



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÍCIO ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO

EDUARDO BRANDL DA SILVA

ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA PARA INSTALAÇÃO
DE UMA ACADEMIA DE MUSCULAÇÃO E GINÁSTICA NA PRAIA DOS
INGLESES

FLORIANÓPOLIS

2004

EDUARDO BRANDL DA SILVA

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA PARA
INSTALAÇÃO DE UMA ACADEMIA DE MUSCULAÇÃO E GINÁSTICA NA
PRAIA DOS INGLESES**

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 em empreendedorismo.

Professor Orientador: Pedro Moreira Filho.

FLORIANÓPOLIS

2004

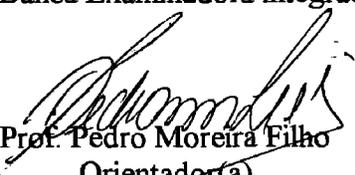
EDUARDO RANDL DA SILVA

**PROJETO DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA PARA ABERTURA
DE UMA ACADEMIA DE MUSCULAÇÃO E GINÁSTICA NA PRAIA DOS
INGLESES**

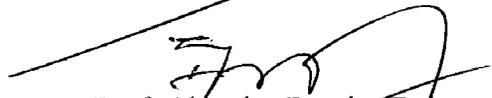
Este Trabalho de Conclusão de Estágio foi julgado adequado e aprovado em sua forma final pela Coordenadoria de Estágios do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, em 10, Fevereiro de 2004.

Prof. Sinesio Stefano Dubiela Ostroski
Coordenador de Estágios

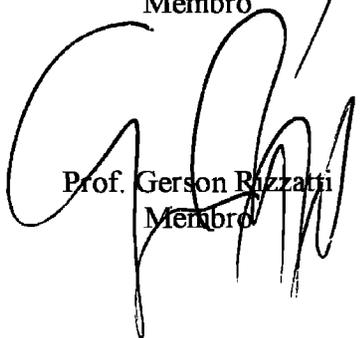
Apresentado à Banca Examinadora integrada pelos professores:



Prof. Pedro Moreira Filho
Orientador(a)



Prof. Altamiro Damian Preve
Membro



Prof. Gerson Rizzatti
Membro

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiro a Deus por estar sempre presente em todos os momentos da minha vida.

Aos meus pais, por conseguirem me passar grande parte dos conhecimentos que foram aplicados neste trabalho.

Ao professor Pedro Moreira Filho pela dedicação e confiança durante a elaboração do presente trabalho.

Aos professores do departamento de administração, co-responsáveis pelo resultado deste.

À minha namorada Rebeca que sempre tem me dado forças para continuar e não desanimar nos momentos mais difíceis.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
1.1 Tema problema	09
1.2 Justificativa	11
2 OBJETIVOS	12
2.1 Objetivo geral	12
2.2 Objetivos específicos	12
3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
3.1 Definição de projeto	13
3.2 Empreendedorismo	13
3.3 Análise do mercado	15
3.3.1 Aspectos mercadológicos	15
3.3.2 Fatores a serem considerados na escolha	15
3.3.3 Concorrentes	18
3.3.4 Fornecedores	19
3.3.5 Clientes	19
3.4 Aspectos jurídicos e legais	20
3.4.1 Constituição jurídica da empresa	20
3.4.2 Registro da empresa	21
3.4.3 Empresas de pequeno porte	22
3.5 Aspectos financeiros	22
3.5.1 Investimento inicial	23
3.5.2 Financiamento	23
3.5.3 Capital de giro	24
3.6 Funções financeiras das empresas	24
3.6.1 O planejamento financeiro	25
3.6.2 Orçamento	25
3.6.3 Fluxo de caixa	26
3.7 Custos	26
3.7.1 Custos fixos	27

3.7.2 Custos variáveis	27
3.7.3 Custos semivariáveis	27
3.8 Lucro	28
3.9 Margem de contribuição	28
3.10 Ponto de equilíbrio	28
3.11 Payback	29
3.12 Taxa média de retorno	29
3.13 Aspectos administrativos	30
3.13.1 Descrição de cargos	31
3.13.2 Localização	32
4 METODOLOGIA	33
4.1 Tipo de pesquisa	33
4.2 Instrumento de coleta de dados	34
4.3 Calculo da amostra	35
4.4 Seleção das unidades da amostra	36
5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	37
5.1 Aspectos mercadológicos	37
5.1.1 Mercado consumidor	37
5.1.2 Análise dos concorrentes	65
6 ASPECTOS JURÍDICOS E LEGAIS	64
6.1 O tipo de sociedade	64
6.2 Caracterização da empresa	64
6.3 Registro da empresa	65
7 ASPECTOS TÉCNICOS E ADMINISTRATIVOS	69
7.1 Aspectos administrativos	69
7.1.1 Estrutura organizacional	69
7.1.2 Organograma	70
7.1.3 Administração de recursos humanos	70
7.1.4 Descrição de cargos e salários	71
7.1.5 Tarefas e regime de trabalho	72
7.1.6 Produtos e serviços	72
7.1.7 Controle de estoque e compras	73

7.2 Aspectos técnicos	73
7.2.1 Localização	73
7.2.2 Layout	73
7.2.3 Equipamentos	74
8 ANÁLISE ECONÔMICO-FINANCEIRA	75
8.1 Aspectos financeiros	75
8.1.1 Investimento fixo	75
8.1.2 Adaptação do imóvel	75
8.1.3 Máquinas e equipamentos	76
8.1.4 Móveis e utensílios	77
8.1.5 Investimento fixo total	78
8.1.6 Financiamento	78
8.1.7 Capital de giro	78
8.1.8 Estoque inicial	79
8.1.9 Custos fixos	79
8.1.10 Despesas com pessoal	80
8.1.11 Depreciação	82
8.1.12 Despesas administrativas	82
8.1.13 Custo fixo total	83
8.1.14 Caixa e bancos	83
8.1.15 Investimento inicial	84
8.1.16 Custos variáveis	84
8.1.17 Custo variável total	85
8.1.18 Total dos custos	86
8.1.19 Receitas operacionais	86
8.1.20 Demonstrativo dos resultados de exercício	86
8.1.21 Margem de contribuição	87
8.1.22 Ponto de equilíbrio	88
8.1.23 Payback	89
8.1.24 Taxa média de retorno	89
8.1.25 Índice de lucratividade	90
9 CONCLUSÕES	91
REFERÊNCIAS	94

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Sexo	38
Tabela 2	Grau de escolaridade	39
Tabela 3	Renda mensal	40
Tabela 4	Faixa etária	41
Tabela 5	Ocupação profissional	42
Tabela 6	Estado civil	43
Tabela 7	Condução própria	44
Tabela 8	Dependentes	45
Tabela 9	Atividade física	46
Tabela 10	Atividade física em academias	47
Tabela 11	Interesse em freqüentar uma academia	48
Tabela 12	Razão para freqüentar academia	49
Tabela 13	Frequência semanal de utilização da academia	50
Tabela 14	Grau de importância da atividade física	51
Tabela 15	Chances de se freqüentar uma academia nos ingleses	52
Tabela 16	Imagem que a academia deve passar	53
Tabela 17	Grau de importância da proximidade	54
Tabela 18	Valor mensal	55
Tabela 19	Horário de freqüência	56
Tabela 20	Horário de abertura	57
Tabela 21	Horário de fechamento	58
Tabela 22	Itens indispensáveis	59
Tabela 23	Assistência médica	60
Tabela 24	Refeições no local	61
Tabela 25	Análise dos concorrentes - Academia Albino	63
Tabela 26	Análise dos concorrentes - Academia Corpo em ação	63

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Sexo	38
Figura 2	Grau de escolaridade	39
Figura 3	Renda mensal	40
Figura 4	Faixa etária	41
Figura 5	Ocupação profissional	42
Figura 6	Estado civil	43
Figura 7	Condução própria	44
Figura 8	Dependentes	45
Figura 9	Atividade física	46
Figura 10	Atividade física em academias	47
Figura 11	Interesse em freqüentar uma academia	48
Figura 12	Razão para freqüentar academia	49
Figura 13	Freqüência semanal de utilização da academia	50
Figura 14	Grau de importância da atividade física	51
Figura 15	Chances de se freqüentar uma academia nos ingleses	52
Figura 16	Imagem que a academia deve passar	53
Figura 17	Grau de importância da proximidade	54
Figura 18	Valor mensal	55
Figura 19	Horário de freqüência	56
Figura 20	Horário de abertura	57
Figura 21	Horário de fechamento	58
Figura 22	Itens indispensáveis	59
Figura 23	Assistência médica	60
Figura 24	Refeições no local	61
Figura 25	Ponto de equilíbrio	88

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Adaptação do imóvel	76
Quadro 2	Máquinas e equipamentos	76
Quadro 3	Móveis e utensílios	77
Quadro 4	Investimento fixo total	78
Quadro 5	Capital de giro	79
Quadro 6	Estoque inicial	79
Quadro 7	Despesa de Pessoal (Secretária 01)	80
Quadro 8	Despesa de Pessoal (Secretária 02)	80
Quadro 9	Despesa com Pessoal (Auxiliar de limpeza e faxina)	80
Quadro 10	Despesa com Pessoal (Instrutor 01)	80
Quadro 11	Despesa com Pessoal (Instrutor 02) – somente para cenários 02 e 03	81
Quadro 12	Despesa com Pessoal (Instrutor 03)	81
Quadro 13	Despesa com Pessoal (Instrutor 04) – somente para cenários 02 e 03	81
Quadro 14	Despesas com Pessoal total - cenário 01	81
Quadro 15	Despesa com Pessoal Total - cenários 02 e 03	81
Quadro 16	Depreciação	82
Quadro 17	Despesas Administrativas	82
Quadro 18	Custo Fixo Total – cenário 01	83
Quadro 19	Custo Fixo Total – cenários 02 e 03	83
Quadro 20	Capital de Giro	84
Quadro 21	Investimento Inicial	84
Quadro 22	Custos Variáveis – cenário pessimista	85
Quadro 23	Custos Variáveis – cenário intermediário	85
Quadro 24	Custos Variáveis – cenário otimista	85
Quadro 25	Custo Variável Total	85
Quadro 26	Total dos Custos	86
Quadro 27	Receitas Operacionais	86
Quadro 28	DRE Mensal	87
Quadro 29	DRE Anual	87
Quadro 30	Margem de Contribuição mensal	87
Quadro 31	Ponto de Equilíbrio	88
Quadro 32	Payback	89
Quadro 33	Taxa Média de Retorno	89
Quadro 34	Índice de Lucratividade	90

RESUMO

DA SILVA, Eduardo Brandl. **Estudo de viabilidade econômico-financeira para a instalação de uma academia de musculação e ginástica na praia dos ingleses.** 2004. Trabalho de Conclusão de Estágio (Graduação em Administração). Curso de Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

O presente trabalho trata do estudo de viabilidade econômico-financeira de uma academia de ginástica e musculação na praia dos ingleses. Neste estudo, a academia possui o nome fantasia *BODY WAY* e possui sua sede situada a Rod SC 403 km 8. A academia fornecerá aulas de musculação e ginástica aeróbica. Este projeto foi fundamentado em conformidade com dados legais, contábeis, administrativos e financeiros que são necessários para a abertura e implantação de uma empresa na cidade de Florianópolis/SC. Efetuou-se um estudo de mercado, procurando alcançar e delimitar o seu público-alvo, verificando suas maiores necessidades e algumas informações adicionais importantes para que a abertura do empreendimento fosse bem sucedida. Foi avaliada toda a cadeia de custos administrativos, tanto de pessoal, quando de maquinário e foi feito um orçamento para que fosse possível verificar a taxa de retorno e o nível de risco do negócio. A conclusão chegada, é que há viabilização para instalação de uma academia de musculação e ginástica na praia dos ingleses, com ponto de equilíbrio de 87,21% no cenário pessimista, 62% no intermediário e 41,05% no otimista, período de payback de mais de 64 anos no cenário pessimista, mas em compensação, pouco mais de 3,4 anos no cenário intermediário e menos de um ano e meio no cenário otimista. Apresentou taxa média de retorno superior a 60% em mais de 60% dos cenários apresentados, e índice de lucratividade superior a 20% em 66% dos cenários apresentados.

Palavras-chaves: viabilidade econômico-financeira, academia, instalação.

Nota 107 folhas

1 INTRODUÇÃO

1.1 Tema problema

A sociedade, a medida que evolui, tem dado a cada dia que passa, mais importância a saúde, da qualidade de vida, meio ambiente e etc. Sendo assim, podemos constatar esta busca por um aumento relevante de número de produtos naturais, diet, light, formulas e regimes e, acima de tudo, busca de um bem estar com o corpo, alma, mente e espírito.

A história da musculação é muito antiga, existem relatos históricos que datam do início dos tempos e que afirmam a prática da ginástica com pesos. Escavações encontraram pedras com entalhes para as mãos permitindo aos historiadores intuir que pessoas utilizavam o treinamento com pesos. Temos esculturas datadas de 400 anos antes de Cristo que relatam formas harmoniosas de mulheres, mostrando preocupação estética na época. Relatos de jogos de arremessos de pedras datam de 1896 a.C. Paredes de capelas funerárias do Egito relatam a 4.500 anos atrás homens levantando pesos na forma de exercícios.

A musculação como forma de competição onde se exibia os músculos, têm como dado oficial o registro da primeira competição em 1901 em Londres. Possivelmente tenham existido outros campeonatos, mas este é o que parece que deu início oficial ao esporte. Esta competição foi intitulada: "O Físico mais Fabuloso do Mundo" e foi idealizada e realizada por Eugene Sandow e contou com 156 atletas. O vencedor foi Willian Murray, que mais tarde se tornou ator, cantor e músico, tendo criado números artísticos com atletas que imitavam gladiadores, junto com estes eventos criou campeonatos de Musculação na Inglaterra.

Desta forma, as academias de ginástica e musculação têm acompanhado este crescimento que vem se proliferando de uma maneira muito maior a cada dia que passa. Na cidade de Florianópolis, por exemplo, é fácil de se encontrar duas, três ou até mais academias no mesmo bairro. Um mercado que tem seu público bem definido e que possui uma grande qualidade que é poder atender a maioria das classes sociais, coisa que muitos outros empreendimentos não tem a capacidade de fazer.

Elas se caracterizam por possuírem tanto professores e instrutores de condicionamento físico quanto aparelhos que trabalham especificamente com todas as partes da musculatura corporal, fazendo com que a mesma possa atingir um estado de melhor preparo para poder proporcionar ao corpo não só uma melhoria em sua estética em geral, mas também um melhor aproveitamento da própria musculatura que muitas vezes é atrofiada por falta de uso ou até mesmo por uso indevido.

Sendo assim, este estudo apresenta o seguinte problema: “É viável econômica e financeiramente a instalação de uma academia de musculação e ginástica na praia dos ingleses?”

As áreas abordadas foram a pesquisa de marketing e a análise econômico-financeira do investimento que será proposto. Foram utilizados recursos de coleta de dados com base em entrevistas em empresas, aplicação de questionários em amostra determinada, bem como consulta a livros contendo informações sobre os temas abordados.

O acadêmico não possuía nenhuma informação concernente a respeito do mercado consumidor existente na praia dos ingleses nem tanto também informações a respeito de viabilidade de implantação de uma academia nesta localidade. Desta forma, foi possível destacar a originalidade da pesquisa realizada.

Portanto, o presente trabalho pretende verificar a viabilidade econômico-financeira para instalação de uma academia de ginástica e musculação na praia dos ingleses. Desta forma, o problema a ser pesquisado conceitua-se em:

Até que ponto é viável a instalação de uma academia de musculação/ginástica na praia dos Ingleses?

1.2 Justificativa

As pessoas, nesta última década, tem sido influenciadas pelo marketing da indústria que “vende” a beleza, saúde e bem estar físico. Infinitos programas para emagrecimento rápido, tratamento para excesso de pelos, tratamento capilar e cirurgias para redução de problemas decorrentes da obesidade são alguns dos inúmeros recursos que estão disponíveis para o consumidor que deseja iniciar um processo para adquirir uma vida mais saudável e uma aparência mais apresentável. O mercado, na região da grande Florianópolis, teve um crescimento altamente visível nesta última década. Não é preciso ser um expert no assunto para se poder avaliar e visualizar a quantidade de academias abertas nestes últimos dez anos.

Desta forma, uma academia de musculação/ginástica viria agregar mais uma proposta para fazer com que a saúde das pessoas que necessitam de locais apropriados para efetuarem suas atividades físicas seja restaurada ou meramente mantida em um nível aceitável pelos clientes que não estão satisfeitos com a sua condição de saúde e estética atual.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral

Analisar a viabilidade econômico-financeira para a implantação de uma academia de musculação/ginástica na praia dos Ingleses.

2.2 Objetivos específicos:

- A. Efetuar pesquisa de mercado para verificar o público alvo;
- B. Avaliar o perfil sócio-econômico dos entrevistados;
- C. Avaliar o nível de interesse da população local;
- D. Observar a fatia de mercado ainda não ocupada neste setor;
- E. Analisar a concorrência direta;
- F. Avaliar o local mais adequado para a instalação;
- G. Efetuar a avaliação da viabilidade do negócio.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente capítulo tem a função de oferecer contribuições para a elaboração do trabalho, bem como amplo embasamento teórico exigido para o desenvolvimento de cada etapa do mesmo.

3.1 Definição de projeto

Maximiano (2002) define projeto como sendo um empreendimento temporário ou uma seqüência de atividades com começo, meio e fim programados, que tem por objetivo fornecer um produto singular; dentro de restrições orçamentárias. Além disso, informa que desta forma, o projeto tem por objetivo principal oferecer um produto. Este produto pode, ser classificado em três categorias básicas: *produtos físicos, conceitos e eventos*. O produto desenvolvido neste projeto é avaliado com as características de um produto físico.

3.2 Empreendedorismo

A economia mundial sofre, a cada dia que passa com o aumento da escassez de recursos tanto naturais quanto de ofertas de trabalho. É indiscutível a postura formada pela escola de administração moderna que coloca que a livre iniciativa tem grande força como agente de mudanças do cenário sócio-econômico do mundo em geral.

De acordo com Degen (1989), existem alguns estágios básicos no desenvolvimento de um negócio. São eles:

- a) acumulação de recursos: etapa onde os empreendedores que “acumulam recursos financeiros e técnicos para iniciar um empreendimento e vencer as barreiras à entrada no negócio escolhido”.
- b) exploração de oportunidades: momento no qual o empreendedor inicia o processo de avaliação e classificação de oportunidades oferecidas pelo mercado no qual ele propõe-se a trabalhar.
- c) exploração do nicho de mercado: “A maioria dos negócios começa explorando um nicho de mercado. Assim, para crescer, devem vencer as barreiras do esgotamento do nicho, isto é, expandir-se para além dos limites dessas barreiras”.
- d) exploração do mercado: todo mercado tem o seu limite. Sendo assim, quando a empresa visualizar a “linha final” do seu mercado a próxima alternativa que ela deve seguir é fazer a diversificação de seu mercado.
- e) exploração de negócios com sinergia: Normalmente a diversificação promove a procura de novos negócios que possuam sinergia com a atividade principal da empresa. Mesmo assim, é possível que, até estes negócios com sinergia, se tornem esgotados para a empresa.
- f) exploração de negócios sem sinergia: É a única saída quando os negócios com sinergia da empresa se encontram completamente esgotados. Mas, segundo o autor, existe uma barreira que não mais é imposta pelo mercado neste ponto e sim pela complexidade da própria empresa. Esta barreira é caracterizada “pelo esgotamento da capacidade gerencial” que a empresa possui para gerenciar tantos empreendimentos de focos tão diversificados.

3.3 Análise de mercado

De acordo com Dolabela (1999), análise de mercado serve para obter o conhecimento dos clientes, concorrentes, fornecedores e do ambiente em que a empresa irá atuar, visando saber se o negócio é realmente viável.

3.3.1 Aspectos Mercadológicos

Segundo Chiavenato (1994) é necessário se conhecer também o ambiente no qual a empresa está inserida para produzir uma análise mais fiel e adequada da empresa.

O ambiente representa todo o universo que envolve externamente uma organização.

O propósito da análise ambiental (environmental scanning) é ajudar a empresa na elaboração e desenvolvimento de respostas apropriadas às situações correntes e no planejamento do futuro curso de ação da empresa. O problema fundamental é saber qual a espécie de informação que a empresa deve captar e processar para compreender quais as tendências atuais e planejar o seu futuro (CHIAVENATO, 1994, p.45).

3.3.2 Fatores a serem considerados na escolha do empreendimento

Degen (1989) afirma que existem alguns fatores que devem ser levados em consideração para a escolha do empreendimento.

- a) **Sazonalidade:** dependendo do tipo de negócio a sazonalidade pode ser bem visualizada ou não. Ela em muitos casos é um item imprescindível a ser levado em consideração para o planejamento de metas, compras e vendas da empresa;
- b) **Efeitos da situação econômica:** Este fator pode ser considerado básico para a economia do Brasil. É um fator que afeta quase que a totalidade

das empresas situadas em regiões onde a instabilidade econômica é muito forte. Já em locais onde a instabilidade econômica tem uma força menor, existe uma oportunidade para a abertura de negócios, com um nível de risco menor;

- c) **Controle governamental:** O controle do governo influencia totalmente vários setores da economia de diversos países. Em alguns deles, o controle é quase que total como no ramo dos medicamentos e no dos combustíveis;
- d) **Dependência de elementos de disponibilidade e custo incerto:** O futuro empreendedor deve certificar-se de que o negócio escolhido não depende de elementos de disponibilidade e custo incerto, ou, pelo menos, que tem garantia de fornecimento a preços aceitáveis em épocas de escassez.
- e) **Ciclo de vida do setor – expansão, estagnação ou retração:** É mais aconselhável e mais fácil se iniciar um negócio em um setor que esta em expansão do que em um que se encontra em retração. As oportunidades se tornam mais palpáveis e o mercado estará sempre mais apto e mais receptivo aos setores em expansão.
- f) **Lucratividade:** Todo empreendimento deve, em primeira instancia, visar obter uma certa lucratividade que possa remunerar, de forma no mínimo correta, os investimentos e os projetos de seus empreendedores. Assim, ela é um fator que pode fazer com que negócios que muitas vezes pareciam ser infalíveis se tornem inviáveis economicamente pela falta de remuneração do capital investido causada pela falta de lucratividade.

- g) **Mudanças que ocorrem no setor:** A economia está cada vez mais dinâmica e, sendo assim, mudanças tem ocorrido mais rapidamente, causando impacto tanto no rumo das organizações quanto na percepção obtida do mercado pelos clientes. Desta forma, as mudanças devem ser sempre acompanhadas pela empresa e, se possível, elas devem acontecer, quando idealizadas e verificada a sua importância, de maneira a anteceder todos os concorrentes, fazendo com que a organização possa estar sempre um passo a frente conseguindo surpreender e satisfazer os seus clientes;
- h) **Evolução tecnológica:** um fator que não pode mais deixar de ser muito bem analisado em qualquer empresa de qualquer ramo de atividade. A evolução tecnológica tem auxiliado empresas a produzirem mais, melhor e com menos custos. É imprescindível uma boa avaliação de toda infraestrutura tecnológica que está à disposição da organização para que esta possa auxiliar na otimização dos recursos da empresa;
- i) **Grau de imunidade à concorrência:** a concorrência está sempre à procura, assim como a empresa em questão, de atingir novos mercados, novos clientes e novas fronteiras. Em um primeiro momento, onde a empresa criada é de pequeno porte, a concorrência tem um papel coercitivo muito forte. Logo depois de passado este primeiro momento e ela ter firmado no mercado, a concorrência passa a ser como um alerta à própria empresa;
- j) **Atração pessoal:** o responsável deve possuir e fazer com que o seu interesse pelo negócio possa fazer com que ele consiga trabalhar com um entusiasmo contínuo, fazendo com que todo o plano idealizado possa ser

implantado e concretizado de uma forma que venha a satisfazer seus colaboradores;

- k) **Barreiras à entrada:** as barreiras à entrada aparecem, muitas vezes, como um grande empecilho para a concretização de um plano de negócios. Capital, Marketing, Matérias-primas, Custos de produção, aspectos legais e localização podem torna-se tanto características que facilitam quanto instrumentos que podem chegar a ponto de inviabilizar um empreendimento.

3.3.3 Concorrentes

De acordo com Porter (1991), a concorrência age continuamente sobre uma organização, no sentido de diminuir a taxa de retorno sobre o capital investido, e um conjunto de forças competitivas é o que determina até que ponto este influxo de investimento ocorre.

Essas forças competitivas, segundo Porter (1991) são: a entrada de novas empresas, a ameaça de produtos substitutos, o poder de negociação dos compradores, o poder de negociação com os fornecedores, e a rivalidade entre os atuais concorrentes. As cinco forças em conjunto, determinam a intensidade da concorrência, bem como a rentabilidade da empresa.

Uma avaliação realista das capacidades de cada concorrente é um dos passos do diagnóstico na análise da concorrência. De forma ampla, pontos fortes e fracos podem ser estimados, examinando-se a posição de um concorrente em relação às cinco forças competitivas.

3.3.4 Fornecedores

Fornecedor é toda empresa interessada em suprir as necessidades de outra empresa em termos de matéria-prima, serviços e mão-de-obra, e são classificados genericamente entre monopolistas (fabricantes de produtos exclusivos), habituais e especiais ocasionais (DIAS 1993).

Chiavenato (1995), define mercado fornecedor como o conjunto de pessoas ou organizações que suprem a empresa de insumos e serviços necessários ao seu funcionamento, e como o mercado é muito complexo, enorme e altamente diferenciado, é preciso estudá-lo ou pesquisá-lo para melhor trabalhar nele.

3.3.5 Clientes

Maximiano (2002) coloca que existem basicamente três categorias que enquadram todos os tipos de clientes.

- a) Clientes que usam e pagam: pessoas ou organizações que utilizarão diretamente o produto do projeto;
- b) Clientes que usam e não pagam: é o caso de usuários de projetos encomendados pelas organizações nas quais estes trabalham;
- c) Clientes que não usam e não pagam: é o caso de pessoas ou empresas que encomendam projetos com intuito de encaminha-los a outras pessoas. Patrocinadores de eventos, exposições e feiras fazem parte deste grupo de clientes.

Kotler (1998) afirma que o comportamento do comprador é influenciado por quatro fatores importantes: culturais (cultura, classe social), sociais (grupos de referência, família, status), pessoais (idade e estágio no ciclo de vida, ocupação, situação econômica, estilo de vida e personalidade, e autoconceito), e psicológicas (motivação, percepção, aprendizagem, crenças e atitudes). Todos estes fatores fornecem indícios sobre como atingir e atender aos clientes com maior eficácia.

3.4 Aspectos Jurídicos e Legais

Os aspectos jurídicos referem-se à composição da forma societária da empresa, tipo da empresa, quem são os sócios, e qual a participação acionária de cada um. Os aspectos legais relacionam-se com as exigências e/ou incentivos fornecidos pelos governos federal, estadual e municipal (WOILER & MATHIAS 1996).

3.4.1 Constituição jurídica da empresa

Do ponto de vista jurídico, as empresas podem ser classificadas em três formas jurídicas básicas: a firma individual, a sociedade de pessoas e a sociedade anônima. (CHIAVENATO 1995).

Gitman (1987) informa que firma individual é uma empresa cujo proprietário é uma pessoa que opera em seu próprio benefício. De acordo com (SEBRAE, 1996) anteriormente à instalação do negócio, o empreendedor que deseja abrir uma empresa mercantil/prestadora de serviços deverá:

- i. Pesquisar junto à Prefeitura Municipal onde for instalar o empreendimento quais são as exigências quanto à localização (lei de zoneamento) e Habite-se;

- ii. Consultar o Código Sanitário (publicação da Secretaria de Saúde) onde encontrará especificações legais sobre as condições físicas do estabelecimento, o qual também deverá estar de acordo com as especificações do Corpo de Bombeiros.
- iii. Verificar junto ao Conselho Regional, os custos e procedimentos para a Averbação do Contrato Social, quando a atividade exigir.
- iv. Consultar o Código de Defesa do Consumidor para adequar seus produtos e/ou serviços às normas estabelecidas.
- v. Verificar a área mínima determinada por lei para a instalação do negócio, que varia de um estado para outro. O Sindicato Patronal da região onde for instalado o empreendimento poderá fornecer esta informação.

3.4.2 Registro da empresa

As etapas para registro de uma sociedade limitada, segundo o SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina) são:

- 1º) Consulta de viabilidade junto à Prefeitura municipal em que for instalada a sede do estabelecimento;
- 2º) Registro da empresa na Junta Comercial do Estado;
- 3º) Obtenção do CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas) na Receita Federal;
- 4º) Obtenção da Inscrição Estadual na Secretaria da Fazenda;
- 5º) Obtenção de Alvará de Funcionamento na Prefeitura Municipal e inscrição no Cadastro Fiscal pela Secretaria de Finanças.

3.4.3 Empresas de pequeno porte

A nível federal, para fins fiscais, empresa de pequeno porte é aquela que apresenta uma receita bruta anual entre R\$120.000,00 e R\$1.200.000,00.

3.5 Aspectos financeiros

Neste tópico trataremos dos investimentos e gastos financeiros necessários para a viabilização do projeto. Conforme Archer e D'ambrosio apud Sanvicente (1987), a função financeira compreende os esforços dispêndios objetivando a formulação de um esquema que seja adequado à maximização dos retornos dos proprietários, ao mesmo tempo em que possa propiciar a manutenção de um certo grau de liquidez. Desta forma, o administrador financeiro deve visar atingir os objetivos dos proprietários da empresa. (GITMAN 1987).

A extensão e a importância da função financeira dependem, em grande parte, do tamanho da empresa. Em empresas pequenas, a função financeira é geralmente realizada pelo departamento de contabilidade. À medida que a empresa cresce, a importância da função financeira normalmente leva a criação de um depto financeiro separado. (GITMAN, 1987, p. 9).

De acordo com Gitman (1987), existem algumas atividades que são conceituadas como mais importantes ou principais para o administrador financeiro. São elas:

Realizar a análise e o planejamento financeiro: confeccionar uma análise profunda dos dados da empresa para que estes possam auxiliá-la nos caminhos e direções que posteriormente serão tomadas em cima da situação atual ou fictícia.

Tomar decisões de investimento: esta decisão consiste em avaliar e quantificar os valores que serão aplicados nos ativos da empresa de modo que a mesma possa se desenvolver em cima destes.

Tomar decisões de financiamento: consistem em avaliar as melhores formas de captação de capital no mercado, tanto de curto quanto de longo prazo.

3.5.1 Investimento inicial

Holanda (1975) nos mostra que “Investimento é qualquer aplicação de recursos de capital com vistas à obtenção de um fluxo de benefícios, ao longo de um determinado período futuro”.

Investimentos são caracterizados como o montante de recursos financeiros utilizados com o intuito de executar todas as etapas de organização, planejamento e implantação de um projeto. Etapas estas que, incluem o projeto do negócio, sua implantação e o início do funcionamento do empreendimento.

Existem algumas opções para se compor o capital social de uma empresa. Desta forma, é importante definir-se que tipo de capital será investido (próprio ou de terceiros), pois cada tipo tem características, custos de aquisição, prazos e planos de pagamento diferentes.

3.5.2 Financiamento

Para Holanda (1975), o estudo do financiamento do projeto tem como objetivo principal determinar a viabilidade do esquema financeiro, verificando as possibilidades de captação de poupança e a definição da combinação mais rentável e menos onerosa

dos recursos a serem levantados, levando em consideração as suas diferentes características de adequação, custo, risco e efeitos sobre o controle e a flexibilidade de operação da empresa.

Chiavenato (1995) cita que “financiamento é uma operação por meio da qual a empresa obtém recursos financeiros de terceiros para capital de giro ou de ativos circulantes temporários e permanentes, bem como para investimento”.

3.5.3 Capital de giro

Segundo Gitman (1987), a administração do capital de giro é responsável pela administração das contas circulantes da empresa estando relacionada principalmente às receitas de vendas que são realizadas.

Desta forma, administração do capital de giro tem por objetivo administrar cada um dos ativos circulantes e passivos circulantes da empresa garantindo um nível aceitável de capital circulante líquido que pode ser utilizado pela empresa em momentos oportunos.

3.6 Funções financeiras das empresas

Conhecer a função financeira e as respectivas atividades que este setor desenvolve, auxilia no desenvolvimento das atividades que trabalham com o capital da empresa.

A função financeira compreende um conjunto de atividades relacionadas com a gestão dos fundos movimentados por todas as áreas da empresa. Essa função é responsável pela obtenção dos recursos necessários e pela formulação de uma estratégia voltada para a otimização do uso desses fundos. Encontrada em qualquer tipo de empresa, a função financeira tem um papel muito importante no desenvolvimento de todas as atividades operacionais, contribuindo significativamente para o sucesso do empreendimento (BRAGA, 1989, p. 23).

3.6.1 O planejamento financeiro

Segundo Braga (1989), planejamento financeiro global é a atividade que compreende a programação avançada de todos os planos da administração financeira e a integração e coordenação desses planos com os planos operacionais vigentes na empresa. Sendo assim, o planejamento financeiro, deve seguir alguns passos básicos que são:

- Fazer uma estimativa dos recursos necessários para a execução das atividades operacionais;
- Determinar o montante de recursos, observando quanto poderá ser retirado da própria empresa e o quanto necessitará de vinda externa;
- Identificação dos melhores meios de obtenção destes recursos externos;
- Estabelecimento do melhor método de aplicação destes recursos para a otimização de seus resultados.

3.6.2 Orçamento

Esta ferramenta serve como meio de visualização da distribuição dos recursos e apoio a tomada de decisão.

Conforme Braga (1989), o orçamento auxilia a caminhada da empresa, no sentido de que este fornece meios de se medir quantitativamente, mesmo que muitas vezes não tão exatos, o desenvolvimento e o investimento e gasto operacional tanto mensal quanto anual.

3.6.3 Fluxo de caixa

O fluxo de caixa vem como mais uma forma de controle, assim como o orçamento, ajudando na visualização e quantificação do giro de capital que ocorrerá na empresa.

A contabilidade feita com base no regime de caixa não fornece informações dos valores a pagar e a receber. Por isso, a empresa necessita de controles eficientes de contas a pagar e a receber, utilizando a mesma estrutura de contas da contabilidade pelo regime de caixa. Através desses controles é possível administrar a liquidez e o endividamento das empresas (CAMPOS FILHO, 1993, p. 15).

Degen (1989) afirma-nos que é bem simples entendermos o conceito de fluxo de caixa. Este tem a função de contabilizar as atividades do negócio que resultam de entradas ou saídas do caixa. Sendo assim, a projeção dessas variações sobre o caixa, para o futuro, gera o fluxo de caixa ou ciclo financeiro do negócio.

3.7 Custos

O custo pode ser caracterizado como o total de todos os gastos no processo de industrialização, que irão contribuir para a transformação da matéria-prima no bem ou serviço final a ser oferecido pela empresa.

Segundo WELSCH (1992, p.174) estes podem ser dividido em três categorias:

- ✓ Custos fixos
- ✓ Custos Variáveis
- ✓ Custos Semivariáveis

3.7.1 Custos fixos

Para Gitman (1987) os custos fixos tem sua maior relação com tempo, não possuindo muita presença na área de vendas. Estes geralmente são contratuais e normalmente são pagos a cada vencimento de período pré-estabelecido.

Em um novo negócio, os custos fixos de podem variar da seguinte forma:

- conforme a sua localização;
- conforme o volume de negócios;
- conforme o estilo de gerência.

3.7.2 Custos variáveis

Gitman (1987) define custos variáveis como os gastos que estão diretamente relacionados com o volume de produção ou venda, e não do tempo.

Quanto maior for o volume de produção, maiores serão os custos variáveis totais. Em termos unitários, os custos variáveis permanecem constantes. Exemplos: matéria-prima, mão-de-obra direta e comissões pagas aos vendedores.

3.7.3 Custos semivariáveis

Gitman (1987) informa que estes são os gastos que variam concomitantemente na relação do volume da produção ou da venda mas não seguem exatamente as suas proporções. Eles possuem um valor base fixo e oscilam em cima desta base de acordo com a sua utilização.

3.8 Lucro

O lucro é o rendimento obtido em um período de tempo pré-estabelecido ou não, em cima de um investimento aplicado.

Para Chiavenato (1995) a melhor maneira de se visualizar com clareza a taxa de lucro é a demonstração de resultado de exercício (DRE). Esta mostra o retrato final das operações efetuadas na empresa durante um certo período de tempo e seus fatores que encaminharão a mesma a apresentar um resultado positivo ou negativo (lucro ou prejuízo).

3.9 Margem de contribuição

Para Sanvicente (1987), margem de contribuição é a diferença entre a venda ou a receita operacional, e os custos variáveis necessários para gerar essa venda, servindo para se calcular o ponto de equilíbrio da empresa.

Representa o resíduo restante das vendas, após deduzidos os custos variáveis. Esta sobra irá financiar os custos fixos da empresa.

3.10 Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio operacional ocorre quando as receitas obtidas pelas operações regulares da empresa são exatamente iguais aos valores das despesas geradas pela mesma.

Sanvicente (1987) afirma que a análise do ponto de equilíbrio é uma das técnicas mais facilmente aplicáveis e utilizadas com a intenção de medir a qualidade do

desempenho de uma empresa auxiliando também a configuração do planejamento de suas atividades.

Desta forma, o ponto de equilíbrio deve indicar precisamente o valor mínimo necessário para se efetuarem as vendas com a intenção de evitar um prejuízo operacional. Este valor é adquirido através de uma relação percentual entre o custo fixo e a margem de contribuição.

3.11 Payback

De acordo com Sanvicente e Santos (1995) o método do payback é o período de retorno de um investimento. É o número de anos ou períodos necessários para que esse investimento seja recuperado.

Pode-se, desta forma, descrever a sua fórmula que tem por base o quociente entre o investimento total e as entradas anuais de caixa.

$$\text{Payback} = \text{Capital investido} / \text{Lucro líquido}$$

3.12 Taxa média de retorno

Para Gitman (1987), a fórmula da taxa média de retorno tem a seguinte relação:

$$\text{Taxa média de retorno} = \frac{\text{LAIR médio}}{\text{investimento médio}}$$

Destacando:

- LAIR: (Lucro antes do Imposto de Renda) médio é obtido, quando adicionamos o LAIR esperado para cada ano de vida do projeto e dividimos o resultado pelo número de anos. No caso de uma anuidade, o LAIR médio é igual ao LAIR de qualquer ano.
- Investimento médio: este é obtido quando dividimos o investimento inicial por dois. Desta forma, isto irá significar a seguinte questão: que a empresa, em média, continuará mantendo a metade de seu preço inicial de compra.

3.13 Aspectos administrativos

Neste capítulo definiremos a estrutura organizacional da empresa, número de funcionários, cargos, funções e todas as relações de trabalho que existem entre estes.

A estrutura funcional básica de qualquer empresa se caracteriza por ser uma forma lógica e básica de distribuição em departamentos. Esta forma é usada principalmente por pequenas empresas que trabalham com poucos ou, até mesmo, um único produto. As vantagens desse tipo de estrutura são que a diretoria administrativa tende a ficar mais especializada e próxima aos setores de produção. Sendo assim os problemas ocasionais que possam vir a ocorrer são resolvidos muito mais facilmente, visto a proximidade de ambos departamentos.

Por outro lado, à medida que uma organização cresce, algumas desvantagens podem começar a surgir. Torna-se mais difícil tomar decisões ou agir rapidamente, porque a administração da produção ou funcional da empresa pode estar agora a algumas centenas de quilômetros distantes da gerência executiva, fazendo com que o

processo de reportar as informações e receber novas direções seja mais demorado. (STONER 1995).

3.13.1 Descrição de cargos

A descrição dos cargos tem por finalidade, descrever as características de cada cargo, desde o nome de sua função até as tarefas pertencentes, bem como suas responsabilidades e relação com seus chefes e subordinados.(MAGNÉE 1996).

Desta forma, seguem abaixo as descrições dos cargos básicos encontrados nas organizações atuais:

- ✓ **Diretor/Proprietário** - é o empreendedor, o responsável pelo empreendimento, parte dele a realização dos objetivos sob a sua direção, no quadro de suas responsabilidades, a partir de uma política comercial e gestão administrativa. Suas principais tarefas são: analisar os relatórios provenientes da gerência, decidir sobre as compras de materiais, receber e analisar os relatórios de desempenhos financeiros, autorizar a contratação ou demissão de funcionários, acompanhar os relatórios diários de receita e evolução quantitativa de clientes, efetuar reuniões periódicas com o gerente, acompanhar os balancetes mensais contábeis, responder perante assuntos de ordens fiscais ou legais.
- ✓ **Secretária** - Executa tarefas de apoio aos diretores e administradores, envolvendo atendimento e filtragem de ligações telefônicas, organização de agenda, digitação, redação de correspondência, preparação de relatórios etc. Responsabilidades: Fazer ligações externas e internas, transferindo a ligação para o solicitante ou transmitindo o recado quando necessário, redigir correspondências e documentos de rotina de sua área, observando padrões pré-estabelecidos de forma e estilo, organizar e manter registros da agenda dos diretores, dispondo horários de reuniões, avisando as

peças participantes previamente sobre datas e horários. Atender ao público interno e externo, identificando os visitantes e os assuntos a serem tratados, para o encaminhamento aos respectivos setores da empresa.

- ✓ Auxiliar de limpeza - responsável pela boa conservação geral do imóvel, limpa regularmente o local.

3.13.2 Localização

Chiavenato (1995) define a localização como o local específico escolhido para as instalações da empresa, que depende de vários fatores; tais como se industrial ou comercial, prestadora de serviços ou produtora de bens.

Assim sendo, a orientação para a escolha da localização de um novo projeto, deve ser feita no sentido de se atingir o ponto ótimo econômico, resultante da análise de alternativas dos diversos recursos passíveis de consideração.

A localização de um ponto comercial deve levar em conta diversos fatores, como: proximidade dos clientes, facilidade de acesso, facilidade de transporte, facilidade de estacionamento, infra-estrutura de água, luz e esgoto, e baixos custos imobiliários e condominiais. A localização ideal ou ótima é aquela em que todos os fatores ou quase todos eles são satisfeitos total ou parcialmente.

4 METODOLOGIA

A metodologia aplicada ao presente trabalho foi fundamentada no tipo de pesquisa que foi realizada junto aos clientes-alvo, aos concorrentes potenciais e aos fornecedores que deverão oferecer as informações necessárias para possibilitar a análise e identificação do negócio e do mercado.

4.1 Tipo de pesquisa

Tanto a pesquisa que foi realizada junto aos clientes-alvo quanto a pesquisa realizada junto aos concorrentes, foram exploratórias, que, segundo Mattar (1997), é uma investigação em área onde há pouco conhecimento acumulado e sistematizado.

Também conforme Mattar (1997), quando falamos sobre a natureza das variáveis a serem analisadas, a pesquisa com os clientes-alvo teve um caráter quantitativo, pois os dados foram obtidos de um grande número de entrevistados e, usando-se escalas, foram postos em gráficos e classificados com recursos estatísticos padrões. Entretanto, a pesquisa com os concorrentes possuiu um caráter qualitativo.

Estudo de campo foi o ambiente de ambas as pesquisas, pois as mesmas foram realizadas em condições ambientais normais e reais.

Em relação ao escopo da pesquisa, o mesmo teve um levantamento amostral, tendo em vista a representatividade da população através da amostra, caracterizando-se por um estudo com pouco aprofundamento real de dados.

4.2 Instrumento de coleta de dados

A coleta de dados é a fase em que são efetuados os contatos com os respondentes, aplicados os instrumentos, registrados os dados, efetuada uma primeira verificação do preenchimento e posteriormente, enviados os instrumentos para o processamento dos dados. (MATTAR 1995).

Foram utilizados nestas pesquisas dois tipos de dados, primários e secundários. Dados secundários consistem de informações classificadas que já existem, com o intuito de fornecer um ponto de partida para o pesquisador. Dados primários são informações originais reunidas com propósito específico. (KOTLER 1998).

Na pesquisa com os clientes-alvo, os dados primários foram coletados através de um levantamento em forma de entrevista, que segundo Kotler (1998), é a maneira mais adequada para se coletar dados primários para uma pesquisa descritiva, ou seja, para descobrir o seu nível de conhecimento sobre o assunto, preferências, satisfação, etc.

Na pesquisa dos concorrentes, os dados foram coletados por observação simples, onde, conforme Gil (1994), o pesquisador permanece alheio ao grupo que pretende estudar, e observa de maneira espontânea os fatos que aí ocorrem. O registro da observação foi efetuado mediante anotações simples. O tipo de amostra dos concorrentes foi não-probabilística, por julgamento, selecionando aquelas informações quais o pesquisador julgou serem mais importantes.

O instrumento de pesquisa que foi utilizado para coletar os dados primários sobre os clientes-alvo foi o questionário. O questionário aplicado agrupou questões abertas e fechadas, questões dicotômicas (sim ou não) e de múltipla escolha. O método de contato escolhido foi o de entrevista pessoal.

A amostra de clientes pode ser classificada como probabilística, simples ao acaso.

4.3 Cálculo da amostra

O tamanho da amostra foi definido através da fórmula da população finita, tomando-se como base o número de habitantes de Florianópolis, de acordo com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

$$n = \frac{4NPQ}{e^2(N-1) + PQ}$$

Onde:

n = tamanho da amostra

N = tamanho da população

P = proporção de ocorrência

Q = proporção de não ocorrência

e^2 = precisão da amostra ou erro máximo admitido

Portanto:

$$n = \frac{4 \times 271.281 \times 0,25}{0,05^2 \times 271.281 \times 0,25}$$

$n = 204,04$

$n = 205$ /questionários

4.4 Seleção das unidades da amostra

As entrevistas foram realizadas entre os dias 29 de Outubro a 04 de Novembro de 2003, sendo que dos totais, 119 foram realizadas em frente ao supermercado e 85 no posto de gasolina Texaco. Segue abaixo o cronograma aplicado. O tipo de amostra utilizado foi por tráfego, que de acordo com Mattar (1997), caracteriza-se pelo fato dos entrevistadores escolherem dentre os passantes aqueles a quem entrevistar.

DATA	Horário	Supermercado	Posto de gasolina	TOTAL DE QUESTIONÁRIOS
29/10/03	Entre as 9h às 12h entre as 15h e 17:30h	22	16	38
30/10/03	entre 8:30h às 11h	16	10	26
01/10/03	Entre 9h às 11h entre as 14h e 17h	25	18	43
02/10/03	entre as 14:30h às 18h	19	11	30
03/10/03	entre as 10h às 12h entre as 17h às 17:30h	22	20	42
04/10/03	entre as 8h às 12h	15	10	25
TOTAL		119	85	204

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Esta etapa visa apresentar, analisar e discutir os dados levantados na pesquisa de mercado, conforme a metodologia descrita anteriormente.

5.1 Aspectos mercadológicos

Através da análise do mercado, foi possível verificar a sua existência, seu tamanho, suas necessidades e suas características, aspectos fundamentais para o sucesso de qualquer empreendimento.

Este capítulo apresenta os resultados obtidos através dos questionários aplicados durante a pesquisa mercadológica. Após esta primeira parte, é feita uma análise dos principais e finalmente, são descritas as estratégias competitivas do empreendimento.

5.1.1 Mercado consumidor

Para identificar o perfil sócio econômico e o grau do interesse do consumidor de uma academia de ginástica e musculação, foram aplicados questionários (APÊNDICE A) estruturados contendo 25 questões, destinados a moradores e veranistas da praia dos ingleses.

Os locais de aplicação dos questionários foram o Supermercado Magia e o posto de combustível TEXACO que é próximo ao local proposto para o empreendimento. Ambos locais foram escolhidos por concentrarem um grande número de pessoas. A seguir, a apresentação de cada questão, o objetivo, cada gráfico correspondente, e os comentários.

Tabela 1 – Sexo

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
Masculino	79	79	39%	39%
Feminino	125	204	61%	100%
Total	204		100%	

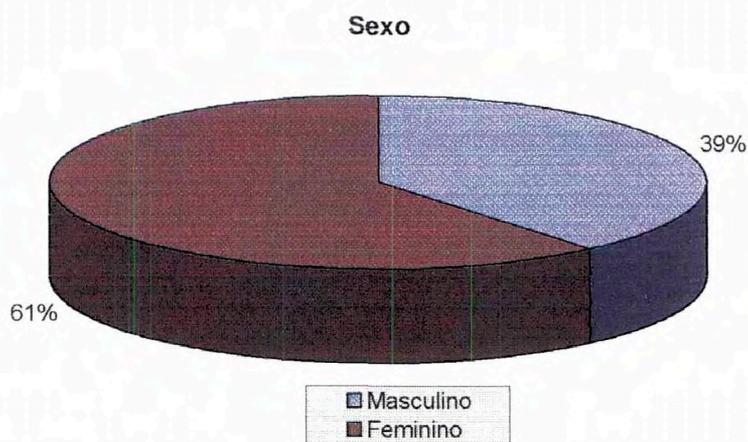


Figura 1 – Sexo

Percebe-se que o maior grupo da pesquisa, com 61%, é composto por indivíduos do sexo feminino. Existe a expectativa de que este percentual de maioria feminina seja observado também na implantação da academia pela observação da maioria feminina nas academias concorrentes que foram analisadas neste trabalho.

Tabela 2 – Grau de escolaridade

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
Sem escolaridade	8	8	4,0%	4,0%
Primário incompleto	7	15	3,0%	7,0%
Primário completo	9	24	4,0%	11,0%
Colegial incompleto	35	59	17,0%	28,0%
Colegial completo	35	94	17,0%	45,0%
Superior incompleto	60	154	30,0%	75,0%
Superior completo	40	194	20,0%	95,0%
Prefere não citar	10	204	5,0%	100,0%
Total	204		100%	

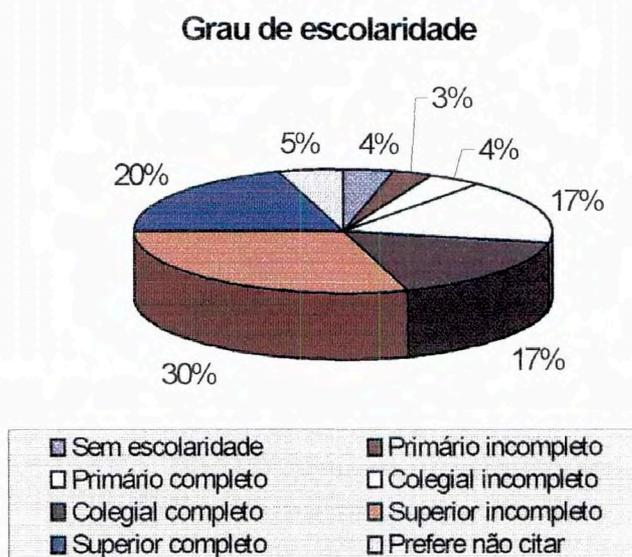


Figura 2 – Grau de escolaridade

Foi notado que o nível educacional da maioria dos entrevistados está situação ente o colegial completo e o superior completo, somando estes 67% dos entrevistados. Verificou-se também de que as pessoas sem instrução e as que estão freqüentando o primeiro grau, somam juntas apenas 7% dos entrevistados.

Tabela 3 – Renda Mensal

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
Até R\$ 400,00	47	9	23%	23%
de R\$ 401 até R\$800,00	34	43	17%	40%
de R\$ 801,00 até R\$ 1.200,00	25	68	12%	52%
de R\$ 1.201,00 até R\$ 1.600,00	10	78	5%	57%
de R\$ 1.601,00 até R\$ 2.000,00	5	83	2%	59%
de R\$ 2.001,00 até R\$ 2.400,00	10	93	5%	64%
de R\$ 2.401,00 até R\$ 2.800,00	5	98	2%	66%
de R\$ 2.801,00 até R\$ 3.200,00	14	112	7%	73%
de R\$ 3.201,00 até R\$ 3.600,00	10	122	5%	78%
de R\$ 3.601,00 até R\$ 4.000,00	44	166	22%	100%
Acima de R\$ 2.800,00				
Não sabe dizer				
Prefere não citar				
Total	204		100%	

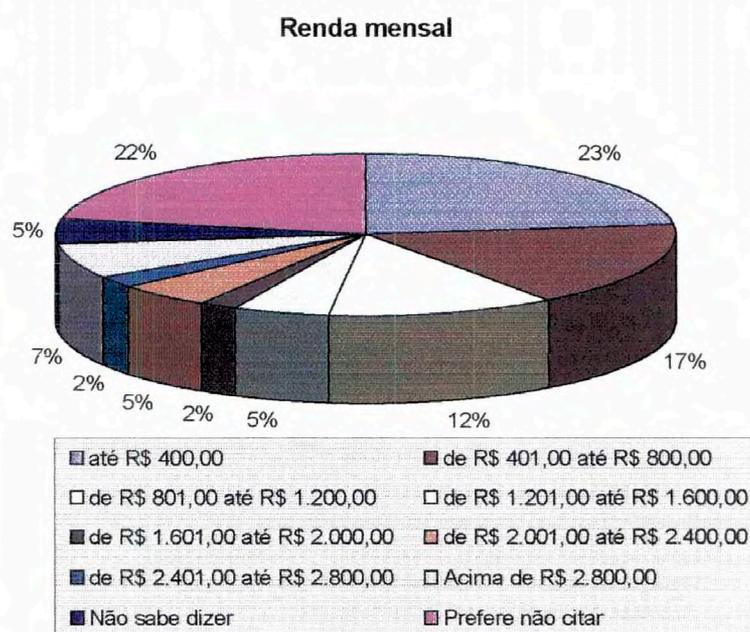


Figura 3 – Renda mensal

Neste aspecto notamos que a maior fatia da amostra pesquisada, 23% dos mesmos, possui uma renda igual ou inferior a R\$400,00. Foi observado também que a quantidade de pessoas que preferiram não citar sua renda também foi alta, chegando a 22% do total de pessoas abordadas.

Tabela 4 – Faixa etária

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
Até 20 anos	45	45	22%	22%
de 21 a 30 anos	76	121	37%	59%
de 31 a 40 anos	24	145	12%	71%
de 41 a 50 anos	35	180	17%	88%
de 51 a 60 anos	20	200	10%	98%
61 anos ou mais	4	204	2%	100%
Total	204		100%	

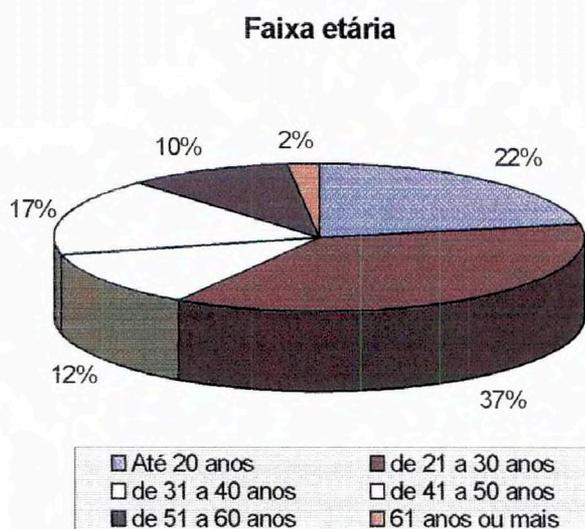


Figura 4 – Faixa etária

Nota-se que 37% dos entrevistados, estão na faixa etária de 21 a 30 anos somando a maior concentração de pessoas por faixa nesta pesquisa. Foi verificado também que apenas 2% dos entrevistados atingiram ou passaram da idade de 61 anos.

Tabela 5 – Ocupação profissional

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
Aposentado(a)	7	7	4%	4%
Dona(o) de casa/do lar	5	12	2%	6%
Trabalha em casa p/fora	7	19	3%	9%
Dono(a)/sócio(a) de emp.	5	24	2%	11%
Empregado emp. privada	31	55	15%	26%
Estudante	58	113	28%	54%
Funcionário Público	35	148	17%	71%
Militar	4	152	2%	73%
Profissional Liberal	11	163	6%	79%
Trabalhador Autônomo	4	167	2%	81%
Desempregado	6	173	3%	84%
Outros	5	178	2%	86%
Não sabe	7	185	4%	90%
Recusou	9	194	5%	95%
	10	204	5%	100%
Total	204		100%	

Ocupação profissional

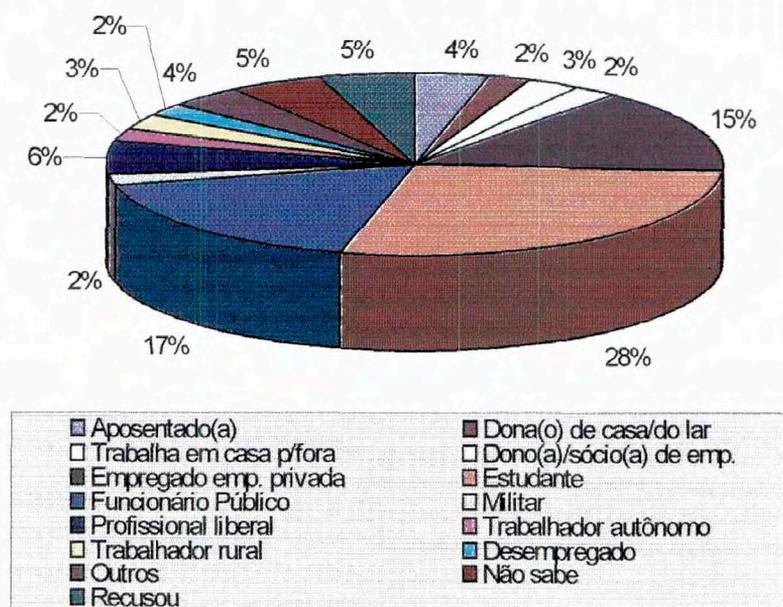


Figura 5 – Ocupação profissional

Neste gráfico notamos que a maioria dos entrevistados, 28% dos mesmos, é estudante. Apurou-se também que funcionários públicos e empregados de empresas privadas somam um percentual de 32% dos entrevistados.

Tabela 6 – Estado civil

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
Solteiro(a)	111	111	54%	54%
Casado(a)	59	170	29%	83%
Viúvo(a)	10	180	5%	88%
Divorciado/Separado(a)	14	194	7%	95%
Outro	10	204	5%	100%
Total	204		100%	

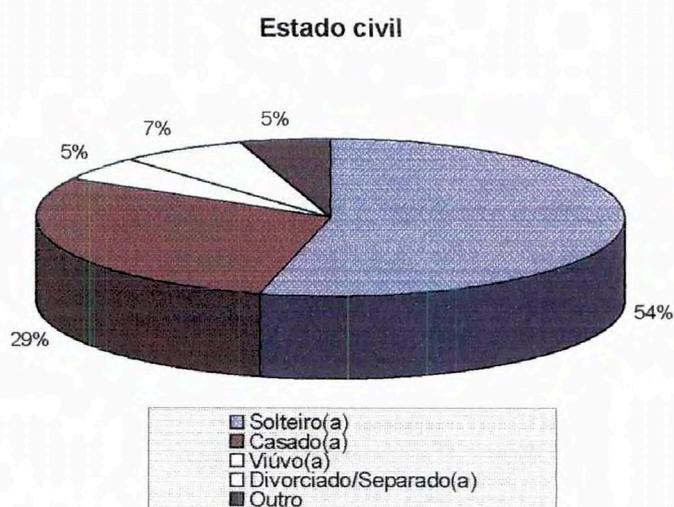


Figura 6 – Estado civil

Observa-se neste gráfico que a grande maioria dos entrevistados, 54% destes, são solteiros. Os casados com 29% vem em segundo lugar seguidos por aqueles que são divorciados que somam apenas 7% dos entrevistados.

Tabela 8 – Dependentes

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
1 dependente	10	10	5%	5%
2 dependentes	35	45	17%	22%
3 dependentes	24	69	12%	34%
Acima de 3 dependentes	14	83	7%	41%
Não possui dependentes	121	204	59%	100%
Total	204		100%	

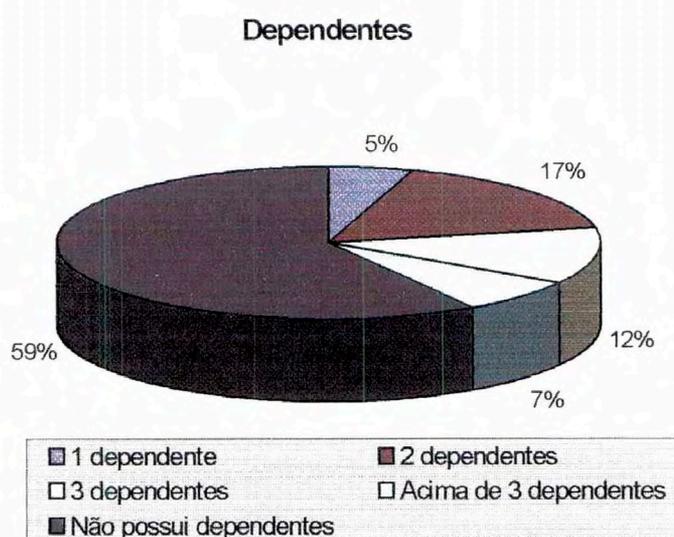


Figura 8 – Dependentes

Verifica-se que a grande maioria dos entrevistados que somam 59% do total, não possui nenhum dependente. Observamos também que os que possuem dois ou três dependentes somam 29% aqueles que possuem somente um ou mais de três dependentes somam apenas 12% do total de pesquisados.

Tabela 7 – Condução própria

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
Não	110	110	54%	54%
Sim	94	204	46%	100%
Total	204		100%	



Figura 7 – Condução própria

Nota-se que a maioria, 54%, não possui nenhum tipo de condução própria. Isto pode estar relacionado ao baixo número de indivíduos adultos com idade superior aos 30 anos.

Tabela 9 – Atividade física

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
Sim	114	114	56%	56%
Não	90	204	44%	100%
Total	204		100%	

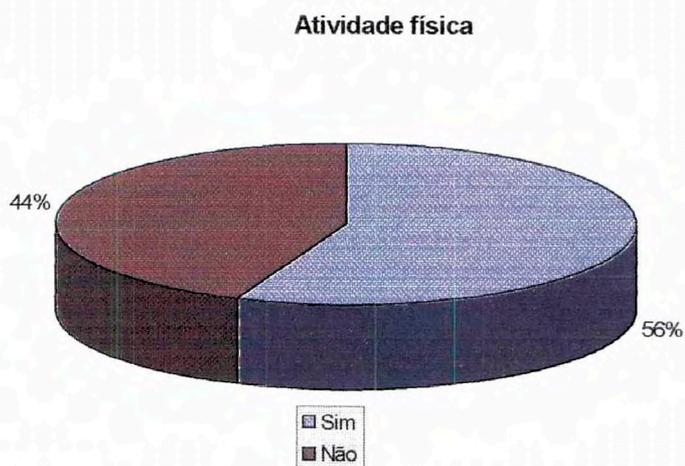


Figura 9 – Atividade física

Notamos que 56% dos entrevistados fazem algum tipo de atividade física, enquanto 44% destes, não fazem nenhum tipo de atividade física.

Tabela 10 – Atividade física em academias

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
Sim	114	114	56%	56%
Não	90	204	44%	100%
Total	204		100%	

Atividade física em academias

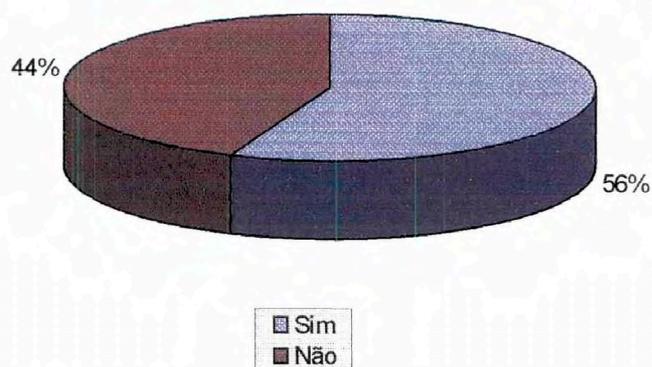


Figura 10 – Atividade física em academias

Verificamos neste gráfico que 56% dos entrevistados já estiveram participando de atividade física em alguma academia enquanto os 44% restantes nunca participaram de nenhuma atividade física ligada a uma academia.

Tabela 11 – Interesse em frequentar uma academia

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
Sim	141	141	69%	69%
Provavelmente sim	35	176	17%	86%
Pouco provável	4	180	2%	88%
Não	20	200	10%	98%
Não possui opinião formada	4	204	2%	100%
Total	204		100%	

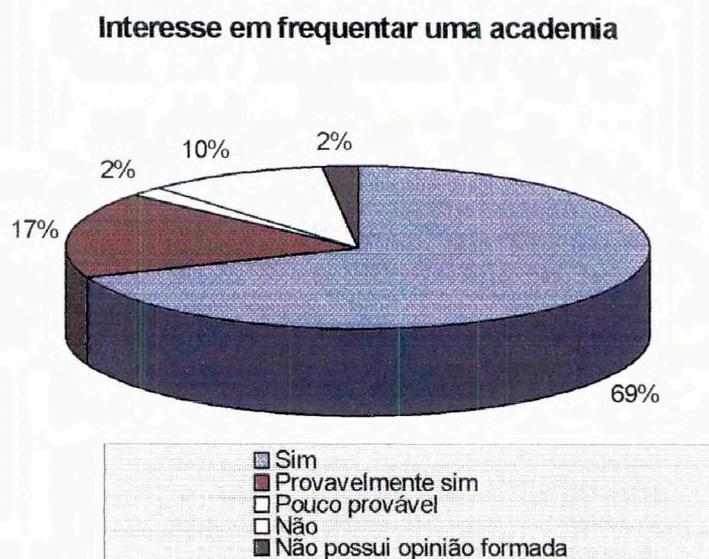


Figura 11 – Interesse em frequentar uma academia

Verifica-se que a grande maioria, composta por 69% dos entrevistados tem interesse em frequentar uma academia de musculação e ginástica. Somam 12% aqueles que não tem interesse ou não possuem opinião formada sobre o assunto.

Tabela 12 – Razão para frequentar academia

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
Melhorar qualidade de vida	145	145	71%	71%
Perder peso	59	204	29%	100%
Total	204		100%	

Razão para frequentar academia



Figura 12 – Razão para frequentar academia

A absoluta maioria dos entrevistados, que somam 71% do total, crê que a razão principal para se frequentar uma academia é a melhoria da qualidade de vida. Outros 29% crêem que a razão principal é a necessidade de se perder peso.

Tabela 13 – Frequência semanal de utilização da academia

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
1 x por semana	10	10	5%	5%
2 x por semana	88	98	43%	48%
3 x por semana	66	164	32%	80%
Diariamente	30	194	15%	95%
Não frequentaria	10	204	5%	100%
Total	204		100%	

Frequência semanal de utilização da academia

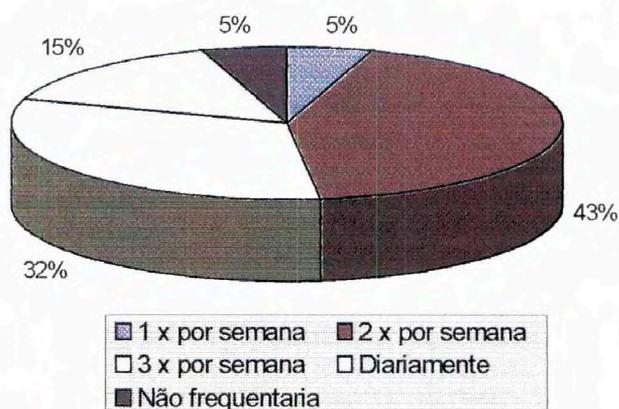


Figura 13 – Frequência semanal de utilização da academia

A maior parcela dos entrevistados, compostos por 48% do total, pensa que duas vezes por semana é a frequência ideal para se utilizar uma academia. Constatou-se também que 5% do total não frequentaria uma academia para fazer exercícios físicos.

Tabela 14 – Grau de importância da atividade física

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
Muita	118	118	58%	58%
Regular	55	173	27%	85%
Pouca	25	198	12%	97%
Nenhuma	4	202	2%	99%
Sem opção	2	204	1%	100%
Total	204		100%	

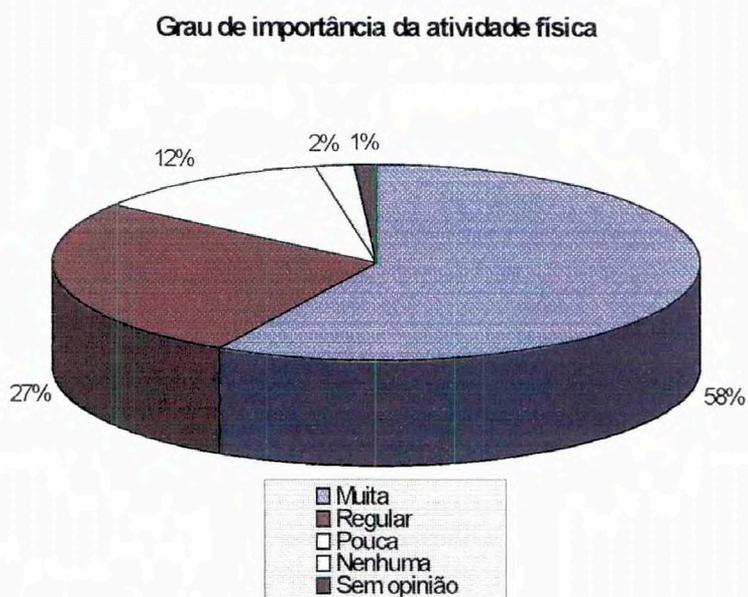


Figura 14 – Grau de importância da atividade física

Nota-se que 28% dos entrevistados crêem que a atividade física tem muita importância para suas vidas. Somente 3% dos entrevistados crêem que a atividade física não tem nenhuma importância ou não possuem opinião sobre o assunto.

Tabela 15 – Chances de se freqüentar uma academia nos ingleses

Opções de Resposta	Freqüência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
Muita	55	55	27%	27%
Alguma	76	131	37%	34%
Pouca	49	180	24%	88%
Nenhuma	24	204	12%	100%
Total	204		100%	

Chances de freqüentar uma academia nos ingleses

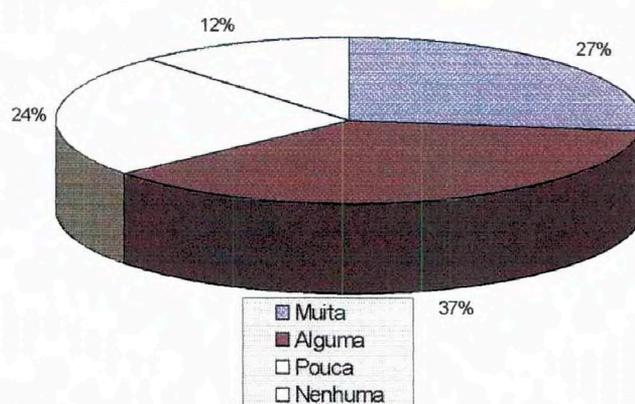


Figura 15 – Chances de freqüentar uma academia nos ingleses

Foi constatado que 61% dos entrevistados crê que exista muita ou alguma chance de freqüentarem uma academia localizada na praia dos ingleses. Já outros 36% crêem que possuem pouca ou nenhuma chance de freqüentar uma academia de musculação e ginástica neste local.

Tabela 16 – Imagem que a academia deve passar

<i>Opções de Resposta</i>	<i>Frequência Absoluta</i>	<i>Freq. A.A.</i>	<i>Freq. Rel.</i>	<i>Freq. Rel. Ac.</i>
Saúde	169	169	83%	83%
Força	21	190	10%	93%
Sem resposta	14	204	7%	100%
Total	204		100%	

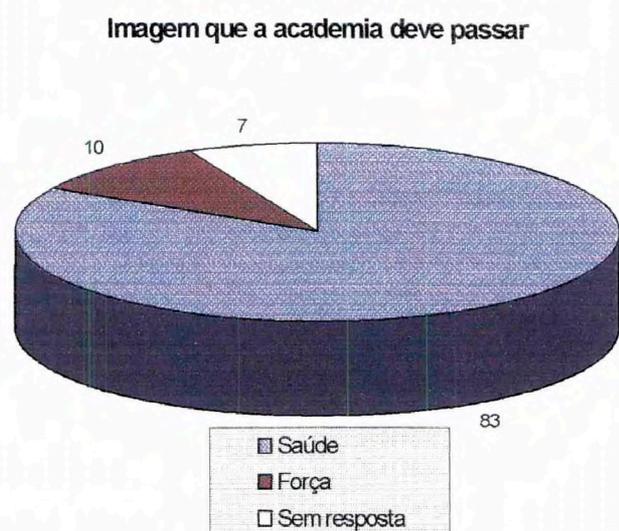


Figura 16 – Imagem que a academia deve passar

Nestes gráficos notamos que 83% dos entrevistados crêem que a imagem de uma academia de musculação e ginástica deve passar uma imagem de saúde para o público.

Tabela 17 – Grau de importância da proximidade

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
Muito importante	155	155	76%	76%
Pouco importante	14	169	7%	83%
Sem importância	31	200	15%	98%
Não sabe	4	204	2%	100%
Total	204		100%	

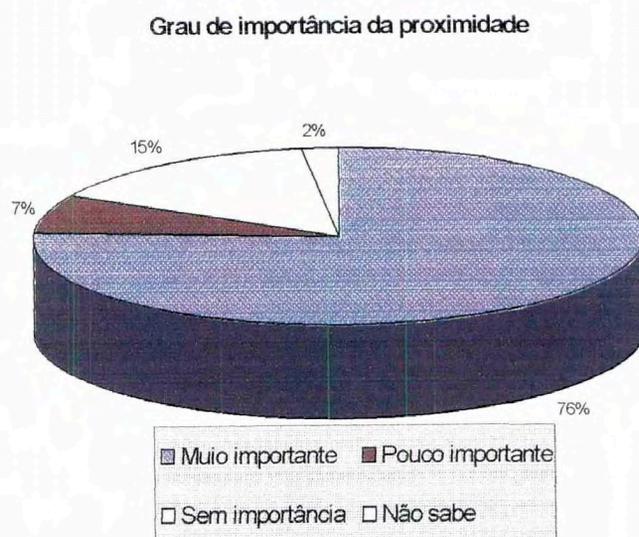


Figura 17 – Grau de importância da proximidade

Vemos que 76% dos entrevistados acham que a proximidade da academia de sua casa é muito importante. Observamos também que 24% dos respondentes acham que a proximidade ou é pouco importante, ou sem importância ou não saberia responder.

Tabela 18 – Valor mensal

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
46,00 a 55,00 Reais	143	143	70%	70%
56,00 a 65,00 Reais	41	184	20%	90%
66,00 a 75,00 Reais	10	194	5%	95%
Mais de 75,00 Reais	10	204	5%	100%
Total	204		100%	

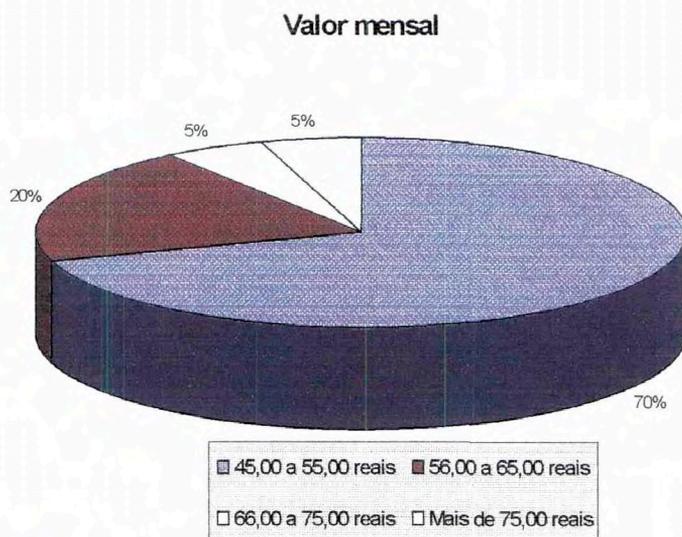


Figura 18 – Valor mensal

Observa-se que 70% dos respondentes pensam que um valor situado entre R\$46,00 a R\$55,00 reais é um valor justo para ser cobrado por uma academia neste local. Notamos também que 30% dos entrevistados crêem que um valor superior a R\$56,00 reais é totalmente aceitável para uma academia nesta praia.

Tabela 19 – Horário de frequência

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
entre as 07:00 e as 10:00 hs	31	31	15%	15%
entre as 10:00 e as 13:00 hs	14	45	7%	22%
entre as 13:00 e as 16:00 hs	20	65	10%	32%
entre as 16:00 e as 19:00 hs	49	114	24%	56%
entre as 19:00 e as 22:00 hs	90	204	44%	100%
Total	204		100%	

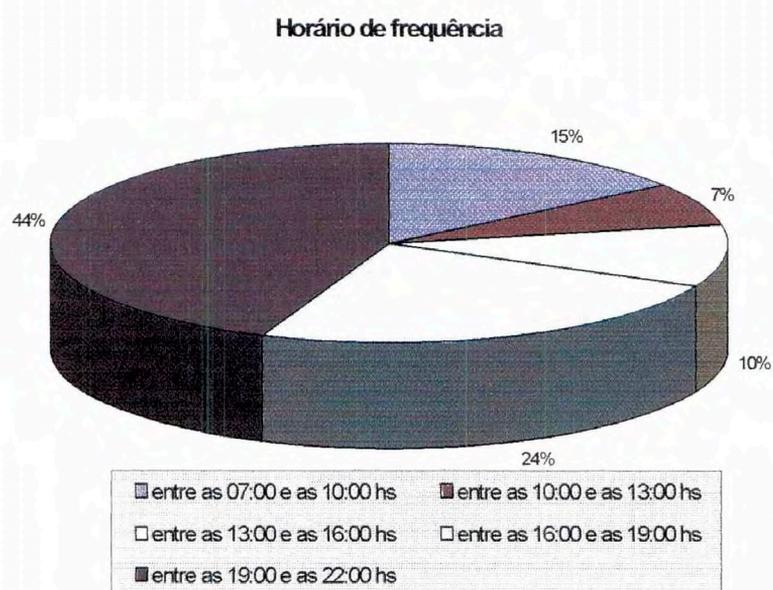


Figura 19 – Horário de frequência

Notou-se que 68% dos entrevistados tem intenção de frequentar academia em horários compreendidos entre as 16hrs e as 22 hrs. Os horários menos escolhidos pelos entrevistados estão compreendidos entre as 10hrs da manhã e as 16hrs da tarde.

Tabela 20 – Horário de abertura

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
às 06:00 horas	74	74	36%	36%
às 07:00 horas	75	149	37%	73%
às 08:00 horas	55	204	27%	100%
Total	204		100%	

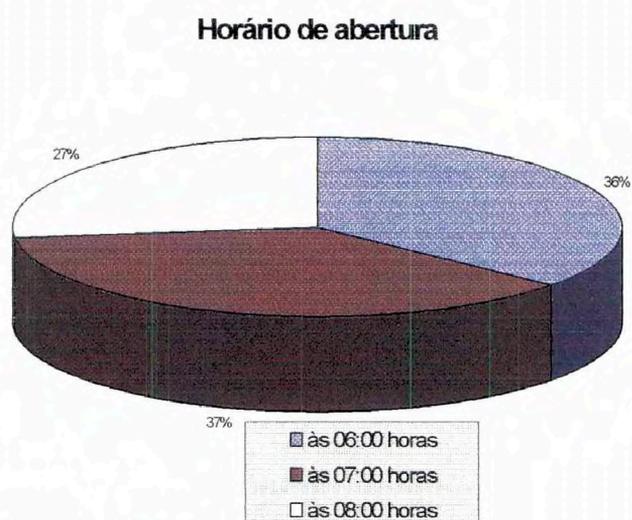


Figura 20 – Horário de abertura

Foi notado que existiu uma certa equalidade na escolha dos horários para a abertura da academia, visto que 36% acha que ela deve abrir suas portas as 7hrs da manhã, 36% às 6hrs e 27% às 8hrs.

Tabela 21 – Horário de fechamento

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
às 22:00 horas	74	74	36%	36%
às 23:00 horas	65	139	32%	68%
às 24:00 horas	65	204	32%	100%
Total	204		100%	

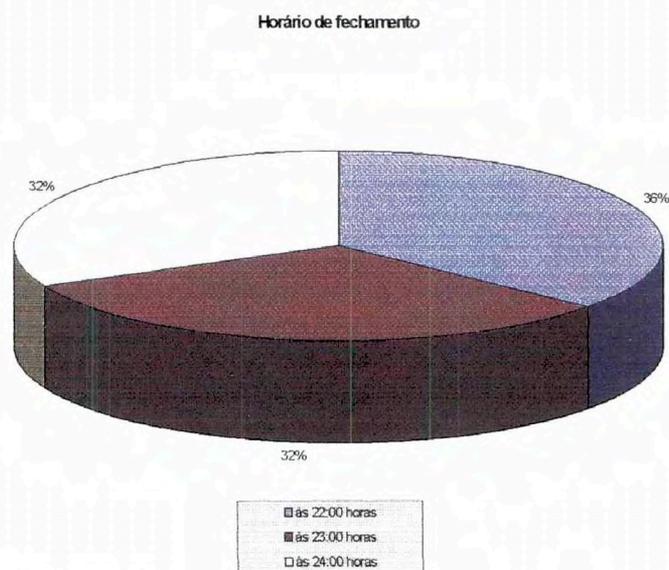


Figura 21 – Horário de fechamento

Neste gráfico também notamos uma certa divisão igualitária na referencia dos entrevistados. Assim, 64% deles crêem que a academia deve fechar suas portas ou às 24hrs ou às 23hrs. Já 36% deles acham que o horário de fechamento deve ser às 22hrs.

Tabela 22 – Itens indispensáveis

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
Vestuário	124	124	61%	61%
Som ambiente	56	180	27%	88%
Bar/quiosque	24	204	12%	100%
Total	204		100%	

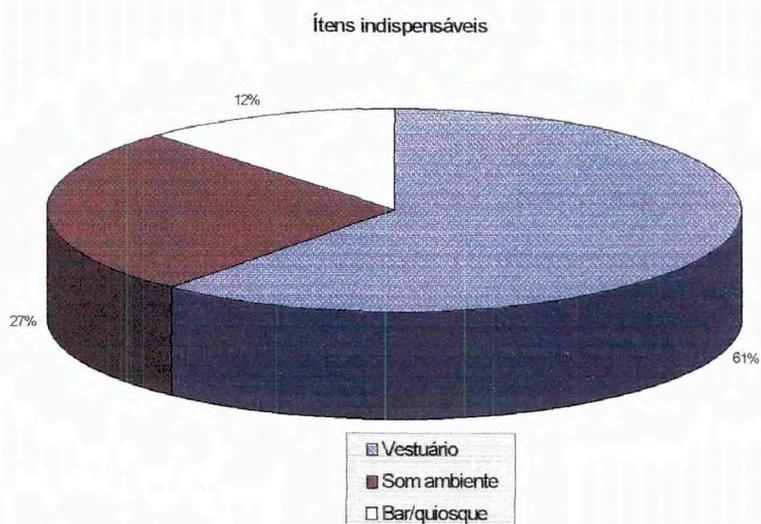


Figura 22 – Itens indispensáveis

Para 61% dos abordados, o item de indispensável presença na academia é um bom vestuário. Já para outros 27% indispensável é um som ambiente. Finalmente 12% do total dos entrevistados crê que indispensável é um bar/quiosque para servir algum tipo de alimento ou bebida.

Tabela 23 – Assistência médica

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
Indispensável	114	114	56%	56%
Agradável	70	184	34%	90%
Sem necessidade	20	204	10%	100%
Total	204		100%	

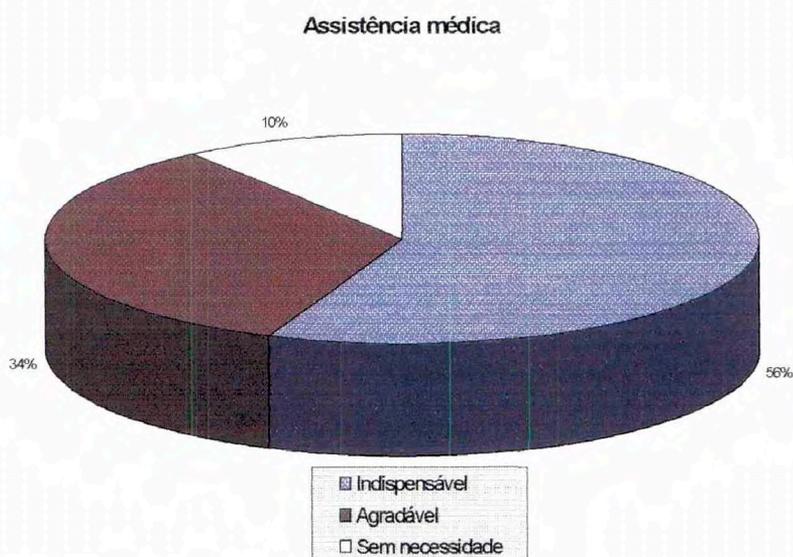


Figura 23 – Assistência médica

Vemos aqui que 56% dos respondentes crê ser indispensável a assistência médica conjunta com o exercício de atividade física na academia. Entretanto, 34% dos entrevistados acham somente agradável e 10% do total, sem necessidade a disposição de assistência médica.

Tabela 24 – Refeições no local

Opções de Resposta	Frequência Absoluta	Freq. A.A.	Freq. Rel.	Freq. Rel. Ac.
Sim	155	155	76%	76%
Não	49	204	24%	100%
Total	204		100%	

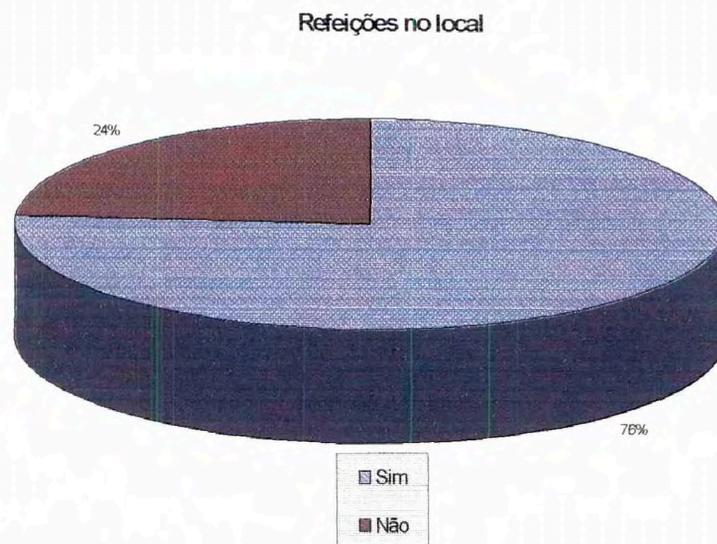


Figura 24 – Refeições no local

Neste gráfico podemos observar que a grande maioria composta por 76% dos entrevistados, gostaria de poder fazer refeições com produtos naturais ou ligados diretamente à área da saúde. Já 24% do total de entrevistados não fazem questão de utilizar este recurso.

5.1.2 Análise dos concorrentes

Em se tratando de academias de ginástica e musculação, não existem muitas localizadas na praia de Ingleses. Desta forma, foram selecionadas para análise duas academias de maior conhecimento popular na região.

De acordo com o perfil do cliente tragado através da pesquisa de mercado, um novo empreendimento, para ter sucesso, precisara competir com os estabelecimentos de qualidade, bom preço e atendimento eficiente.

Uma das partes mais importantes da criação de um negócio é a capacidade de poder analisar a futura concorrência. Através dela verifica-se seus pontos fortes e fracos que posteriormente ajudarão nas tomadas de decisões para a abertura do empreendimento.

O estabelecimento devido à pesquisa aplicada deve focar nos seguintes itens se quiser ter sucesso. O público alvo da amostra por ser formado em sua maior parte por indivíduos com formação superior completa ou incompleta exigira um serviço da maior qualidade possível.

A pesquisa para análise dos concorrentes foi realizada através de visita e observação simples nos locais, quanto aos seus pontos fortes e fracos, através dos seguintes aspectos:

- a) Localização do imóvel;
- b) Receita (definição do valor da mensalidade, turno de funcionamento);
- c) Definição dos custos totais;
- d) Investimento (contratação de pessoal, aquisição de equipamentos);
- e) Estacionamento

Nesta situação, os concorrentes estão sendo considerados diretos.

Tabela 25: Análise dos Concorrentes - Academia Albino

Estabelecimento:	Academia Albino - (natação/musculação) - 269-1351	
Endereço:	Rod SC 403, 5351 km 6 - Ingleses.	
Aspectos observados:	PONTOS FORTES:	PONTOS FRACOS:
Localização:	Localizada na rua mais movimentada da praia, com fácil visualização e estacionamento privativo	Pouca variabilidade de equipamentos.
Receita	2x por semana: R\$ 60 mensais 3x por semana: R\$ 70 mensais	Sem registro
Definição dos custos totais	Não divulgado	Não divulgado
Investimento	Não divulgado	Não divulgado
Estacionamento:	Estacionamento em frente à academia Para alunos.	Pequena área para estacionamento

Tabela 26: Análise dos Concorrentes - Corpo em ação

Tipo de estabelecimento:	Academia corpo em ação - 284-1080	
Endereço:	Av. Luiz Boiteux Piazza, 6198 - Ponta das Canas.	
Aspectos observados:	PONTOS FORTES:	PONTOS FRACOS:
Localização do imóvel:	Sem registro	Distancia de 9km da praia dos ingleses.
Receita	R\$40,00	SEM REGISTRO
Definição dos custos totais	Não divulgado	Não divulgado
Investimento	Não divulgado	Não divulgado
Estacionamento:	Ampla área de estacionamento	SEM REGISTRO

6 ASPECTOS JURÍDICOS E LEGAIS

Na análise do negocio serão abordados os temas jurídicos e legais, tipo de sociedade, instalações, móveis, maquinas e equipamentos necessários para sua devida implantação.

Este capítulo aborda as etapas do processo jurídico de formação da empresa bem como os requisitos legais para o seu funcionamento. Em seguida, são descritas as etapas para registro da sociedade junto aos órgãos oficiais, e, finalmente, o contrato social de constituição da empresa.

6.1 O tipo de sociedade

O tipo de sociedade a ser adotada enquadra-se na lei 3.608/19, sendo caracterizada por ser uma FIRMA INDIVIDUAL.

6.2 Caracterização da empresa

Razão Social: Brandl Academia de ginásticaLtda ME.

Nome Fantasia: *Academia Body Way*

Endereço: Rod SC 403 km 8, - CEP 88058-001

Sede e Foro: Município de Florianópolis, Estado de Santa

Catarina **Forma Jurídica:** Firma Individual

Porte: Empresa de pequeno porte

Objeto Social: Viabilizar a saúde para a população em geral

6.3 Registro da empresa

As etapas para registro de uma sociedade limitada são enumeradas a seguir, e precisam ser executadas nesta ordem, pois cada etapa requisita documentos adquiridos nas etapas anteriores. O contador contratado pela empresa providenciara estes documentos necessários a abertura, cobrando uma taxa para tal.

I. Pesquisar junto a Prefeitura Municipal quais são as exigências quanto à localização e Habite-se. (O habite-se é necessário quando da construção de uma nova construção.)

Documentos exigidos:

- Memorial de incorporação ou BN-140 (original);
- Relação dos proprietários;
- Atestado de Vistoria de vigilância sanitária;
- Comprovante de recolhimento do ISQN;
- CPF dos proprietários;
- Certidão negativa do INSS;
- certidão Negativa da PMF (proprietário e engenheiro);
- Carne do IPTU;
- Vistoria do corpo de bombeiros.

11. Registro da empresa na Junta Comercial do Estado de Santa Catarina, onde são exigidos os seguintes documentos:

- Requerimento com Tarja Vermelha;
- Contrato Social (modelo padrão ou próprio em 3 vias visto por advogado

filiado a OAB);

- FCN - Ficha de Cadastro Nacional (modelo I e 2, 1 via)
- DARC - Documento de Arrecadação do Registro do Comercio (em 4 vias)
- DARF - Documento de arrecadação de Receitas Federais (em 3 vias);
- Declaração de Empresa de pequeno porte (em 2 vias);
- Fotocópia autenticada da Carteira de Identidade e CPF dos proprietários.

III. Obtenção do CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas) na Receita Federal, pelo representante legal da empresa, onde são necessários os seguintes documentos:

- Ficha Cadastral de Pessoa Jurídica e Quadro Societário (em 2 vias);
- fotocópia autenticada da Carteira de Identidade e CPF dos proprietários;
- fotocópia dos comprovantes de residência dos proprietários (contas de água, luz ou telefone);
- fotocópia do comprovante de localização da firma (Contrato de Locação);
- Via original ou copia autenticada do Contrato Social.

IV. Obtenção da Inscrição Estadual na Secretaria da Fazenda, onde são necessários os seguintes documentos:

- FAC - Ficha de Atualização Cadastral (em 2 vias);

- DAR - Documento de Arrecadação (em 3 vias);
- Fotocópia do Contrato Social com o respectivo numero de autenticação da Junta Comercial;
- fotocópia de Ficha do CNPJ com o respectivo numero;
- fotocópia da Declaração de Empresa de pequeno porte, carimbado pela junta Comercial;
- fotocópia autenticada do CPF dos sócios e dos cônjuges, caso sejam casados;
- fotocópia autenticada da Carteira de Identidade dos sócios;
- fotocópia dos comprovantes de residência dos proprietários;
- fotocópia autenticada do Contrato de Locação do Imóvel e Croqui de Localização.

V. Obtenção de Alvará de Funcionamento na Prefeitura Municipal e inscrição no Cadastro Fiscal pela Secretaria de Finanças, onde são exigidos:

- Contrato Social Original, registrado na Junta Comercial;
- CNPJ;
- Vistoria do Corpo de Bombeiros;
- alvará Sanitário da Divisão de Vigilância Sanitária;
- Consulta de Viabilidade (requerida na 1ª etapa);
- Contrato de Locação do imóvel;
- CMC - Cadastro Municipal de Contribuintes;
- Recolhimentos: Taxa de Expediente, taxa de Licença para Localização, Taxa de licença para Publicidade.

Existem algumas ressalvas colocadas para o registro de uma academia de genética e musculação. Estas podem ser enumeradas como:

- Supervisão e responsabilidade técnica de um profissional de educação física, devidamente habilitado e graduado em nível superior;
- alvará sanitário dos locais que forem utilizados nas aulas de musculação e ginástica; alvará municipal de funcionamento.

7 ASPECTOS TÉCNICOS E ADMINISTRATIVOS

Os aspectos técnicos e administrativos abordados neste capítulo envolvem os serviços comercializados pela empresa, a localização, o layout, e a administração de materiais, e toda regimentação de funcionamento dos funcionários e suas respectivas funções na empresa.

7.1 Aspectos administrativos

Estes aspectos envolvem todas as áreas organizacionais e funcionais da empresa. Funcionários, cargos, funções, regime de trabalho, e remuneração são alguns dos pontos que serão abordados neste tópico.

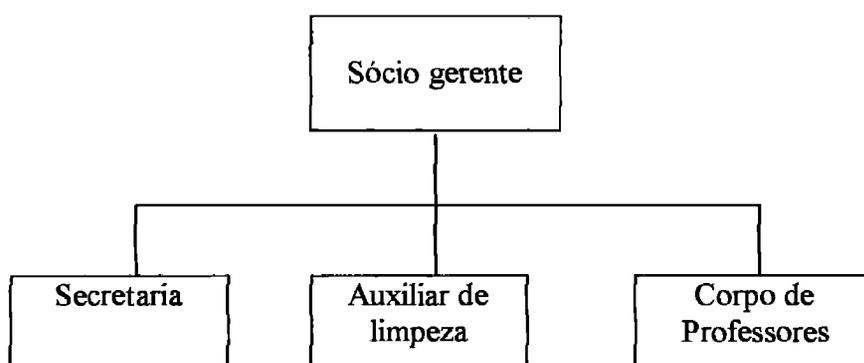
7.1.1 Estrutura organizacional

A estrutura organizacional de uma empresa é usada para definir o conjunto de tarefas distribuídas a cada área, as ligações formais, os níveis hierárquicos, as linhas de autoridade e os sistemas que coordenam as áreas.

Visto que a empresa, a princípio, terá um corpo reduzido de funcionários (seis) e um sócio gerente estará presente diariamente na empresa, existe a necessidade da contratação de duas secretarias. O número de professores iniciais será de apenas dois professores, trabalhando um no período composto por manhã-tarde e outro no período tarde-noite. As demais contratações de professores e empregados serão feitas de acordo com a necessidade da empresa, sendo que os professores e a secretaria serão pagos por um valor fixo mensal.

7.1.2 Organograma

O organograma funcional da empresa será composto por um gerente, instrutor em regime de estágio, secretárias em regime de estágio (duas), instrutores (dois) e uma faxineira. Os serviços de contabilidade serão executados fora da empresa, na modalidade serviço de terceiros.



7.1.3 Administração de recursos humanos

Em se tratando de uma pequena empresa, todas as atividades relacionadas ao recrutamento e a seleção, ficarão por conta do diretor gerente. Para a contratação dos professores devesse se optar por pessoas com certa experiência profissional.

As tarefas referentes a rotina de administração de pessoal, como elaboração da folha de pagamento, contratações, demissões, e outros, serão designadas ao escritório de contabilidade.

7.1.4 Descrição de cargos e salários

Professor

Função: Instrutor musculação

Atividade: auxiliar no desempenho e desenvolvimento das atividades físicas na academia. **Salário:** R\$ 900,00.

Pré-requisitos: Experiência na função, formação acadêmica, simpático(a), bom relacionamento no ambiente de trabalho, disposição para ensinar.

Professor instrutor auxiliar

Função: Instrutor musculação

Atividade: auxiliar no desempenho e desenvolvimento das atividades físicas na academia. **Salário:** R\$ 400,00.

Pré-requisitos: Experiência na função, formação acadêmica, simpático(a), bom relacionamento no ambiente de trabalho, disposição para ensinar.

Secretaria

Função: Organizar a secretaria da academia

Atividade: Responsável pela parte burocrática de inscrições e mensalidade dos alunos, serviços gerais de telefonema, agendamento de recados.

Salário: Bolsa de estagio FEPESE de R\$ 300,00.

Pré-requisitos: Conhecimento de informática, boa apresentação e organização, boa comunicação, simpatia e disposição para trabalhar.

Auxiliar de limpeza

Função: responsável pela limpeza da academia

Salário: R\$500,00

Pré-requisitos: experiência na função.

Benefícios: Vale transporte.

7.1.5 Tarefas e regime de trabalho

O horário de funcionamento da academia será de segunda-feira a sexta-feira, das 8:00h às 22:00h, e o seu regime de trabalho têm as seguintes características:

- **Administrador Gerente:** O administrador não possuirá um horário fixo, pois suas atividades necessitam de horário flexibilizado para atender as necessidades tanto pessoais quanto do empreendimento.
- **Professores:** seus horários serão de seis horas e meia diárias.
- **Secretarias:** seus horários serão de quatro horas diárias, com intervalo de 20 minutos para lanche.
- **Auxiliar de limpeza:** Suas atividades serão empregadas diariamente, de segunda-feira a sexta-feira, das 20:00 às 22:00h.

7.1.6 Produtos e serviços

Os serviços prestados pela academia *Body Way* terão as características básicas encontradas na maioria das academias de musculação e ginástica da região. Uma das estratégias do empreendimento proposto é dar aulas gratuitas de ginástica na praia. Como forma de chamar a atenção dos possíveis clientes que, muitas vezes, ainda não conhecem a academia, mas pretendem iniciar uma rotina de atividades físicas.

A academia terá equipamentos suficientes para atender um numero de ate 30 alunos simultâneos, fazendo com que o conforto e a qualidade do material utilizado possam ajudar no desenvolvimento das atividades fisicas de todos os usuários.

7.1.7 Controle de estoques e compras

O controle de estoque será feito através da averiguação periódica do estoque de material de limpeza visto que a empresa não trabalhara com venda de produtos e sm de serviços. O controle de estoque e compras será executado pelo diretor da academia que, a principio, será exercido pelo sócio proprietário do empreendimento.

7.2 Aspectos técnicos

7.2.1 Localização

A academia ficará localizada na Rod SC 403 km 8 – praia dos Ingleses.

7.2.2 Layout

Ao elaborar o layout do empreendimento, deve-se observar a disposição dos equipamentos e moveis, procurando aloca-los da melhor forma possível, aproveitando todos os espaços possíveis do imóvel, de modo que não haja espaços ociosos.

Os espaços colocados para a academia são:

- Sala de musculação: espaço com boa ventilação e ampla visão e entrada de luz fornecida por amplas laminas de vidro temperado

colocadas ao redor de 65% da sala. Ventilação fornecida por ventiladores de teto com velocidade regulável e função exaustão;

- Sala de ginástica: espaço com disponibilidade para conter até 20 alunos, paredes laterais cobertas por espelhos para facilitar a visualização dos exercícios.
- Avaliação física: A avaliação física será feita em parceria com a clínica médica mais próxima que se situa a 30 metros da academia.
- Recepção: A recepção estará inclusa no ambiente da sala de musculação sendo apenas uma bancada com os equipamentos necessários para o cadastro dos alunos e rotina da academia.

Lembrando também que esta obra possibilitara futuras ampliações que serão efetuadas ou não segundo a necessidade da demanda.

Foi sugerida uma proposta de layout para fins acadêmicos visto que o layout da academia deve ser feito pelo próprio proprietário.(Anexo 3 e 4).

7.2.3 Equipamentos

Os equipamentos necessários para o funcionamento da empresa estarão detalhados nos itens 8.1.2 e 8.1.3.

8 ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA

8.1 Aspectos financeiros

Este capítulo trata dos aspectos financeiros referentes à implantação e funcionamento do novo empreendimento, fazendo um levantamento dos investimentos fixos, fontes de financiamento, capital de giro, fluxo de caixa, sua estrutura de custos e despesas, receita operacional, constituição de seu lucro líquido, determinação do ponto de equilíbrio, e finalmente, fazendo uma análise através dos métodos de avaliação de investimentos.

8.1.1 Investimento fixo

O investimento será calculado para a academia com capacidade média de 300 alunos. O levantamento do investimento fixo, para um melhor entendimento, está dividido entre os itens: adaptação do imóvel, máquinas e equipamentos, e móveis e utensílios.

8.1.2 Adaptação do imóvel

O imóvel escolhido passou por uma reforma recentemente, portanto não necessita de reformas básicas de estrutura, somente serão necessárias algumas modificações para adequá-lo ao novo empreendimento.

Quadro 01. Adaptação do Imóvel		
Item	Discriminação	Valor(R\$)
1	Reforma geral	71.000,00
2	Adaptação do ambiente	5.000,00
Total		76.000,00

O valor referente a reforma da estrutura foi calculado com base na pesquisa utilizada junto aos fornecedores de material e empreiteiros que fazem este tipo de reforma. Para chegar ao valor também foi utilizado o valor do cub e extraiu-se 65% do cube com intuito de se otimizar o custo do mesmo (valor do cub em torno de R\$733,00).

8.1.3 Maquinas e equipamentos

As maquinas e os equipamentos necessários à operacionalização da academia são os seguintes:

Quadro 02. Máquinas e equipamentos			
Quantidade	Discriminação	Valor Unitário(R\$)	Valor Total(R\$)
01	Televisor 20 polegadas	519,00	519,00
01	CD player para academia	300,00	300,00
01	CD para sala de ginástica	250,00	250,00
04	Caixas acústicas	60,00	240,00
01	Microcomputador	1.500,00	1.500,00
02	Telefone s/ fio	119,90	119,90
01	Impressora	299,00	299,00
15	Espelhos	95(m2)	6.000,00
01	Bebedouro	300,00	300,00
05	Ventiladores	100,00	500,00
02	Roupeiros	300,00	600,00
	Aparelhos para peito		
01	Maquina peck deck	1.171,00	1.171,00
01	Banco supino declinado	352,00	352,00
01	Banco supino inclinado	327,00	327,00
01	Maquina supino declinado	1.524,00	1.524,00
01	Maquina supino inclinado	963,00	963,00

01	Maquina supino reto	922,00	922,00
<i>Aparelhos para pernas</i>			
02	Leg press 45°	1.008,00	2.016,00
01	Maquina para agachamento	1.146,00	1.146,00
01	Maquina para quadriceps	1.360,00	1.360,00
01	Maquina para panturrilha	1.058,00	1.058,00
01	Maquina para glúteo	1.135,00	1.135,00
01	Maquina adutor/abductor	1.108,00	1.108,00
<i>Aparelhos para costas</i>			
01	Maquina puxador	1.927,00	1.927,00
01	Maquina remada baixa	1.171,00	1.171,00
01	Maquina desenvolvimento	403,00	403,00
<i>Aparelhos para triceps</i>			
01	Maquina triceps testa	1.083,00	1.083,00
01	Gráviton	1.083,00	1.083,00
01	Maquina crossover	1.071,00	1.071,00
<i>Aparelhos para bíceps</i>			
01	Banco Scott	441,00	441,00
<i>Aparelhos livres</i>			
01	Banco simples	176,00	176,00
01	Banqueta reclinável	302,00	302,00
01	Prancha abdominal	302,00	302,00
02	Bicicleta ergométrica	500,00	1.000,00
01	Elíptico	5.200,00	5.200,00
03	Esteira	600,00	1.800,00
Total		30.080,90	38.597,90

8.1.4 Moveis e Utensílios

Quadro 03 - Móveis e Utensílios			
Quantidade	Discriminação	Valor Unitário(R\$)	Valor Total(R\$)
01	Mesa p/ escritório c/ três cadeiras	600,00	600,00
01	Cadeira secretária	90,00	90,00
01	Balcão recepção c/ armário	450,00	450,00
05	Quadro sala de aula	42,00	210,00
01	Longarina 03 lugares (recepção)	250,00	250,00
Total		1.432,00	1.600,00

8.1.5 Investimento Fixo Total

Depois de especificadas as necessidades de investimento por setor, o quadro 04 faz um demonstrativo do investimento fixo total para a implantação do empreendimento.

Quadro 04 Investimento Fixo Total	
Discriminação	Valor Total(R\$)
Adaptação do Imóvel	76.000,00
Máquinas e Equipamentos	38.597,90
Móveis e Utensílios	1.600,00
Total	116.197,90

8.1.6 Financiamento

O proprietário possui capital próprio suficiente para financiar o investimento fixo total. Caso venha ser necessário, o proprietário procurara obter financiamento junto a alguma instituição financeira.

8.1.7 Capital de Giro

No presente trabalho, o capital de giro será composto pelas contas de caixa e bancos, estoque inicial de material de expediente e manutenção, definidos através do levantamento dos custos fixos.

Quadro 05: Capital de Giro			
Item	Discriminação	Valor Unitário(R\$)	Valor Total(R\$)
01	Caixa e banco	18.783,45	18.783,45
02	Estoque inicial de material de expediente e manutenção	293,00	340,00
Total		19.076,45	19.123,45

8.1.8 Estoque Inicial

O estoque inicial necessário para a viabilização das atividades da academia é:

Quadro 06: Estoque Inicial			
Quantidade	Discriminação	Valor Unitário(R\$)	Valor Total(R\$)
05	Resma de papel	11,00	55,00
04	Caneta	1,00	4,00
01	Agenda	30,00	20,00
01	Bloco de recibo	10,00	10,00
01	Kit produtos de limpeza	221,00	221,00
Total		293,00	340,00

8.1.9 Custos Fixos

Os custos fixos são os gastos que independem do volume de produção ou de venda, tais como:

- a. despesa com pessoal
- b. depreciação
- c. despesas administrativas

8.1.10 Despesas com Pessoal

Quadro 07: Despesa de Pessoal (Secretária 01)			
Quantidade	Discriminação	Valor Mensal(R\$)	Valor Anual(R\$)
01	Bolsa Estágio	300,00	3.600,00
	Encargos CIEE	42,00	504,00
	Total	342,00	4.104,00

Quadro 08: Despesa de Pessoal (Secretária 02)			
Quantidade	Discriminação	Valor Mensal(R\$)	Valor Anual(R\$)
01	Bolsa Estágio	300,00	3.600,00
	Encargos CIEE	42,00	504,00
	Total	342,00	4.104,00

Quadro 09: Despesa com Pessoal (Auxiliar de limpeza e faxina)				
Quantidade	Discriminação	Percentual	Valor Mensal(R\$)	Valor Anual(R\$)
01	Salário base		500,00	6.000,00
	FGTS	8,5%	42,00	504,00
	13º Salário		56,79	672,94
	INSS	27,8%	139,00	1.668,00
	Provisão para férias		75,72	908,64
	Total		813,51	9.762,12

Quadro 10: Despesa com Pessoal (Instrutor 01)				
Quantidade	Discriminação	Percentual	Valor Mensal(R\$)	Valor Anual(R\$)
01	Salário base		900,00	10.800,00
	FGTS	8,5%	76,50	918,00
	13º Salário		102,22	1.226,64
	INSS	27,8%	250,00	3.000,00
	Provisão para férias		136,30	1.635,60
	Total		1.465,02	17.580,24

Quadro 11: Despesa com Pessoal (Instrutor 02) – somente para cenários 02 e 03				
Quantidade	Discriminação	Percentual	Valor Mensal(R\$)	Valor Anual(R\$)
01	Salário base		900,00	10.800,00
	FGTS	8,5%	76,50	918,00
	13º Salário		102,22	1.226,64
	INSS	27,8%	250,00	3.000,00
	Provisão para férias		136,30	1.635,60
	Total		1.465,02	17.580,24

Quadro 12: Despesa com Pessoal (Instrutor 03)				
Quantidade	Discriminação	Percentual	Valor Mensal(R\$)	Valor Anual(R\$)
01	Salário base		400,00	4.800,00
	Encargos CIEE	42,00	42,00	504,00
	Total		442,00	5.304,00

Quadro 13: Despesa com Pessoal (Instrutor 04) somente para os cenários 02 e 03				
Quantidade	Discriminação	Percentual	Valor Mensal(R\$)	Valor Anual(R\$)
01	Salário base		400,00	4.800,00
	Encargos CIEE	42,00	42,00	504,00
	Total		442,00	5.304,00

Quadro 14: Despesa com Pessoal Total - cenário 01			
Quantidade	Discriminação	Valor Mensal(R\$)	Valor Anual(R\$)
02	Secretaria	684,00	8208,00
01	Auxiliar de Limpeza	813,51	9.762,12
01	Instrutor professor	1.465,02	17.580,24
01	Instrutor estagiário	442,00	5.304,00
	Total	3.404,53	40.854,36

Quadro 15: Despesa com Pessoal Total - cenários 02 e 03			
Quantidade	Discriminação	Valor Mensal(R\$)	Valor Anual(R\$)
02	Secretaria	684,00	8.208,00
01	Auxiliar de Limpeza	813,51	9.762,12
02	Instrutor professor	2.930,04	35.160,48
04	Instrutor estagiário	1.768,00	21.216,00
	Total	6.195,55	74.346,60

8.1.11 Depreciação

A depreciação entra no projeto de forma contábil. É importante analisar o impacto de uma depreciação acelerada e a influencia da vida útil dos equipamentos e da obsolescência tecnológica sobre a rentabilidade do empreendimento.

A depreciação foi calculada pelo método linear. Conforme este método, a cada ano a empresa deprecia uma proporção constante da diferença entre o investimento inicial e o valor residual, conforme a seguinte formula:

Quadro 16: Depreciação				
Discriminação	Valor Total(R\$)	Taxa anual	Dep. Mensal(R\$)	Dep. Anual(R\$)
Máquinas e Equipamentos	38.597,90	20%	643,29	7.719,58
Móveis e Utensílios	1.600,00	10%	13,33	160,00
Total			656,62	7.879,44

8.1.12 Despesas Administrativas

O quadro 12 relaciona as despesas administrativas, os gastos que não estão compreendidos nos custos. As despesas com energia elétrica, água, material de expediente, material de limpeza foram feitas com base na análise do próprio autor.

Quadro 17: Despesas Administrativas		
Discriminação	Valor Mensal(R\$)	Valor Anual(R\$)
Pró-labore	800,00	9.600,00
Aluguel	1.000,00	12.000,00
Telefone	200,00	2.400,00
Honorário Contador	200,00	2.400,00
Total	2.200,00	26.400,00

Fonte: próprio autor

8.1.13 Custo Fixo Total

Quadro 18: Custo Fixo Total - cenário 01		
Discriminação	Valor Mensal(R\$)	Valor Anual(R\$)
Despesa com Pessoal	3.404,53	40.854,36
Depreciação	656,62	7.879,44
Despesas Administrativas	2.200,00	26.400,00
Total	6.261,15	75.133,80

Quadro 19: Custo Fixo Total - cenários 02 e 03		
Discriminação	Valor Mensal(R\$)	Valor Anual(R\$)
Despesa com Pessoal	6.195,55	74.346,60
Depreciação	656,62	7.879,44
Despesas Administrativas	2.200,00	26.400,00
Total	9.052,17	108.626,04

8.1.14 Caixas e Bancos

As contas de caixa e bancos são as disponibilidades, isto é, são os recursos que permitem que a empresa efetue pagamentos imediatos, funcionando como um amortecedor entre as saídas e as entradas previstas sob as condições operacionais normais.

O "Caixa" representa o dinheiro "vivo", em notas de papel-moeda e moedas metálicas, enquanto o item "Bancos" refere-se aos saldos mantidos em contas bancárias movimentáveis a vista contra a emissão de cheque.

Com a incerteza peculiar do setor, podendo ocorrer a não das entradas e saídas previstas, e de acordo com indicação do SEBRAE/SC, um bom nível de caixa e o equivalente ao valor de três meses dos custos fixos totais mensais.

Portanto, o valor das contas caixa e bancos é de: R\$ 18.783,45.

O quadro 16 representa a composição completa do capital de giro necessário ao novo empreendimento.

Quadro 20: Capital de Giro	
Discriminação	Valor Total(R\$)
Estoque Inicial Total	340,00
Caixas e Bancos	18.783,45
Total	19.123,45

8.1.15 Investimento Inicial

Com os dados apresentados até aqui, pode-se chegar no valor do investimento inicial total necessário à implantação do empreendimento, como indicado no quadro 14.

Quadro 21: Investimento Inicial	
Discriminação	Valor Total(R\$)
Investimento Fixo	116.197,90
Capital de Giro	19.123,45
Subtotal	135.321,35
Reserva Técnica (10%)	13.532,13
Total	148.853,48

8.1.16 Custos Variáveis

Os custos variáveis estão diretamente relacionados ao número de alunos, quanto maior for o número de alunos, maiores serão os custos variáveis.

Foram construídos três cenários para uma melhor análise.

- a. Cenário pessimista: apenas 150 alunos matriculados na musculação e mais 20 na ginástica.
- b. Cenário intermediário: 300 alunos matriculados na musculação e mais 40 na ginástica.
- c. Cenário otimista: 450 alunos matriculados na musculação e mais 60 na ginástica.

De acordo com a literatura, os gastos com energia elétrica são custos semivariáveis, pois variam de acordo com o volume de produção, porém não exatamente nas mesmas proporções. Entretanto, para simplificação das equações e da visualização dos custos, os custos semivariáveis foram alocados juntamente com os variáveis para melhor visualização.

Quadro 22: Custos Variáveis (Cenário Pessimista – 150/20 alunos)		
Discriminação	Valor Mensal(R\$)	Valor Anual(R\$)
Energia elétrica	400,00	4.800,00
Água	150,00	1.800,00
Material de expediente	150,00	1.800,00
Material de limpeza	221,00	2.652,00
Total	921,00	11.052,00

Quadro 23: Custos Variáveis (Cenário Intermediário – 300/40 alunos)		
Discriminação	Valor Mensal(R\$)	Valor Anual(R\$)
Energia elétrica	650,00	7.800,00
Água	270,00	3.240,00
Material de expediente *	280,00	3.360,00
Material de Limpeza *	400,00	4.800,00
Total	1.600,00	19.200,00

Quadro 24: Custos Variáveis (Cenário Otimista – 450/60 alunos)		
Discriminação	Valor Mensal(R\$)	Valor Anual(R\$)
Energia elétrica	800,00	9.600,00
Água	400,00	4.800,00
Material de expediente *	400,00	4.800,00
Material de Limpeza *	650,00	7.800,00
Total	2.250,00	27.000,00

8.1.17 Custo Variável Total

Quadro 25: Custo Variável Total		
Discriminação	Valor Mensal(R\$)	Valor Anual(R\$)
Cenário Pessimista	921,00	11.052,00
Cenário Intermediário	1.600,00	19.200,00
Cenário Otimista	2.250,00	27.000,00

8.1.18 Total dos Custos

Quadro 26: Total dos Custos				
Discriminação	Custo Fixo mensal	Custo Variável mensal	Valor Mensal(R\$)	Valor Anual(R\$)
Cenário Pessimista	6.261,15	921,00	7.182,15	86.185,80
Cenário Intermediário	9.052,17	1.600,00	10.652,17	127.826,04
Cenário Otimista	9.052,17	2.250,00	11.302,17	135.626,04

8.1.19 Receitas Operacionais

O preço da mensalidade estabelecida pela academia para musculação é de R\$50,00 reais, e para ginástica é de R\$30,00.

Quadro 27: Receitas Operacionais		
Cenários	Receita Mensal (R\$)	Receita anual (R\$)
Pessimista (150/20 alunos)	8.100,00	97.200,00
Intermediário (300/40 alunos)	16.200,00	194.400,00
Otimista (450/60 alunos)	24.300,00	291.600,00

8.1.20 Demonstrativo dos Resultados de Exercício

A demonstração do resultado do exercício (DRE) é um demonstrativo financeiro que serve para exprimir com clareza o resultado que a empresa obteve no exercício social, indicando o lucro ou o prejuízo.

Os quadros 26 a 30 apresentam a DRE referente a um mês de funcionamento da empresa, para os três cenários analisados.

Quadro 28: DRE Mensal (R\$)			
Discriminação	Cenário Pessimista	Cenário Intermediário	Cenário Otimista
Receita Bruta	8.100,00	16.200,00	24.300,00
(-) Impostos sobre Receita (PIS/Cofins/ISS)*	700,69	1.401,38	2.102,07
Receita Líquida	7.399,31	14.798,62	22.197,93
(-) Custo Variável	921,00	1.600,00	2.250,00
Lucro Bruto	6.478,31	13.198,62	19.947,93
(-) Custo fixo	6.261,15	9.052,17	9.052,17
Lucro Líquido antes do IR	217,16	4.146,45	10.895,76
(-) Imposto de Renda*	23,88	456,11	1.198,53
Lucro Operacional	193,27	3.690,34	9.697,22

*Fonte: SEBRAE/SC.

Quadro 29: DRE Anual (R\$)			
Discriminação	Cenário Pessimista	Cenário Intermediário	Cenário Otimista
Receita Bruta	97.200,00	194.400,00	291.600,00
(-) Impostos sobre Receita (PIS/Cofins/ISS)	8.408,28	16.816,56	25.224,84
Receita Líquida	88.791,72	177.583,44	266.375,16
(-) Custo Variável	11.052,00	19.200,00	27.000,00
Lucro Bruto	77.739,72	158.383,44	239.699,16
(-) Custo fixo	75.133,80	108.626,04	108.626,04
Lucro Líquido antes do IR	2.605,92	49.757,40	130.749,12
(-) Imposto de Renda*	286,56	5.473,32	14.382,36
Lucro Operacional	2.319,24	44.284,08	116.366,64

*Fonte: SEBRAE/SC.

8.1.21 Margem de Contribuição

A margem de contribuição é calculada através da diferença entre a receita operacional e os custos variáveis.

Quadro 30: Margem de Contribuição mensal (R\$)			
Discriminação	Cenário Pessimista	Cenário Intermediário	Cenário Otimista
Receita Operacional	8.100,00	16.200,00	24.300,00
(-) Custos Variáveis	921,00	1.600,00	2.250,00
Margem de Contribuição	7.179,00	14.600,00	22.050,00

Comentários: Margem de contribuição é a diferença entre a venda ou a receita operacional, e os custos variáveis necessários para gerar essa venda.

8.1.22 Ponto de equilíbrio

Para o cálculo do ponto de equilíbrio, divide-se o custo fixo pela margem de contribuição.

Quadro 1 - Ponto de Equilíbrio			
Discriminação	Cenário Pessimista	Cenário Intermediário	Cenário Otimista
Custo Fixo	6.261,15	9.052,17	9.052,17
(/) Margem de Contrib.	7.179,00	14.600,00	22.050,00
Ponto de Equilíbrio (%)	87,21%	62,00%	41,05%

Comentários: Ponto de equilíbrio de funcionamento da empresa está situado bem próximo ao cenário pessimista.

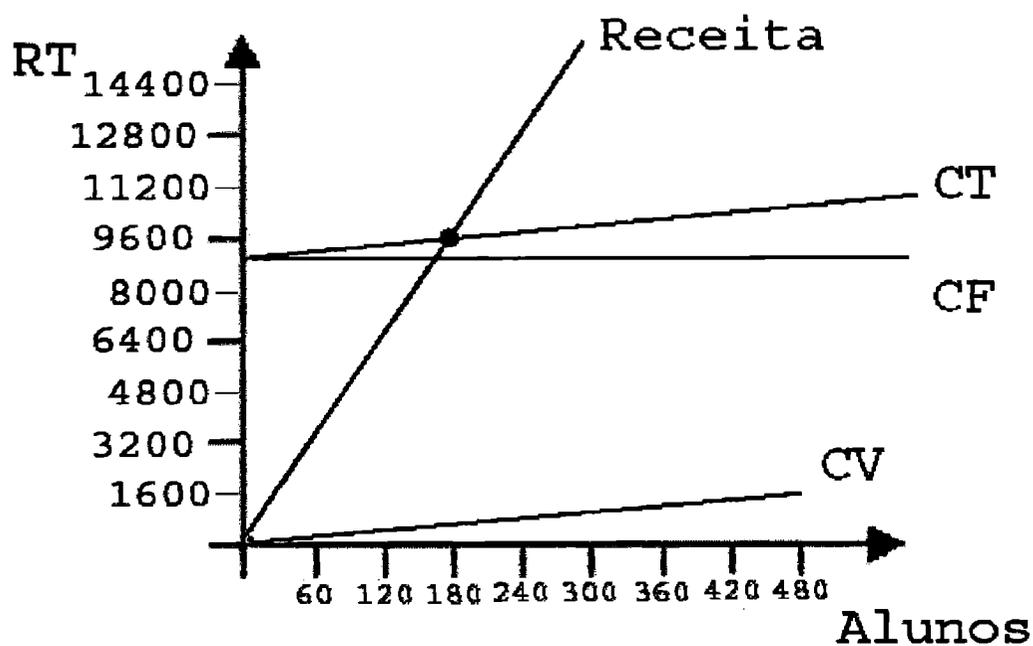


Figura 25: Ponto de equilíbrio

Onde: CT = custo total CF= custo fixo CV= custo variável RT= receita total

8.1.23 Payback

É um dos métodos de avaliação de investimentos mais utilizados, devido à sua simplicidade de cálculo, através do quociente entre o investimento inicial e o lucro líquido.

Quadro 32: Payback			
Discriminação	Cenário Pessimista	Cenário Intermediário	Cenário Otimista
Investimento Inicial	148.853,48	148.853,48	148.853,48
(/) Lucro Líquido	193,27	3.690,34	9.697,22
Payback (anos)	Aproximadamente 64 anos	Aproximadamente 3 anos e 4 meses	Aproximadamente 1 ano e 3 meses

Comentários: Notamos que o investimento é realmente rentável e realizável somente para os cenários intermediário e otimista, onde o retorno do capital investido está dentro dos valores aceitáveis para um investimento deste montante.

8.1.24 Taxa média de retorno

A taxa média de retorno é outra técnica comumente utilizada para avaliação de dispêndios de capital, dividindo-se o LAIR médio pelo investimento médio.

Quadro 33: Taxa Média de Retorno anual			
Discriminação	Cenário Pessimista	Cenário Intermediário	Cenário Otimista
LAIR médio	2.605,92	49.757,40	130.749,12
(/) Investimento médio	74.426,74	74.426,74	74.426,74
Taxa Média de Retorno	3,5%	66,85%	175,67%

Comentários: Notamos que a taxa média de retorno para o cenário pessimista é inexpressiva em comparação com a taxa nos outros dois cenários analisados onde a mesma demonstra um bom nível de retorno sobre o capital investido.

8.1.25 Índice de lucratividade

Este índice é calculado através da divisão do lucro líquido pela receita dos serviços prestados.

Quadro 34: Índice de Lucratividade – anual			
Discriminação	Cenário Pessimista	Cenário Intermediário	Cenário Otimista
Lucro Líquido	2.319,24	44.284,08	116.366,64
(/)/Receita	97.200,00	194.400,00	291.600,00
Índice de lucratividade	2,38%	22,77%	39,90%

Comentários: Podemos observar que o índice de lucratividade anual obtido no cenário otimista está bem distante do mesmo índice para o cenário pessimista. Significa dizer que conseguimos multiplicar em até 39% do montante total, o capital investido no empreendimento.

9 CONCLUSÕES

Este estudo pretendeu alcançar os objetivos gerais e específicos propostos. Para isso, foi utilizada a metodologia científica como referência de confecção do mesmo. A fundamentação teórica proporcionou embasamento teórico para definir os tópicos e respaldar as propostas.

Após o levantamento de dados relativos aos aspectos mercadológicos, jurídicos, técnicos, administrativos e financeiros, pretendeu-se avaliar a viabilidade de implantação deste projeto.

Os aspectos mercadológicos foram delineados primeiramente através de pesquisa de campo, fornecendo dados para que fosse possível traçar um perfil tanto do mercado consumidor quanto dos concorrentes. Os dados apresentados pela pesquisa mostram que o interesse do público em freqüentar a academia é 69%.

O público alvo será composto por indivíduos com idade entre 18 e 26 anos. Em relação aos concorrentes diretos, os principais são a Academia Albino e a academia Corpo em Ação. Para poder enfrentar a concorrência, a academia Body Way primará pela qualidade dos equipamentos bem como a intensa orientação dos professores visto ser estes os responsáveis pelo alto desempenho dos alunos nos aparelhos de musculação e nas aulas de ginástica. Outro diferencial observado é o valor das mensalidades a serem cobradas, inferior a média praticada pela concorrência, conforme costatado pelo interesse de 70% do público entrevistado.

Em relação aos aspectos jurídicos e legais, estes foram totalmente detalhados, demonstrando todas as etapas necessárias à abertura de uma empresa. O tipo de sociedade adotada para o projeto foi o de firma individual.

O empreendimento caracterizou-se através dos aspectos técnicos, onde são apresentados os detalhes referentes aos serviços oferecidos, a localização, o layout sugerido, possibilitando uma visualização prévia da escola.

As principais diferenças da academia Body Way em relação a concorrência são: Equipamentos totalmente novos e de ultima geração, e possibilidade de se efetuar pagamento de 5 mensalidades antecipadas com a isenção da sexta. Existe também a possibilidade de se efetuar somente aulas avulsas, tanto de musculação quanto de ginástica no período do verão.

Em relação aos aspectos administrativos, mostraram a estrutura da empresa como sendo bem compacta e simples, bem como os cargos e funções de cada colaborador. Ela será formada, à princípio por: 1 sócio-gerente, 2 secretarias, 1 auxiliar de limpeza, 1 contador terceirizado e 2 professores.

Finalizando, os aspectos financeiros possibilitaram uma análise bem detalhada quanto à viabilidade econômico-financeira do negócio.

O empresário possui um capital de R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) para iniciar o empreendimento, suprimindo a necessidade alcançada pelo projeto proposto que é de R\$ 148.853,48 (cento e quarenta e oito mil oitocentos e cinquenta e três reais e quarenta e oito centavos). Esse valor corresponde ao investimento fixo total e o capital de giro.

Podemos assim concluir que é viável a instalação de uma academia de musculação e ginástica na praia dos ingleses, tendo como resultado, ponto de equilíbrio de 87,21% no cenário pessimista, 62% no intermediário e 41,05% no otimista, período de payback de mais de 64 anos e 2 meses no cenário pessimista, pouco mais de 3 anos e 4 meses no cenário intermediário e menos de 1 ano e 3 meses no cenário otimista.

Apresentou taxa média de retorno superior a 100% no cenário otimista, e índice de lucratividade superior a 20% em 66% dos cenários apresentados.

Comparando a taxa de retorno do projeto com a taxa de retorno da TR, IGP-M, Ibovespa e o dólar conclui-se que o empreendimento é viável na maioria dos cenários, tornando-se de risco caso venha estabilizar no cenário pessimista.

9.1 Recomendações

Tendo como direções as informações levantadas neste projeto, recomenda-se que, para alcançar o sucesso do empreendimento, a qualidade e o preço sejam sempre fontes de referência para qualquer tomada de decisão.

É necessária uma atualização constante para todos os aspectos citados neste projeto para que o proprietário possa visualizar e estipular metas e também ter ferramentas que o permita sobreviver e crescer neste mercado.

Finalmente, recomenda-se que a empresa mantenha um plano de estratégias e uma proposta de marketing para divulgação sempre ativa para poder agregar mais valor ao empreendimento e aproveitar sempre a temporada de verão que tem trazido cada dia mais turistas e proprietários de imóveis na a praia dos ingleses.

REFERÊNCIAS

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira**. São Paulo: Atlas, 1989.

CAMPOS FILHO, Ademar. **Fluxo de caixa em moeda forte: análise, decisão e controle**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1993.

CHIAVENATO, Idalberto. *Vamos abrir um novo negócio?* São Paulo: Makron Books, 1995.

_____. *Administração de empresas: uma abordagem contingencial*. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 1994.

DEGEN, Ronald J. *O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial*. 8. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DIAS, Marco Aurélio P. *Administração de Materiais: uma abordagem logística*. 4. ed. São Paulo: Atlas S. A., 1993.

DOLABELA, Fernando. *O segredo de Luisa*. São Paulo: Cultura Editores associados, 1999.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

GITMAN, Lawrence J. *Princípios de Administração Financeira*. 3. ed. São Paulo: Harbra, 1987.

HOLANDA, Nilson. **Planejamento e projetos: uma introdução às técnicas de planejamento e elaboração de projetos**. Rio de Janeiro: APEC/MEC, 1975.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*: análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MAGNÉE, Henri M. **Manual do self-service**. São Paulo: Livraria Varela, 1996.

MATTAR, Fauze Najib. *Pesquisa de marketing*: metodologia, planejamento, execução e análise. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1997. 2 v.

MAXIMIANO, Antônio César. *Administração de Projetos*. São Paulo: Atlas, 2002.

PORTER, Michael E. *Vantagem competitiva*. Rio de Janeiro: Campus, 1991.

SANVICENTE, Antônio Zoratto. *Administração Financeira*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

_____, SANTOS, Celso da Costa. *Orçamento na administração de empresas: planejamento e controle*. Ed. Ver. E atual. São Paulo: Atlas, 1995.

SANTOS, Celso da Costa. **Orçamento na administração de empresas : planejamento e controle**. ed. rev. e atual. São Paulo: Atlas, 1995.

SEBRAE, Serviço de Apoio às Pequenas Empresas de São Paulo. *Academia de ginástica e escola de natação*. São Paulo: SEBRAE-SP 2. ed. 1996.

STONER, James A. F., FREEMAN, R. Edward. **Administração**. 5. ed., Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1995.

WELSCH, Glenn A. **Orçamento empresarial: casos**; tradução Antonio Zoratto Sanvicente. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1983.

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

APÊNDICES

APÊNDICE A - Instrumento de coleta de dados final

Através deste questionário, estamos efetuando uma pesquisa, que tem como objetivo avaliar a satisfação dos clientes quanto à instalação de uma academia de musculação no distrito dos Ingleses.

Entrevistador: _____ Local: _____ Data: ____/____/____

Entrevistado (não obrigatório): _____

1. Qual seu sexo?
 - a) Masculino
 - b) Feminino
2. Qual seu grau de escolaridade?
 - a) Sem escolaridade
 - b) Primário incompleto
 - c) Primário completo
 - d) Colegial incompleto
 - e) Colegial completo
 - f) Superior incompleto
 - g) Superior completo
 - h) Prefere não citar
3. Qual a sua renda mensal?
 - a) Até R\$ 400,00
 - b) De R\$ 401,00 a R\$ 800,00
 - c) De R\$ 801,00 a R\$ 1200,00
 - d) De R\$ 1201,00 a R\$ 1.600,00
 - e) De R\$ 1.601,00 a R\$ 2.000,00
 - f) De R\$ 2.001,00 a R\$ 2.400,00
 - g) De R\$ 2.401,00 a R\$ 2.800,00
 - h) Acima de R\$ 2.801,00
 - i) Não sabe dizer
 - j) Prefere não citar
4. Qual a sua faixa etária?
 - a) Até 20 anos
 - b) 21 a 30 anos
 - c) 31 a 40 anos
 - d) 41 a 50 anos
 - e) 51 a 60 anos
 - f) 61 anos ou mais
5. Qual a sua ocupação profissional?
 - a) Aposentado (a)
 - b) Dona de casa / Do lar
 - c) Trabalha em casa para fora
 - d) Dono(a) / sócio(a) de empresa
 - e) Empregado de empresa privada
 - f) Estudante
 - g) Funcionário público
 - h) Militar
 - i) Profissional liberal
 - j) Trabalhador autônomo
 - k) Trabalhador rural
 - l) Desempregado
 - m) Outra. Qual? _____
 - n) Não sabe
- o) Recusou
6. Qual seu estado civil?
 - a) Solteiro (a)
 - b) Casado (a)
 - c) Viúvo (a)
 - d) Divorciado / separado (a)
 - e) Outro
7. Você possui condução própria?
 - a) Não
 - b) Sim
8. Quantos dependentes você possui?
 - a) 1 dependente
 - b) 2 dependentes
 - c) 3 dependentes
 - d) Acima de 3 dependentes
 - e) Não possui dependentes
9. Você costuma fazer exercícios físicos?
 - a) Sim
 - b) Não
10. Você já frequentou academia de ginástica ou musculação alguma vez?
 - c) Sim
 - d) Não
11. Você frequentaria uma academia?
 - a) Sim
 - b) Provavelmente sim
 - c) Pouco provável
 - d) Não
 - e) Não possui opinião formada
12. Qual seria a razão principal que motivaria você a frequentar uma academia?
 - a) Melhorar qualidade de vida
 - b) Perder peso
13. Com que frequência você utilizaria uma academia?
 - a) 1x por semana
 - b) 2x por semana
 - c) 3x por semana
 - d) Diariamente
 - e) Não frequentaria

14. Qual seria o grau de importância da atividade física em seu cotidiano?
- a) Muita
 - b) Regular
 - c) Pouca
 - d) Nenhuma
 - e) Sem opinião
15. Se houvesse uma academia no lugar "X", quais seriam as chances de você frequentá-la?
- a) Muita
 - b) Alguma
 - c) Pouca
 - d) Nenhuma
16. Que imagem uma academia deve passar para você?
- a) Saúde
 - b) Força
 - c) Sem resposta
17. O que lhe chama mais atenção em uma academia?
- a) _____
18. Qual o grau de importância da proximidade de uma academia de sua casa?
- a) Muito Importante
 - b) Pouco Importante
 - c) Sem importância
 - d) Não sabe
19. Qual a faixa de valor mensal que você estaria disposto a pagar pela manutenção de sua saúde?
- c) 46,00 a 55,00 reais
 - d) 56,00 a 65,00 reais
 - e) 66,00 a 75,00 reais
 - f) Mais de 75,00 reais
20. Qual a faixa de horário mais acessível para você frequentar uma academia?
- a) Entre as 07:00 e as 10:00 horas
 - b) Entre as 10:00 e as 13:00 horas
 - c) Entre as 13:00 e as 16:00 horas
 - d) Entre as 16:00 e as 19:00 horas
 - e) Entre as 19:00 e as 22:00 horas
21. Em sua opinião, qual horário que você acha que uma academia deve abrir suas portas?
- a) Às 06:00 horas
 - b) Às 07:00 horas
 - c) Às 08:00 horas
22. Em sua opinião, qual horário que você acha que uma academia deve encerrar suas atividades?
- a) Às 22:00 horas
 - b) Às 23:00 horas
 - c) Às 24:00 horas
23. Quais itens são indispensáveis para você em uma academia?
- a) Vestiário
 - b) Som ambiente
 - c) Bar / quiosque
24. Qual o grau de importância da assistência médica em uma academia para você?
- a) Indispensável
 - b) Agradável
 - c) Sem necessidade
25. Em se tratando da alimentação, você gostaria de que, em sua academia, fosse possível fazer refeições em um bar próprio da academia, com alimentos mais saudáveis como alimentos naturais e etc?
- a) Sim
 - b) Não
26. Existe algum outro esporte que você pensa ser indispensável para ser oferecido pela academia?
- a) _____

AGRADECEMOS SUA COLABORAÇÃO!

APÊNDICE B - Instrumento de coleta de dados inicial

Através deste questionário, estamos efetuando uma pesquisa, que tem como objetivo avaliar a satisfação dos clientes quanto à instalação de uma academia de musculação no distrito dos Ingleses.

Entrevistador: _____ Local: _____ Data: ____/____/____

Entrevistado (não obrigatório): _____

1. Qual seu sexo?
 - a) Masculino
 - b) Feminino
2. Qual seu grau de escolaridade?
 - a) Sem escolaridade
 - b) Primário incompleto
 - c) Primário completo
 - d) Colegial incompleto
 - e) Colegial completo
 - f) Superior incompleto
 - g) Superior completo
 - h) Prefere não citar
3. Qual a sua renda mensal?
 - a) Até R\$ 400,00
 - b) De R\$ 401,00 a R\$ 800,00
 - c) De R\$ 801,00 a R\$ 1200,00
 - d) De R\$ 1201,00 a R\$ 1.600,00
 - e) De R\$ 1.601,00 a R\$ 2.000,00
 - f) De R\$ 2.001,00 a R\$ 2.400,00
 - g) De R\$ 2.401,00 a R\$ 2.800,00
 - h) Acima de R\$ 2.801,00
 - i) Não sabe dizer
 - j) Prefere não citar
4. Qual a sua faixa etária?
 - a) Até 20 anos
 - b) 21 a 30 anos
 - c) 31 a 40 anos
 - d) 41 a 50 anos
 - e) 51 a 60 anos
 - f) 61 anos ou mais
5. Qual a sua ocupação profissional?
 - a) Aposentado (a)
 - b) Dona de casa / Do lar
 - c) Trabalha em casa para fora
 - d) Dono(a) / sócio(a) de empresa
 - e) Empregado de empresa privada
 - f) Estudante
 - g) Funcionário público
 - h) Militar
 - i) Profissional liberal
 - j) Trabalhador autônomo
 - k) Trabalhador rural
 - l) Desempregado
 - m) Outra. Qual? _____
 - n) Não sabe
- o) Recusou
6. Qual seu estado civil?
 - a) Solteiro (a)
 - b) Casado (a)
 - c) Viúvo (a)
 - d) Divorciado / separado (a)
 - e) Outro
7. Você possui condução própria?
 - a) Não
 - b) Sim
8. Quantos dependentes você possui?
 - a) 1 dependente
 - b) 2 dependentes
 - c) 3 dependentes
 - d) Acima de 3 dependentes
 - e) Não possui dependentes
9. Você costuma fazer exercícios físicos?
 - a) Sim
 - b) Não
10. Você já frequentou academia de ginástica ou musculação alguma vez?
 - c) Sim
 - d) Não
11. Você frequentaria uma academia?
 - a) Sim
 - b) Provavelmente sim
 - c) Pouco provável
 - d) Não
 - e) Não possui opinião formada
12. Qual seria a razão principal que motivaria você a frequentar uma academia?
 - a) Melhorar qualidade de vida
 - b) Perder peso
13. Com que frequência você utilizaria uma academia?
 - a) 1x por semana
 - b) 2x por semana
 - c) 3x por semana
 - d) Diariamente
 - e) Não frequentaria

14. Qual seria o grau de importância da atividade física em seu cotidiano?
- Muita
 - Regular
 - Pouca
 - Nenhuma
15. Se houvesse uma academia no lugar "X", quais seriam as chances de você frequentá-la?
- Muita
 - Alguma
 - Pouca
16. Que imagem uma academia deve passar para você?
- Saúde
 - Força
 - Sem resposta
17. O que lhe chama mais atenção em uma academia?
- _____
18. Qual o grau de importância da proximidade de uma academia de sua casa?
- Muito Importante
 - Pouco Importante
 - Sem importância
19. Qual a faixa de valor mensal que você estaria disposto a pagar pela manutenção de sua saúde?
- 46,00 a 55,00 reais
 - 56,00 a 65,00 reais
 - 66,00 a 75,00 reais
 - Mais de 75,00 reais
20. Qual a faixa de horário mais acessível para você frequentar uma academia?
- Entre as 07:00 e as 10:00 horas
 - Entre as 10:00 e as 13:00 horas
 - Entre as 13:00 e as 16:00 horas
 - Entre as 16:00 e as 19:00 horas
 - Entre as 19:00 e as 22:00 horas
21. Em sua opinião, qual horário que você acha que uma academia deve abrir suas portas?
- Às 07:00 horas
 - Às 08:00 horas
22. Em sua opinião, qual horário que você acha que uma academia deve encerrar suas atividades?
- Às 22:00 horas
 - Às 23:00 horas
 - Às 24:00 horas
23. Quais itens são indispensáveis para você em uma academia?
- Vestiário
 - Som ambiente
 - Bar / quiosque
24. Qual o grau de importância da assistência médica em uma academia para você?
- Indispensável
 - Agradável
 - Sem necessidade
25. Em se tratando da alimentação, você gostaria de que, em sua academia, fosse possível fazer refeições em um bar próprio da academia, com alimentos mais saudáveis como alimentos naturais e etc?
- Sim
 - Não
26. Existe algum outro esporte que você pensa ser indispensável para ser oferecido pela academia?
- _____

AGRADECEMOS SUA COLABORAÇÃO!

O pré-teste foi realizado com cinco pessoas, todas elas estudantes universitários, onde realizaram uma análise crítica do questionário apresentado. A análise tinha por objetivo observar o vocabulário, a estrutura das questões e as alternativas de respostas. Algumas modificações e inclusões foram propostas para que o questionário obtivesse uma melhor apresentação e entendimento.

6.2 Questões que não sofreram alterações

As seguintes questões não sofreram alterações: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 17, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 26

6.3 Questões que sofreram alterações

As seguintes questões sofreram alterações: 14, 15, 18, 21.

Questão nº 14

Alteração proposta: acrescentar mais uma alternativa “sem opinião”.

Parecer aluno: aceito.

Apresentado-se assim:

14. Qual seria o grau de importância da atividade física em seu cotidiano?

- a) Muita
- b) Regular
- c) Pouca

- d) Nenhuma
- e) Sem opinião

Questão nº 15

Alteração proposta: acrescentar mais uma alternativa “nenhuma”.

Parecer aluno: aceito.

Apresentado-se assim:

15. Se houvesse uma academia no lugar “X”, quais seriam as chances de você frequenta-la?

- a) Muita
- b) Alguma
- c) Pouca
- d) Nenhuma

Questão nº 18

Alteração proposta: acrescentar mais uma alternativa “não sabe”.

Parecer aluno: aceito.

Apresentado-se assim:

18. Qual o grau de importância da proximidade de uma academia de sua casa?

- a) Muito Importante
- b) Pouco Importante

c) Sem importância

d) Não sabe

Questão nº 21

Alteração proposta: acrescentar mais uma alternativa “às 06:00 horas”.

Parecer aluno: aceito.

Apresentado-se assim:

21. Em sua opinião, qual horário você acha que uma academia deve abrir suas portas?

a) Às 06:00 horas

b) Às 07:00 horas

c) Às 08:00 horas

APÊNDICE C – Projeção 3D do futuro local

APÊNDICE D – Fotos do local



APÊNDICE E – Fornecedores consultados

- Metalúrgica Souza Ltda.
- Casarotto materiais de construção Ltda.