidade	82
4.7.10 Período Payback	83

4.7.11 Ponto de equilíbrio	83
5 CONCLUSÃO.....	84
6 REFERÊNCIAS	86
APÊNDICE	88
ANEXO.....	91

1 INTRODUÇÃO

1.1 TEMA E PROBLEMA

Vivemos num país onde é muito grande o número de empresários que se arriscam ao abrir seu próprio negócio, onde segundo pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor-Gem (2005), o Brasil está entre os sete países do mundo que mais empreendem, onde quase 99% destes novos empreendimentos são constituídos por micro ou pequena empresa, chegando, segundo o mesmo relatório, a quase 17 milhões de empresas no país.

No entanto, no ano de 2000, segundo SEBRAE (2004), o número de empresas que decretaram falência chegou a quase sessenta por cento do total, em um período de três anos de inauguração do empreendimento, isso nos mostra uma alta taxa de mortalidade entre as micro e pequenas empresas no Brasil.

Os problemas mais comuns surgem logo após a inauguração de grande parte nas empresas no Brasil, estes surgem devido ao comportamento empreendedor pouco desenvolvido, planejamento pouco estudado antes da abertura do negócio, pouco apoio do governo às micro e pequenas empresas, de acordo com uma conjuntura política e econômica defasada e ainda problemas pessoais dos sócios e proprietários que levam a desistência do negócio antes mesmo de meia década de existência da organização.

Com a redução que se observa no Brasil em relação aos postos formais de trabalho e com as taxas de desemprego chegando a quase 11% (O ESTADÃO, 2007) o empreendedorismo surge como uma alternativa de carreira dos administradores e também de sobrevivência.

Portanto o presente trabalho verifica se é viável ou não a abertura de uma academia de musculação na região de Florianópolis (SC), no bairro de Capoeiras, considerando o primeiro semestre de 2007.

Este tema foi escolhido porque se pretende colocar em prática os conhecimentos adquiridos durante o curso de Administração e para isso este plano de negócio aborda os aspectos administrativos, mercadológicos, financeiros, técnico e jurídico-legal que envolvem a abertura de uma academia de ginástica e musculação.

1.2 OBJETIVOS

Para apresentar o estudo sobre a viabilidade de abertura da academia e responder a tal questão, dividiremos o trabalho em: objetivo geral e específico, para que, a partir de uma questão norteadora possamos ter uma base para responder as demais questões que possam surgir.

1.3 OBJETIVO GERAL

Elaborar um plano de negócio para detectar a viabilidade de abertura de uma academia de ginástica e musculação, na região do Bairro de Capoeiras, em Florianópolis (SC).

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Verificar os aspectos jurídicos e legais que envolvem a abertura do negócio;
- b) Medir a aceitação da população residente no Bairro de Capoeiras e região, quanto à abertura de uma nova academia.
- c) Analisar os aspectos administrativos para a abertura de uma academia de ginástica e musculação.
- d) Estudar os aspectos econômicos e financeiros do plano de negócio

1.5 JUSTIFICATIVA

De acordo com o ponto de vista acadêmico, Castro (1997) diz que, para um estudo ser justificável deve atender a três critérios básicos, os quais seguem: a importância, a originalidade e a viabilidade para a realização do mesmo.

O presente trabalho contribui para a aplicação e prática das capacidades empreendedoras, desenvolvidas durante o curso de Administração, como também se faz essencial para analisar de forma eficiente, todo processo de abertura de um negócio, nesse caso específico, uma academia, e dessa forma possibilitar a minimização dos riscos de insucesso da mesma. Para justificar isso é possível tomar como exemplo as inúmeras

empresas que vão à falência logo após sua abertura, muitas vezes por falta de um planejamento adequado do empreendedor.

O estudo ainda pode ser considerado viável á medida que temos uma oportunidade de fazer este estudo, de acordo com as orientações e exigências da disciplina de Estagio Supervisionado (CAD 5400), bem como a proximidade geográfica da região o dos possíveis clientes que se pretende estudar. Além disso, para a busca das informações externas, tais como fornecedores, concorrentes, questões legais, políticas, custos, não será tarefa muito difícil de levantar já que há grande apoio de órgãos como o SEBRAE (Serviço de Apoio as Micro e Pequenas Empresas), além da própria internet.

Pode-se ainda considerar este estudo original, pois é desconhecido qualquer tipo de estudo neste direcionamento, visto que não temos informações sobre estudos semelhantes nas academias da região estudada.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 ANÁLISE DA OPORTUNIDADE

De acordo com Dornelas (2001), um dos mitos a respeito de novas idéias de negócio é que elas necessitam ser únicas, o que não é correto, pois o mais importante é como o empreendedor as utiliza em comparação aos seus concorrentes, de que maneira essas idéias fazem a empresa crescer, por isso o que conta não é ser o primeiro a identificar uma necessidade de mercado, e sim saber como atende - lá antes que outros o façam.

É importante ainda saber qual o momento correto de desenvolver a idéia, pois deve-se analisar se aquilo que estamos desenvolvendo e projetando não está ultrapassado ou obsoleto, como explica Dornelas (2001), pois existem mercados que evoluem muito rápido e apresentam inovações de difícil controle e de complexidades consideráveis.

Outro ponto que deve ser analisado com muita cautela é se aquilo que está sendo proposto pelo empreendedor é de grande conhecimento e paixão do mesmo, pois segundo Dornelas (2001) muitos empreendimentos são inaugurados sem que se tenha domínio do mercado de atuação, realizados apenas de acordo com o potencial de lucro que ele pode gerar ou apenas porque o indivíduo possui uma “simpatia” pelo assunto. Nesse sentido o autor afirma que em primeiro lugar está a paixão pelo negócio, e ganhar dinheiro será uma consequência se tudo for feito da melhor forma possível.

Ainda segundo Dornelas (2001) qualquer oportunidade de negócio deve ser analisada pelos seguintes aspectos: qual o mercado produto ou serviço atendem qual o retorno econômico que ele proporciona quais as vantagens competitivas que ele pode trazer ao negócio, qual a equipe capaz de transformar essa oportunidade em um negócio realmente viável e até que ponto o empreendedor está comprometido com o negócio.

Segundo o critério de escolha de mercado a atuar, citado pelo autor, devemos ainda mensurar alguns pontos importantes, tais como: as necessidades dos clientes, o valor gerado aos usuários e o ciclo de vida de seu produto ou serviço, a estrutura do mercado, tamanho do mercado, taxa de crescimento do mercado e participação possível no mesmo. Devemos ainda segundo o autor, realizar uma análise econômico, para identificar os lucros mediante os impostos, o tempo para o ponto de equilíbrio e fluxo de caixa positivo, retorno potencial sobre o investimento e as necessidades de capital inicial.

Além disso, devem-se mensurar as vantagens competitivas que o determinado negócio pode nos oferecer em relação à produção, marketing, distribuição, preços, custos,

cadeia de fornecedores e de distribuição, regulamentação e leis favoráveis, vantagens tecnológicas e vantagens contratuais ou legais, além de uma análise minuciosa da equipe gerencial, e nesse sentido analisar as experiências, competências, habilidades, formação profissional e o possível envolvimento dos mesmos com o negócio.

2.2 PLANO DO NEGOCIO

Segundo Dornelas (2001), quando se fala em empreendimento, remete-se naturalmente ao termo “plano de negócio”, que é parte fundamental de todo o processo de desenvolvimento de um empreendimento, pois sua principal função é de disponibilizar uma ferramenta de gestão, planejamento e controle das estratégias da empresa a ser criada, o que permite planejar do negócio e minimizar a chance de mortalidade da empresa em seus estágios iniciais.

Segundo o autor, essa ferramenta deve ser utilizada por todo e qualquer empreendedor que almeje transformar um sonho em realidade mediante um raciocínio lógico e racional que se espera de um bom administrador.

O plano de negócio é um documento escrito que tem por objetivo estruturar as principais idéias do negocio a ser criado, além de avaliar o empreendimento do ponto de vista mercadológico, financeiro, técnico, administrativo e legal. O documento em si deverá sintetizar de forma racional as potencialidades do negócio, bem como os riscos associados a ele, desenvolvendo um documento que possa expor a idéia do empreendimento em uma linguagem que os leitores do plano de negocio possam entender e identificar a viabilidade e probabilidade de sucesso do negócio.

Outra característica importante do plano de negócio, segundo Dornelas (2001) é além de demonstrar a situação real da empresa e de que forma se pode atingir o que se propõe no plano no que se refere aos aspectos financeiros, ele deve possuir informações sobre indicadores de mercado, de capacitação interna da empresa e operacionais. Essas informações se fazem essenciais, pois diagnosticam a capacidade da empresa em alavancar seus resultados financeiros em tempos futuros.

Nesse sentido se faz necessário o desenvolvimento de um documento que demonstre a viabilidade de se atingir uma situação futura positiva, que aponte de que forma a organização pretende chegar nesse estágio, enfim, este documento estaria funcionando como um guia prático de controle e planejamento gerencial. É válido lembrar que esse documento

deve estar sujeito a possíveis alterações de acordo com as turbulências do mercado de atuação da empresa.

Segundo Degen (1989), a elaboração do plano de negócio, antes de inaugurar um empreendimento, traz alguns benefícios, tais como reunir todas as idéias de forma ordenada, o que permite uma visão do conjunto de todas as facetas do negócio, evitando a parcialidade que pode induzir aos erros; demonstrar a avaliação de potencial de lucro e crescimento do negócio; examinar as conseqüências de diferentes estratégias competitivas de marketing de vendas, de produção e de finanças e também de um documento para atrair sócios, investidores, fornecedores e clientes á empresa. Além disso, auxilia na orientação de todos os empregados na execução de suas tarefas, de acordo com a estratégia competitiva definida para o negocio e ainda para medir a motivação, o empenho e o conhecimento dos possíveis sócios.

De acordo com Dornelas (2001), podemos elaborar um plano de negocio com a realidade de cada organização, pois não há um roteiro que possa ser aplicado a toda e qualquer organização. Portanto o sugerido pelo autor para a empresa prestadora de serviço segue o modelo iniciando pela capa, seguido do sumário e sumário executivo. Após isso são descritos o negócio e os serviços da empresa, juntamente com o mercado, localização e os concorrentes. Após estas etapas é citada a equipe gerencial, a estrutura funcional, bem como os dados funcionais. Por último são descritos os aspectos financeiros da empresa, onde desta forma são explicitadas as fontes de recursos da organização, os investimentos iniciais, o balanço patrimonial, a análise do ponto de equilíbrio, a demonstração dos resultados, a projeção de fluxo de caixa, a análise de rentabilidade e os anexos.

Na capa devem-se destacar as informações pertinentes á apresentação do plano de negócio, seguido do sumário, utilizado para mostrar como o plano de negócio está estruturado. No sumário executivo é feito um breve resumo do conteúdo do plano de negócio, destacando os principais pontos abordados no documento. Na descrição do negócio, acontece a descrição da empresa em si, mediante seu histórico, crescimento, o faturamento dos últimos anos, a razão social, impostos, estrutura organizacional e legal, localização, parceiros, certificações de qualidade, serviços terceirizados, etc. Na descrição dos serviços, ainda segundo o autor, deve-se abordar a maneira como o serviço é prestado, os fatores tecnológicos envolvidos, os principais clientes, o processo de pesquisa e desenvolvimento envolvido no serviço e ainda, pode conter uma abordagem sobre o nível de satisfação dos clientes da organização.

No caso da análise do mercado, devem-se conter informações sobre o mercado de atuação da organização, citar como o mesmo está segmentado, o crescimento de mercado,

características dos clientes e sua localização, se existe sazonalidade no mercado e como agir nesse caso, analisar e identificar a concorrência que a empresa possui mediante seu nicho de mercado.

O autor ainda cita como importante a análise financeira do plano de negócio, onde devem ser identificados os números de todas as projeções da empresa e suas comprovações, através de projeções futuras (quanto é necessário de capital, quando e com que propósito). Devem-se ainda citar os demonstrativos de fluxos de caixa com horizonte de ao menos três anos, balanço patrimonial, análise de ponte de equilíbrio, necessidades de investimentos, demonstrativos de resultados, análise de indicadores financeiros do negócio, tais como faturamento previsto, margem prevista, prazo de retorno de investimento inicial e taxa interna de retorno.

Podemos ainda colocar nos anexos, informações que se fazem necessárias para o melhor entendimento do plano de negócio, como por exemplo, fotos do empreendimento, projetos de construção, pesquisas de mercado realizadas, etc.

Para que o plano de negócio possa se tornar um instrumento eficaz de gerenciamento, segundo Dornelas (2001) é importante que as informações contidas nele possam ser disseminadas á todos os membros da empresa de forma satisfatória, evitando que fiquem escondidas ou de difícil acesso.

A análise da concorrência é também de suma importância em qualquer plano de negócio, pois segundo Dornelas (2001), ela não se limita apenas a verificar os concorrentes diretos, mas também os indiretos, que são aqueles que de alguma forma desviam a atenção de seus clientes, convencendo-os a adquirir seus produtos ou serviços.

O plano de negócio deve mostra que o empreendedor conhece sua organização internamente bem como todas as medidas corretas para driblar os fatores externos que a mesma está sujeita. (DORNELAS, 2001). Por isso, fazem-se necessário analisar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças para traçar um panorama da situação atual e prevista para o negócio. É necessário também identificar os cenários de ordem macro-ambiental, (demográficos, econômicos, tecnológicos, político-legal, sócio-cultural) e os fatores de ordem micro-ambiental (consumidores, concorrentes canais de distribuição, fornecedores), pois ambos afetam diretamente a empresa.

De acordo com Degen (1989), o empreendedor ao iniciar sua empresa deve estabelecer critérios mediante cinco pré-requisitos básicos: conceito do negócio, conhecimento, contatos, recursos e encomendas. Em relação ao conceito do negócio o empreendedor deve saber descrever as necessidades do grupo de clientes, os quais o mesmo

pretende atender, as dificuldades de atender essas demandas e as medidas corretas para enfrentar tais situações. No que diz respeito ao conhecimento é importante que se tenha certa experiência ou contato anterior com a área que se pretende explorar, ou ainda que possua sócios e parceiros que sejam capazes de trazer a tona seu conhecimento, para então forma um grupo que entenda do mercado e dos produtos os quais a empresa pretende atender. É importante ainda saber que toda a organização deve possuir contatos com clientes, fornecedores, empregados, sócios e investidores, além de conviver com advogados, contadores, banqueiros, consultores, agências de publicidade e, sobretudo, concorrentes.

Ainda segundo o autor, em relação aos recursos, é necessário que o empreendedor possua todos os recursos disponíveis e mensurados antes de iniciar um empreendimento e saber onde os mesmos poderão ser disponibilizados e, por último, em relação às encomendas o indivíduo que pretende abrir uma empresa deve saber quantos clientes serão necessários para viabilizar a organização pretendida.

2.3 ASPECTOS JURÍDICOS E LEGAIS.

Conforme Dornelas (2001, p.218), “O processo de criação de uma empresa às vezes é tedioso e estressante, mas todo empreendedor deve atender a legislação à qual sua empresa está enquadrada, buscando sempre tirar vantagem competitiva desse processo”. Portanto segundo o autor citado, se a empresa for uma prestadora de serviço, deve ter seu contrato social registrado no cartório de registro civil de pessoas jurídicas.

Ainda de acordo com Dornelas (2001), a responsabilidade de cada sócio é limitada à importância do capital social, que é dividido em quotas entre os sócios. Além disso, é importante saber que no contrato social feito entre as partes, deve estar especificado a responsabilidade e os deveres dos sócios e acionistas, junto á clientes, fornecedores, bancos, credores, etc., tendo e mesma força vinculada a ele, por esse motivo a quebra de cláusulas pode significar infração na lei.

O registro do contrato social para ser realizado, segundo Dornelas (2001), deve obedecer aos seguintes aspectos: definição da razão social e busca do nome nos cartórios de registros civil de Pessoa Jurídica, seguido da elaboração do contrato social e encaminhamento das vias do contrato social ao Posto da Receita Federal ao qual a Sociedade é subordinada, para então obtenção do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica. Para finalizar é feita a inscrição junto a Prefeitura Municipal, com o intuito de receber o Alvará de funcionamento.

No caso de firma individual, segundo Dornelas (2001), os procedimentos são os mesmos, contudo possui uma diferença, não se faz necessária a elaboração do contrato social, mas sim a elaboração de uma declaração de firma individual. Para que a empresa comece a funcionar legalmente ainda é necessário que se adquiram os livros de prestação de serviço, de registro de inspeção do trabalho, registros de empregados, etc. No entanto é de suma importância que a empresa emita notas fiscais da prestação de seus serviços, que recolha os tributos devidos e entregue também as informações socioeconômicas exigidas, tais como o Imposto de Renda.

No que diz respeito à classificação da empresa (micro e pequena empresa), podemos citar a lei Federal 9.317, de 05.12.1996, que leciona que as empresas são classificadas de acordo com seu faturamento, portanto aquela que obter um faturamento anual bruto de R\$ 120.000,00 é considerada micro empresa e aquela com um valor superior a este até o limite de R\$ 720.000,00 é denominada de pequena empresa. Além disso, essas duas formas da empresa recolhem seus impostos de acordo com o Tributo Federal SIMPLES, que é um Sistema Integrado de Pagamentos de Impostos e Contribuições das Micro-empresas e empresas de pequeno porte, sendo desta forma um regime diferenciado, simplificado e favorecido, assim como Sebrae (2007)

De acordo com Hisrich e Peters (2004), a forma que a empresa deve estar estruturada, perante as leis que as regem, refere-se às vantagens e desvantagens de cada uma, em relação a questões como responsabilidades, impostos, continuidade, capacidade transferência de interesse, custos de estabelecimento e capacidade de atrair capital. Portanto faz-se necessário o aconselhamento legal para esses acordos para que sejam tomadas as decisões mais apropriadas para cada caso.

Ainda segundo Hisrich e Peters (2004), há três formas legais de constituição de uma empresa, as quais seguem: 1) Propriedade individual: é a empresa com um único proprietário, que possui responsabilidade ilimitada e controlada todas as decisões e recebe os lucros da organização; 2) Sociedade, onde dois ou mais indivíduos se reúnem para iniciar um negócio e assim possuem responsabilidade ilimitada e dividem os lucros de acordo com o que foi estabelecido; e 3) A Corporação: uma entidade legal separada dirigida por acionistas com responsabilidade limitada.

Os autores ainda afirmam que em relação às questões tributárias para a propriedade individual, a Receita Federal trata a empresa como proprietário individual e toda a renda aparece no imposto de renda como pessoal e desta forma não é considerada pelo governo como uma entidade à parte. Esse tratamento afeta o ano tributável, distribuição de lucros aos

proprietários, custos organizacionais, ganhos e perdas de capital e benefícios médicos, considerando todos esses itens como contraídos pelo proprietário e não como exclusivo da organização criada.

2.4 ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

Na opinião de Kotler (2000), as empresas bem sucedidas percebem que o ambiente de Marketing, apresenta inúmeras oportunidades e ameaças, pois a principal responsabilidade dos empreendedores e gestores de marketing é de perceber as mudanças significativas do ambiente de marketing e desta forma acompanhar as tendências e procurar as oportunidades que possam surgir.

Em um cenário global em rápida alteração, segundo Kotler (2000) os profissionais devem monitorar seis importantes forças ambientais: a demográfica, econômica, natural, tecnológica, político-legal e sócio cultural. No ambiente demográfico os gestores devem estar cientes de questões como crescimento populacional, faixa etária da população, grupos étnicos, nível de instrução da população, dos movimentos migratórios da população, etc. No ambiente econômico é preciso estar atento a fatores como distribuição de renda da população, os níveis de poupança, endividamento e disponibilidade de crédito. No ambiente natural, ainda segundo o mesmo autor, é necessário ter em mente questões como escassez de matéria-prima, custos de energia e níveis de poluição e da mudança no papel dos governos no que tange ao respeito ao meio ambiente. Na questão tecnológica, é necessário ter em mente as novas tecnologias e as mudanças rápidas que vem ocorrendo, as oportunidades ilimitadas de inovação, as variações de orçamentos em pesquisa e desenvolvimento e a regulamentação mais rigorosa das mudanças tecnológicas.

De acordo com Kotler (2000), ainda podemos destacar o ambiente político e legal e que a empresa está inserida, deve-se sempre estar atento às leis que regulamentam as práticas de negócio e com os vários grupos de interesses especiais. E por último é importante analisar o ambiente sócio-cultural onde devemos compreender as visões que as pessoas têm de si próprias, das outras pessoas, das empresas, da natureza, da sociedade a qual está incluída, e do universo em geral, tentando desta forma oferecer produtos ou serviços que correspondam aos valores centrais e secundários e descobrir as necessidades e desejos das diferentes subculturas que existem dentro de uma sociedade.

Portanto os empreendedores e profissionais responsáveis pelo Marketing da empresa devem na medida do possível, segundo Kotler (2000), tentar influenciar o seu nicho de mercado e fazer com que os produtos ou serviços da empresa estejam sempre dentro dos desejos e expectativas do mercado consumidor, ou seja, os profissionais do marketing não devem criar necessidades, pois estas já existem antes destes profissionais e sim devem de acordo com outras influências da sociedade, influenciar desejos de seus consumidores.

O Composto de Marketing, segundo Kotler (2000), é o conjunto de ferramentas de marketing que a organização utiliza para atingir seus objetivos junto aos clientes e ao seu mercado. Essas ferramentas são classificadas em quatro amplos grupos, que segundo o mesmo autor, podem ser denominados como os 4Ps do marketing: preço, praça, produto e promoção. A variável preço inclui algumas estratégias como: descontos, preços de lista, concessões, prazos de pagamento, entre outros. Já a variável praça, está intimamente relacionada aos canais de distribuição da empresa, cobertura, locais, estoques, transporte, etc. No produto destacamos sua qualidade, design, nome da marca, características, embalagem, garantias, devoluções, serviços e variedades que o produto ou serviço apresenta. Contudo a promoção está intimamente relacionada à publicidade, promoção de vendas, força de vendas, relações públicas, marketing direto e outras características que possam atrair os clientes e consumidores da organização.

De acordo com Kotler (2000), os 4Ps representam a visão que a empresa vendedora possui das ferramentas de marketing, disponíveis para influenciar compradores. Já no que se refere à empresa compradora, cada ferramenta de marketing é projetada para oferecer um benefício ao cliente, podendo desta forma relacionar os 4Ps do vendedor aos 4Ps do cliente: produto-cliente, preço-custo, praça-conveniência e promoção-comunicação.

2.4.1 Consumidores

Os consumidores são aqueles responsáveis pela sobrevivência do negócio e por este motivo devem ser estudados com muita cautela.

Os clientes, de acordo com Wikipedia (2007), representam qualquer pessoa que seja impactada pelo produto e que participa de todo o processo, desde a concepção do produto ou serviço até o seu consumo final.

De acordo com Kotler (2000), os profissionais de Marketing devem tentar compreender os desejos, as necessidades e as demandas do mercado o qual pretende atingir.

Portanto entendem-se como necessidades as exigências básicas dos seres humanos, tais como ar, água, roupa e abrigo para poder sobreviver e, além disso, as necessidades de recreação, diversão, entretenimento ou educação. As necessidades transformam-se em desejos a partir do momento em que são dirigidas a objetos específicos capazes de satisfazer as pessoas ou a sociedade em que o indivíduo vive.

2.4.2 Concorrência

Algumas das estratégias da empresa estão de uma forma ou de outra, intimamente ligadas aos concorrentes diretos ou indiretos da organização, pois o conhecimento destes se faz essencial para o alcance dos objetivos da empresa.

De acordo com Kotler (2000), podemos estabelecer uma distinção entre quatro níveis de concorrência, com base no grau em que os produtos são passíveis de substituição:

1. Concorrência de Marcas: é aquela em que as empresas comercializam produtos ou serviços similares, dirigidos aos mesmos clientes e também com preços semelhantes.
2. Concorrência setorial: uma empresa vê todas as empresas que fabricam produtos similares ou classe de produtos como concorrentes em seu mercado.
3. Concorrência de forma: forma de concorrência entre empresas que fabricam produtos para a mesma finalidade, como por exemplo, uma indústria de motos, que considera uma fábrica de bicicletas sua concorrente.
4. Concorrência genérica: ocorre quando empresas competem pelo dinheiro dos mesmos consumidores, mesmo que estes comprem serviços ou produtos de ramos diferentes do mercado.

2.5 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Saber como organizar as atividades, rotinas, pessoas, processos, recursos e procedimentos de uma organização, faz parte dos aspectos administrativos de um plano de negócio, pois na maioria das vezes fazem parte do dia-a-dia das organizações.

De acordo com Woiler e Mathias (1996) os aspectos administrativos fazem parte da estrutura organizacional necessária para que um projeto possa ser implementado e operacionalizado.

2.5.1 Estrutura Organizacional

De acordo com Djalma (2002), estrutura organizacional é o agrupamento de recursos e atividades, visando ao alcance dos objetivos e metas estabelecidas pela organização.

Stoner (1992), diz que estrutura organizacional é a forma pelo qual as atividades da organização são divididas, organizadas e coordenadas.

2.5.2 Organograma

Organograma é a representação gráfica da estrutura formal de uma organização, através deste podemos identificar como estão distribuídos os órgãos, setores, a hierarquia e como ocorre a comunicação entre eles. (LACOMBE; HEILBORN, 2003).

Normalmente cada órgão da empresa é representado por um retângulo, que identifica o setor, podendo conter ainda o nome do responsável e do cargo da pessoa daquele setor.

Os órgãos e setores estão distribuídos de acordo com o nível hierárquico que existe entre eles, onde podemos observar que quanto mais acima estiver determinado órgão, na maioria das vezes maior a responsabilidade e a amplitude das atividades desempenhadas.

2.6 ASPECTOS TÉCNICOS

2.6.1 Estudo da localização

O termo localização, refere-se ao local onde é implantada a organização e suas instalações, dependendo de gênero e número, se a organização é industrial ou comercial ou ainda se a mesma é produtora de bens ou serviços.

No momento de escolha do local adequado para a implementação do empreendimento, deve-se levar em conta a proximidade com os clientes, a facilidade de deslocamento e desta forma, tentar minimizar os custos decorridos. (BUARQUE, 1984). Pois segundo o mesmo autor, serão de acordo com essas decisões, que posteriores análises

financeiras e previsões de retorno de investimento serão realizadas, de acordo com o potencial de absorção de clientes que a organização proporcionará.

Assim como Woiler e Mathias (1996), a grande dificuldade de encontrar a localização ideal para a empresa, está no fato de encontrar um local onde exista uma maior diferença entre receitas e custos, ou seja, o importante é buscar um local onde a empresa possa obter o maior lucro possível, dentro de um prazo similar ao período de existência da organização.

De acordo com Hernández e Benninson (2000), podemos ter seis grupos de técnicas disponíveis para definição da localização mais apropriada para a abertura de um empreendimento dentre estas técnicas, as 4 mais comuns podemos citar: a experiência, onde são utilizados os conhecimentos adquiridos em experiências passadas para escolher o local da implantação; a técnica de listas de verificação: que consiste na identificação de um número pré-determinado de terrenos para que se possa fazer uma cotação e comparação entre os vários disponíveis e, de acordo com alguns itens de critério de escolha se tome a decisão.

É citado ainda o método da análise de grupo, onde, através da segmentação do portfólio existente de lojas, por tipologia de oferta de varejo, é feita uma pesquisa para reunir as empresas de acordo com as variáveis demográficas e operacionais, gerando assim opções para a tomada de decisão. E por último, o método da interação espacial, onde é realizada uma pesquisa da relação entre a localização da oferta e a demanda do varejo, de acordo com a categoria de serviço.

2.6.2 Tamanho

Buarque (1984) nos explica que a escolha do tamanho de um negócio é determinada a partir de dois critérios: a viabilidade e a otimização. Por isso o tamanho ideal é aquele que represente um custo mínimo, porém que atenda a demanda de clientes atual e também no futuro.

2.7 ANÁLISE ECONÔMICA E FINANCEIRA.

O papel da administração financeira está vinculado, inicialmente, ao tamanho ou porte da empresa, e podemos citar aqui o que se pode perceber em empresas pequenas, na

grande maioria destas não existe um órgão específico responsável pelo gerenciamento das operações financeiras, essas atividades são geridas pelos contadores e proprietários, entretanto é perceptível e essencial que à medida que a empresa cresce, esse setor seja de responsabilidade de pessoas especializadas para tal. (SILVA, 1995).

Podemos, portanto visualizar as funções financeiras das empresas através de três dimensões básicas:

- Uma primeira dimensão está ligada ao dia-a-dia da empresa, que consiste, por exemplo, em descontar duplicatas nos bancos, obter empréstimos de curto prazo ou fazer aplicações financeiras das sobras temporárias de recursos;
- Uma segunda dimensão está ligada às operações da empresa, que compreende alguns itens do ativo circulante, como duplicatas a receber, estoques e ainda contas a pagar aos fornecedores;
- Uma terceira dimensão, inserida em uma esfera estratégica, está relacionada às decisões de investimentos, de financiamentos e de distribuição de lucros e rendimentos entre os colaboradores da organização.

De acordo com Cassaroto e Kopittke (2000), os técnicos e gestores da área econômico-financeira das organizações se deparam com escolhas que envolvem alternativas de investimentos, onde muitas vezes a escolha ocorre sem que o custo de capital empregado seja considerado adequadamente. Portanto, somente um estudo econômico pode confirmar a viabilidade de projetos tecnicamente corretos.

2.7.1 Investimentos iniciais

Segundo Dolabela (1999), os investimentos iniciais são aqueles destinados para implantar a empresa e assim colocá-la em funcionamento. Nesse sentido podem-se citar três desembolsos que compõem em geral esse custo para a organização, os quais seguem:

- Investimentos fixos: como por exemplo, a aquisição de móveis, materiais ou até mesmo o imóvel onde será implementada a empresa;
- Despesas pré-operacionais: são os gastos realizados antes mesmo da empresa começar suas atividades, seja com registros, patentes, impostas, etc.
- O capital de giro: é recurso que o empreendedor precisa possuir para iniciar as atividades da empresa, para o seu dia-a-dia.

Segundo Holanda (1968) os investimentos fixos são aqueles que não podem ser comercializados pela empresa e desta forma são adquiridos uma vez, quase sempre, no início da vida da empresa e são utilizados durante toda sua existência, por isso devem ser estimados com muita cautela, pois estes são decisivos para a decisão sobre a viabilidade do projeto.

Segundo Buarque (1984), alguns gastos devem ser muito bem mensurados e analisados, no caso de aluguel de um local para o início das atividades da organização e eventual instalação, onde podemos citar os gastos com impostos, registros ou taxas exigidas para a tal implantação, gastos com aquisição de máquinas, utensílios e equipamentos necessários para a empresa ou ainda gastos com reformas e adaptações que poderão ser necessárias para a inauguração da empresa pretendida.

2.7.2 Custos, receitas e lucro

Independente de se tratar de empresa prestadora de bens, produtos ou serviços, pode-se entender como “custo” o somatório dos valores que são utilizados pela empresa no processo produtivo ou no funcionamento pleno da organização. Esses custos podem ser classificados em custos fixos e variáveis.

Segundo Dolabela (1999), os custos fixos são aqueles desembolsos que, independente da quantidade de produtos produzidos ou dos serviços prestados, permanecem invariáveis, como por exemplo, custos com aluguel, contadores, pessoal administrativo, entre outros.

Ainda de acordo com Dolabela (1999), os custos variáveis são aqueles que estão intimamente relacionados à quantidade de bens ou produtos produzidos, esses custos aumentam e ou diminuem de acordo com a produção. Como exemplo clássico deste desembolso, podemos citar a matéria-prima utilizada nas indústrias em geral, quanto mais produtos forem produzidos, maior será a necessidade de matéria-prima e desta forma maior será o valor deste custo.

De acordo com Cassaroto e Kopittke (2000), pela própria definição, pode-se constatar que a classificação de todos os custos em fixos e variáveis não resiste a uma análise mais rigorosa, pois na realidade existem custos que são parcialmente fixos e parcialmente variáveis.

Quando nos referimos ao termo receita, devemos entender que são aquelas entradas de recursos provenientes da venda de produtos ou da prestação de serviços da organização em estudo.

Para estimarmos o cálculo da receita é necessário sabermos o programa de produção da empresa, assim como afirma Buarque (1984), ou seja, é importante termos uma previsão de quanto é produzido ou vendido em cada unidade de produção, como também disponibilizar o preço que o produto será comercializado no mercado.

O lucro pode ser definido com a diferença entre receitas e despesas de uma empresa, nada mais é que o resultado de todo o esforço da organização para transformar o investimento de capital nela aplicado em rendimentos para seus sócios e acionistas. O lucro também pode ser conhecido por outras várias denominações, tais como: lucro bruto, líquido, antes do imposto de renda, depois do imposto de renda e ainda lucro operacional.

De acordo com Silva (1995), no campo financeiro, a análise do lucro de uma empresa pode ser feita a partir da decomposição do referido lucro nas contas de receitas e despesas que o compõe, assim como, na verificação da representatividade de cada uma dessas contas em face de um referencial, tais como o volume de vendas da empresa.

2.7.3 Fluxo de caixa

De acordo com Silva (1995) o fluxo de caixa é o processo considerado por muitos analistas um dos instrumentos que melhor permite analisar e identificar a circulação de dinheiro nas organizações, através da variação de suas disponibilidades mais as aplicações financeiras, são as entradas e saídas de caixa da empresa. A análise do fluxo de caixa examina a origem e aplicação do dinheiro que transitou pela empresa. Este pode apresentar duas dimensões de compreensão: o fluxo de caixa passado, isto é, aquele que já foi realizado e o fluxo de caixa previsto: ou seja, previsão de caixa relacionado a períodos futuros.

O fluxo de caixa é gerado pela empresa e pago aos credores e acionistas. Este por sua vez também pode ser classificado em: fluxo de caixa de operações, fluxo de caixa de variações do ativo imobilizado e fluxo de caixa de variações do capital de giro. (ROSS 1995).

Ainda segundo o autor, os cálculos do fluxo de caixa não são difíceis de serem calculados, mas requerem muitos cuidados e atenção, principalmente no que se refere às despesas não monetárias como a depreciação e os impostos diferidos. É importante ainda

lembrar que não se pode confundir fluxo de caixa com variações do capital de giro líquido ou com o resultado do exercício.

2.7.4 Ponto de equilíbrio

A classificação dos custos em fixos ou variáveis permite uma melhor comparação entre alternativas com diferentes estruturas de custos. (CASSAROTO; KOPITKE 2000). Dessa maneira pode-se verificar qual a melhor alternativa para diferentes níveis de produção ou demanda, ou seja, achar o ponto de equilíbrio da organização, que mostrará o nível de atividade a partir do qual um negócio se torna lucrativo.

O ponto de equilíbrio aponta o momento em que o faturamento da empresa pode cobrir todos os seus custos, atingindo um lucro operacional igual à zero. (DOLABELA, 1999).

O cálculo do ponto de equilíbrio é feito através da divisão do custo fixo total, dividido pela margem de contribuição.

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \text{Custo Fixo Total} / \text{Margem de Contribuição.}$$

2.7.5 Índices de rentabilidade

O período de pay-back, ou prazo de retorno de investimento é uma das formas mais comuns de analisar um investimento, pois através dele pode-se mensurar o tempo em que o recurso aplicado no mesmo estará retornando aos seus acionistas, ou seja, é o tempo sobre o retorno do investimento aplicado. Conforme Ross (1995, p. 123):

A regra do período de pay-back para a tomada de decisão de investimentos é simples. Um determinado limite de tempo, dois anos, digamos, é escolhido. Todos os projetos de investimento que possuem período de payback de dois anos ou menos são aceitos, e aqueles que recuperam o investimento em mais de dois anos - quanto isso ocorrer - são rejeitados.

Um outro método empregado para avaliar projetos é o chamado índice de rentabilidade, que nada mais é que a divisão entre o valor presente dos fluxos de caixa futuros após o investimento inicial e o valor do investimento inicial.

De acordo com Ross (1995), outra forma de avaliarmos a viabilidade de um projeto e com o enfoque da taxa interna de retorno, que representa algo mais próximo do valor

presente líquido, que na verdade se calcula um número que sintetize os méritos de um projeto que não depende da taxa de juros vigente no mercado de capitais, mas sim de seus próprios fluxos de caixa. Em geral a taxa interna de retorno é o valor que faz o valor presente líquido ficar nulo.

Outro índice para avaliarmos um projeto de viabilidade de um investimento é a taxa média de retorno ou taxa de retorno contábil, que de acordo com Ross (1995) é calculado pelo quociente entre o lucro do projeto depois do imposto de renda e da despesa de depreciação e o valor contábil médio do investimento por toda sua vida útil. No entanto este índice possui algumas deficiências as quais o empreendedor deve estar atento no momento de utilização, como por exemplo, a não utilização da matéria-prima apropriada, a não mensuração da distribuição dos fluxos no tempo e a escolha arbitrária de uma data limite, pois o método não oferece qualquer orientação a respeito da determinação da taxa de desconto fornecida pelo mercado, defeito esse também comum no período pay-back.

3 METODOLOGIA

Metodologia da pesquisa é a parte que define como, onde e de que forma a pesquisa é realizada, bem como os métodos utilizados para a busca de informações para a execução dos objetivos determinados.

A metodologia do trabalho está estruturada de tal forma que primeiramente determinou-se o tipo de pesquisa, seguido das características da mesma. Na seqüência foram estabelecidos os métodos para a obtenção dos dados e suas técnicas, bem como foram classificados os tipos de dados os quais a pesquisa utilizou. Para finalizar foram estabelecidas as delimitações do universo de pesquisa, o tamanho da amostra utilizada e ainda o local e o tempo de execução dos questionários constantes no trabalho.

3.1 TIPO DA PESQUISA.

De acordo com Gil (1999), para toda e qualquer classificação se faz mediante algum critério que se possa classificar corretamente o estudo. Com relação às pesquisas, segundo o autor é usual a classificação com base em seus objetivos gerais. Assim é possível classificar as pesquisas em três grandes grupos: exploratórias, descritivas e explicativas. Este estudo baseou-se em uma pesquisa do tipo descritiva, que de acordo com sua classificação tem como objetivo principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis, como é o caso de um plano de negócio para abertura de um empreendimento.

A pesquisa também pode ser caracterizada como exploratória, pois este tipo de pesquisa tem como objetivo principal, segundo Gil (1999) proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou descobertas de intuição, onde seu planejamento é bastante flexível de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

3.2 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.

Quanto à natureza das variáveis estudadas, seguindo a metodologia apresentada por Mattar (1997) classificou-se a pesquisa como quantitativa e qualitativa mediante cada fase do processo de pesquisa.

A característica da pesquisa em sua fase exploratória foi puramente qualitativa, onde foram resgatados dados e informações, que posteriormente foram analisados e auxiliaram aos alcances dos objetivos da mesma.

Em sua fase de análise do mercado a pesquisa apresentou-se de forma quantitativa, onde as informações e dados foram obtidos através de um grande número de respondentes e posteriormente passado por uma análise e medição de ausência ou presença de algo nas variáveis estudadas.

3.3 TIPOS DE DADOS.

Na presente pesquisa, para um levantamento de dados mais completo, buscaram-se dados secundários, que são aqueles que já foram coletados, tabulados, ordenados e às vezes até analisados, que muitas vezes estão disponíveis em revistas, na internet, empresas, instituições não governamentais, publicações, governo e órgão ou entidades que possam contribuir com informações cruciais ao desenvolvimento do trabalho.

Para busca de informações que não estão disponíveis nos dados secundários, foram resgatados dados primários através de várias entrevistas pessoais, onde os participantes respondem á perguntas já estabelecida para contribuir com o alcance dos objetivos da pesquisa.

Portanto nessa pesquisa foram utilizados como dados primários os questionários que os indivíduos responderam no Bairro de Capoeiras em Florianópolis.

3.4 INSTRUMENTO DE COLETA

O instrumento de coleta de dados primários utilizado nesta pesquisa foi um questionário estruturado, com algumas perguntas fechadas e outras abertas.

De acordo com Gil (1999), um questionário estruturado é composto por uma relação fixa de perguntas, cuja ordem e redação permanecem invariáveis para todos os entrevistados, que geralmente são em grande número. Dentre as principais vantagens do questionário estruturado estão a sua rapidez e o fato de não exigirem exaustiva preparação dos pesquisadores, o que implica custos mais baixos.

Nas perguntas fechadas os entrevistados na pesquisa devem responder exatamente o que lhe é perguntado, apresentando desta forma um conjunto de alternativas de resposta para que o entrevistado escolha a que representa sua intuição ou ponto de vista. Porém em perguntas abertas é possível responder com maior flexibilidade, e assim os respondentes podem esboçar algumas de suas opiniões e percepções sobre os assuntos abordados na pesquisa.

3.5 DELIMITAÇÕES DO UNIVERSO DA PESQUISA.

De acordo com Gil (1999), para que uma amostra represente com fidedignidade as características do universo da pesquisa, deve ser composta por um número suficiente de casos. Este número, por sua vez, depende dos seguintes fatores: extensão do universo, que define se o universo é finito ou infinito; nível de confiança estabelecido, que se refere à área da curva normal definida a partir dos desvios padrões em relação à sua média; erro máximo permitido e percentagem com a qual o fenômeno se verifica que é uma estimativa prévia da percentagem com que se verifica um fenômeno.

O Universo da pesquisa compreende o Bairro de Capoeiras, situado na parte continental de Florianópolis, Santa Catarina, onde segundo o site da Prefeitura Municipal de Florianópolis, possui uma população de 17.905 habitantes e deste grupo retiro-se uma amostra que participou da pesquisa, através dos questionários.

3.6 TAMANHO DA AMOSTRA

As populações podem ser classificadas em finitas ou infinitas, de acordo com o seu tamanho. Portanto se o universo da pesquisa for acima de 100.000, classificamos como população infinita e ao contrário, se for abaixo de 100.000 denominamos de população finita. (Gil, 1999).

Portanto esta pesquisa foi classificada como finita, pois seu universo de pesquisa é de 17.905 elementos e para o cálculo do tamanho da amostra foi utilizada a fórmula para cálculo de população finita, que segue á seguir.

$$N = \frac{o^2 p \cdot q \cdot n}{e^2 (n - 1) + o^2 p \cdot q}$$

N= Tamanho da amostra.

n= população (17.905)

o^2 = Nível de confiança (95%) , igual a 2 desvios padrões.

p = porcentagem com o qual o fenômeno de verifica (50%).

q = porcentagem complementar (50%)

e^2 = erro máximo permitido (7%)

De acordo com a fórmula descrita foram aplicados na pesquisa um total de 201 questionários.

3.7 LOCAL E DURAÇÃO DA APLICAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS

O local escolhido para a aplicação dos questionários foi o Bairro de Capoeiras, em Florianópolis, que segundo a Prefeitura Municipal de Florianópolis é o Bairro mais populoso da parte continental da cidade de Florianópolis.

Participaram, portanto da pesquisa os transeuntes do Bairro de Capoeiras em um intervalo de três semanas, no período entre o dia primeiro ao dia treze de maio de 2007 e cada respondente preencheu o questionário em uma média de duração entre cinco a sete minutos.

4. O PLANO DE NEGÓCIO

4.1 O NEGÓCIO.

Com o projeto de um novo empreendimento, procura-se obter informações que permitam avaliar a viabilidade do negócio e assim trazer vários dados para mensurar as vantagens e desvantagens de aplicar determinado recurso em um empreendimento.

O plano de negócio em estudo é a análise sobre a abertura de uma academia de ginástica e musculação, no bairro de Capoeiras em Florianópolis (SC).

O presente plano de negócio foi adaptado de Dornellas (2001) de acordo com as condições próprias do referido trabalho e está estruturado com a descrição dos serviços oferecidos pela academia, o aspecto jurídico e legal que envolvem sua abertura e os aspectos mercadológicos, descrevendo os clientes e fornecedores do negócio. Além disso, foram feitas análises dos aspectos administrativos, técnicos e financeiros do empreendimento proposto.

4.2 DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS

A academia *Clube da Saúde* tem como principal objetivo oferecer serviços especializados em ginástica, musculação, condicionamento físico, emagrecimento, ginástica localizada e aeróbica. A empresa pretende oferecer serviços que prezem pelo bem estar e satisfação de seus clientes, através de professores qualificados e experientes, em um ambiente muito agradável, com uma infra-estrutura entre as melhores no mercado de academias.

Além da prática de atividades físicas a intenção da academia é proporcionar aos seus clientes um grande benefício mental, através de um ambiente agradável, divertido que possa integrar alunos e colaboradores, com o propósito de bem estar e satisfação de todos os envolvidos.

A intenção é criar um vínculo de parceria, credibilidade e lealdade entre clientes e a empresa, através de festas, e-mails, confraternizações e pequenos eventos que possam integrar cada vez mais clientes e a empresa.

A academia tem como localização o Bairro de Capoeiras em um local de fácil acesso e comodidade para seus clientes e pretende oferecer um preço dentro da média das academias da região, porém com um ambiente físico, instalações e aparelhos diferenciados da grande maioria de seus concorrentes.

O ramo de atividade da empresa é definido como prestadora de serviços e seu tipo de negócio é caracterizado em atividades de manutenção do físico corporal.

4.3 ASPECTOS JURÍDICOS E LEGAIS

A questão jurídica e legal é um ponto muito importante no momento de criação de uma nova organização, assim como em uma academia de ginástica e musculação. Por isso para montar um empreendimento com as tais características citadas durante o trabalho são necessários seguir alguns passos, regras e leis.

4.3.1 Registro como ME ou EPP e tributos devidos.

Em âmbito federal para a empresa ser registrada como micro empresa ou empresa de pequeno porte, utiliza-se um sistema que confere tratamento tributário diferenciado simplificado e favorecido, de acordo com a lei do Simples, em relação aos impostos e contribuições pertinentes. Entretanto, por força da lei do Simples, a academia de musculação e ginástica não poderá optar pelo sistema do Simples Federal, pois os serviços que a mesma oferece devem ser exercidos por profissionais com habilitação legalmente exigida.

No entanto em âmbito estadual, para fins de ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços), as condições seguem abaixo: tratamento diferenciado e simplificado previsto em lei, com relação ao ICMS.

- Micro-empresa: faturamento de até R\$ 160.000,00
- Empresa de Pequeno Porte: faturamento entre R\$ 160.000,00 á R\$ 2.000.000,00 ao ano.

Se a empresa estiver nestes moldes será recolhido um valor de R\$25,00 até 5,95% do faturamento, de acordo com a lei Catarinense que institui o Simples/SC, que no caso é um valor bem abaixo dos 17% previstos para empresas normais.

Em relação aos tributos de ordem federal as academias de ginástica podem optar por duas formas de tributação, através do lucro real ou presumido.

Se a empresa optar pelo sistema de lucro real¹ tem que tributar:

¹ No sistema de lucro real os impostos são calculados de acordo com o lucro real da empresa, apurando de acordo com todas as receitas, menos todos os custos e despesas da empresa, de acordo com o regulamento do imposto de renda. (SEBRAE, 2007).

- 7,6% do seu faturamento bruto mensal pelo COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social), porém podendo deduzir este mesmo valor de suas despesas e custos;
- 1,65 % do faturamento bruto mensal pelo PIS (Programa de Integração Social), podendo também deduzir de suas despesas e custos;
- Contribuição social de 9% do lucro líquido do mês;
- 15% sobre o lucro líquido do mês para o IRPJ (Imposto de Renda - Pessoa Jurídica);
- ISS (imposto sobre serviços), podendo variar de 2% a 5% do faturamento.

Porém se a organização optar pelo sistema de lucro presumido² tem que contribuir com os seguintes impostos:

- 3,00% do seu faturamento bruto mensal para o COFINS;
- 0,65 % para o COFINS de seu faturamento bruto mensal;
- IRPJ de 4,80% do faturamento bruto trimestral;
- CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido) de 2,88 % de seu faturamento bruto trimestral;
- ISS entre de 2% a 5% do faturamento bruto trimestral.

4.3.2 Impostos trabalhistas.

Sobre cada empregado que a empresa possuir é necessário descontar 8% de sua remuneração para o fundo de garantia de serviço (FGTS).

A contribuição previdenciária patronal para fins do INSS (Instituto Nacional do Seguro Social) é composta dos seguintes itens:

- 20% referente á contribuição previdenciária patronal sobre o total da folha de pagamento;
- 5,8% , para salário educação, Incra, Senai, Sebrae e Sesi e outras contribuições;
- 1% a 3% sobre o total de remunerações pagas a títulos de salário, relacionados ao seguro de acidente de trabalho, que é calculado de acordo com o grau de risco de saúde da atividade;

² Sistema de lucro presumido consiste em uma forma mais simples de apurar o imposto, não exigindo do contribuinte uma serie de obrigações acessórias, que muitas vezes geram gastos superiores ao ganho da empresa. Neste sistema os impostos são calculados com base num percentual estabelecido sobre o valor das vendas realizadas, independente da apuração do lucro. (SEBRAE, 2007)

A contribuição para a previdência do funcionário é calculada de acordo com as seguintes taxas e respectivas faixas de salários:

- Até R\$ 840,55 é descontado 7,65% do valor;
- De R\$ 840,56 a R\$ 1.050,00 é descontado 8,65% do valor;
- De R\$ 1.050,01 a 1.400,91 o valor descontado é de 9,00% do total;
- De R\$ 1.400,92 a 2.801,92 é debitado em folha 11,00% do valor.

Os valores de contribuição tanto patronal como do empregado deverão ser somados até o dia 10 de cada mês, caso este dia não seja um dia útil, esse processo deverá ser antecipado.

O sócio da empresa deve contribuir com 11% sobre o valor auferido no mês e o valor do salário de cada funcionário não pode ser abaixo de um (1) salário mínimo vigente no país.

4.3.3 Conselho Federal de Educação Física e Inscrição da Empresa

O conselho Federal de Educação Física (CONFEF), possui normas que regulamentam os indivíduos que pretendem montar uma academia de ginástica e musculação ou prestar serviços em áreas similares. Inicialmente, para a abertura de uma academia este órgão exige que a mesma esteja inscrita no Conselho Regional de Educação Física da Região de atuação da empresa.

A principal cobrança do CONFEF é que um profissional seja diplomado na área de Educação Física e inscrito no conselho, tenha responsabilidade técnica sobre a academia que se pretende montar.

Após verificar todas estas situações é necessário fazer o contrato social da empresa e assim registrá-lo na Junta Comercial da região da academia. Paralelo a isso deve ser dado à entrada no CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica), através do documento básico de entrega. Após a liberação destes dois documentos, se caso a empresa for vender produtos em suas dependências, é necessário à inscrição estadual na Secretaria da Fazenda Estadual. Assim que a empresa cumprir com todas estas exigências pode fazer a solicitação de suas notas fiscais.

Em relação às taxas que devem ser pagas para regulamentação da empresa, é necessário pagar uma taxa em torno de R\$ 32,00 para fazer o registro na junta comercial.

Além destes documentos e taxas a academia tem que adquirir um Alvará Sanitário e Municipal, junto a Prefeitura Municipal de Florianópolis. A Vigilância Sanitária tem como principal intuito o de inspecionar as instalações da empresa para liberar o Alvará.

Em geral os documentos exigidos para conseguir o Alvará Sanitário são:

- O requerimento;
- Cópia do contrato social;
- CNPJ;
- Taxa do alvará sanitário;
- Relação com o nome completo de todos os funcionários da academia, com seus respectivos registros junto aos conselhos de classe, e ainda o Termo de Responsabilidade Técnica emitido pelo Conselho de cada colaborador respectivo;
- Plano de manutenção, operação e controle para se caso o ambiente for climatizado com ar condicionado acima de 60.000 Btus;
- Habite-se ou alvará de funcionamento, junto a Prefeitura Municipal de Florianópolis;
- Croqui de localização.

Estando a empresa apta para executar suas atividades é necessário ainda fazer o registro no Conselho Regional de Educação Física (CREF), com alguns documentos como o Registro de Pessoa Jurídica, cópia do contrato social, cópia de toda e qualquer alteração contratual que tenha ocorrido desde a constituição legal da empresa, termo de responsabilidade técnica dos profissionais que atuam na academia e a lista com todos os nomes, cópia do comprovante de inscrição do CNPJ, e pagamento de uma taxa de R\$ 95,00 referentes à taxa de inscrição no CONFEF.

4.4 ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

Através da análise dos dados e informações resgatados durante a pesquisa, foi possível fazer um estudo e verificação do público alvo da academia e também analisar o mercado consumidor na região do Bairro de Capoeiras situado em Florianópolis/SC.

4.4.1 Mercado consumidor

Para a identificação e análise do mercado consumidor da academia, e busca por dados e informações pertinentes a este assunto, utilizou-se um questionário de 16 questões, do tipo auto-preenchido, não disfarçado e estruturado, que buscou examinar informações necessárias aos alcances de alguns objetivos da pesquisa.

O questionário foi destinado aos moradores do Bairro de Capoeiras, região esta de estudo da presente pesquisa.

Portanto para a análise e verificação dos dados obtidos, todas as questões, seus respectivos gráficos e tabelas e sua referida análise estão descritas a seguir.

1ª Questão: Sexo.

Nesta questão o pesquisado assinalou o seu sexo e desta forma contribuiu para a identificação da predominância de homens ou mulheres entre os entrevistados e conseqüente possível público da academia.

TABELA 01: Sexo da amostra

ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Feminino	85	42
Masculino	116	58
TOTAL	201	100

Fonte: Dados primários. (2007)

GRÁFICO 01: Sexo da amostra



Fonte: Dados primários (2007).

Ao final desta questão, foi possível observar uma predominância de 58% de homens entre os 201 entrevistados, contra 42% de mulheres, o que demonstra certo equilíbrio entre o sexo dos entrevistados.

2ª Questão: Faixa etária.

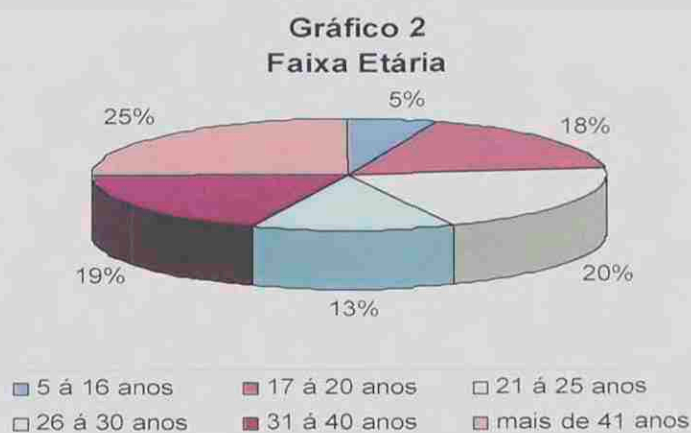
O objetivo desta questão é identificar a faixa de idade dos participantes da pesquisa.

TABELA 02: Faixa etária

ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
5 á 16 anos	11	5
17 á 20 anos	36	18
21 á 25 anos	40	20
26 á 30 anos	26	13
31 á 40 anos	38	19
Mais de 41 anos	50	25
TOTAL	201	100

Fonte: Dados primários (2007).

GRÁFICO 02: Faixa etária



Fonte: Dados primários (2007).

Neste gráfico foi possível observar uma predominância de indivíduos com mais de 41 anos entre os entrevistados em um total de 25%, seguido dos indivíduos na faixa de 21 a 25 anos (20%). Após esses dois grandes grupos que compreendem quase metade da amostra foi possível observar certo equilíbrio entre os entrevistados, na faixa etária entre 31 a 40 e 17 a 20 anos, com cada um representando um total em torno de 19%, seguido de 13% que

representa os indivíduos com idade entre 26 a 30 anos e na faixa menor entre os entrevistados estão os que possuem idade entre 5 e 16 anos, que perfazem um total de apenas 5% do total da amostra.

3ª Questão: Qual sua renda pessoal/ familiar mensal?

O intuito desta questão é o de analisar qual a renda dos entrevistados e assim identificar o poder aquisitivo dos possíveis clientes da organização.

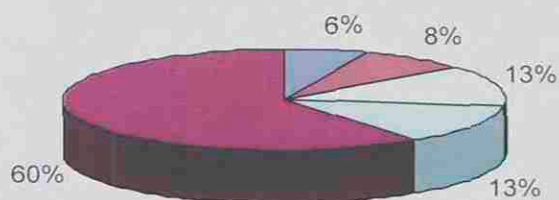
TABELA 03: Renda

ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Até R\$ 500,00 reais	12	6
Entre R\$ 500,00 e R\$ 1.000,00	16	8
Entre R\$ 1.000,00 e R\$ 1.500,00	26	13
Entre R\$ 1.500,00 e R\$ 2.000,00	26	13
Acima de R\$ 2.000,00	121	60
TOTAL	201	100

Fonte: Dados primários (2007).

GRÁFICO 03: Renda

Gráfico 3
Renda dos Entrevistados



- Até R\$ 500,00 reais
- entre R\$ 500,00 e R\$ 1.000,00
- entre R\$ 1.000,00 e R\$ 1.500,00
- entre R\$ 1.500,00 e R\$ 2.000,00
- acima de R\$ 2.000,00

Fonte: Dados primários (2007).

Entre os participantes da pesquisa, mais da metade ou 60% possuem uma renda familiar ou pessoal acima de R\$ 2.500,00, o que é possível afirmar que grande parte da população entrevistada, ou do possível mercado consumidor da academia possui bom poder aquisitivo. Com a renda entre R\$ 1.000,00 e R\$ 1.500,00 foi possível identificar um total de

13% na amostra selecionada, como também entre os indivíduos que possuem a renda entre R\$ 1.500,00 e R\$ 2.000,00. Na amostra menos representativa da pesquisa destacou-se as pessoas com renda entre R\$ 500,00 até R\$ 1.000,00 com um total de 8% seguido daqueles com renda até R\$ 500, 00, que representou a menor parcela da amostra com apenas 6% do total.

4ª Questão: Qual seu grau de escolaridade?

Nesta questão o objetivo principal era identificar o nível de escolaridade entre os entrevistados.

TABELA 04: Nível de escolaridade

ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Primário incompleto	2	1
Primário completo	2	1
Segundo grau incompleto	23	11
Segundo grau completo	46	23
Superior incompleto	72	36
Superior completo	56	28
TOTAL	201	100

Fonte: Dados primários (2007).

GRÁFICO 04: Nível de escolaridade



Fonte: Dados primários (2007).

Entre os 201 participantes da pesquisa 36% possuem o nível superior incompleto, seguido dos indivíduos com nível superior completo (28%), perfazendo um total de quase 65

% da amostra que já teve a oportunidade de cursar parte ou totalmente o nível superior, concluindo assim que esta parcela do público alvo da academia que se pretende viabilizar possuir bom nível de conhecimento. Num total de 23 % estão ainda os indivíduos com o segundo grau completo, seguido das pessoas com segundo grau incompleto (11%) e dos indivíduos com primário completo e incompleto que totalizam 2 % da amostra pesquisada.

5ª Questão: Em qual Rua do Bairro de Capoeiras você mora?

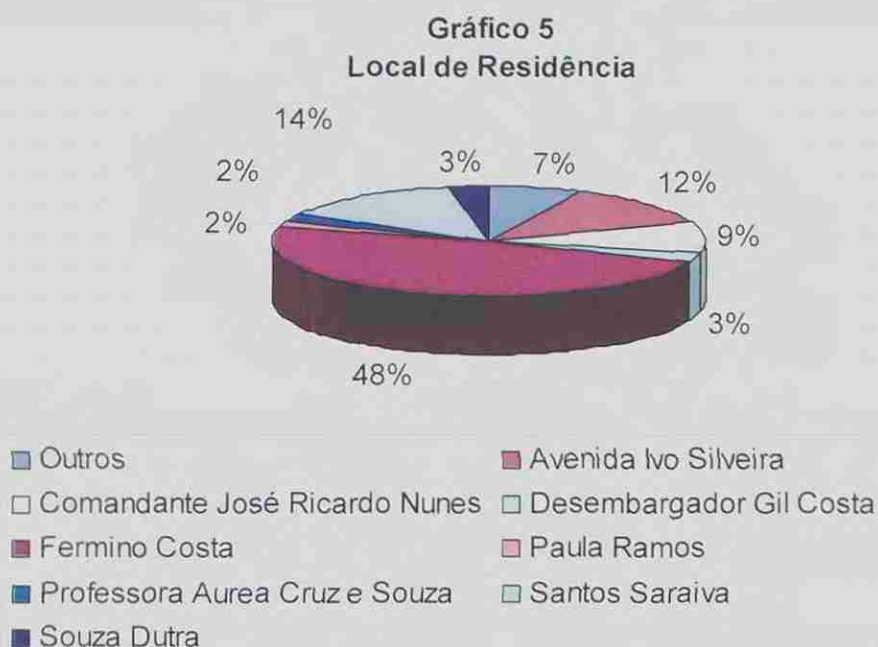
Esta questão foi criada para descobrir a Rua onde os entrevistados moram no Bairro de Capoeiras, região a qual foi estudada na pesquisa.

TABELA 05: Rua de Capoeiras onde reside

ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Agrônomo Jonas Amorin	2	1
Avenida Ivo Silveira	25	13
Comandante José Ricardo Nunes	18	9
Conde Afonso Celso	2	1
Desembargador Gil Costa	6	3
Fermino Costa	96	48
Gustavo Barroso	2	1
Idelfonso Juvenal	2	1
Paula Ramos	4	2
Pedro Cunha	2	1
Professora Áurea Cruz e Souza	4	2
Santos Saraiva	28	14
Souza Dutra	6	3
Thiago da Fonseca	2	1
Travessa das Palmas	2	1
TOTAL	201	100

Fonte: Dados primários (2007).

GRÁFICO 05: Rua de Capoeiras onde reside



Fonte: Dados primários (2007).

Com essa questão é possível observar que grande parte dos entrevistados (48%) reside na Rua Fermino Costa, seguido da Rua Santos Saraiva (14%) e da Avenida Ivo Silveira (12%). Após estas localidades podemos observar a Rua Comandante José Ricardo Nunes com 9% e a soma de outros locais num total de quase 17% da amostra, o que é possível afirmar que para a escolha do local da academia estes dados são de suma importância para a determinação do mesmo.

6ª Questão: Você pratica exercícios físicos ou esportes?

Esta pergunta foi feita aos entrevistados pra descobrir se os elementos da pesquisa possuem interesse em atividades físicas.

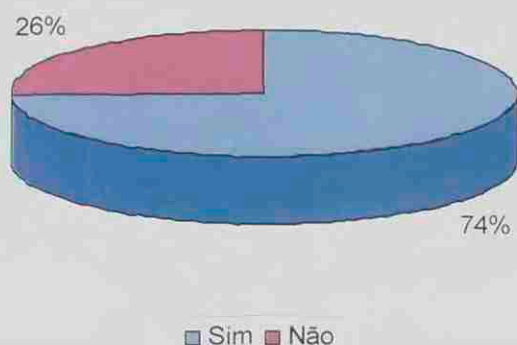
TABELA 06: Praticantes de exercício físico ou esporte.

ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Sim	149	74
Não	52	26
TOTAL	201	100

Fonte: Dados primários (2007).

GRÁFICO 06: Praticantes de exercício físico ou esporte.

Gráfico 6
Praticante de Atividade Física?



Fonte: Dados primários (2007).

Mediante o resultado é possível afirmar que 75 % dos pesquisados praticam exercício físico ou esporte e apenas 26% dos entrevistados não é praticante de alguma atividade física.

7ª Questão: Qual destes exercícios físicos você já praticou ou acha interessante?

O objetivo desta questão é identificar de maneira geral qual a preferência dos moradores do Bairro de Capoeiras, quanto a prática de algumas atividades físicas, citadas no questionário.

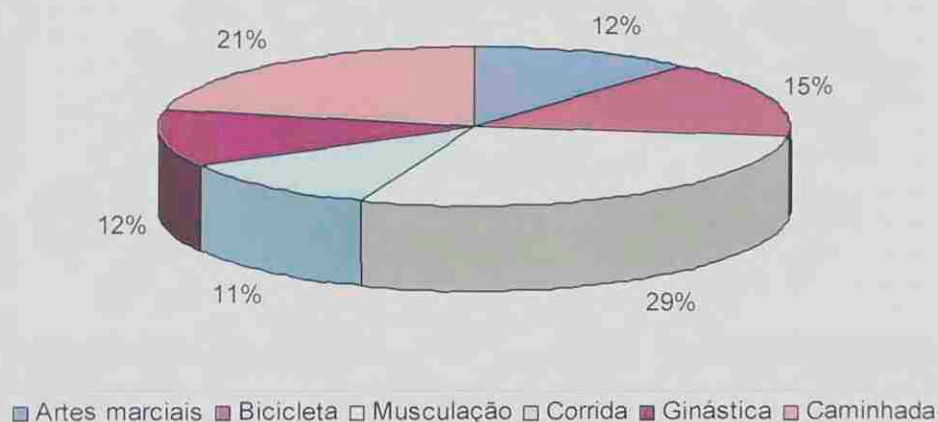
TABELA 07: Exercícios que já praticou ou acha interessante

ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Artes marciais	54	12
Bicicleta	72	15
Musculação	136	29
Corrida	51	11
Ginástica	56	12
Caminhada	100	21
TOTAL	469	100

Fonte: Dados primários (2007).

GRÁFICO 07: Exercícios que já praticou ou acha interessante

Gráfico 7
Exercício que já praticou ou pratica



Fonte: Dados primários (2007).

Nota-se com o gráfico acima que a atividade física de maior destaque entre os entrevistados é exatamente a musculação com 29% do total da amostra, seguido dos que optaram pela caminhada com 21% e seguido da bicicleta como atividade que já praticou ou acham interessante num total de 15%. Entre as atividades menos apontadas entre as pessoas que participaram da pesquisa estão a ginástica e as artes marciais com apenas 12% cada e por último a corrida com 11% entre as alternativas citadas pelos participantes da pesquisa.

8ª Questão: Qual seu grau de interesse por musculação ou ginástica?

Esta questão pretende identificar qual o interesse entre os entrevistados na atividade o qual o empreendimento busca oferecer.

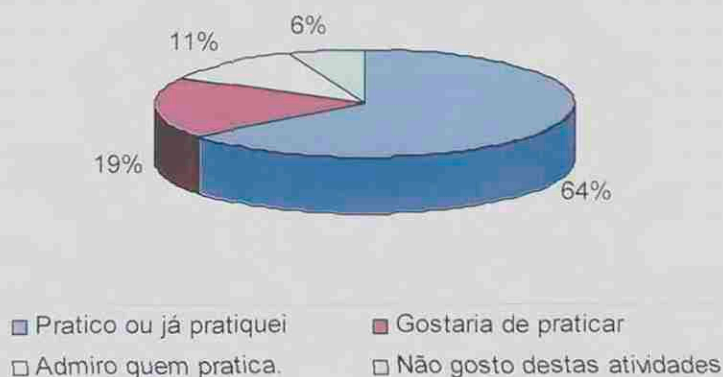
TABELA 08: Grau de interesse

ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Pratico ou já pratiquei.	130	64
Gostaria de praticar.	38	19
Admira, mas não tem interesse.	21	11
Não gosto destas atividades.	12	6
TOTAL	201	100

Fonte: Dados primários (2007).

GRÁFICO 08: Grau de interesse

Gráfico 8
Grau de Interesse.



Fonte: Dados primários (2007).

É evidente entre os entrevistados que grande parte já pratica ou praticou ginástica ou musculação, num total de 65% entre a amostra pesquisada, contra apenas 6% dos que não gostam destas atividades. Além disso, é possível observar que 19% dos indivíduos gostariam de praticar e ainda 11% admiram quem pratica, porém não possuem interesse em praticar.

9ª Questão: Assinale o fator que o levaria, ou pra você é mais importante no momento de escolha de uma academia de musculação ou ginástica.

Nesta questão o entrevistado teve que opinar sobre os motivos que o levam a escolher uma academia, buscando assim informações importantes sobre o que uma academia precisa oferecer aos seus clientes.

TABELA 09: Fator determinante na escolha

ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Qualidade dos instrutores e professores	72	25
Ambiente físico e instalações	120	42
Localização	36	13
Horários	34	12
Valor da mensalidade	22	8
TOTAL	284	100

Fonte: Dados primários (2007).

GRÁFICO 09: Fator determinante na escolha

Gráfico 9
Fator mais importante na escolha



Fonte: Dados primários (2007).

Com a análise deste gráfico e dos dados coletados 42% dos entrevistados apontaram o ambiente físico e instalações como um dos fatores mais importantes no momento de escolha de uma academia de ginástica e musculação. Em segundo lugar o fator de maior relevância indicado pelos entrevistados está à qualidade dos professores e instrutores com um total de 25% da amostra pesquisada. Além destes dois fatores apontados podemos destacar a localização e os horários flexíveis, com 13% e 12% respectivamente e como fator menos importante está o valor da mensalidade cobrada pela empresa que perfaz um total de apenas 8% .

10ª Questão: Assinale o principal motivo que o levaria a praticar ginástica ou musculação em uma academia de sua preferência.

Os participantes da pesquisa nesta questão tiveram que informar qual o motivo, razão ou interesse que os leva a praticar ginástica e musculação.

]

TABELA 10: Principal motivo a praticar ginástica ou musculação.

ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Para praticar atividade física	20	10
Ganho de massa muscular	30	15
Benefício físico e mental	78	39
Emagrecimento	32	16
Fortalecer músculos e articulações	34	17
Para se relacionar	7	3
TOTAL	201	100

Fonte: Dados primários (2007).

GRÁFICO 10: Principal motivo a praticar ginástica ou musculação.



Fonte: Dados primários (2007).

Nota-se com o gráfico que o principal motivo que leva os indivíduos a fazer ginástica e musculação é o benefício físico e mental, com um total de 39% da amostra, seguido do fortalecimento de músculos e articulações (17%) e do emagrecimento (16%). Após esses números foi possível destacar o ganho de massa muscular com 15%, para praticar uma atividade física com 10% do total da amostra e ainda 3% para os que optaram como uma atividade que serve apenas para se relacionar com pessoas.

11ª Questão: Em sua opinião qual o melhor horário para a prática de alguma atividade física?

Esta questão foi criada no intuito de descobrir qual o melhor horário para fazer exercícios físicos, segundo a opinião dos entrevistados, como também sua disponibilidade de horários.

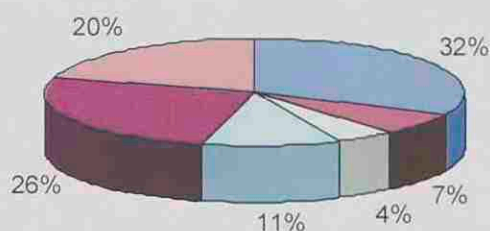
TABELA 11 - Melhor horário.

ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Das 7:00 as 10:00	64	32
Das 10:00 as 12:00	14	7
Entre 12:00 e 15:00	9	4
Entre 15:00 e 18:00	22	11
Entre 18:00 e 20:00	52	26
Entre 20:00 e 22:00	40	20
TOTAL	201	100

Fonte: Dados primários (2007).

GRÁFICO 11: Melhor horário.

Gráfico 11
Melhor Horário



■ Das 7:00 as 10:00 ■ Das 10:00 as 12:00 □ Entre 12:00 e 15:00
□ Entre 15:00 e 18:00 ■ Entre 18:00 e 20:00 ■ Entre 20:00 e 22:00

Fonte: Dados primários (2007).

Dentro de todos o resultado podemos observar que a preferência do melhor horário para a prática de uma atividade física é entre 7:00 e 10:00 da manhã, somando 32% dos entrevistados, seguido daqueles que preferem o horário entre 18:00 e 22:00, que perfaz um total de 26%. É possível notar ainda certa preferência pelo horário entre 20:00 e 22:00 o qual soma um total de 20% dos participantes da pesquisa. No entanto os horários escolhidos com

menos frequência entre os entrevistados são os das 10:00 as 12:00 e das 12:00 as 15:00 , totalizando 7% e 4% respectivamente.

12ª Questão: Com que frequência você acharia importante fazer ginástica ou musculação, por semana?

O objetivo desta questão é descobrir qual a opinião dos entrevistados, quanto ao número de vezes que os mesmos acham importante praticar as atividades descritas na questão, dentro de uma semana.

TABELA 12 Frequência que acha importante

ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
2 vezes	9	4
3 vezes	74	37
1 vez	6	3
Todos os dias	54	27
4 vezes	50	25
Não tenho opinião formada	8	4
TOTAL	201	100

Fonte: Dados primários. (2007)

GRÁFICO 12: Frequência que acha importante

Gráfico 12
Frequencia de atividade física



Fonte: Dados primários. (2007)

37% dos entrevistados acham importante fazer atividade física ao menos três vezes na semana e 27% dos entrevistados defendem a tese que o importante é fazer atividade física em todos os dias da semana. Há ainda entre os entrevistados um total de 25% que apóiam a idéia de que a atividade deve ser realizada quatro vezes na semana. Porém entre as respostas com menos freqüência destacamos os que preferem praticar apenas duas vezes na semana (4%), uma vez (3%) ou ainda aqueles que não possuem conhecimento sobre o assunto (4%).

13ª Questão: Qual seu grau de satisfação quanto às condições das atuais academias de ginástica e musculação do Bairro de Capoeiras?

O objetivo desta questão é descobrir se os entrevistados estão ou não contentes com as academias que os mesmos conhecem no Bairro de Capoeiras e assim contribuir para uma análise dos concorrentes do empreendimento.

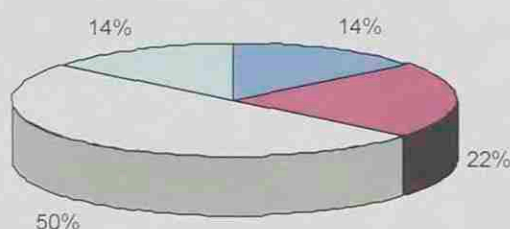
TABELA 13: Grau de satisfação.

ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Muito satisfeito	29	14
Pouco satisfeito	44	22
Satisfeito	100	50
Insatisfeito	28	14
TOTAL	201	100

Fonte: Dados primários, (2007).

GRÁFICO 13: Grau de satisfação

Gráfico 13
Grau de Satisfação



■ Muito satisfeito ■ Pouco satisfeito □ Satisfeito □ Insatisfeito

Fonte: Dados primários, (2007).

É possível afirmar que metade da amostra pesquisada está contente com as condições das academias da região de Capoeiras e 22% está pouco satisfeito quanto a estas condições. No entanto há um empate de 14% entre os entrevistados que estão muito satisfeitos e insatisfeitos com a atual realidade das empresas que prestam estes serviços na região de estudo.

14ª Questão: Indique o que você acha que deveria ser melhorado ou está mais precário nas atuais academias que você conhece.

Nesta questão os entrevistados colocaram suas opiniões sobre o que está pior nas academias que os mesmos conhecem, para que, desta forma contribuiu para identificar alguns pontos fracos da concorrência.

TABELA 14: O que deveria ser melhorado ou está pior

ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Professores e instrutores	62	26
Qualidade e diversificação de aparelhos	78	33
Iluminação e ambiente	32	14
Localização	26	11
Valor das mensalidades	36	15
TOTAL	234	100

Fonte: Dados primários. (2007)

GRÁFICO 14: O que deveria ser melhorado ou está pior



Fonte: Dados primários. (2007)

De acordo com as respostas obtidas na pesquisa é possível observar que 34% dos entrevistados estão descontentes com a qualidade e diversificação dos aparelhos das atuais academias do Bairro de Capoeiras, seguido de 26% que se queixam da qualidade dos professores e instrutores. Há ainda uma parcela de 15% da amostra que não está contente com o valor das mensalidades cobradas pelas academias, como também uma fatia de 14% que está descontente com as condições de iluminação e ambiente. O fator menos apontado como pelos pesquisados é a localização das academias que perfaz um total de apenas 11% das repostas obtidas.

15ª Questão: Quanto você estaria disposto a pagar para freqüentar uma academia de ginástica e musculação?

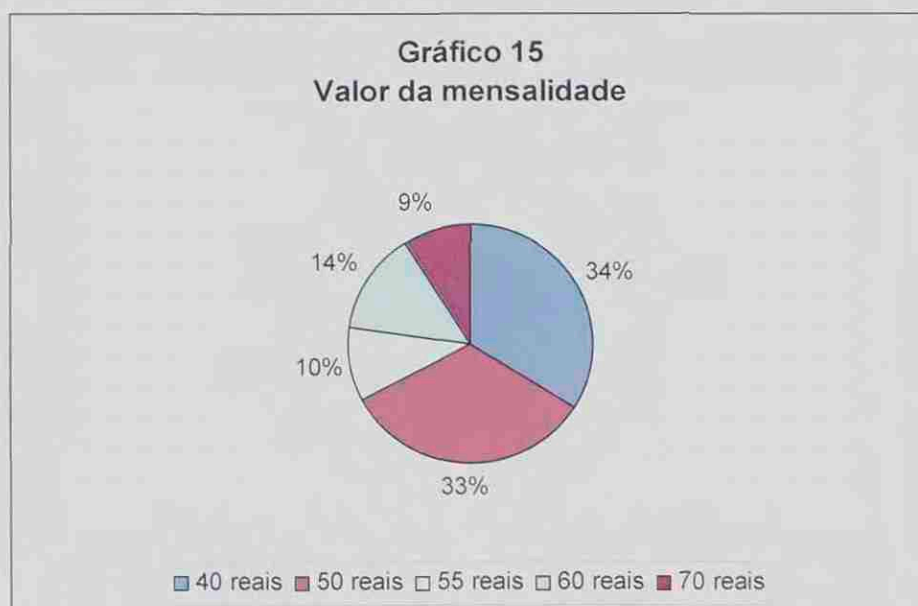
O objetivo desta pergunta é descobrir qual o preço médio que os entrevistados poderiam estar pagando para freqüentar uma academia.

TABELA 15: Valor da mensalidade

ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
R\$ 40,00	68	34
R\$ 50,00	67	33
R\$ 55,00	20	10
R\$ 60,00	28	14
R\$ 70,00	18	9
TOTAL	201	100

Fonte: Dados primários. (2007)

GRÁFICO 15: Valor da mensalidade



Fonte: Dados primários. (2007)

Com base neste gráfico é possível observar que o valor que a maior parte da amostra apontou foi de R\$ 40,00 em um total de 34% , valor este bem próximo de 33% dos que optaram por um valor de R\$ 50,00 como preço que estaria disposto a pagar por uma academia. Nota-se ainda que 14% do público entrevistado estariam dispostos á pagar um valor de R\$60,00 por uma academia, seguidos de R\$55,00 e R\$70,00 com um total de 10% e 9 % respectivamente.

16ª Questão: Você seria aluno de uma nova academia de musculação e ginástica, caso ela estivesse dentro do que você espera de uma academia, considerando preços, qualidade dos serviços e condições agradáveis para praticar as aulas?

Esta questão foi de suma importância para analisar a viabilidade de abertura da academia pretendida, pois foi possível identificar se os entrevistados teriam interesse em ser clientes de uma nova academia.

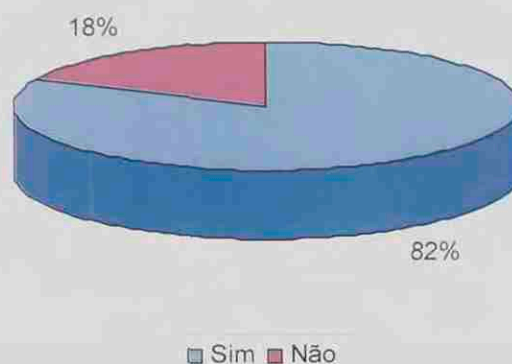
TABELA 16: Você seria aluno de uma nova academia?

ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Sim	164	82
Não	37	18
TOTAL	201	100

Fonte: Dados primários. (2007)

GRÁFICO 16: Você seria aluno de uma nova academia?

Gráfico 16
Voçe seria aluno de uma nova academia?



Fonte: Dados primários, (2007)

Quando questionados sobre se seriam ou não alunos ou clientes de uma nova academia de ginástica e musculação, 82% responderam que sim contra apenas 18% que afirmaram que não seriam alunos de uma nova academia.

4.4.2 Análise de concorrentes

Para a análise dos concorrentes do empreendimento proposto, realizou-se uma pesquisa nas academias que também oferecem ginástica e musculação na região do Bairro de Capoeiras de acordo com uma pesquisa semi-estruturada e não disfarçada. Algumas informações também foram resgatadas junto à página da internet de algumas das academias citadas.

Na pesquisa foram abordados alguns aspectos dos principais concorrentes, tais como: localização, preços, espaço físico, horários, aparelhos, condições de iluminação e higiene, estado de conservação dos aparelhos, ambiente, número de funcionários, experiência e nível de escolaridade dos professores, número de alunos, salário médio dos instrutores e professores, se possui página na internet e tempo de duração do negócio.

Esses aspectos foram levantados em quatro academias, todas localizadas no Bairro de Capoeiras. Seguem os detalhes de todos os concorrentes, sua identificação e informações pertinentes.

Academia Health Club.

1. Localização: Rua Santos Saraiva 1778, Capoeiras – Florianópolis. Fone: (48) 32485214.
2. Preço dos serviços:
 - Musculação (livre): R\$ 50,00
 - Ginástica e Musculação: R\$ 65,00
 - Ginástica duas vezes por semana: R\$ 45,00
 - Ginástica cinco vezes por semana: R\$ 55,00
 - Ginástica Para senhoras: R\$ 30,00
3. Espaço Físico: 380 m².
4. Horários: segunda a sexta das 7:15 as 12:00 e das 14:00 as 22:00, sábado das 9:00 as 12:00.
5. Aparelhos: trinta aparelhos para musculação e ginástica, sete bicicletas ergométricas, nove esteiras.
6. Condições de iluminação e higiene: Perfeitas condições de iluminação e higiene.
7. Estado de conservação dos aparelhos: Bom estado de conservação dos aparelhos, com em média três a quatro anos de uso.
8. Ambiente: com ventiladores espalhados em vários lugares, porém um pouco quente durante as estações de calor.
9. Funcionários: três funcionários, sendo um o proprietário da empresa.
10. Experiência e nível de escolaridade dos professores:
 - Regina: Licenciatura Plena em Educação Física na UFSC, com experiência em dezessete anos em ginástica e cinco anos em musculação e proprietária da academia há onze anos.
 - Francis: Licenciatura Plena em Educação Física pela UFSC, com experiência em dez anos como professor de musculação.
 - André: 7º semestre do curso de Educação Física pela Unisul e experiência como professor de ginástica há dois anos.
11. Número de alunos: 230
12. Salário médio dos professores e instrutores: R\$ 500,00
13. Possui pagina na internet: sim
14. Tempo de duração do negócio: 11 anos.

Academia Limit.

1. Localização: Rua Prefeito Dib Cheren, 3174, Capoeiras – Florianópolis. Fone: (48) 32448367.
2. Preço dos serviços: Musculação (livre): R\$ 60,00
3. Espaço Físico: 300 m2.
4. Horários: segunda á sexta das 06:00 ás 22:00 .
5. Aparelhos: 25 aparelhos para musculação e ginástica, seis bicicletas ergométricas e cinco esteiras.
6. Condições de iluminação e higiene: Perfeitas condições de iluminação e higiene.
7. Estado de conservação dos aparelhos: Regular estado de conservação dos aparelhos, com em média quatro anos de uso.
8. Ambiente: Bem ventilado e com condições agradáveis para a pratica das atividades.
9. Funcionários: quatro, entre eles o proprietário.
10. Experiência e nível de escolaridade dos professores:
Isao: 5º semestre de Educação Física na UNISUL, com experiência de quatro anos como instrutor de musculação.
Paulo: Formado em Educação Física pela UDESC, com experiência de dois anos como professor de musculação.
Sabrina: Formada em Educação Física pela Universidade Federal de Santa Maria (RS), com experiência de cinco anos como professora de musculação, ginástica e condicionamento físico.
Thiago: Cursando 5ª fase de Educação Física pela UNISUL, com experiência de seis meses como instrutor de musculação.
11. Número de alunos: 150
12. Salário médio dos professores e instrutores: R\$ 625,00
13. Possui pagina na internet: Não. (em construção).
14. Tempo de duração do negócio: um ano e oito meses.

Academia Iron Up.

1. Localização: Rua Joaquim Carneiro, 159 – Capoeiras, Florianópolis. Fone: (48) 30244935.
2. Preço dos serviços:
Musculação (livre): R\$38,00
3. Espaço Físico: 180m2

4. Horários: Segunda á sexta das 6:30 as 22:00h. Sábado das 08:30 as 12:00h.
5. Aparelhos: 26 aparelhos para musculação e ginástica, três bicicletas ergométricas e cinco esteiras.
6. Condições de iluminação e higiene: Boas condições de iluminação e limpeza nas dependências da academia.
7. Estado de conservação dos aparelhos: em media de 3 a 5 anos de uso , porém pouco conservados.
8. Ambiente: Com alguns ventiladores e com condições não muito agradáveis durante as estações de calor.
9. Funcionários: três funcionários, sendo um o proprietário do estabelecimento.
10. Experiência e nível de escolaridade dos professores:
Santiago: Cursando a 5ª fase de Educação Física na UNISUL e experiência de 30 anos como instrutor de musculação e atleta de competições ligadas ao esporte.
Rodrigo: Formado em Educação Física pela UDESC e com experiência de dez anos como professor e instrutor de musculação.
Rafaela: Cursando a 5ª fase de Educação Física pela UDESC e com experiência de um ano e meio como instrutora de musculação.
11. Número de alunos: 130
12. Salário médio dos professores e instrutores: R\$ 500,00
- 13: Tempo de duração do Negócio: sete anos.

Academia Interativa

1. Localização: Rua Najib Jabor, 356 - Capoeiras, Florianópolis. Fone: (48) 32485997.
2. Preços dos serviços:
Musculação (livre): R\$ 53,00
Horário de 7:00 as 16:00 : R\$ 48,00
3. Espaço físico: 210 m².
4. Horários: Segunda a sexta das 7:00 as 22:00 e sábado das 09:00 as 12:00.
5. Aparelhos: 21 aparelhos de musculação, quatro bicicletas ergométricas e seis esteiras.
6. Condições de Iluminação e Higiene: Ótimas condições de iluminação e higiene.
7. Estado de conservação dos aparelhos: Perfeitas condições de conservação dos aparelhos, em estado de novo, no entanto com em média quatro anos de uso.

8. Ambiente: Muito bem ventilado e com condições agradáveis para a prática das atividades.

9. Funcionários: Seis, sendo um o proprietário do estabelecimento.

10. Experiência e Nível de escolaridade dos professores:

Isabel: Cursando a 6ª fase de Educação Física na UNISUL e experiência de 5 meses como instrutora de musculação.

Rilliam: Formada em Educação Física pela UDESC e com experiência de 1 ano como professora de Musculação.

Luciane: Cursando a 9ª fase de Educação Física na UNISUL e experiência de 4 anos como instrutora de academia .

Sandra: Auxiliar de serviços gerais e segundo grau completo.

Anderson: Formado em Educação Física pela UFSC e experiência de três anos como professor de musculação.

Laise: Recepcionista, com segundo grau completo.

11. Numero de alunos: 150

12. Salário médio dos professores e instrutores: R\$ 800,00

13. Tempo de duração do negócio: quatro anos.

4.4.3 Fornecedores

Nesta etapa do trabalho foram identificados os fornecedores de insumos, materiais e os outros produtos que são necessários para a constituição da academia de ginástica e musculação que se pretende viabilizar.

Fornecedores de equipamentos para musculação e ginástica:

- CORPORE FITNESS COMERCIAL:

Rua João Marcondes de Matos, Centro, 204 – Biguaçu. Fone: (48)32852242.

- FITNESS MARTINS COMÉRCIO E SERVIÇO:

Avenida Presidente Kennedy, 295 - Campinas, São José/SC. Fone (48) 32410119.

- GED FITNESS EQUIPAMENTOS DE GINASTICA:

Rua Presidente Kennedy, 538 – Campinas, São José. Fone: (48)30353482.

- ATLETIC WAY:

Rua sete de setembro, 1213 – Centro, Blumenau / SC. Fone: (47)33264045.

- HALTER MECANICA E APARELHOS DE GINÁSTICA:

Rua Albano Schmidt, 1015 – Boa Vista, Joinville/SC. Fone: (47) 34223090.

- BIODELTA INDÚSTRIA DE APARELHOS PARA GINÁSTICA:

Rua Padre Roma, 150 – Jarivatuba, Joinville / SC. Fone (47) 34661967.

- SANTANA FITNESS EQUIPMENT:

Avenida Elza Luch, 417 – Ponte do Imaruim – Palhoça / Santa Catarina. Fone: (48) 32423031.

- ALL GYM:

Rua Salvador Di Bernardi, 49 – Campinas, São José / SC. Fone: (48) 32412585.

- AMERICAN MEDICAL DO BRASIL:

Rua Brasil, São Paulo – SP. Fone (11) 43683409.

Fornecedores de Móveis e Utensílios:

- ESCRITOLÂNDIA:

Rua Dr. Heitor Blum, 426 – Estreito, Florianópolis. Fone: (48) 33484949.

- DESTERRO MÓVEIS:

Avenida Hercílio Luz, 705 – Centro, Florianópolis. Fone: (48) 32235477.

- J. ZILLOTTO:

Rua Manoel de Oliveira Ramos, 43 A -Centro, Florianópolis. Fone: (48) 32442814.

Fornecedores de Equipamentos para Informática:

- COMPU KOERICH:

Rua Durval Melquides de Souza, 703 – Centro, Florianópolis. Fone: (48) 32237934.

- X COMP:

Rua Felipe Shimidt, 567 - Centro, Florianópolis. Fone: (48) 32237777.

- PC FLORIPA:

Rua Francisco Tolentino, 628 – Centro, Florianópolis. Fone : (48) 32229018.

- LEMON INFORMÁTICA:

Rua João Motta Espezin, 734 – Saco dos Limões, Florianópolis. Fone: (48) 33331809.

- AWM INFORMÁTICA:

Rua Souza Dutra, 481 – Estreito, Florianópolis. Fone: (48) 30252850.

Fornecedores de Materiais para Higiene e Limpeza:

- MAKRO ATACADISTA:

Avenida Juscelino Kubitschek de Oliveira, 469 – Estreito, Florianópolis. Fone: 32814080.

- SUPERMERCADO ANGELONI E CIA LTDA:

Avenida Ivo Silveira, 2445 – Capoeiras, Florianópolis. Fone: (48) 32717500.

- OK SUPERMERCADO:

Rua Waldemar Ouriques, 19 – Capoeiras, Florianópolis. Fone: (48) 32446307.

Fornecedores de Água Mineral:

- JAN BEBIDAS:

Avenida Governador Ivo Silveira, 1073 – Florianópolis. Fone: (48) 32489500.

- AGUA MINERAL SANTA CATARINA:

Rua Jacob Vilain Filho, Guarda do Cubatão – Palhoça / SC. Fone: (48) 32420172.

- DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS NOVA PONTE:

Rua Dib Cheren, 1643, Capoeiras – Florianópolis. Fone: (48) 32445466.

- VONPAR:

Avenida Marin M.Schramm, 3416 – Florianópolis / SC. Fone: (48) 32078200.

Fornecedores de Materiais Gráficos:

- GRÁFICA NATAL:

Rua Joaquim Carneiro, 45 – Capoeiras, Florianópolis. Fone: (48) 32440058.

- GRÁFICA CONTINENTE:

Rua General Liberato Bittencourt, 1692 – Estreito, Florianópolis. Fone: (48) 32441292.

- ROCHA SOLUÇÕES GRÁFICAS:

Rua Thiago da Fonseca, 34 – Capoeiras, Florianópolis. Fone: (48) 32481064.

4.5 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Nesta seção buscou-se abordar as características administrativas da academia de ginástica e musculação para diagnosticar sua real viabilidade de sua implantação. Nesse sentido serão especificados a seguir os possíveis colaboradores e sócios da empresa, com seus

respectivos salários, carga horária, funções dentro da empresa, como também o horário e os dias de funcionamento da mesma.

4.5.1 Estrutura da organização

O horário de funcionamento da academia é de segunda á sexta-feira, no período das 07h30min as 12h00min e das 14h00min as 22h00min e nos sábados das 08h00min ao meio dia.

A empresa tem como expectativa contar com um quadro de funcionários composto por seis indivíduos, que trabalham de acordo com uma escala pré-definida. Entre os funcionários um é o próprio sócio e fundador da empresa, que tem como função principal administrar todas as atividades e zelar pelo bem estar da empresa e de seus clientes. Será contratada ainda uma recepcionista, com a função de atender aos clientes e alunos da academia. Também será recrutada uma pessoa para trabalhar nos serviços gerais, com a função principal de se responsabilizar pela higiene e limpeza das dependências da academia.

Além destes colaboradores a empresa terá um professor de musculação, formado em Educação Física, que entre terá como uma de suas funções, orientar os alunos dentro da academia. Será ainda contratado um estagiário, também da área de Educação Física, que terá funções similares ao professor de Educação Física.

Para a empresa oferecer as aulas de ginástica e outras aulas similares, será necessário à contratação de um professor com experiência nesta área e que possua a graduação na área de Educação Física.

Segue abaixo um quadro com os colaboradores da empresa e seus respectivos horários de trabalho, os dias da semana que terão que trabalhar e a carga horária semanal de cada funcionário.

QUADRO 01: Quadro Funcional

Quadro Funcional Academia Clube da Saúde			
Cargo	Horários/Escala		Carga Horária Semanal
	Segunda á sexta	Sábado	
Dias da Semana			
Sócio Fundador	7:30 as 12:00 / 18:00 as 22:00	8:00 as 12:00	47
Recepção	14:00 as 22:00	08:00 as 10:00	42
Faxineira	14:00 as 16:00	8:00 as 10:00	12
Professor	14:00 as 22:00	10:00 as 12:00	42
Estagiário	07:30 as 12:00	08:00 as 10:00	24
Professor de Ginástica	08:30 as 10:00/ 15:30 as 17:00(2 ^a ,4 ^a ;6 ^a) 08:30 as 10:00 /15:30 as 17:00 (3 ^a e 5 ^a)	09:00 as 10:30	17

Fonte: Dados primários (2007)

4.5.2 Responsabilidades, atividades e salários.

Após descrever a carga horária e a escala de trabalho de cada funcionário, no tópico a seguir são descritos em termos gerais as funções, responsabilidades, tarefas, rotinas e os salários de todos os colaboradores da empresa, com seu respectivo cargo.

Sócio e Fundador da empresa:

- Responsável pela condução do negócio, tomada de decisão, descrição dos cargos e salários dos colaboradores.
- Contato com fornecedores, contadores, concorrentes, bancos, investidores, etc.
- Recepção de clientes, atendimento ao público, mostrar as dependências e instalações da academia e ainda estabelecer contatos com clientes, através de contato eletrônico por e-mail.
- Será estipulado um pró-labore inicial de R\$ 1.000,00 ao sócio da organização.

Recepcionista:

- Responsável pelo atendimento aos clientes, recepção há novos clientes da empresa, atender ao telefone.

- Controlar a entrada de alunos, fazer cobrança das mensalidades, fechamento de caixa, etc.
- Fazer a matrícula dos alunos e conduzir os alunos até os instrutores e professores.
- Mostrar as dependências, instalações e ambientes da academia.
- Será estipulado um salário inicial de R\$ 500,00 para a recepcionista que for contratada, além de todos os benefícios que a legislação exige.

Faxineira:

- Zelar pela limpeza, higiene e organização das dependências da academia.
- O salário estipulado para a faxineira que for contratada é de R\$ 380, 00, com mais os benefícios e encargos sociais exigidos por lei.

Estagiário:

- O estagiário contratado terá a responsabilidade de conduzir os alunos até os equipamentos corretos, para a prática dos exercícios, já que o mesmo deverá estar cursando o curso de Educação Física.
- Acompanhar constantemente os alunos durante as aulas e tirar dúvidas sobre os exercícios e aparelhos.
- Zelar pela manutenção dos aparelhos, instalações e máquinas.
- Para o estagiário será oferecido um salário de R\$ 300, 00, de acordo com contrato de estágio exigido pelas agencias de recrutamento.

Professor de Musculação:

- Orientar e conduzir os alunos durante os treinos e atividades.
- Preencher as fichas com os treinos dos alunos da academia.
- Fazer constantes avaliações, adaptações e modificações necessárias nos treinos de cada cliente.
- Acompanhar os alunos em cada exercício, para repassar o movimento correto de cada exercício e aparelhos da academia.
- Demonstrar as dependências da academia a novos alunos.
- Organizar aparelhos, pesos e materiais utilizados frequentemente pelos clientes da academia.
- Zelar pela manutenção dos aparelhos, instalações e máquinas.

- O salário inicial que será proposto ao professor de musculação será de R\$ 750, 00, com todos os encargos incluídos.

Professor (a) de Ginástica:

- Conduzir as aulas de acordo com sua metodologia de trabalho.
- Organizar as dependências da sala de ginástica, antes e após cada aula do dia.
- Conduzir os alunos, antes de cada aula para a sala de ginástica
- Orientar os alunos sobre as práticas corretas de cada exercícios.
- Utilizar as ferramentas de trabalho e equipamentos corretos em todas as aulas durante a semana.
- Zelar pela manutenção dos aparelhos, instalações e máquinas sob sua responsabilidade.
- O salário pago ao professor de ginástica será de R\$ 550, 00, incluindo também os encargos exigidos pela legislação.

4.5.3 Funcionamento e serviços.

Neste tópico são descritos as atividades ou serviços oferecidos para os clientes da organização em estudo, bem como com seus respectivos horários e dias da semana onde as atividades ocorrem.

Para demonstrar este aspecto elaborou-se um quadro, com todas as informações necessárias para identificar as características citadas anteriormente.

QUADRO 02: Horário das atividades.

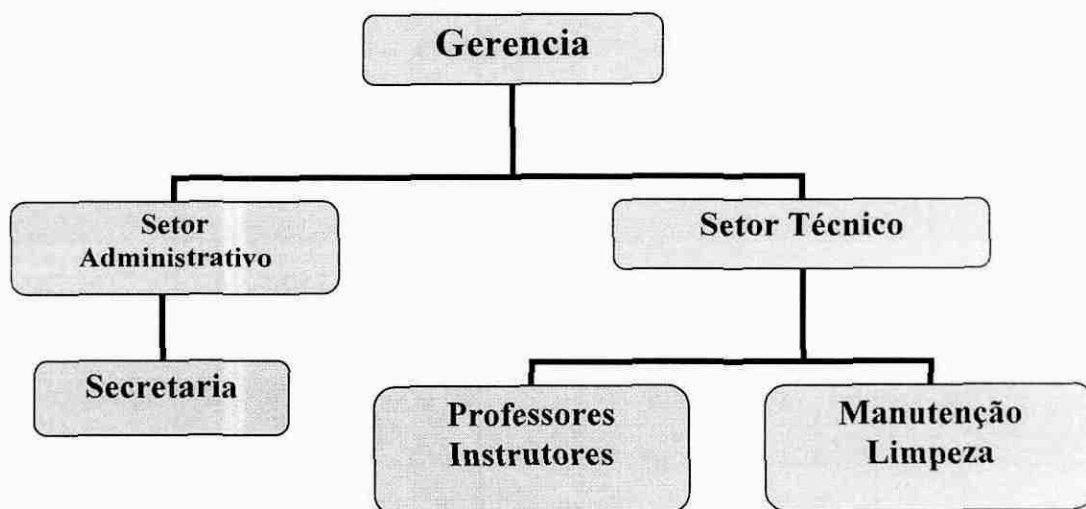
Horário das Atividades Academia Clube da Saúde				
	Musculação		Ginástica	
	Horário	Professor	Horário	Professor
Segunda	07:30 as 12:00/ 14:00 as 22:00	Estagiário/Professor de Musculação	08:30 as 10:00/ 15:30 as 17:00	Professor (a) de Ginástica
Terça	07:30 as 12:00/ 14:00 as 22:00	Estagiário/Professor de Musculação	10:00 as 11:30 / 19:00 as 20:30	Professor (a) de Ginástica
Quarta	07:30 as 12:00/ 14:00 as 22:00	Estagiário/Professor de Musculação	08:30 as 10:00/ 15:30 as 17:00	Professor (a) de Ginástica
Quinta	07:30 as 12:00/ 14:00 as 22:00	Estagiário/Professor de Musculação	10:00 as 11:30 / 19:00 as 20:30	Professor (a) de Ginástica
Sexta	07:30 as 12:00/ 14:00 as 22:00	Estagiário/Professor de Musculação	08:30 as 10:00/ 15:30 as 17:00	Professor (a) de Ginástica
Sábado	07:30 as 12:00	Estagiário/Professor de Musculação	09:00 as 10:30	Professor (a) de Ginástica

Fonte: Dados primários (2007).

4.5.4 Organograma

Nesta etapa do trabalho criou-se um organograma básico da estrutura hierárquica da academia, com seus respectivos níveis e denominação de cada setor dentro da organização, bem como a composição de cada nível ou setor logo abaixo da figura.

FIGURA 1: Organograma da academia



Fonte: Dados primários (2007)

- **Gerencia:** Formada pelo sócio, criador e fundador da empresa.
- **Setor Administrativo:** Composto pela secretaria da empresa e possui ligação com a gerencia.
- **Setor Técnico:** Formado pela equipe de professores e pelo serviço de limpeza e higiene da academia.
- **Secretaria:** É composta apenas pela secretária ou recepcionista da empresa.
- **Professores e instrutores:** Quadro composto pelos professores de musculação, ginástica e estagiário
- **Manutenção e Limpeza:** Formado pela faxineira ou auxiliar de serviços gerais.

4.6 ASPECTOS TÉCNICOS.

Neste tópico são abordadas as características técnicas do empreendimento proposto, no caso a academia de ginástica e musculação, necessários para a instalação da mesma. Entre eles os móveis, utensílios, aparelhos de musculação e ginástica, equipamentos e outros itens que serão importantes para a abertura da academia.

Além disso, apresenta um estudo das possíveis localizações geográfica da academia, como também definiu-se de maneira geral o tamanho do empreendimento proposto.

4.6.1 Estudo da localização

Como dito anteriormente buscou-se realizar um levantamento dos imóveis ou salas comerciais disponíveis no Bairro de Capoeiras, para buscar informações que permitam uma análise do tamanho e do preço do aluguel dos imóveis para a instalação do empreendimento.

Portanto, segue logo abaixo os imóveis que estão disponíveis para aluguel, com sua devida localização, preço do aluguel, a imobiliária que o mesmo se encontra e também o tamanho do espaço físico que o mesmo possui.

Imóvel 1 :

- Localização: Avenida Patrício Caldeira de Andrade, n. 1596.
- Imobiliária Brognoli.
- Valor do Aluguel: R\$ 1.150,00.
- Tamanho: 150 m2.

Imóvel 2 :

- Localização: Rua Waldemar Ouriques, n. 443.
- Imobiliária: Com o proprietário.
- Valor do Aluguel: R\$ 1.600,00
- Tamanho: 100m2

Imóvel 3 :

- Localização: Rua Waldemar Ouriques, n. 535.
- Imobiliária: Brognoli.
- Valor do Aluguel: R\$ 12.000,00
- Tamanho: 600m2

Imóvel 4 :

- Localização: Rua Santos Saraiva, n. 150.
- Imobiliária: Ibagi Imóveis
- Valor do Aluguel: R\$ 1.600,00
- Tamanho: 250m2.

4.6.2 Tamanho da academia

Para definir o tamanho da academia foi utilizado como parâmetro de escolha o tamanho médio das academias do Bairro de Capoeiras.

Desta forma estabeleceu-se que o espaço de todas as dependências da academia terá em torno de 300m².

4.6.3 Móveis e utensílios

A seguir observa-se uma lista completa de todos os móveis e utensílios que são de suma importância para a montagem de uma academia de ginástica e musculação.

- Material para escritório (folhas, canetas, grampeador, cliques, etc.).
- Materiais para limpeza e higiene.
- Uma Mesa para escritório.
- Uma Cadeira escritório.
- Um Guarda volumes para o banheiro.
- Dois Bancos para os banheiros.
- Três Lixeiras.
- 1 Bebedouro.
- Tapete
- Quadro ou mural para recados.
- Carimbo da empresa.

4.6.4 Equipamentos

Seguem abaixo os equipamentos e alguns outros itens que são indispensáveis para a implantação de uma academia de ginástica e musculação.

- Notebook
- Software de banco de dados para administração e controle interno de clientes e atividades da empresa.
- Impressora.

- Aparelho de Telefone.
- Calculadora.
- Aparelho de som.

4.6.5 Aparelhagem

Neste tópico buscou-se apontar todos os aparelhos, equipamentos, máquinas e outros produtos que deverão fazer parte da academia caso a mesma seja viabilizada, considerando tudo o que é essencial para aulas de ginástica e também de musculação em uma academia.

Para consultar as imagens e figuras de todos os equipamentos abaixo, consultar ANEXO A.

- Suporte de barras.
- Arvore de anilhas.
- Puxadores.
- Leg Press 45°.
- Leg Horizontal
- Adutor/Abdutor
- Extensor.
- Flexor.
- Multiguiado Linear.
- Peitoral Dorsal.
- Desenvolvimento.
- Remada Articulada.
- Crossover.
- Banco Regulável Tubular.
- Puxador quatro estações.
- Supino Inclinado
- Máquina Bíceps.
- Remada Articulada Tubular.
- Supino Reto.
- Glúteos.

- Máquina Abdominal.
- Panturrilha sentada.
- Quatro Esteiras ergométricas
- Quatro Bicicletas ergométricas.

4.7 ASPECTOS FINANCEIROS

Os aspectos econômicos e financeiros são muito importantes para poder se avaliar a viabilidade de um empreendimento, pois contem elementos que permitem determinar os investimentos, receitas, custos e outros itens indispensáveis para uma análise mais precisa de um plano de negócio.

4.7.1 Investimentos fixos

Neste tópico são descritos os custos dos móveis, utensílios, equipamentos e as aparelhagens necessárias para o funcionamento de uma academia, com o preço, fornecedor e quantidade de cada item citado.

Segue logo abaixo o quadro com os móveis e utensílios, com o valor, quantidade e fornecedor de cada produto mensurado.

QUADRO 03: Móveis e utensílios.

Descrição	Qtd	Valor Unitário(R\$)	Valor total	Fornecedor
Material para escritório		25,00	25,00	Makro
Material para Limpeza e higiene		35,00	35,00	Makro
Mesa para escritório	1	180,00	180,00	Escritolandia
Cadeira para escritório	1	95,00	95,00	Escritolandia
Guarda-volume para banheiro	2	359,00	718,00	Escritolandia
Bancos para banheiro	2	78,00	156,00	Desterro Móveis
Lixeiras	2	24,55	49,10	Angeloni
Bebedouro	1	240,00	240,00	Angeloni
Tapete Personalizado	1	96,00	96,00	J.Ziliotto
Quadro para recados	1	19,00	19,00	J.Ziliotto
Carimbo da empresa	1	5,00	5,00	Gráfica Natal
Total			1.618,10	

Fonte: Dados primários (2007).

O próximo quadro apresenta os equipamentos com seus respectivos preços, fornecedores e quantidades necessárias para a academia estudada.

QUADRO 04: Equipamentos

Descrição	Qtd	Valor Unitário (R\$)	Valor total	Fornecedor
Software banco de dados clientes	1	1.100,00	1.100,00	Compukoerich
Aparelho de Telefone	1	99,00	99,00	Angeloni
Calculadora	1	29,90	29,90	X Comp
Total			1.228,90	

Fonte: Dados primários (2007).

A seguir são descritos os aparelhos que são destinados para as praticas dos exercícios na academia, com seu valor unitário, quantidade e o fornecedor.

QUADRO 05: Aparelhagem

Descrição do aparelho	Qtd	Valor Unitário(R\$)	Valor total	Fornecedor
Suporte de barras.	1	635,00	635,00	Santana Fitness
Arvore de anilhas.	1	150,00	150,00	Santana Fitness
Puxadores.	1	265,00	265,00	Santana Fitness
Leg Press 45°.	1	2.860,00	2.860,00	Santana Fitness
Leg Horizontal	1	3.250,00	3.250,00	Santana Fitness
Adutor/Abdutor	1	2.890,00	2.890,00	Santana Fitness
Extensor.	1	2.650,00	2.650,00	Santana Fitness
Flexor.	1	2.650,00	2.650,00	Santana Fitness
Multiguiado Linear.	1	2.450,00	2.450,00	Santana Fitness
Peitoral Dorsal.	1	2.750,00	2.750,00	Santana Fitness
Desenvolvimento.	1	1.860,00	1.860,00	Santana Fitness
Remada Articulada.	1	1.860,00	1.860,00	Santana Fitness
Crossover.	1	3.960,00	3.960,00	Santana Fitness
Banco Regulável Tubular.	1	535,00	535,00	Santana Fitness
Puxador quatro estações.	1	5.860,00	5.860,00	Santana Fitness
Supino Inclinado	1	5.860,00	5.860,00	Santana Fitness
Máquina Bíceps.	1	2.490,00	2.490,00	Santana Fitness
Remada Articulada Tubular.	1	3.760,00	3.760,00	Santana Fitness
Supino Reto.	1	685,00	685,00	Santana Fitness
Glúteos.	1	2.450,00	2.450,00	Santana Fitness
Maquina Abdominal.	1	2.155,00	2.155,00	Santana Fitness
Panturrilha sentada.	1	600,00	600,00	Santana Fitness
Esteira ergométrica	4	2.960,00	11.840,00	Embrex
Bicicleta ergométrica	4	1.350,00	5.400,00	Embrex
Total			69.865,00	

Fonte: Dados primários (2007).

A seguir são especificados todos os custos para a regularização da academia, de acordo com os valores informados pela Prefeitura Municipal de Florianópolis e Sebrae.

QUADRO 06: Custos para registro

Descrição da Taxa	Valor (R\$)
Alvará Sanitário	48,53
Registro no Conselho Regional de Ed. Física.	95,00
Requerimento de empresário individual (Junta Comercial)	32,05
Total	175,58

Fonte: Dados primários (2007).

No quadro seguinte é apresentado o total dos investimentos fixos, considerando móveis, utensílios, equipamentos, aparelhagem completa e os custos para registro da empresa.

QUADRO 07: Total de Investimentos Fixos.

Descrição	Valor Total
Móveis e utensílios	1.618,10
Equipamentos	1.228,90
Aparelhagem	69.865,00
Custo para registro da empresa	175,58
Total	72.887,58

Fonte: Dados primários (2007).

4.7.2 Depreciação

Com exceção dos terrenos, os ativos fixos sempre terão uma vida útil limitada, devido ao seu uso nas atividades da empresa. Por isso é importante fazer o cálculo da depreciação dos ativos da empresa, já que ela representa um custo para a mesma e poderá ainda ser deduzido do imposto de renda.

A taxa de depreciação, segundo o Sebrae (2007) para máquinas, equipamentos, utensílios, móveis é de 10%aa. e dos aparelhos eletrônicos é de 20%aa.

Segue o cálculo da depreciação dos ativos fixos da academia, com seus devidos cálculos mensais e anuais.

QUADRO 08: Depreciação

Descrição	Qtd	Valor total (R\$)	Taxa Anual (%)	Depreciação Mensal (R\$)	Depreciação Anual (R\$)
Material para escritório		25,00	10	0,21	2,50
Material para Limpeza e higiene		35,00	10	0,29	3,50
Mesa para escritório	1	180,00	10	1,50	18,00
Cadeira para escritório	1	95,00	10	0,79	9,50
Guarda-volume para banheiro	2	718,00	10	5,98	71,80
Bancos para banheiro	2	156,00	10	1,30	15,60
Lixeiras	2	49,10	10	0,41	4,91
Bebedouro	1	240,00	10	2,00	24,00
Tapete Personalizado	1	96,00	10	0,80	9,60
Quadro para recados	1	19,00	10	0,16	1,90
Carimbo da empresa	1	5,00	10	0,04	0,50
Software banco de dados clientes	1	1.100,00	20	18,33	220,00
Aparelho de Telefone	1	99,00	20	1,65	19,80
Calculadora	1	29,90	20	0,50	5,98
Aparelhagem completa		69.865,00	10	582,21	6.986,50
Total				616,17	7.394,09

Fonte: Dados primários (2007).

4.7.3 Custos

Neste tópico buscou-se mensurar todos os custos necessários para a implantação do negócio, que fazem parte do funcionamento da empresa, como no caso de uma academia ou na indústria e comércio.

Os custos aqui determinados são classificados em fixos e variáveis, pois são custos que variam ou não de acordo com o número de serviços prestados.

Além dos custos fixos e variáveis da academia, também foi elaborado um quadro com o valor dos custos da mão de obra direta, relacionados aos funcionários e colaboradores da empresa.

No quadro a seguir encontra-se os custos de mão de obra direta da academia, de acordo com os encargos sociais e com o total dos encargos mensais e anuais.

Segundo informações do Sebrae (2007) os encargos incidentes sobre a folha de pagamento dos funcionários, em uma empresa que opta pelo SIMPLES, é composto mensalmente por 8% de Fundo de Garantia de Tempo de Serviço (FGTS), 8,33% de 13º salário e mais 10,83 de 1/3 de férias, correspondendo a um valor de 27,16% de encargos sociais.

QUADRO 09: Mão de obra direta

Descrição	Valor mensal (R\$)	Valor anual(R\$)
Estagiário	300,00	3.600,00
Professor de Musculação	750,00	9.000,00
Professor de Ginástica	550,00	6.600,00
Total de encargos (27,16%)	351,00	4.212,00
Total	1.951,00	23.412,00

Fonte: Dados primários (2007).

No quadro á seguir estão discriminados os custos fixos da academia, com seus devidos valores mensais e anuais.

QUADRO 10: Custos fixos

Descrição	Valor mensal (R\$)	Valor anual (R\$)
Custo mão de obra direta	1.951,00	23.412,00
Aluguel	2.000,00	24.000,00
Água	15,00	180,00
Luz	35,00	420,00
Telefone	40,00	480,00
Material de escritório	20,00	240,00
Material de limpeza	25,00	300,00
Pró-labore sócio	1.000,00	12.000,00
Recepcionista+ encargos sociais	635,80	7.629,60
Faxineira + encargos sociais	483,20	5.798,40
Depreciação	616,17	7.394,09
Manutenção banco de dados	110,00	1.320,00
Contador	50,00	600,00
Total	6.981,17	83.774,04

Fonte: Dados primários (2007).

Para determinar os custos variáveis, foram determinados os valores de acordo com algumas tributações devidas para uma academia de ginástica e musculação, assim como informado pela Prefeitura Municipal de Florianópolis (2007) e no site da Receita Federal.

A empresa que opta pelo SIMPLES, com o faturamento entre R\$90.000,00 e R\$ 120.000,00 tem sobre o valor da receita bruta mensal um valor de 5% para ser descontado.

Em relação ao ISS, num caso de uma academia de ginástica e musculação e prestadora de serviço, é descontado um valor de 5% sobre o faturamento bruto mensal.

QUADRO 11: Custos variáveis

Descrição	Valor (R\$)
SIMPLES	5%
ISS	5%
Total	10%

Fonte: Dados primários (2007).

4.7.4 Valor dos serviços

Para determinar o valor de cada serviço prestado pela academia, foi necessário calcular o custo de cada aula, considerando que cada aluno permanece na empresa por em média uma hora. Além disso, foi feita uma comparação e relação com os preços aplicados pelos concorrentes da região de estudo da academia.

O cálculo do custo do serviço ou hora, foi feito entre o quociente do custo fixo mensal pelo número de horas aulas em um mês.

Para determinar o número de horas aulas em um mês na academia, foi calculada a carga horária mensal dos professores e estagiários, onde somando a carga horária semanal de cada funcionário (ver quadro um), chegou-se a um número de 332 horas aulas em um mês de atividade na empresa.

Assim:

$$\begin{aligned} \text{Custo Fixo Mensal/n}^\circ \text{ aulas horas aulas mês} &= \text{custo unitário do serviço} \\ &= 6981,17 / 332 = 21,03 \end{aligned}$$

Com isso determinou-se o custo unitário do serviço de R\$ 21,03 por hora/aula na academia.

4.7.5 Valor da mensalidade

Para o cálculo do valor da mensalidade, foi necessário fazer uma relação entre os custos variáveis, índices de comercialização, margem de lucro e a taxa de marcação.

Para chegar ao valor do índice de comercialização, foram somados os valores dos custos variáveis (5% imposto do SIMPLES + 5% ISS), totalizando 10%. Foi determinada uma margem de lucro de 57% para então calcular a taxa de marcação, a partir da seguinte fórmula:

$$TM = [100 - (IC + ML)] / 100.$$

Desta forma foi possível chegar aos seguintes números:

$$TM = [100 - (10 + 57)] / 100$$

$$TM = 0,33 = 33\%$$

Determinada a taxa de marcação foi possível chegar ao valor da mensalidade a ser cobrada na academia.

- Custo unitário (hora aula da academia) = R\$ 21,03
- Taxa de marcação = 0,33 = 33%
- Valor da mensalidade = custo unitário / TM = 21,03/0,33 = 63,72

Chegou-se assim a um valor de R\$60,00 para o valor da mensalidade, estando próximo do valor cobrado por alguns concorrentes da academia e um valor próximo de R\$ 60,00, apontado por 33% dos entrevistados na pesquisa de marketing aplicada, como preço correto a ser cobrado em uma academia.

4.7.6 Investimento inicial.

O investimento inicial representa o montante de recursos necessários para a abertura e condução do negócio no início das atividades da empresa. Este valor é composto pelo capital de giro, que no caso é igual ao valor de três meses dos custos fixos mensais, além do valor dos investimentos fixos e de uma reserva técnica de segurança de 10%, de acordo com informações fornecidas pelo Sebrae.

No quadro a seguir encontra-se o total dos investimentos iniciais para a abertura do negócio, com toda a relação dos investimentos necessários.

QUADRO 12: Investimentos iniciais

Descrição	Valor (R\$)
A- Investimentos fixos	72.887,58
B-Capital de giro	6.981,17
C-Subtotal (A+B)	79.868,75
D- Reserva Técnica (C+D) = 10%	7.986,88
Total	87.855,63

Fonte: Dados primários (2007).

4.7.7 Receita e resultado operacional

Para o cálculo da receita operacional, foi necessário basear-se no valor da mensalidade que se pretende aplicar e ainda estimar três possíveis demandas de clientes. Desta forma foi estipulado três cenários, um mais provável, um pessimista e outro otimista.

No cenário mais provável foi considerando um total de 170 alunos em um mês, que equivale à média de clientes das concorrentes da academia, já que um valor exato é de difícil mensuração. Para estimar o valor do cenário pessimista e otimista, foi estipulado um valor de 20% de variação de cada um em relação ao cenário mais provável.

Desta forma no quadro abaixo demonstra o cálculo a receita operacional mensal da academia.

QUADRO 13: Receita mensal

Descrição	Pessimista (R\$)	Mais Provável (R\$)	Otimista (R\$)
Receita dos serviços prestados	8.160,00	10.200,00	12.240,00
Total	8.160,00	10.200,00	12.240,00

Fonte: Dados primários (2007).

Para chegar ao valor do resultado operacional também foi utilizado o cenário mais provável, pessimista e otimista, de acordo com o quadro abaixo.

QUADRO 14: Resultado operacional.

Descrição	Pessimista (R\$)	Mais Provável (R\$)	Otimista (R\$)
A - Receita Operacional anual dos serviços	97.920,00	122.400,00	146.880,00
B-Custo Variável do serviço prestado (10% de A)	9.792,00	12.240,00	14.688,00
C-Custo fixo anual	83.774,04	83.774,04	83.774,04
D - Custo Total anual (C+B)	93.566,04	96.014,04	98.462,04
E - Lucro Líquido anual (A-D)	4.353,96	26.385,96	48.417,96
F-Margem de Contribuição (A-B)	88.128,00	110.160,00	132.192,00
G - Ponto de Equilíbrio em % (C/F)	95,06	76,05	63,37

Fonte: Dados primários (2007).

4.7.8 Lucratividade

Para calcular a eficiência da empresa de acordo com a lucratividade, foi aplicada a seguinte fórmula:

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido anual} \times 100}{\text{Vendas}}$$

Segundo o quadro abaixo expõe, foi possível mensurar a lucratividade da academia anualmente, de acordo com o cenário otimista e pessimista mais provável.

QUADRO 15: Lucratividade.

Descrição	Pessimista	Mais Provável	Otimista
Lucratividade	4353,96x100/97.920,00	26385,96x100/122.400,00	48417,96x100/146.880,00
Resultado (%)	4,44	21,55	32,96

Fonte: Dados primários (2007).

4.7.9 Rentabilidade

A rentabilidade, que indica o retorno financeiro dos recursos investidos na empresa, foi calculada a partir da seguinte fórmula:

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

O quadro abaixo apresenta a rentabilidade da empresa, baseado nos três cenários (o pessimista, otimista e mais provável) criados para determinar os valores.

QUADRO 16: Rentabilidade

Descrição	Pessimista	Mais Provável	Otimista
Rentabilidade	4353,96x100/87.855,63	26385,96x100/87.855,63	48417,96x100/87.855,63
Resultado (%)	4,95	30,03	55,11

Fonte: Dados primários (2007).

4.7.10 Período Payback.

O objetivo deste tópico é descobrir o tempo viável para se recuperar o que foi investido na empresa, de acordo com os investimentos aplicados e com o lucro líquido da organização.

Desta forma para o cálculo do período Payback, faz-se o quociente entre o investimento total sobre o lucro líquido da empresa, assim como na fórmula abaixo:

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

No quadro abaixo é possível observar o período de Payback do negócio proposto, de acordo com o cenário otimista, pessimista e mais provável.

QUADRO 17: Período Payback

Descrição	Pessimista	Mais Provável	Otimista
Fórmula Payback	87855,63/4.353,96	87855,63/26385,96	87855,63/48417,96
Prazo de retorno (anos)	20,17	3,32	1,81

Fonte: Dados primários (2007).

4.7.11 Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio é um valor que irá determinar a quantidade de serviços que a empresa terá que vender para cobrir os custos fixos e variáveis da organização. Para chegar a tal número é necessário dividir o valor das despesas fixas pela margem de contribuição da empresa, (Receita operacional-custo variável do serviço prestado) de acordo com a seguinte fórmula:

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Despesas Fixas}}{\text{Margem de Contribuição}}$$

No quadro abaixo é destacado o cálculo do ponto de equilíbrio da academia, de acordo com três cenários, o pessimista, otimista e mais provável.

QUADRO 18: Ponto de equilíbrio

Descrição	Pessimista	Mais Provável	Otimista
Cálculo	83.774,04/88.128,00	83.774,04/110.160,00	83774,04/132.192,00
Valor (%)	95,05	76,04	63,37

Fonte: Dados primários (2007)

5 CONCLUSÃO

O presente trabalho objetivou elaborar um plano de negócio para detectar a viabilidade de abertura de uma academia de ginástica e musculação, na região do Bairro de Capoeiras, Florianópolis (SC).

Em relação aos aspectos jurídicos e legais foi possível notar que o negócio possui algumas leis e órgãos que regulamentam devidamente a atividade, onde tudo deve estar de acordo com as tais regras para que possa funcionar adequadamente, como por exemplo, os registros de professores junto ao CONFEF (Conselho Federal de Educação Física) que neste caso é a entidade mais importante neste ramo de negócio.

Desta forma de acordo com o resultado dos 201 questionários aplicados na pesquisa, o resultado foi positivo, visto que 74% dos entrevistados são praticantes de atividades físicas ou esportes e ainda 41% dos participantes da pesquisa já praticam ou acham interessante musculação ou ginástica. Além disso, foi possível notar que 64% do público entrevistado já praticaram ou praticam musculação ou ginástica em uma academia. Quando questionados sobre o grau de satisfação em relação as atuais academias do Bairro de Capoeiras, o resultado foi que 50% responderam que estão satisfeitos, porém 36% se posicionaram insatisfeitos ou pouco satisfeitos, o que leva a crer que há uma significativa parcela que poderia estar sendo melhor atendida no mercado.

Quando questionados sobre se o indivíduo seria ou não aluno de uma nova academia o resultado foi ainda mais positivo, pois 82% dos entrevistados responderam que sim, concluindo que o negócio, no ponto de vista de mercado pode ser viável.

Em relação aos aspectos financeiros levantados durante a pesquisa, o resultado pode ser considerado positivo, pois apesar do investimento inicial de R\$ 87.855,63, o negócio poderá possuir uma lucratividade anual de 21.55 e uma rentabilidade de 30.03, valores estes muito mais interessantes que a caderneta de poupança que rende em média por cento ao ano.

Chegou-se ainda a conclusão que o negócio não possui um prazo de retorno de investimento alto, que no caso foi estimando em 3,32 anos, de acordo com o cenário mais provável de 170 clientes.

5.1 RECOMENDAÇÕES

Recomenda-se que seja feita também uma análise sobre a venda de produtos e artigos relacionados à ginástica e musculação na academia, tais como camisas, bonés, bermudas, agasalhos e outros artigos que possam contribuir para diversificar as atividades da organização.

É recomendável ainda que se faça um estudo sobre a possibilidade de abrir uma lanchonete ou um comércio dentro da academia, que venda produtos naturais, como sucos, frutas, vitaminas e outros produtos que possam atender melhor as necessidades dos clientes.

6 REFERÊNCIAS

BUARQUE, Cristovam. **Avaliação econômica de projetos**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1984.

CASSAROTO, Nelson Filho; KOPITTKKE, Bruno Hartmunt. **Análise de investimentos**. São Paulo: Atlas, 2000.

CASTRO, Cláudio de Moura. **A prática da pesquisa**. São Paulo: Makron Books, 1977.

DEGEN, Ronald. **O Empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw, 1989.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de luiza**: uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura Editores associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2004**: Sumário Executivo. Curitiba: SEBRAE, 2005.

HERNANDEZ, Tony; BENNISON, David. The art and science of retrail location decisions. **International Journal of Retail & Distribution Management**, Bradford; vol.28, Iss. 8, 2002.

HISRICH, Robert; PETERS, Michael. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HOLANDA, Nilson. **Elaboração e avaliação de projetos**. Rio de Janeiro: Apec, 1968.

KOTLER, Philip; **Administração de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LACOMBE, F.J.M.; HEILBORN, G.L.J. **Administração**: princípios e tendências. 1.ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 1997.

O ESTADÃO. Estadão.com.br Taxa de desemprego fica estável em abril, segundo 24 maio 2007. Disponível no site:
<<http://www.estadao.com.br/ultimas/economia/noticias/2007/mai/24/88.htm>>. Acesso: 26 maio 2007.

OLIVEIRA, Djalma de Pinto Rebouças de. **Sistemas, organizações e métodos**: uma abordagem gerencial. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

PETROLA, Youakim; MONETTI, Eliane. **A importância na escolha do local de implantação para um Shopping Center**. São Paulo: Julho de 2004.

PREFEITURA MUNICIPAL DE FLORIANÓPOLIS. Disponível em:
<<http://www.pmf.sc.gov.br/index.php?link=perfil&sublink=demografia>>. Acesso em 16 abr. 07.

ROSS, Stephen; WESTERFIELD, Randolph; JAFFE, Jeffrey. **Administração financeira**. São Paulo: Atlas, 1995.

SEBRAE. Academia de ginástica> Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/ideais/default.asp?vcdtexto=4143&^^> acesso em 18/04/07> . Acesso em: 16 abr. 2007.

SEBRAE. **Fatores condicionantes de taxa de mortalidade de empresas no Brasil**. Relatório de Pesquisa. Brasília: SEBRAE, 2004.

SILVA, José Pereira. **Análise financeira das empresas**. São Paulo: Atlas, 1995.

STONER, James A. F. FREMAN, R. Edward. **Administração**. 5. ed. Rio de Janeiro: Phb, 1992.

WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. **Cliente**: comércio. Disponível em:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Cliente_%28com%C3%A9rcio%29>. Acesso em: 16 abr. 2007.

WOILER, Sansão; MATHIAS, Washington Franco. **Projetos**: planejamento, elaboração, análise. São Paulo: Atlas, 1996.

GIL, Antonio Carlos. **Projeto de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1999.

APÊNDICE

APÊNDICE A: Questionário.

Este presente questionário faz parte de um trabalho de conclusão de curso de Administração da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), cuja função é buscar dados e informações que serão importantes para um estudo de viabilidade de uma academia de ginástica e musculação no bairro de Capoeiras, Florianópolis. Pedimos então sua colaboração para o preenchimento do mesmo, lembrando que sua participação será de grande ajuda neste trabalho.

1) Sexo:

Masculino. Feminino.

2) Qual sua faixa de idade?

- 5 a 16 anos.
 17 a 20 anos.
 21 a 25 anos.
 26 a 30 anos.
 30 a 40 anos.
 mais de 41 anos.

3) Qual sua renda mensal pessoal/familiar ?

- até R\$ 500,00 reais.
 entre R\$ 500,00 e R\$ 1.000,00 reais.
 entre R\$ 1.000,00 e R\$ 1.500,00 reais.
 entre R\$ 1.500, e R\$ 2.000,00 reais.
 acima de R\$ 2.000,00 reais.

4) Qual seu grau de escolaridade?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> primário incompleto . | <input type="checkbox"/> segundo grau completo. |
| <input type="checkbox"/> primário completo. | <input type="checkbox"/> superior incompleto. |
| <input type="checkbox"/> segundo grau incompleto . | <input type="checkbox"/> superior completo. |

5) Em qual Rua do Bairro de Capoeiras você mora?

.....

6) Você pratica exercícios físicos ou esportes?

Sim Não.

07) Quais destes exercícios físicos você já praticou ou acha interessante?

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> artes marciais. | <input type="checkbox"/> corrida |
| <input type="checkbox"/> bicicleta | <input type="checkbox"/> ginástica. |
| <input type="checkbox"/> musculação. | <input type="checkbox"/> caminhada. |

08) Qual seu grau de interesse por musculação ou ginástica?

- Pratico ou já pratiquei.
 Gostaria de praticar.
 Admiro quem pratica ,porem não tenho interesse em praticar.
 Não gosto destas atividades.

09) Assinale o(s) fator(es) que o levaria, ou pra você é mais importante no momento de escolha de uma academia de musculação ou ginástica.

- A qualidade dos instrutores e professores.
 A qualidade do ambiente, tais como instalações físicas, aparelhos, ventilação, iluminação, etc.
 A localização da mesma.
 Horários flexíveis, como aulas também aos sábados e domingos.
 O valor da mensalidade.

10) Assinale o(s) principal motivo(s) que o levaria a praticar ginástica ou musculação em uma academia de sua preferência.

- Apenas para praticar uma atividade física.
 Ganho de massa muscular.
 Benefício Físico e mental.
 Emagrecimento.
 Fortalecimento de músculos e articulações.
 Apenas para se relacionar com as pessoas.

11) Em sua opinião qual o melhor horário para a prática de alguma atividade física?

- Das 7:00 as 10:00 da manhã Entre 12:00 e 15:00.
 Das 10:00 as 12:00 da manhã Entre 15:00 e 18:00.
 Entre 18:00 e 20:00 Entre 20:00 e 22:00

12) Com que frequência você acharia importante fazer ginástica ou musculação, por semana?

- 2 vezes Todos os dias
 3 vezes 4 vezes.
 1 vez Não tenho opinião formada.

13) Qual seu grau de satisfação quanto às condições das atuais academias de ginástica e musculação do bairro de Capoeiras?

- Muito satisfeito Satisfeito
 Pouco satisfeito Insatisfeito.

14) Indique o que você acha que deveria ser melhorado ou está mais precário nas atuais academias que você conhece.

- A qualidade dos professores e instrutores.
 A qualidade e diversificação de aparelhos e materiais para a prática dos exercícios.
 As condições de iluminação, temperatura ambiente e higiene.
 A localização.
 Valor das mensalidades.

15) Quanto você estaria disposto a pagar para freqüentar uma academia de ginástica e musculação?

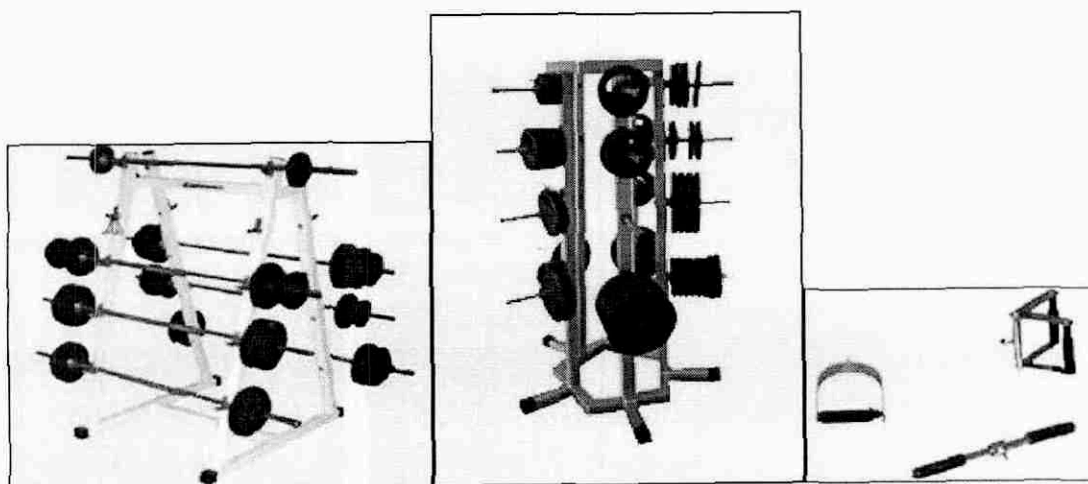
- R\$ 40,00 R\$ 50,00 55,00 60,00 R\$ 70,00

16) Você seria aluno de uma nova academia de musculação e ginástica, caso ela estivesse dentro do que você espera de uma academia, considerando preços, qualidade do serviço e condições agradáveis para praticar as aulas?

- Sim Não.

ANEXO

ANEXO A: Imagem dos equipamentos.



-Suporte de Barras

- Árvore de Anilhas

- Puxadores.



FLEXOR

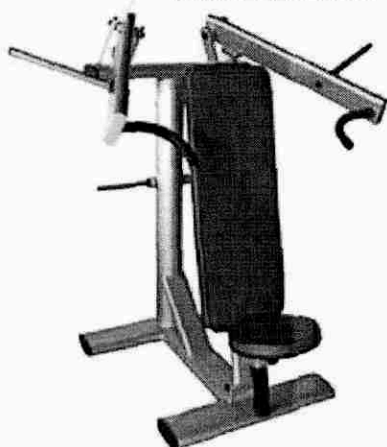
L=1000 A=1800 C=1450

**PEITORAL/DORSAL**

L=1000 A=1800 C=1300mm

**DESENVOLVIMENTO**

L=1000 A=1400 C=900 mm

**REMADA ARTICULADA**

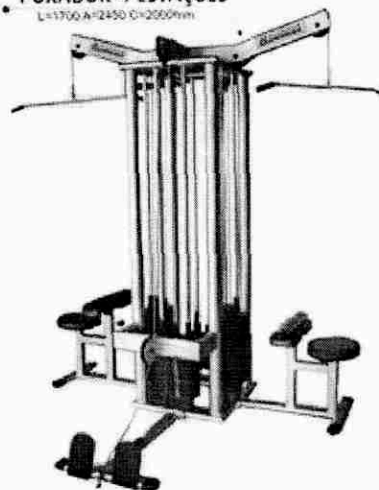
L=850 A=1000 C=1500mm

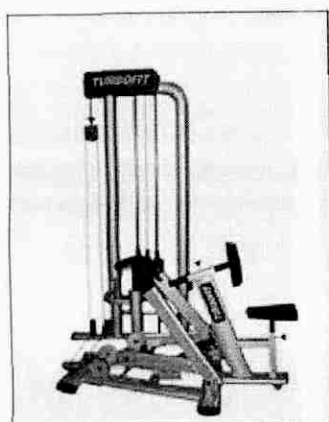
**CROSSOVER**

L=1500 A=1500 C=1400 mm

**PUXADOR 4 ESTAÇÕES**

L=1700 A=2450 C=2000mm

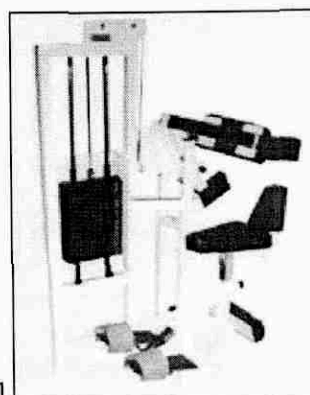


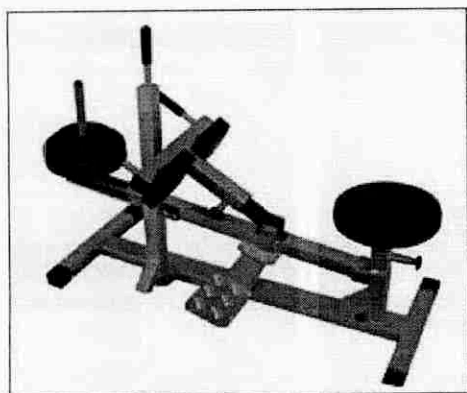


Remada Articulada Tubular.

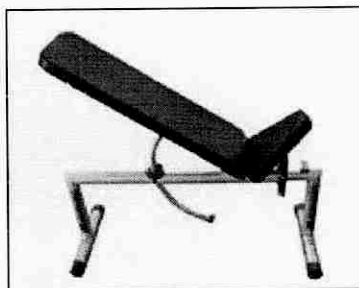


Abdominal

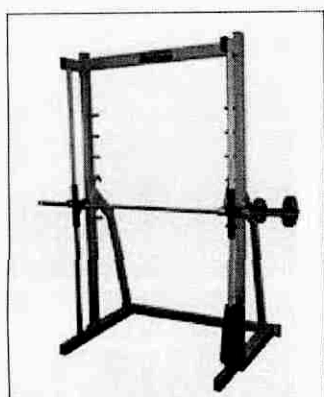




Panturrilha Sentada.



Banco Regulável Tubular



Multiguiado Linear.