

# **TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR OS PLANOS DE NEGÓCIO NA BIBLIOTECA DO IFGOIANO CAMPUS POSSE E ARQUIVO DIGITAL À INTERESSADOS**

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo o IFGoiano – Campus Posse a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca o arquivo físico e digital do Plano de Negócio desenvolvido no primeiro semestre de 2020, sem ressarcimento dos direitos autorais, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

**1. Identificação do material bibliográfico:** ☒ Plano de negócio

**2. Título do Plano de negócio**

Academia Power Fitness

**Nome completo dos autores:**

Ana Paula Barbosa Vieira

Izabel Santana Lins De Carvalho

Luiz Eduardo Medeiros Sales

Naiury Lins Depollo Leles

**3. Informações de acesso ao documento:**

Concorda com a liberação total do documento ☒ SIM ☐ NÃO<sup>1</sup>

Havendo concordância com a disponibilização eletrônica, torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF do plano de negócios

Posse, 16 de Outubro de 2020

---



Assinatura dos autores:

Ana Paula Barbosa Vieira

Isabel Santana Lima de Carvalho

Quiriz Eduardo Medeiros Sales

Maury Lima Depolito Pires





**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA**  
**GOIANO - CÂMPUS POSSE**  
**CURSO: TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**  
**3º PERÍODO**

**ANA PAULA BARBOSA VIEIRA**  
**IZABEL SANTANA LINS DE CARVALHO**  
**LUIZ EDUARDO MEDEIROS SALES**  
**NAIURY LINS DE POLLO LELES**

**PLANO DE NEGÓCIOS**  
**ACADEMIA POWER FITNESS**

**POSSE- GO 2020**



**PLANO DE NEGÓCIOS APRESENTADO  
AO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO,  
COMO PARTE DO REQUISITO PARA A  
CONCLUSÃO DO CURSO**



## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos a Deus por nos conceder paciência e força para a conclusão desse trabalho, como também aos professores pelas orientações como: Ítalo Guimarães, Jian de Paula Oliveira, Marco Carvalho, Marco Dias, Maryele Lázara Rezende e aos nossos respectivos colegas de curso: Wilson de Souza Neves E Gabriela Godoy de Souza, que nos deu todo o suporte, pois sem eles não seriam possíveis, que fique expressa a nossa eterna gratidão a cada um de vocês.



(EspaçoReservado1)

## SUMÁRIO

SUMÁRIO EXECUTIVO .....	1
ENUNCIADO DO PROJETO .....	1.1
COMPETÊNCIA DOS RESPONSÁVEIS .....	1.2
PLANOS DE PRODUÇÃO- PRODUTOS E TECNOLOGIA .....	1.3
PROJETO DO PRODUTO .....	1.4
PROJETO DE POCESSOS E TECNOLOGIA .....	1.5
PLANO DE EMPREENDEDORISMO .....	1.6
EMPRESA.....	1.7
MISSÃO .....	1.8
VISÃO .....	1.9
PRINCÍPIOS E VALORES .....	1.10
OBJETIVOS DA EMPRESA.....	1.11
SITUAÇÃO PJANEJADA E DESEJADA .....	1.12
O FOCO .....	1.13
ESTRUTURA ORGANIZACIONAL LEGAL .....	1.14
DESCRIÇÃO LEGAL .....	1.15
ESTRUTURAS FUNCIONAIS .....	1.16
SÍTESE DA RESPONSABILIDADE DA EQUIPE DIRIGENTE .....	1.17
PLANO DE PRODUÇÃO .....	2
OBJETIVO .....	2.1
PRODUTOS OU SERVIÇOS .....	2.2
CONCEITO .....	2.2.1
PACOTE.....	2.2.2
FLUXOGRAMA .....	2.3
CRONOGRAMA .....	2.4
PROCESSOS DE INPUTS, TRANSFORMAÇÃO E OUTPUTS .....	2.5
PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO .....	2.6
OBJETIVO DE DESEMPENHO .....	2.7
INFLUÊNCIA PARA A ESCOLHA DA LOCALIZAÇÃO .....	2.8
CAPACIDADE PRODUTIVA .....	2.9
POSTOS DE TRABALHO .....	2.10
ATIVIDADES FUNCIONÁIS .....	2.11
PERFIL DESEJADO .....	2.12



CUSTO MENSAL .....	2.13
RECURSOS NECESSÁRIOS .....	2.14
HORÁRIOS DE TRABALHO .....	2.15
AUTONOMIA .....	2.16
ESTIMULAÇÃO A PRODUÇÃO.....	2.17
PLANO DE EMPREENDEDORISMO .....	3
CONCEITO DA EMPRESA .....	3.1
CONTEXTO ECONÔMICO .....	3.2
PROCESSAMENTOS PARA A ABERTURA DA EMPRESA .....	3.3
FONTES DE RECURSO .....	3.4
ESTRUTURA EMPRESARIAL .....	3.5
PLANO DE MARKETING.....	4
ANÁLISE DE MERCADO .....	4.1
ANÁLISE DO AMBIENTE .....	4.1.1
PESQUISA DE MERCADO .....	4.1.2
PORTIFÓLIO DA EMPRESA .....	4.2
DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS .....	4.3
DESCRIÇÃO DO CARRO CHEFE .....	4.4
LOGOMARCA, SÍMBOLO E SLOGAN .....	4.5
CICLO DE VIDA DA EMPRESA .....	4.6
CICLO DE VIDA DO PRODUTO .....	4.6.1
CICLO DE VIDA DA MARCA .....	4.6.2
AÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	4.7
PLANO DE AÇÃO .....	4.8
COMPOSTO DE MARKETING .....	4.9
PRODUTO .....	4.9.1
PRAÇA.....	4.9.2
PROMOÇÃO .....	4.9.3
PREÇO .....	4.9.4
PLANO FIMAMCEIRO .....	5
ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS .....	5.1
CAPITAL DE GIRO .....	5.2
INVESTIMENTO PRÉ OPERACIONAL.....	5.3
INVESTIMENTO TOTAL .....	5.4
ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL .....	5.5



ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO .....	5.6
APURAÇÃO DOS CUSTOS DAS MERCADORIAS VENDIDAS .....	5.7
ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA .....	5.8
ESTIMATIVA DE CUSTOS COM DEPRECIAÇÃO .....	5.9
ESTIMATIVAS DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS .....	5.10
GASTO COM ESTÍMULOS PARA FUNCIONÁRIOS .....	5.11
COMISSÃO .....	5.12
RECEITAS .....	5.13
DEMONSTRATIVO DE RESULTADO .....	5.14
FLUXO DE CAIXA .....	5.15
BALANÇO PATRIMONIAL .....	5.16
VIABILIDADE DO NEGÓCIO .....	6
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	7



# **1 SUMÁRIO EXECUTIVO**

## **1.1 ENUNCIADOS DO PROJETO**

A empresa Power Fitness, na qual atua no ramo esportivo de academia tem como finalidade prestar serviços de academia de musculação e comercializar suplementos termogênicos sendo complementares aos serviços, pois a procura de serviços fitness/wellness (condicionamento físico/bem star) vem crescendo constantemente no município de Damianópolis e região.

Apresentando-se como seu diferencial a acessibilidade em seus pacotes de aquisição sendo eles adequados como: mensalidade, diária, semestre e trimestre; parceria por intermédio com fisioterapeutas e nutricionistas ambos residentes no município em questão e o relacionamento direto dos profissionais de educação física com os clientes sendo por intermédio do aplicativo (Power Control Fitness) e fisicamente nas prestações de serviços.

Power Fitness visa atingir todo seu público alvo sendo: jovens, adultos e idosos oferecendo em sua loja física serviços de academias de musculação sendo auxiliados por equipamentos modernos de aeróbica e musculação acompanhados com serviços de profissionais de educação física e com a comercialização de produtos complementares como os suplementos termogênicos, visando atender os desejos e as necessidades de seus clientes, sendo localizada no município de Damianópolis-GO proporcionando a melhoria na qualidade de vida dos habitantes.

## **1.2. COMPETÊNCIAS DOS RESPONSÁVEIS**

A empresa será composta por quatro sócios. Em uma ordem hierárquica da composição de cargos sendo o Conselho Administrativo (todos os sócios), Atendente. e Serviços gerais cargos que serão ocupados pelos próprios sócios.

Como a empresa contará com um conselho administrativo no nível mais alto, composto por todos os sócios, todas as decisões da empresa serão de acordo com o consentimento de cada membro.

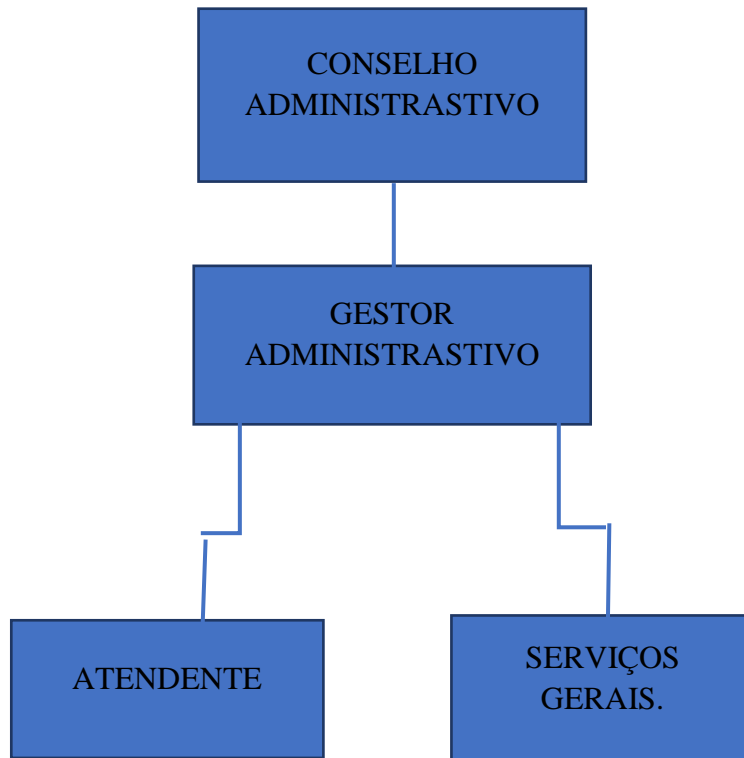
A distribuição se dará da seguinte forma:

- Naiury Lins Depollo Leles – Sócia
- Izabel Santana Lins de Carvalho – Sócia (Serviços Gerais)



- Luiz Eduardo Medeiros Sales – Sócio (Atendente)
  - Ana Paula Barbosa Vieira – Sócia (gestor/a administrativo)
- (conforme o organograma ilustrado abaixo)

Figura 01 (organograma)



### **1.3. PLANOS DE PRODUÇÃO- OS PRODUTOS E TECNOLOGIA**

Refere-se a um plano elaborado que corresponde a origem da função de planejamento da produção, seja ela de operações e vendas, demonstrando as atividades de gerenciar recursos destinados à produção, sendo eles: identificar seu seus consumidores e a sua empresa, quais serão seus produtos/serviços, como irá ser efetuado os processos de produção, qual será seu diferencial e capacidade produtiva e sua estrutura funcional; tendo em vista atender as necessidades dos consumidores e possibilitar a lucratividade para a organização.

### **1.4. PROJETOS DO PRODUTO**



Considerando que o mercado de fitness/wellness (condicionamento físico/estética e qualidade de vida e o bem-estar) está cada vez mais crescente, indicando como uma das maiores tendências no setor de serviços, por apresentar um aumento considerável se referindo a uma melhor qualidade de vida e condicionamento físico/estético dos indivíduos. A empresa Power fitness prestará seus serviços de academia de musculação sendo composta em sua estrutura equipamentos de aeróbica e musculação para auxiliar nos serviços de acompanhamento a serem prestados por profissionais de Educação Física (residentes no município de Damianópolis) que estarão orientando de maneira simultânea tratando de avaliações físicas periódicas possuindo um conjunto de atividades de serviços voltadas para atender seus consumidores, afim de obter resultados evidentes no condicionamento físico dos clientes. a organização contará com uma parceria intermediária entre fisioterapeutas e nutricionistas dos quais irão fazer serviços das respectivas áreas voltadas ao bem-estar; além destes, a mesma irá comercializar suplementos termogênicos sendo um produto complementar ao desenvolvimento dos clientes.

### **1.5. PROJETOS DE PROCESSO E TECNOLOGIA**

Para que possa cumprir com seu conceito, a academia POWER FITNESS deterá como plano de processo e de tecnologia as respectivas estratégias:

- Profissionais qualificados e empáticos, proporcionando ao ambiente interação social, tornando o mesmo agradável e apto para a execução dos serviços;
- Aplicativo de controle das atividades dos alunos, onde os mesmos acompanharão seu desenvolvimento e suas atividades extras (avaliações, consultas, treinos e desenvolvimento corporal) denominado de Power Control Fitness.

Referente aos equipamentos utilizados, sendo eles de aeróbica e musculação, será obtido aparelhos modernos, incluso no orçamento da empresa.

### **1.6. PLANOS DE EMPREENDEDORISMO**

De acordo com a empresa sendo uma academia de musculação, foram levados em considerações estratégias para contextualização do seguimento de mercado, onde foi identificado o seu público alvo, por meio do contexto econômico do



município, levando em considerações informações fornecidas pelo site do IBGE (as informações se encontram no plano de empreendedorismo), outra estratégia utilizada foi a geográfica, visto que no município de Damianópolis há ausência de uma academia de musculação considerando a possível implantação. Portanto, os fatores levantados estão relacionados diretamente com a localidade e aos indivíduos possibilitando cativar seu público alvo por meio da comodidade onde se refere ao posicionamento da empresa.

### **1.7. EMPRESA**

A empresa Power Fitness tem como principal objetivo oferecer um serviço que irá contribuir para que a população de Damianópolis tenha uma vida saudável buscando a satisfação dos clientes com atendimento de excelência, respeitando condições comerciais abordadas.

- Razão social: POWER FITNESS LTDA.
- Nome fantasia: ACADEMIA POWER FITNESS
- CNPJ: 20.071.194/0001-23
- CEP: 73980-000
- Segmento de atuação: Academia esportiva.
- Telefone: (62) 99999-9999
- E-mail: [power.fitness@gmail.com](mailto:power.fitness@gmail.com)

### **1.8. MISSÃO**

Ser uma empresa de referência na região por oferecer serviços acessíveis e de qualidade.

### **1.9. VISÃO**

Estabilizar-se como uma empresa conceituada no ramo fitness, sendo reconhecida e admirada pelos clientes.

### **1.10 PRINCÍPIOS E VALORES**

- Integridade;
- Ética profissional
- Responsabilidade;
- Trabalho em equipe;
- Transparência;



- Respeito às diferenças
- Criatividade e inovação.
- Solicitude

#### **1.11 OBJETIVOS DA EMPRESA**

Nosso objetivo é oferecer serviços acessíveis e de qualidade, visando atender os desejos e as necessidades clientes.

#### **1.12 SITUAÇÃO PLANEJADA E DESEJADA**

A organização planeja conquistar o mercado esportivo de academia com um serviço de qualidade com preço acessível para atender a demanda, sendo ele um ramo ainda não explorado em Damianópolis. Para alcançar os objetivos a empresa usará meios atrativos para chamar a atenção, como inovações nos serviços, propagandas e atendimento.

Curto prazo: Em dois anos vamos explorar outros meios esportivos como o zumba e yoga que tem custo de implantação mais baixo e a capacitação dos sócios para trabalhar na organização.

Médio prazo: Em cinco anos vamos explorar outros meios esportivos como crossfit, muay thay que tem um custo de implantação mais alto

Longo prazo: Em dez anos iremos abrir filiais em cidades próximas que não possuem academia.

#### **1.13 O FOCO**

Oferecer serviços que irão atender as necessidades e desejos dos clientes estimulando a saúde e bem-estar da população.

#### **1.14 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL LEGAL**

Power fitness é uma empresa que se caracteriza num empreendimento de pequeno porte com deveres e obrigações tributárias conforme as leis do simples nacional, a mesma é constituída por quatro sócios onde todos irão contribuir igualitariamente como investidores tendo objetivo de se expandir comercialmente no setor de esportivo de academia.



### **1.15 DESCRIÇÃO LEGAL**

Com base no regime jurídico a organização Power Fitness irá operar em sociedade sendo uma LTDA. A mesma estará sujeita a inspeção do Corpo de Bombeiro e da Vigilância Sanitária.

A participação societária será composta neste seguinte aspecto, ilustrada no quadro abaixo.

Ana Paula Barbosa Vieira	25%	R\$ 28.000,00
Izabel Santana Lins de Carvalho	25%	R\$ 28.000,00
Luiz Eduardo Medeiros Sales	25%	R\$ 28.000,00
Naiury Lins Depollo Leles	25%	R\$ 28.000,00

Tabela 1: representação societária dos sócios

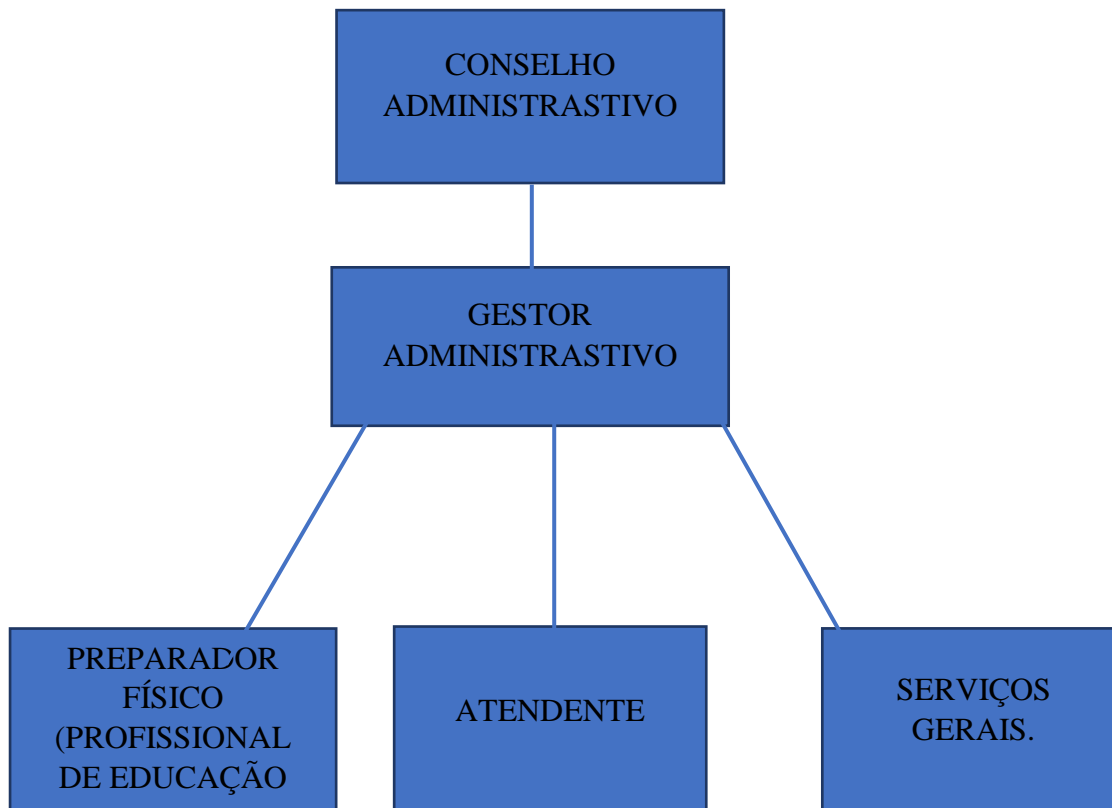
A documentação necessária para abertura da empresa:

- CNPJ – Receita Federal;
- Alvará de localização de funcionamento – Prefeitura;
- Certificado de conformidade do Corpo de Bombeiros;
- Licença da Vigilância Sanitária;
- Inscrição Estadual – Secretária da Fazenda;
- Contrato social – Junta Comercial (JUCEG);
- Procuração com firma reconhecida em cartório para movimentar processo no nome do interessado;
- IPTU.
- Registrar o negócio no Conselho Regional de Educação Física.



### 1.16 ESTRUTURAS FUNCIONAIS:

Figura: 2 Organograma



### 1.17 SÍNTESE DAS RESNPOSABILIDADES DA EQUIPE DIRIGENTE

A empresa contará com quatro sócios que desempenharão as atividades decisórias, afim de realizar as atividades, os mesmos se reunirão formando o conselho administrativo.

O gerente administrativo ficará responsável pela gestão da equipe (atendentes, serviços geras e profissionais), pela administração da empresa e de todas às movimentações da organização e de visualizar estratégias, afim de agregar valor para a empresa.



O Atendente cuidará do atendimento ao cliente, receber e vender os produtos\serviços e de supervisionar o ambiente.

O Profissional de Educação física serão responsáveis pela prestação de serviços ao cliente, sendo pessoas contratadas da própria região.

Os funcionários que prestarão serviços de higienização e de serviços gerais, dos quais serão responsáveis pelo cuidado do local como um todo.

## **2. PLANO DE PRODUÇÃO**

### **2.1. OBJETIVO**

A empresa Power Fitness tem como objetivo proporcionar uma opção de acesso de uma academia na cidade de Damianópolis, visando atender os desejos e necessidades da população local seja por motivos de estética, saúde, tratamentos médicos entre outros, se tornando flexível e acessível trazendo ao cliente melhoria na qualidade de vida.

### **2.2. PRODUTOS/OU SERVIÇOS**

#### **2.2.1 CONCEITO:**

A academia Power Fitness tem como finalidade atender seu público alvo, sendo: jovens, adultos e idosos da cidade de onde estará inserida e região, visando satisfazer seus clientes de acordo com seus serviços de academia de musculação (fitness/wellness condicionamento físico/ estética e qualidade de vida e o bem-estar) e produtos complementares oferecidos em um ambiente compactado e alternativo, proporcionando ao consumidor um bom atendimento e ótimos preços aquisitivos.

#### **2.2.2. PACOTE**

A fim de possibilitar um pacote adequado para os seus usuários com base em seu conceito, a academia Power Fitness introduziu para a criação de seu pacote instalações que possibilitarão um melhor desempenho para a organização e resultados para seus clientes, tais como:



- **Instalações de apoio:** onde estarão disponíveis os recursos físicos tangíveis. Bens facilitadores: cujo compreende tudo o que é entregue/consumido pelo cliente;
- **Serviços explícitos:** dos quais serão ofertados aos clientes, tais como: avaliações, monitoramento, atendimento e produtos complementares.
- **Serviços extras:** possibilitarão o melhor desenvolvimento físico como: o intermédio entre os profissionais de nutrição e fisioterapia. (conforme tabela 02)

Tabela 02:

INSTALAÇÕES DE APOIO:	BENS FACILITADORES:
-EQUIPAMENTOS; -VESTUÁRIOS; -SALA DE AVALIAÇÃO FÍSICA; - RECEPÇÃO; -SALAS DE AVALIAÇÃO COM PROFISSIONAIS TERCEIRIZADOS - LOJA DE SUPLEMENTOS.	- DISPONIBILIDADE DE ÁGUA; -REVISTAS (ESPECÍFICAS E GERAIS); - DISPONIBILIDADE DE REDE WIFI. -APLICATIVO DE CONTROLE DOS CLIENTES (SUAS AVALIAÇÕES, EXERCÍCIOS)
SERVIÇOS EXPLÍCITOS:	SERVIÇOS EXTRAS(INTERMEDIÁRIOS):
-MUSCULAÇÃO; -AVALIAÇÕES; (anamnese, teste antropométricos e de composição corporal) -EDUCADOR FÍSICO;	-AVALIAÇÕES PERIÓDICAS COM NUTRICIONISTA E FISIOTERAPEUTA; -APOIO NUTRICIONAL.



-ALONGAMENTOS.	
----------------	--

A mesma oferecerá aos seus clientes pacotes mais flexíveis para aquisição dos serviços, nas mensalidades e descontos, nas formas de pagamento, seja em dinheiro em espécie ou cartão e no horário de atendimento sendo de segunda a sábado funcionando com agendamentos. (conforme a figura 03)

Tabela 03:

PACOTESDEAQUISIÇÃO:	ADICIONAIS:	DESCONTOS:
<b>DIÁRIA:</b> pagamento a cada prestação de serviço/uso dos aparelhos.	<b>PERSONAL TRAINER:</b> será cobrado um adicional para serviços particulares desse profissional.	
<b>MENSAL:</b> pagamentos das mensalidades a cada mês	<b>FISIOTERAPEUTA E NUTRICIONISTA:</b> para cada avaliação/consulta dos demais, irá ser cobrado um adicional para custear o trabalho dos mesmos, o valor irá variar de cada serviço.	
<b>TRIMESTRAL:</b> pagamento as mensalidades a cada três meses		<b>TRIMESTRAL:</b> Será descontado <b>2%</b> no valor do pacote.
<b>SEMESTRAL:</b> pagamento da mensalidade a cada seis meses, sendo como forma de pagamento parcelas em 3x no cartão.		<b>SEMESTRAL:</b> Assim como pacote trimestral será descontado <b>3%</b> no valor de cada.



--	--	--

### 2.3FLUXOGRAMA DE INÍCIO:

















































Figura 3:

Fluxograma Vertical										
Símbolos		Análise ou operação	Totais	2	Rotina	Atual		rotina de exercícios feita pelo cliente		
		Execução ou Inspeção		3		Proposta				
		Demora ou atraso		2	Unidade organizacional: atendimento e prestação de serviço					
		Arquivo provisório		0	Estudado por: Marketing e vendas					
		Arquivo definitivo		0	Em 26 de 02 de 2020					
		Transporte		0	Assinatura: Luiz Eduardo					
Ordem	Símbolos						Unidades Organizacionais		Descrições dos Passos	
1							recepção		Abordagem inicial	
2							execução		Alongamento pré treino	
3							atendimento		Identifica o tipo de treino que será realizado	
4							serviço		O profissional especializado irá orientar o cliente na sua rotina de treino	
5							execução		O cliente realizará seu treino proposto pelo personal trainer	
6							execução		Alongamento pós treino	

#### 2.3.1 FLUXOGRAMA DE BASE:

Figura 4



Fluxograma Vertical								
Símbolos		Análise ou operação	4	Rotina	Atual	iniciação do cliente na academia		
		Execução ou inspeção	3		Proposta			
		Demora ou atraso	0	Unidade organizacional:atendimento e prestação de serviço				
		Arquivo provisório	0	Estudado por : departamento de marketing e vendas				
		Arquivo definitivo	0	Em 26 de 02 de 2020				
		Transporte	0	Assinatura: Luiz Eduardo				
Ordem	Símbolos		Unidades Organizacionais		Descrições dos Passos			
1							Recepção	Abordagem inicial
2							Atendimento	O atendente passa a entender as necessidades do cliente
3							Apresentação	Se é apresentado a academia aos clientes
4							Venda	O cliente fecha ou não o pacote
5							Serviço	Avaliação física do cliente feito pelo profissional
6							Demanda	Agendamento do próximo encontro
7							Pagamento	O cliente irá pagar pelo serviço prestado

**2.3. CRONOGRAMA:** Em média um cliente leva necessariamente 1h e 17min para executar o seu treino diário.

Tabela 4:

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO						
DESCRIÇÃO	TEMPO DE DURAÇÃO (1hHR 17MIN)					
	08h00min	08h01min	08h09min	08h19min	09h09min	09h17min
ABORDAGEM INICIAL						
RECEPÇÃO DOS ALUNOS.						
ALONGAMENTO PRÉ TREINO						
ORIENTAÇÃO DO PERSONAL						



TREINAMENTO FÍSICO						
ALONGAMENTO PÓS TREINO						

## 2.4. PROCESSOS DE INPUTS, TRANSFORMAÇÃO E OUTPUT:

Tabela 5:

INPUTS	TRANSFORMAÇÃO	OUTPUTS
AQUISIÇÃO DE EQUIPAMENTOS	MANUTENÇÃO DOS EQUIPAMENTOS	APARELHOS PRONTOS PARA O USO
FUNCIONÁRIOS	FUNCIONÁRIOS ORIENTANDOS ALUNOS	REMUNERAÇÃO
INFORMAÇÕES	INFORMAÇÕES SENDO PROCESSADAS	FEEDBACK
PRODUTOS DE LIMPEZA	MATERIAIS DE HIGIENIZAÇÃO	LIMPEZA DO AMBIENTE
PRODUTOS PARA REVENDA	VENDAS DE SUPLEMENTOS TERMOGÊNICOS	PRODUTOS VENDIDOS

## 2.5. PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO:

**MANUTENÇÃO DOS EQUIPAMENTOS:** revisão programada para garantia do funcionamento dos aparelhos.

**FUNCIONÁRIOS CONTRATADOS:** funcionários operando e oferecendo seus serviços que são necessários para realização do processo, orientando e motivando os seus respectivos alunos.

**INFORMAÇÕES SENDO PROCESSADAS:** dados importantes para a organização (quantidade de clientes que estão matriculados, horário de maior demanda, geração de relatórios financeiros)

**LIMPEZA DO AMBIENTE:** produtos de higiene responsável pela limpeza do local.

**VENDAS DOS SUPLEMENTOS:** processo de vendas de whey protein, creatina, suplementos de bcaa, glutamina, cafeína-L-carnitina, entre outros.

## 2.6. OBJETIVO DE DESEMPENHO



**CUSTO:** será oferecido um serviço de preço acessível, podendo ser pago com dinheiro ou em cartão, possibilitando diversas formas de pagamentos e pacotes de serviços variados de acordo com o tempo de utilização e com o pacote escolhido além dos descontos oferecidos

**FLEXIBILIDADE:** A academia será de fácil acesso para os clientes/alunos, pois, terá um horário de atendimento amplo (de segunda á sábado), localidade estratégica e formas de pagamentos variadas para atender cada cliente conforme suas preferências e necessidades.

## **2.7. INFLUÊNCIA PARA A ESCOLHA DA LOCALIZAÇÃO**

A academia POWER FITNESS estará localizada na Avenida Tiradentes, número 346, Setor Central na cidade de Damianópolis–Go. Foi levado em consideração os fatores que possibilitam uma melhor acessibilidade para os clientes, tendo uma maior viabilidade para estacionamento e bicicletário, por se posicionar nas imediações do estacionamento do ginásio de esportes, se estabelecendo no centro da cidade.

## **2.8. CAPACIDADE PRODUTIVA**

Para se calcular a capacidade da empresa Power Fitness foi levado em consideração o número de aparelhos disponíveis (28), os dias e as horas de trabalho em que a academia estará aberta que será de segunda a sexta das 08:00 horas as 11:00 horas e das 14:00 horas as 20:00 e aos sábados de 08:00 horas as 11:00 horas (totalizando 48 horas semanais ) onde haverá troca de turnos entre os funcionários afim de não infringir a jornada de trabalho semanal estabelecida pela CLT (Consolidação das Leis Trabalhista) , colocando um tempo médio de 1:00 hora de treino por pessoa. Portanto o cálculo das capacidades, demonstrando o número máximo provável de atendimento que poderá ser realizado, será:

Tabela 1: Capacidade produtiva

CAPACIDADE DISPONÍVEL	SEMANAL	MENSAL	SEMESTRAL	ANUAL
TREINOS REALIZADOS	1652	6608	39648	79296



No decorrer da semana serão realizadas algumas paradas programadas, que podem ser vistas na tabela abaixo;

Tabela 2: parada programada

ATIVIDADES	HORAS SEMANAIS
LIMPEZA DO LOCAL	05h30min
HIGIENIZAÇÃO DOS APARELHOS	05h30min

Tabela 3: Capacidade efetiva

CAPACIDADE EFETIVA	SEMANAL	MENSAL	SEMESTRAL	ANUAL
TREINOS REALIZADOS	1344	5376	32256	64512

## 2.9. POSTOS DE TRABALHO NECESSÁRIOS

No início a empresa contará com os seguintes funcionários: Sendo 4 sócios, compondo o conselho administrativo, dessa forma, onde os mesmos terão autonomia dentro da empresa, no estratégico e no operacional (atendentes; serviços gerais; profissionais terceirizados, gestor administrativo).

Os postos de trabalhos necessários são:

- Administrativo e Estratégico: Gerente Administrativo
- Operacional: Atendente, Higienizador, Profissional de Edu. Física.

## 2.10. ATIVIDADES FUNCIONAIS:

**Gerente administrativo:** responsável pela gestão da equipe(atendentes, serviços gerais e profissionais), pela administração da empresa e de todas às movimentações da organização e de visualizar estratégias.



**Atendentes:**ficará responsável pelo atendimento ao cliente

**Higienizador:** (serviços gerais):responsável pela organização e limpeza do ambiente.

**Profissional de Edu. Física:**será responsável pelo acompanhamento, avaliações, monitoramentos e orientações na pratica de exercícios físicos.

## **2.11. PERFIL DESEJADO:**

Tabela 6:



<b>CARGOS</b>	<b>HABILIDADES</b>	<b>QUALIDADES</b>
ATENDENTE/HIGIENIZADOR	TER BOA COMUNICAÇÃO.	EXPERIÊNCIA.
EDUCADOR FÍSICO	RELACIONAMENTO, COMUNICAÇÃO, COMPETÊNCIA, TÉCNICA E ÉTICA.	FORMAÇÃO E EXPERIÊNCIA EM EDUCAÇÃO FÍSICA.
GERENTE ADMINISTRATIVO	EXPERIÊNCIA EM GESTÃO FINANCEIRA, TER HABILIDADES EM INFORMÁTICA (INTERNET, WORD, EXCEL ETC).	NECESSÁRIO UM CURSO TÉCNICO ADMINISTRATIVO .

## 2.12. CUSTO MENSAL



A empresa contará com 4 funcionários que corresponderão pelos respectivos salários:

Tabela 7

		EDUCADOR FÍSICO	GERENT E ADM (SÓCIO)	SERVIÇ O GERAIS (SÓCIO )	ATENDENT E (SÓCIO)	SÓCIO
SALÁRIO:		2.012,80				
INSS		9%= 181,15	11%= 291,30	11%= 115,00	11%= 115,00	11%= 115,00
13ª salário		167,73	220,68	87,12	87,12	87,12
Fração de férias		167,73	220,68	87,12	87,12	87,12
FGTS		8%= 161,02	8%= 211,85	8%= 83,64	8%= 83,64	8%= 83,64
PRÓ- LABOR E			2648,12	1.045,44	1.045,44	1.045,44
<b>TOTAL:</b>		<b>2.690,43</b>	<b>3.592,63</b>	<b>1.418,32</b>	<b>1.418,32</b>	<b>1.418,32</b>

Custeio mensal será de **R\$10.538,02.**

Detalhamento:

O Educador Físico (bacharelado (a) em educação física) trabalhará 6 horas por dia nos seguintes dias da semana: segunda a sexta feira(alternando nos distintos turnos: matutino, vespertino e noturno), e nos sábados , sendo 4 horas seguidas no período matutino, prestando serviços para a empresa com um total de carga horária igual a 34 horas semanais em 6 dias da semanas.(conforme a tabela 8)

Tabela 8:

Educador Físico
-----------------







GERENTE ADMINISTRATIVO				
DIAS DA SEMANA	TURNOS	CARGA HORÁRIA	SALÁRIO: <b>14,06/HORA</b>	PISO: 2.416,91
SEGUNDA A  SEXTA	MATUTINO: <b>08:00 ATÉ 11:00</b>	4 HORAS	56,24	TETO: 7.180,03
	VESPERTINO: <b>14:00 ATÉ 17:00</b>	4 HORAS	56,24	
SÁBADO	MATUTINO: <b>08:00 ATÉ 11:00</b>	3 HORAS	42,18	
TOTAL:		<b>43 HORAS SEMANAIS</b>	SALÁRIO SEMANAL: <b>\$604,58</b>	SALÁRIO MENSAL: <b>\$2.418,32</b>
ATENDENTE				
DIAS DA SEMANA	TURNOS	CARGA HORÁRIA	SALÁRIO: 5,94/HORA	
SEGUNDA A  SEXTA	MATUTINO: 8:00 ATÉ AS 11:00	3 HORAS	17,82	
	VESPERTINO 14:00 ATÉ 16:00	2 HORAS	11,88	
	NOTURNO 18:00 ATÉ 20:00	3 HORAS	17,82	
SÁBADO	MATUTINO: 07:00 11:00	4 HORAS	23,76	
TOTAL:		<b>44 HORAS SEMANAIS</b>	SALÁRIO SEMANAL 261,36	SALÁRIO MENSAL: 1.045,44



SERVIÇOS GERIAS				
DIA DA SEMANA	TURNOS	CARGA HORÁRIA	SALÁRIO: 5,94/HORA	
SEGUNDA  A   SEXTA	MATUTINO: <b>09:00 ATÉ 12:00</b>	3 HORAS	17,82	
	VESPERTINO: <b>15:00 ATÉ 17:00</b>	2 HORAS	11,88	
	NOTURNO: <b>18:00 ATÉ 21:00</b>	3 HORAS	17,82	
SÁBADO	MATUTINO: <b>08:00 ATÉ 12:00</b>	4 HORAS	23,76	
TOTAL		<b>44 HORAS SEMANAIS</b>	SALÁRIO SEMANAL: <b>261,36</b>	SALÁRIO MENSAL: <b>1.045,44</b>



### 2.13. RECURSOS NECESSÁRIOS:

Tabela 10:

<b>INVESTIMENTOS:</b>	<b>CUSTÉIO MÉDIO:</b>
EQUIPAMENTOS	INTERNET
CAIXAS DE SOM	ENERGIA ELÉTRICA
BALCÃO	ÁGUA ENCANADA
COMPUTADOR, SOFTWARE, IMPRESSORA, APLICATIVO	FOLHA DE PAGAMENTO
CADEIRAS	PRODUTOS PARA REVENDA (SUPLEMENTOS TERMOGÊNICOS)
ARMÁRIO	
BALANÇA	
MESAS	
AR CONDICIONADO	MANUTENÇÃO DOS EQUIPAMENTOS
UTENSÍLIOS PARA AVALIAÇÃO (BALANÇA ANTROPOMÉTRICA, ADIPÔMETRO APARELHO DE PRESSÃO)	SOFTWARE E APLICATIVO
	MATERIAL PARA ESCRITÓRIO
	MATERIAL PARA LIMPEZA
MÁQUINA DE CARTÃO	
	MATERIAIS PARA SALAS DE AVALIAÇÃO
	SUPLEMENTOS TERMOGÊNICOS.



Tabela 11:

Os Suplementos serão vendidos sob encomendas (quantidade de produto para amostragem)

ITENS	QUANT.	VL UNITÁRIO	VL TOTAL
SUPLEMENTOS TERMOGÊNICOS			
WHEY PROTEIN 100% PROBIOTICA 900G	1	130,10	130,10
CREATINE MAX (300G) MAX TITANIUM	1	41,46	41,46
L-G GLUTAMINA (300G) MAX TITANIUM	1	54,46	54,46
FIRE BLACK CAFEÍNA (CAPS60). MAX TITANIUM	1	56,78	56,78
			<b>TOTAL: 282,80</b>



Tabela 12

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS			
ITENS:	QUANT .	VL. UNITÁRIO	VL. TOTAL
BICICLETA ERGOMÉTRICA	1	4.399,00	4.399,00
KIT BARRAS DE HALTERES S SUPINOS + ANILHAS 24KG	1	122,50	122,50
CADEIRA EXTENSORA	1	3.930,00	3.930,00
COLCHONETES	15	32,28	484,20
ESTEIRAS	1	3.420,00	3.420,00
ESTAÇÃO DE MUSCULAÇÃO	1	3.076,00	3.076,00
ELÍPTICO CROSS TREINER	1	1.824,00	1.824,00
HACK MACHINE	1	2.690,00	2.690,00
LEG PRESS	1	2.280,00	2.280,00
PECKE DECK (PEITORAL DORSAL)	1	2.945,00	2.945,00
POLIA SIMPLES	1	850,00	850,00
REMADA COM CARGA	1	2.890,00	2.890,00
SIMULADOR DE ESCADA	1	19.890,00	19.890,00
SUPORTE DE ANILHAS	1	756,00	756,00
COMPUTADOR	1	2.000,00	2.000,00
CAIXA DE SOM	2	294,95	589,90
MÁQUINA DE CARTÃO	1	298,80	298,80
IMPRESSORA	1	865,00	865,00
AR CONDICIONADO TETO 56.000 BTU	1	5974,23	5974,23
		<b>SUBTOTAL:</b> <b>58.533,76</b>	<b>TOTAL</b> <b>59.284,63</b>



MÓVEIS E UTENSILHOS			
DESCRIÇÃO	QUANT.	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
CADEIRA	5	45,76	228,80
PURIFICADOR DE ÁGUA	1	443,00	443,00
BALCÃO GRANDE COM EXPOSITOR	1	630,00	630,00
MESA	2	170,00	340,00
ARMÁRIO PARA ESCRITÓRIO	1	197,00	197,00
BALANÇA ANTROPOMÉTRICA	1	899,00	899,00
ADIPÔMETRO	1	80,00	80,00
APARELHO DE PRESSÃO	1	58,30	58,30
		<b>SUBTOTAL:</b> <b>2.518,06</b>	<b>TOTAL:</b> <b>2.876,10</b>



## 2.14. HORÁRIOS DE TRABALHO:

Educador Físico		
DIAS DA SEMANA	TURNOS	CARGA HORÁRIA: <b>6 HORAS/DIA</b>
SEGUNDA   A   SEXTA	MATUTINO: <b>09:00 E 10:00</b>	2 HORAS
	VESPERTINO: <b>15:00 E 17:00</b>	2 HORAS
	NOTURNO: <b>19:00 E 20:00</b>	2 HORAS
SÁBADO	MATUTINO: <b>07:00 AS 11:00</b>	4 HORAS
TOTAL		<b>34HORAS SEMANAIS</b>



[illegible]

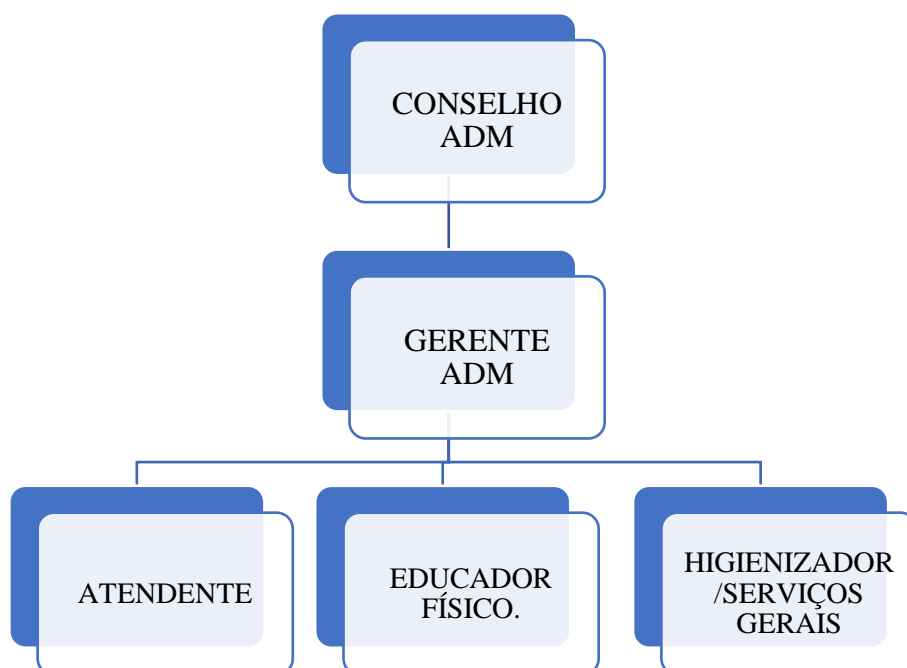


SEMANA		HORÁRIA
SEGUNDA  A   SEXTA	MATUTINO: <b>09:00 ATÉ 12:00</b>	3 HORAS
	VESPERTINO: <b>15:00 ATÉ 17:00</b>	2 HORAS
	NOTURNO: <b>18:00 ATÉ 21:00</b>	3 HORAS
SÁBADO	MATUTINO: <b>08:00 ATÉ 12:00</b>	4 HORAS
TOTAL		<b>44 HORAS SEMANAIS</b>



## 2.15. AUTONOMIA:

Figura 5



## 2.16. ESTIMULAÇÃO A PRODUÇÃO

Sabemos que é de suma importância estimular nossos funcionários para se elevar a produtividade e alcançar metas e objetivos. Para isso iremos estabelecer metas e focar em gerar resultados. Disponibilizaremos de cursos, treinamentos, especializações e feedbacks a cada trimestre. Tentaremos ao máximo trabalhar em um ambiente agradável.



### **3. PLANO DE EMPREDEDORISMO**

#### **3.1. CONCEITO DA EMPRESA**

A empresa Power fitness será uma empresa que atua no ramo de serviços esportivos de academia de musculação, possuindo uma linhagem de atividades e serviços auxiliados por equipamentos de aeróbica e musculação, contando com profissionais formados em educação físicas, a fim de prestar serviços voltados ao suporte, motivação e orientação, na qual permite a interação social entre seus usuários e empregados.

Intencionada em satisfazer os desejos e necessidades de seu público alvo; composta de jovens, adultos e idosos, buscando atender os mesmos a partir de vários serviços fitness/wellness, visibilizando o condicionamento físico, estética e saúde do cliente, onde possibilitará na prevenção de doenças coronárias, hipertensão, obesidade, diabetes, estresse e sedentarismo, as quais são responsáveis pela queda da qualidade de vida.

A academia trabalhará com parceria de colaboradores intermediários sendo fisioterapeutas e nutricionistas, efetuando serviços que proporcionam aos clientes atendimentos extras. A mesma dispõe como seu diferencial a flexibilidade em seu horário de funcionamento, sendo de segunda a sábado em um local reduzido estruturalmente e aconchegante, e seus pacotes de aquisição de serviços são variados como: mensais, trimestrais, semestrais, diárias e descontos, proporcionando a sua adequação para o consumidor e fidelização.

#### **3.2. CONTEXTO ECONÔMICO**

Segundo o site do IBGE Damianópolis- GO é uma cidade pequena que se localiza na região centro oeste do país e faz parte do nordeste goiano, que tem cerca de 3292 pessoas que constituem a população da cidade com renda média de 1,4 salários mínimos para os trabalhadores formais (9,2%) e um percentual de 47,6% da população com rendimento nominal mensal per capita de até 1/2 salário mínimo e a área da unidade territorial de 415,349 km<sup>2</sup>, onde não existe nenhuma academia funcionando o que faz com que uma fatia do mercado que queira uma vida saudável se desloque até a cidade vizinha ou município de Mambai - GO pra frequentar uma academia gastando tempo e dinheiro em algo que poderia ser oferecido dentro da cidade, além de percentual de pessoas que deixa de fazer exercícios e abre mão de uma vida saudável por não ter essa disponibilidade de se locomover até a cidade vizinha ou até mesmo por não condições financeiras ou tempo para isso. E devido a tais circunstâncias a abertura de uma



academia na cidade, com preço acessível se faz necessária para que atenda a demanda da localidade.

### **3.3. PROCEDIMENTOS PARA ABERTURA DA EMPRESA**

Para abertura da empresa, algumas documentações são exigidas a partir do segmento do negócio:

- Cadastro na Junta Comercial;
- Cadastro na Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Cadastro na Secretaria Estadual da Fazenda;
- Alvará de Funcionamento Municipal;
- Registro no Corpo de Bombeiros;
- Conta Bancária Jurídica;
- Registrar seu negócio no Conselho Regional de Educação Física.

### **3.4. FONTE DE RECURSOS**

A academia Power Fitness será constituída por 4 sócios investidores. Tratando-se do investimento feito por cada um de R\$28.000,00 (vinte e oito mil), obtendo o total de 112.000,00 o capital social. Os sócios terão autonomia igualitária, sendo a distribuição societária de 25% para cada sócio. Que ficará direcionados para compras de máquinas e utensílios, mercadorias para revenda, folha de pagamento e produtos para o funcionamento da empresa, do administrativo e operacional.

### **3.5. ESTRATÉGIA EMPRESARIAL**

Uma das estratégias da academia POWER FITNESS está na localização, onde se situará na avenida principal sendo o setor comercial, possibilitando a visibilidade e comodidade por se posicionar próxima ao estacionamento do ginásio de esportes municipal.

Outro ponto importante é na flexibilidade do horário de funcionamento sendo de segunda a sábado – segunda a sexta das 08h00min até 20h00min e sábado 08h00min até 11h00min-. Visando satisfazer as necessidades e corresponder às expectativas de seu público alvo.



## **4. PLANO DE MARKETING E VENDAS**

### **4.1. ANÁLISE DE MERCADO**

De acordo com a crescente expansão do mercado de academias no país, visto que, *“O Brasil é o segundo mercado mundial em número de academias e o primeiro da América Latina”* (Portal Sebrae, segundo dados retido *The IHRSA Global Report 2016*), esse setor compreende todos os tipos de serviços e produtos baseados nos seguintes termos: fitness (condicionamento físico) e wellness (qualidade de vida e bem-estar), onde, é um campo composto por diversas modalidades, compreendendo atividades de desenvolvimento corporal e mental.

A empresa Power fitness será composta por um apanhado de equipamentos de musculação, na qual prestará serviços de auxílio e monitoramento ao cliente, executados por um educador físico, além de comercializar produtos complementares para o desenvolvimento corporal, sendo suplementos termogênicos.

Conforme as análises de mercado a implantação desse tipo de empresa apresenta-se como um projeto viável e promissor, visto que, refere-se de uma modalidade ausente no município de Damianópolis.

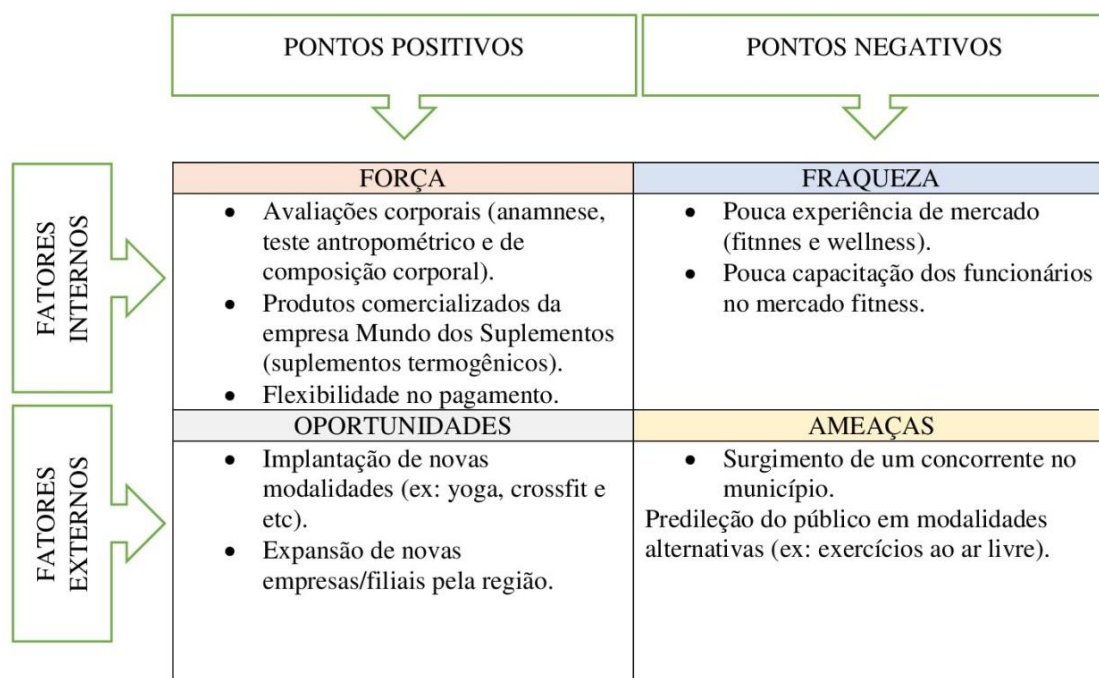
A fim de obter informações precisas por meio de análises do cotidiano da população e com base em pesquisas de mercado efetuadas em plataformas digitais e em mídias sociais, para caracterização do público alvo, sendo composta por pessoas que buscam um melhor aspecto físico e uma vida saudável.



#### 4.1.1 ANÁLISE DO AMBIENTE (SWOT)

A análise SWOT avalia a empresa, visando identificar suas Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) Ameaças (Threats), levando em consideração os fatores internos e externos da organização.

Figura: 6



#### 4.1.2 PESQUISA DE MERCADO

De acordo com as informações coletadas visando o mercado fitness e da demanda em Damianópolis, foi feita uma pesquisa de mercado através de questionários em uma plataforma digital, -conforme foi parcialmente descrito em ANÁLISE DE MERCADO-, executada por uma determinada amostra, diferente da população que compreende todo o conjunto de indivíduos que habitam em um mesmo ambiente, sendo 3.311 habitantes residindo no município (conforme dados do IBGE 2019), já a amostra é um subconjunto da população a ser definida a partir do cálculo amostral.



Desta forma, foi utilizado para calcular o número de pessoas em uma amostragem a fórmula do cálculo da amostra e a tabela dos valores relacionados ao grau de confiança da mesma, a fim de determinar o tamanho da amostragem necessária conforme a proporção populacional:

Tabela- valores críticos associados ao grau de confiança da amostra:

GRAU DE CONFIANÇA	$\alpha$	VALOR CRÍTICO $Z_{\alpha^2}$
90%	0,10 (10%)	1,645
95%	0,05 (5%)	1,96
99%	0,01 (1%)	2,575

(informações retiradas do site: [cienciasecognicao.org](http://cienciasecognicao.org) 2011)

FÓRMULA DA AMOSTRA:

$$n = \frac{z_{\alpha^2/2} \cdot p \cdot q}{E^2}$$

Sendo:

n= número de indivíduos

$z_{\alpha^2/2}$ = valor crítico que corresponde ao grau de confiança desejada

p= proporção populacional de indivíduos que pertence a categoria que estamos interessados a estudar

q= proporção populacional de indivíduos que não pertence a categoria que estamos interessados em estudar ( $q=1-p$ )

E= margem de erro máximo de estimativa, identifica a diferença máxima entre a proporção amostral e a verdadeira proporção populacional (p)

“A Equação 2 exige que se substituam os valores populacionais p e q, por valores amostrais p e q. Mas, se estes também forem desconhecidos, substituímos p e q por 0,5, obtendo a seguinte estimativa (Levine, 2000)”

$$n = \frac{z_{\alpha^2/2}^2 \cdot 0,25}{E^2}$$



Foi utilizada a margem de erro amostral de 5%, com um grau de confiança de 95% , sendo p e q desconhecidos e substituídos por 0,5.

Contudo:

$n$  = número de indivíduos a ser definidos

$$z\alpha^2 = 1,96^2$$

$$p = 0,5$$

$$q = 0,5$$

$$E = 0,05^2$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,25)}{(0,05^2)} = 384 \text{ (arredondado)}$$

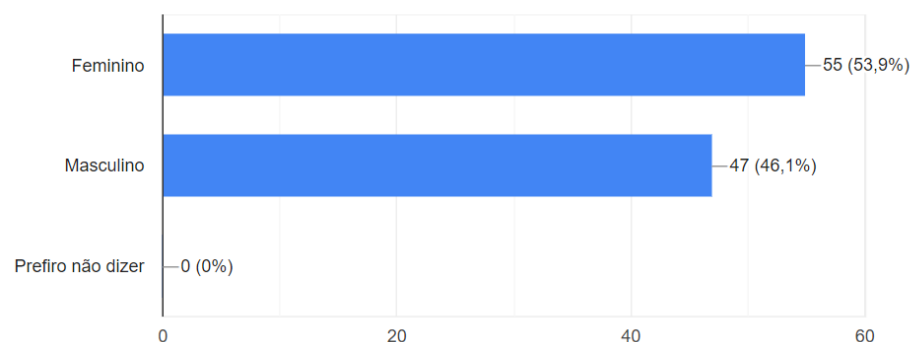
A quantidade mínima de indivíduos a responderem o questionário seria de 384, porém, foram coletadas apenas 102 respostas. Assim, as perguntas do questionário serviram para criar gráficos para a percepção da viabilidade de implantação de uma academia de musculação, visto que a quantidade de respostas são inferiores ao necessário.

Gráfico 1: gênero sexual

Figura 7

Qual é o seu sexo?

102 respostas



A representatividade de ambos os sexos foram parcialmente iguais; 55% corresponde ao sexo feminino e cerca de 47% o sexo masculino.

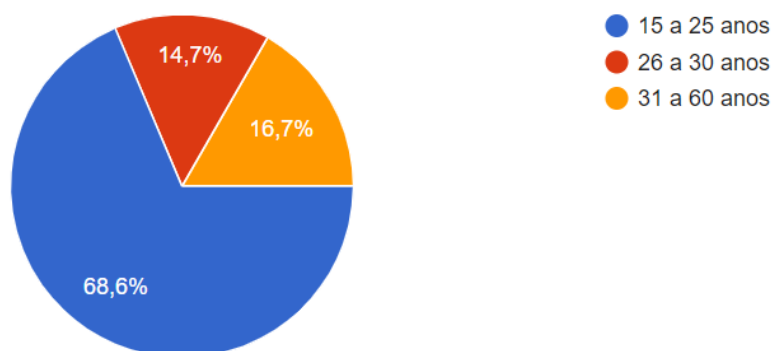


Gráfico2: faixa etária

Figura 8

Qual a sua idade?

102 respostas



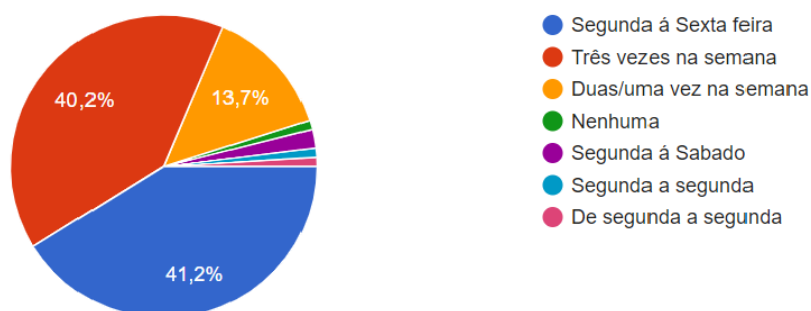
O gráfico a cima informa a faixa etário do público, deixando mais explicito o nosso público alvo: 15 a 25 correspondem a 68,6%, 26 a 30 equivale a 14,7% e 31 a 60 igual a 16,7

Gráfico 3: frequência de utilização

Figura 9

Se dispuséssemos uma academia em Damianópolis qual seria a sua frequência

102 respostas



No que diz respeito à frequência da utilização da academias de musculação ao decorrer a semana tivemos os seguintes dados: cinco dias da semana (segunda a sexta) 41,2%, três vezes na semana 40,2%, duas ou uma vez na semana 13,7%, nenhuma vez



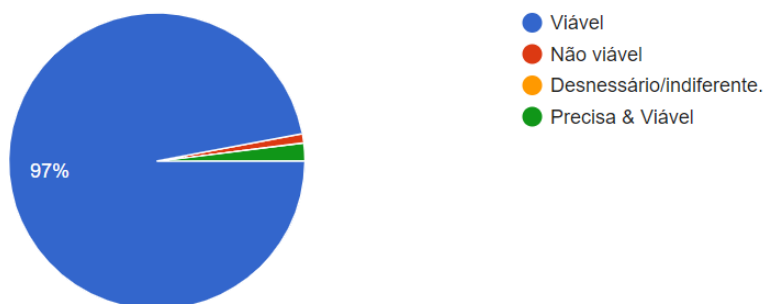
na semana 1,1%, seis dias na semana ( segunda a sábado) 1,9%, sete dias na semana (segunda a segunda) 1,9%.

#### Gráfico 4: viabilidade de implantação

Figura 10

Qual seria a viabilidade da implantação de uma academia de musculação no município de Damianópolis-Go.

101 respostas



O elucidativo gráfico consta que 97% das respostas da amostra afirma ser viável a implantação da academia, informando ainda que é necessário manifestada no 2% e cerca de 1% diz não ser viável.

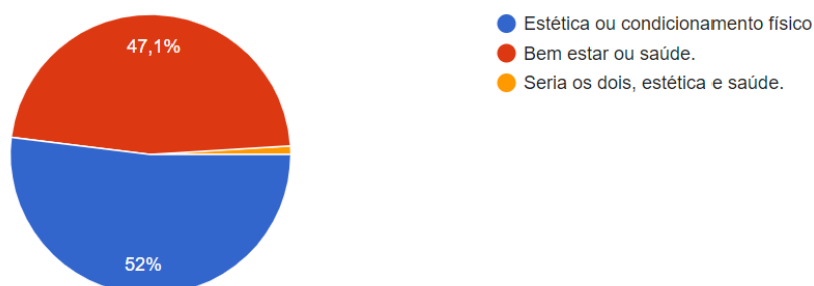


## Gráfico 5: necessidade de frequentar

Figura 11

Qual seria a sua necessidade em frequentar a academia ?

102 respostas



Nesse quinto e último gráfico foi levado em consideração identificar qual é a necessidade das pessoas em frequentar academias, visto que já foi referido os tipos de serviços prestados nesses estabelecimentos, onde 52% constaram que a estética e condicionamento físico são mais importantes, abrangendo o tremo fitness, 47,1% optaram por bem estar e saúde trazendo em questão o termo wellness e 1% sujeitaram as duas modalidades juntas.

## COMENTÁRIOS:

Figura 12

Comentários

11 respostas

- Seria muito bom
- Necessitamos de uma academia
- Acharia uma ótima ideia !!!
- Damianópolis necessita de uma Academia!!
- Seria muito bom
- Tá precisando mesmo de uma academia em damianopolis
- Precisamos urgentemente
- A implementação de uma academia no município apresenta-se como um projeto administrativo viável e promissor, certo que se compreende de uma modalidade ausente na cidade.

Alguns comentários para a percepção da precisão da pesquisa.



## **4.2. PORTFÓLIO DA EMPRESA**

Segundo o seu setor de mercado descrito em ANÁLISE DE MERCADO , sabe-se que o perfil da empresa é prestadora de serviços voltadas A PRÁTICA DE ATIVIDADES FÍSICAS , obtendo como resultados o desenvolvimento dos clientes, além de ser uma revendedora de produtos complementares por meio de encomendas (suplementos termogênicos).

Abaixo será descrito quais os tipos de serviços a serem efetuados e oferecidos aos consumidores, visto que se trata de serviços intangíveis, como é o caso do aluguel da utilização dos equipamentos, monitoramento e acompanhamento do personal training ao cliente tanto por meio virtual (aplicativo da empresa POWER CONTROL FITNESS) quanto pessoalmente (o profissional se encontrará presente na empresa 34 horas semanais dentre os 6 dias) e avaliações físicas.

## **4.3 DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS:**

- Avaliações físicas disponíveis:

**ANAMNESE:** Uma espécie de entrevista/questionário realizado com o aluno, correspondendo às informações dos hábitos diários do indivíduo, tais como: alimentação, horas de sono, rotina de trabalho/ estudo, tempo disponível para se exercitar problemas de saúde. A partir dessa avaliação indicam-se descrições do condicionamento físico e suas expectativas em relação aos treinamentos. Dessa forma, esse questionário oferece informações relevantes para a execução dos serviços.

**TESTES ANTROPOMÉTRICOS E DE COMPOSIÇÃO CORPORAL:** refere-se em avaliação física, consistindo em registrar as medidas de peso, estatura, circunferências e percentual de gordura corporal.

- Apoio e monitoramento via aplicativo (Power ControlFitness) sendo uma forma de manter contato direto com o aluno por meio de chats.

Figura ilustrativa do slogan do aplicativo: 5

Figura 13





- O aluguel dos equipamentos entra nos pacotes de aquisição, sendo escolhidas de acordo com a frequência dos clientes na utilização dos serviços, podendo ser por meio de diárias, avaliações físicas, ou pacotes como: mensal, trimestral e semestral. A frequência foi retirada de informações do Gráfico 3: frequência de utilização

Figura 14:

 <b>ACADEMIA POWER FITNESS</b> Seja a sua maior motivação! 			
<b>PACOTES:</b>			
<b>Avaliações físicas:</b> (anamnese e teste antropométrico e de composição corporal).			<b>R\$ 20,00</b>
<b>Diária:</b> (equipamentos de musculação).			<b>R\$ 4,00</b>
<b>Frequência</b> (semanal)	<b>MENSAL</b>	<b>TRIMESTRAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>
<b>6X</b>	<b>R\$ 80,00</b>	<b>R\$ 240,00</b>	<b>R\$ 480,00</b>
<b>5X</b>	<b>R\$ 70,00</b>	<b>R\$ 210,00</b>	<b>R\$ 420,00</b>
<b>3X</b>	<b>R\$ 50,00</b>	<b>R\$ 150,00</b>	<b>R\$ 300,00</b>
<b>2X</b>	<b>R\$ 30,00</b>	<b>R\$ 90,00</b>	<b>R\$ 180,00</b>
<b>Descontos na aquisição</b>		<b>2%</b>	<b>3%</b>
<b>Horário de funcionamento: Segunda a sexta, de 07:00 às 21:00.</b> <b>Sábado, de 07:00 às 11:00.</b> <b>Formas de pagamento: dinheiro e cartão.</b> 			
<b>ACADEMIA POWER FITNESS</b>			



- Equipamentos e produtos de revenda a serem utilizados :

EQUIPAMENTOS	PRODUTOS
BICICLETA ERGOMÉTRICA	WHEY PROTEIN 100% GOLD STANDARD
KIT BARRAS DE HALTERES S SUPINOS + ANILHAS 24 KG	CREATINA HARDCORE RELOAD (300G)
CADEIRA EXTENSORA	SUPLEMENTO BCAA CÁPS30.
COLCHONETES	GLUTAMINA
ESTEIRAS	CAFEÍNA CAPS60.
ESTAÇÃO DE MUSCULAÇÃO	L- CATINITINA
ELÍPTICO CROSS TREINER	HOT DA GROWTH SUPPLEMENTS 60 CAPS
HACK MACHINE	
LEG PRESS	
PECKE DECK (PEITORAL DORSAL)	
POLIA SIMPLES	
REMADA COM CARGA	
SIMULADOR DE ESCADA	
SUPORTE DE ANILHAS	

#### 4.4 DEFINIÇÃO DO CARRO CHEFE

O carro chefe da empresa foi caracterizado principalmente por ser um dos diferenciais da mesma, tratando do serviço de avaliações periódicas e monitoramento prestados pelo educador físico , tanto virtualmente ou presencial , na qual será auxiliado pela estrutura da empresa (no caso da presencial serão os equipamentos e salas de avaliação) e pelo aplicativo (virtual) funcionando como um chat de conversas, atualizando o desempenho dos alunos podendo ser controlados pelos funcionários terceirizados e pelo próprio cliente.



#### 4.5 LOGOMARCA, SÍMBOLO E SLOGAN

Figura 15:



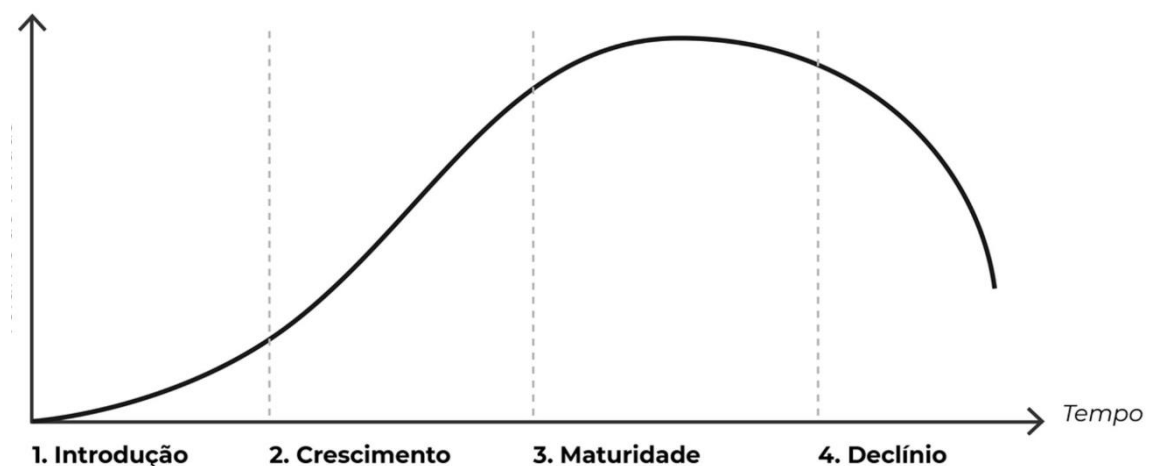
A escolha da logomarca se deu através de figuras e cores que representassem o nome da empresa e o público, sendo-a mais neutra, trazendo então características para ambos os gêneros sexuais (demonstradas nas imagens), buscando agregar valor e obter uma melhor percepção para o cliente.

A figura representa o público- sendo eles homens e mulheres de modo geral- e o nome “POWER”, na qual, é simbolizado pelos músculos bíceps e tríceps (braço) significando a “FORÇA”.

A representatividade da cor branca e preta mostra a elegância e sofisticação trazendo a logomarca uma junção de cores comuns que se mostram imparcial quando se refere ao público, agregando pessoas de todos os sexos.

#### 4.6 CICLO DE VIDA DA EMPRESA

Figura 16



**Introdução:** fase na qual a empresa será introduzida no mercado, logo, começará com as execuções dos planejamentos: objetivos a serem executados, contratação de funcionários compra dos equipamentos e mobília necessária.



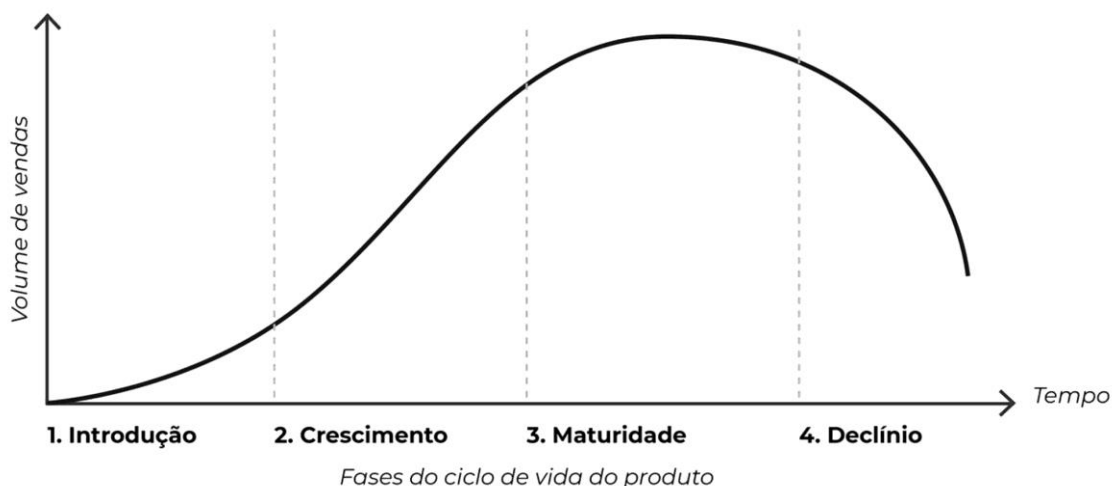
**Crescimento:** etapa na qual se caracteriza em agregar clientes após o lançamento da empresa no mercado, caminhando para a obtenção de lucros e começando a se estabilizar no mercado do município.

**Maturidade:** período pela qual se obtém estabilidade financeira, pois, os clientes já estarão fidelizados e a demanda se encontra volumosa, sendo a empresa líder do mercado e estando no ápice da sua lucratividade.

**Declínio:** momento em que surge novas tendências e concorrentes deixando o serviço de ser novidade no mercado, a empresa instável. É nesse momento que a empresa precisa inovar suas técnicas e atividades, e implantar novas modalidades esportivas como a ioga e a utilização do marketing de influência tornando a fim de se permanecer no mercado.

#### 4.6.1 CICLO DE VIDA DO PRODUTO

Figura 17



**Introdução:** O período inicial do serviço principal será a divulgação feita pelas redes sociais utilizando o marketing de influência e propagandas digitais, utilizaremos também a rádio local (87.9), visando atrair os clientes, a fim de fidelizá-los.

**CRESCIMENTO:** Fase na qual há uma crescente procura dos serviços que a empresa está disponibilizando.

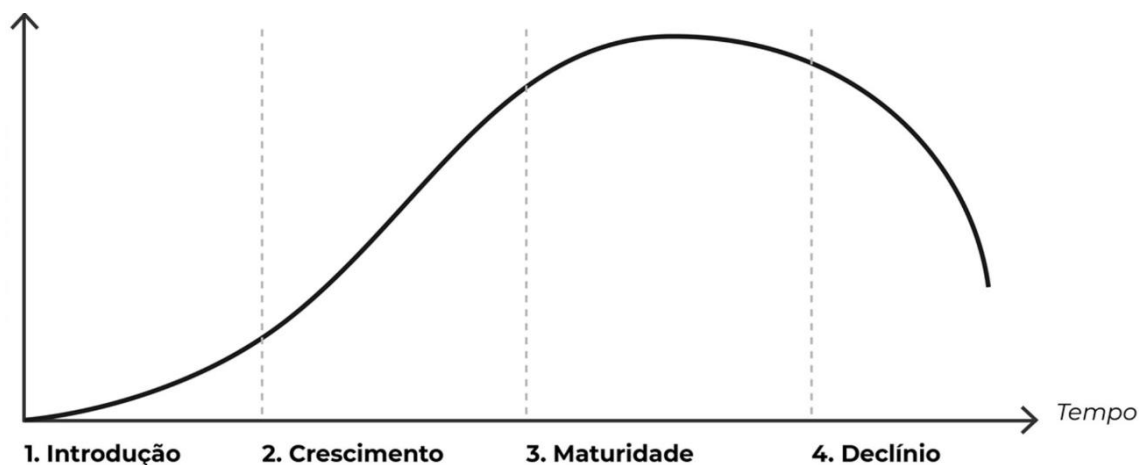
**MATURIDADE:** Momento onde a demanda se encontra acentuada e com um grande número de clientes adquirindo os serviços.

**DECLÍNIO:** Etapa pela qual o serviço não tem demanda suficiente para a empresa se estabilizar. Portanto, a empresa precisará à procura de novas tendências como ações sociais voltadas para o público do município inserindo atividades ao ar livre (meditação e ioga) para continuar permanecendo no mercado.



#### 4.6.2 CICLO DE VIDA DAMARCA

Figura 18



**INTRODUÇÃO:** Assim como o ciclo de vida da empresa o ciclo de vida da marca se iniciará com a introdução da marca no negócio fitness do município, tendo como finalidade fidelizar o cliente local e se expandir para a região, prestando serviços de ótima qualidade assim como os equipamentos de ponta que estarão disponíveis.

**CRESCIMENTO:** É caracterizado pelo engajamento da empresa em marketing, propagandas e divulgações no mercado, fazendo com que o público desperte interesse pela marca e seja reconhecido pelos mesmos.

**MATURIDADE:** Ponto ápice que se encontra a empresa e o conceito que ela criou, é nesse momento que a marca atinge o reconhecimento pelo público local e da região, atingindo uma elevada demanda.

**DECLÍNIO:** Fase final da vida da marca e empresa, onde as mesmas perdem o reconhecimento que conquistaram, pois, foi introduzido ao mercado novas formas esportivas, contando como estratégia a implantação do crossfit a fim de diversificar as modalidades pertencentes a empresa.

#### 4.7 AÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Para a elaboração, a empresa adotou como estratégia ações voltadas ao meio social- para a comunidade externa e interna- e ambiental.

O primeiro quesito diz respeito a ações voltadas a comunidade externa e interna, onde a empresa irá criar eventos visando a saúde do bem comum, como é o caso de exercícios alternativos ao ar livre, sendo eles abertos para a comunidade -auxiliados pelo educador físico e funcionários-, e o ciclismo, optando por rotas das quais revelam



as belezas naturais do município, proporcionando aos participantes contato direto com a natureza, serão executadas a cada trimestre.

Referente a segunda ação, a empresa contará com a ajuda de seus clientes, implantando uma política mais sustentável, como é o caso da economia de energia, água e até mesmo reciclagem, sendo incentivados por cartilhas que serão enviadas pelo aplicativo da empresa -Power Control Fitness- e por cartilhas que estarão presente no próprio estabelecimento, além de lixeiras de coleta seletiva, afim de promover o bem estar social e ambiental, agregando valor para a organização e fidelizando os clientes.

#### **4.8 PLANO DE AÇÃO**

Estrategicamente, o plano de ação implica em atividades a serem realizadas, a fim de alcançar resultados em curto/médio e longo prazo para a organização. A empresa incluiu as seguintes ações:

- Criação de páginas em redes sociais (Instagram, Twitter, Facebook), onde o maior público se encontra disponível nos referentes veículos de comunicação, podendo ser influenciados por marketing de influencia e divulgação feitos pelos próprios alunos e pelo perfil da empresa, garantindo a visibilidade da mesma. Sendo contínuo a sua utilização e nenhum custo de implantação.
- O Aplicativo Power Control Fitness, informará os clientes de suas atividades e desenvolvimento, tendo uma interação direta por meio de chats de conversas. Sua utilização será contínua e seu custo de implantação e de 7mil reais (criado por uma pessoa próxima do sócio)
- Feedbacks com os clientes e funcionários, a respeito da satisfação referente aos serviços e atendimentos prestados. A cada trimestre com nenhum custo de implantação.
- Utilização do e-mail para alguns comunicados com os clientes e com os fornecedores de suplementos e outros. Utilização quando for necessário e com nenhum valor de implantação



## **4.9 COMPOSTOS DE MARKETING**

### **4.9.1 PRODUTO**

#### **4.9.1.1 HISTÓRICO DO PRODUTO**

Ao abrirmos a empresa no mercado visamos proporcionar satisfação a quem os consome, incluindo equipamentos de qualidade, oferecendo diversas atividades incluindo os clientes, com: ciclismo, atividades alternativas ao ar livre, conforme o plano de ação da empresa, e por disponibilizar uma variedade de avaliações físicas, atendendo os desejos do público e ouvindo sempre a opinião dos alunos por meio de feedbacks.

A abertura deste negócio surgiu de uma ideia dos próprios sócios, todos com o objetivo de implantar na cidade de Damianópolis um negócio que atenda às expectativas e necessidades dos consumidores, dos quais buscam melhorar condicionamento físico, saúde e estética.

Com base na pesquisa de mercado podemos observar a grande quantidade de pessoas interessadas em uma empresa desse gênero na cidade. Assim, POWER FITNESS vem pra suprir a demanda, visando a praticidade e comodidade aos consumidores, pois, muitos se deslocam para outras cidades para usufruir este tipo de serviços.

#### **4.9.1.2 CONCORRÊNCIA**

Com base em pesquisas de campo foi verificado, que na cidade não existe nenhuma empresa que atua nesse ramo, portanto, não existe um concorrente direto, apenas indireto, pois, há uma academia em Mambai que fica cerca de 14,8 km de distância, sendo ela a responsável por agregar/consumir os clientes residentes em Damianópolis.

#### **4.9.1.3 QUAIS AS MARCAS?**

Definida seu setor de mercado, sendo ele o de serviços esportivos de academia de musculação, a empresa visa garantir aos seus clientes excelentes serviços, assim como um ambiente aconchegante, trazendo o conforto necessário para os mesmos, a fim de ser reconhecida pelos seus diferenciais e formas de atendimento para que assim se possa se consolidar no mercado regional sendo uma marca reconhecida.

#### **4.9.1.4 EMBALAGEM, DESIGN E COR DO PRODUTO.**

Não será utilizado embalagens plásticas. A fim de reduzir os impactos ambientais, a empresa adotará programas para que os clientes levem as próprias sacolas/bolsas para o



transporte dos produtos vendidos.

#### **4.9.1.5 PONTOS DE DIFERENCIAÇÃO DOS CONCORRENTES**

Um dos seus diferenciais é a localidade, pois, se encontra em uma cidade que não possui nenhum mercado que atua nesse setor e outros fatores, como:

- Aplicativo da empresa (Power Control Fitness), na qual visa contato direto com o cliente.
- Flexibilidade nos horários de atendimento: segunda a sábado e nos pacotes de aquisição
- Disponibilização de serviços esportivos de academia juntamente com um profissional
- Parceria com terceiros: fisioterapeutas, nutricionistas e a distribuidora de suplementos termogênicos (mundo dos suplementos), onde a empresa será uma intermediadora.

#### **4.9.1.6 NÍVEL DE QUALIDADE**

Segundo Slack, Brandon – Jones, Johnston (2016, p.45) “Qualidade é o atendimento consistente as expectativas dos clientes, em outras palavras, fazer as coisas bem-feita, ou seja, corretas”.

Contudo, a empresa disponibilizará um atendimento individual por meio do aplicativo, ajudando no atendimento e melhorando os serviços prestados, atendendo as expectativas dos clientes.

#### **4.9.1.7 AGREGAÇÃO DE VALOR**

Para agregar mais valor, a empresa fará uma parceria com uma distribuidora de suplementos termogênicos onde a mesma revenderá por encomenda os produtos complementares. Trabalhará com divulgações da academia utilizando as mídias sociais (Instagram, Twitter, Facebook) tanto propagandas quanto pelo marketing de influência, a fim de obter visibilidade e agregar valor na organização.

#### **4.9.1.8 ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR**

A organização planeja atender os seus clientes de forma simples e direta, sendo a eficaz e passando segurança ao seu público. O atendimento será de fácil compreensão usando abordagens comuns, como: bom dia, boa tarde boa noite e os distintos modos de tratamento, visando sempre o bem-estar do cliente. A empresa adotará variadas formas



de atendimentos, podendo ser online via aplicativo (Power Control Fitness) ou pelos outros meios de comunicação como: WhatsApp e Instagram, oferecendo o conforto e comodidade. Dessa maneira a empresa irá honrar com seus compromissos, mostrando nossos produtos e serviços apresentando todos os pacotes de serviços, fidelizações, descontos e meios de pagamentos em tempo real.

Nosso foco principal é a satisfação dos nossos clientes e atender suas expectativas, portanto, oferecemos serviços com custo acessível, um espaço ideal, equipamentos modernos, aulas diversas, treinadores e professores auxiliando os treinos.

#### **4.9.1.9 TREINAMENTO DE VENDEDORES**

O treinamento de vendedores é um elemento fundamental que deve ser adotado pela organização, a maneira como o cliente é atendido ou abordado é uma das principais causas pelo qual define a satisfação do consumidor e a fidelização, o que é fundamental na decisão de efetuar uma compra, ou continuar sendo cliente da empresa.

Portanto, a capacitação dos nossos vendedores será feito através dos treinamentos oferecidos pelo SEBRAE e pelo IF Goiano, por meio de palestras e outros.

#### **4.9.1.10 PESQUISA DE SATISFAÇÃO**

Com finalidade de garantir a satisfação do cliente com relação aos serviços da empresa, serão colocados caixinhas de sugestões ou críticas por meio do site da empresa, redes sociais e no nosso estabelecimento-feedbacks-, portanto, teremos contato direto com os clientes para facilitar as pesquisas de satisfação e acompanhar o desenvolvimento corporal e mental.

### **4.9.2 PRAÇA**

#### **4.9.2.1 LOCALIZAÇÃO**

A empresa Power Fitness se localizará na cidade de Damianópolis-go na Avenida Tiradentes (no centro da cidade) escolha feita em prol da visibilidade e pensando também no fácil acesso para os clientes que é de total prioridade para a organização.



#### **4.9.2.2 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO**

Os meios de distribuições será o próprio ambiente organizacional e também o aplicativo da empresa que prestará serviços online para os alunos como: treinos, acompanhamento do condicionamento físico e novidades em geral.

#### **4.9.2.3 PARTICIPAÇÃO NO CANAL DE VENDAS**

O canal de vendas será uma loja física estável, na qual se encontrará posicionada em um local estratégico, facilitando que o público tenha uma boa visibilidade do estabelecimento, portanto, a relação entre a venda dos serviços e volume se encontra correlacionadas, pois, o volume das vendas depende diretamente da quantidade de clientes. Já o valor é influenciado pelo contexto econômico do município, com bases em informações retirada do site do IBGE (informações presentes no plano de empreendedorismo).

Empresas atuantes

O setor esportivo de academias de musculação ainda é inexplorável no município de Damianópolis, visto que a empresa Power Fitness será a única atuante no mercado.

Nas cidades vizinhas há presença dessa modalidade empresarial, mas, chega a ser inviável para a população da cidade migrarem até ambas, pois, além de ter um custo elevado há um gasto maior de tempo. Portanto, Power Fitness visa atender todo município e expandir-se pela região prestando excelentes serviços e abrangendo diferentes modalidades esportivas.

#### **4.9.2.4 PROCEDIMENTOS DE VENDA**

Na própria academia será realizada a apresentação e a venda dos planos de treino e também será o local onde os clientes iram usufruir do plano de treino adquirido.

As vendas dos suplementos termogênicos poderão ser efetuadas no próprio estabelecimento por encomenda

#### **4.9.2.5 PROCESSO LOGÍSTICO**

A entrega dos produtos dos fornecedores será realizada pelas transportadoras que entregará a mercadoria referente às vendas da academia, as entregas fora da cidade serão realizadas via correio, taxistas ou transportadoras levando em consideração o valor do frete e tempo de entrega.



Como as vendas serão realizadas sobre encomenda, haverá um mostruário para demonstração e a exibição dos produtos no intuito de chamar a atenção dos clientes da academia e estimulá-los a usar os suplementos termogênicos que também serão uma fonte de renda para empresa.

#### **4.9.2.6 INTENÇÃO DE PESQUISA**

A escolha da localidade da empresa física foi por base de levantamentos, tendo como consideração a comodidade para o público e a visibilidade.

Comodidade: por estar situado no centro da cidade, possibilita uma rápida interação entre cliente e a empresa, desperdiçando menos o tempo com o deslocamento, vale ressaltar também a proximidade para com o estacionamento e bicicletário do Ginásio de Esportes Municipal.

Visibilidade: localizado em uma avenida movimentada (Avenida Tiradentes) se encontra perto de pontos conhecidos como: ginásio de esportes, parquinho infantil, academia de saúde, posto de saúde, mercados, bares, além de outros estabelecimentos alimentícios. Portanto, o posicionamento foi um planejamento intencional para o cliente e seu bem-estar.

#### **4.9.3 PROMOÇÃO**

##### **4.9.3.1 ESTRATÉGIAS DE POSICIONAMENTO DO PRODUTO**

A empresa Power Fitness se trata de uma academia situada em um espaço físico localizado no centro da cidade a fim de atender todos do município e região contando com a oferta dos serviços de musculação e aeróbica.

##### **4.9.3.2 COMPONENTES DE COMUNICAÇÃO**

As formas de divulgação serão por meios das redes sociais, pelo próprio aplicativo da empresa e pela rádio, notando-se uma grande diferença já que a empresa concorrente não faz divulgações. Trabalharemos também com a fidelização de clientes por meios dos nossos planos bimestrais, trimestrais e semestrais que oferece ótimos serviços, já que a mesma se trata de uma empresa fixa.



#### **4.9.3.3 PROMOÇÕES DE VENDA**

Os pacotes promocionais contarão com descontos feitos através das contratações dos planos escolhidos pelos clientes, sendo o semestral 2% e o trimestral 3% de desconto que tem o objetivo de estimular a compra por esses serviços.

#### **4.9.3.4 CAMPANHA PUBLICITÁRIA**

A campanha publicitária contará com meios de comunicação adquiridos pela a empresa (como o próprio aplicativo) e será disponibilizado aos nossos clientes um espaço ao qual eles terão para realizar as gravações de vídeos dentro da nossa empresa (que serão postados nas redes sociais) no intuito de despertar interesse nas outras pessoas por meio das visualizações, como uma forma de trazer novos clientes para dentro da organização.

#### **4.9.3.5 ARTIFÍCIOS**

Os meios de artifícios serão as redes sociais (como Instagram, WhatsApp, Facebook) que terá o objetivo de mostrar em mínimos detalhes como são os nossos serviços através das mídias que serão divulgados nessas mesmas redes sociais.

#### **4.9.3.6 PROPAGANDA DOS CONCORRENTES**

A empresa concorrente não usa métodos de divulgações e com isso se torna um grande diferencial para a nossa organização. A mesma contém apenas um grupo na rede social WhatsApp para ter contato com os clientes, mas nada que trabalhe com a oferta ou a demonstração de serviço que é prestado pela a empresa.

#### **4.9.3.7 NÍVEL DE INVESTIMENTO PARA PROPAGANDA**

Contaremos com parcerias para os meios de divulgação (disponibilizando propagandas postadas nas redes sociais) sendo um investimento baixo e a empresa também vai adquirir a nossa plataforma digital que teve um custeio de 7.000 feito por um T.I (amigo de um dos sócios).



#### **4.9.4 PREÇO**

##### **4.9.4.1 QUAL O PREÇO DE VENDA DO SEU PRODUTO E DO SEU COMCORENTE**

A academia Power Fitness é a única academia da cidade. O preço será calculado de acordo a soma de todos os elementos de sua formação (custos + despesas + lucro). No município não há concorrentes diretos no ramo em que atua, o concorrente mais próximo se localiza na cidade vizinha há 14,5km de distância.

##### **4.9.4.2 ESTRUTURA DE PREÇO DOS PRODUTOS (MINIMO E MAXIMO)**

A academia Power fitness oferecerá uma pequena variedade de planos de treino, seus preços irão variar de acordo com o aumento do número de dias na semana em que o cliente ira frequentar a academia , de modo que os preços possam variar de R\$ 4,00 a R\$ 80,00 de acordo com a rotina de treino que o cliente ira exercer.

Os preços podem variar de acordo com o suplemento/ plano de treino vendido.

##### **4.9.4.3MARGEM DE LUCRO**

A empresa Power fitness terá uma margem de lucro variável, sendo assim já que os insumos necessários para o funcionamento da academia já estarão predispostos, todo dinheiro que for adquirido depois do pagamento de suas despesas será convertida em lucro então devido a isso o lucro da empresa irá variar de acordo com as mensalidades dos planos de trino vendidos.

##### **4.9.4.4COMPOSIÇÃO DE PREÇO**

Os preços dos planos dos treinos são estabelecidos de acordo com a frequência do cliente na academia, ou seja, quanto maior o número de treinos realizados por cliente maior o preço do plano de treino.

##### **4.9.4.6 PRAZOS E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**



A empresa Power Fitness trabalhara com pagamentos à vista é cartão de credito e debito de qualquer intuição bancário

#### **4.9.4.7 PESQUISA COM O CLIENTE**

Foi realizada uma pesquisa por meio digital com uma pequena amostragem da população a fim de saber a demanda de uma academia na cidade e quais os planos de treino serão vendidos.

#### **4.9.4.8 SCRIPT DE VENDAS**

O script de vendas será dividido em 2, o primeiro para apresentar os pacotes de treino ao cliente e o segundo para quando ele for executar do pacote.

Script de vendas inicial

1. Saudação (olá, bom dia/ boa tarde/ boa noite)
2. Apresentar os pacotes de treino existentes na academia
3. Apresentar as formas de pagamento
4. Orientar sobre a avaliação física
5. Agradecer

Script de vendas padrão

1. Saudação (olá, bom dia/ boa tarde/ boa noite)
2. Desejar um bom treino
3. Se despedir e agradecer

#### **4.9.4.9 Projeção de vendas**

A projeção de vendas e uma metodologia de suma importância que se faz necessária, uma vez que norteia todo o funcionamento de uma empresa, desde seu atendimento, horário de funcionamento, compra de insumos, número de funcionários, até a organização das forças de vendas.

Existem vários fatores que podem influenciar a projeção de vendas em uma empresa, na academia Power fitness não e diferente, os resultados podem ser influenciados de acordo com o tempo, clima, período do ano e datas especiais. Com isso pode se concluir que há um aumento na demanda em períodos mais quentes, próximos de datas



comemorativas e nas férias, também se nota uma baixa no fluxo quando se está em período frio ou chuvosos.

Para se calcular a projeção de vendas foram analisados os de influência para as vendas, uma pesquisa realizada com uma pequena amostragem da população e a capacidade efetiva da empresa

Clima de Damianópolis- GO

Figura 19

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maiο	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Temperatura média (°C)	24.3	24.4	24.4	23.7	22.7	21.8	22.6	24.1	25.1	25.1	24.2	23.9
Temperatura mínima (°C)	19.4	19.3	19	17.9	16.4	15	15.5	17.3	18.9	19.6	19.6	18.7
Temperatura máxima (°C)	29.2	29.6	29.8	29.5	29	28.6	29.8	31	31.3	30.6	28.9	29.2
Temperatura média (°F)	75.7	75.9	75.9	74.7	72.9	71.2	72.7	75.4	77.2	77.2	75.6	75.0
Temperatura mínima (°F)	66.9	66.7	66.2	64.2	61.5	59.0	59.9	63.1	66.0	67.3	67.3	65.7
Temperatura máxima (°F)	84.6	85.3	85.6	85.1	84.2	83.5	85.6	87.8	88.3	87.1	84.0	84.6
Chuva (mm)	183	173	137	92	20	7	4	5	32	147	216	244

Na tabela acima podemos verificar que os dias chuvosos são de janeiros a abril, o período que o indice pluvial diminui de maio a setembro e volta de novo com período chuvoso em outubro a dezembro, na tabela a seguis podemos ver que os periodos de maior frequencia na academia sao nos messes mais quentes e nos meses proximos as ferias no começo, meio e fim de ano.

tabela de projeção de vendas

Planos de treino	JA N	FE R	MA R	AB R	MA I	JU N	JU L	AG O	SE T	OU T	NO V	DE Z
6x semana	8	9	7	7	8	9	9	8	8	7	8	8
5x semana	97	101	88	84	96	102	104	95	93	86	90	92
3x semana	151	157	138	120	150	159	160	148	145	134	139	143
2x semana	75	78	68	65	75	79	80	74	72	67	69	71



1x semana	23	24	21	20	23	24	24	22	22	20	21	22
TOTAL	354	369	322	296	352	373	377	347	340	314	327	336

## 5 PLANO FINANCEIRO

### 5.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS:

#### INVESTIMENTOS FIXOS:

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS			
ITENS:	QUANT .	VL. UNITÁRIO	VL. TOTAL
BICICLETA ERGOMÉTRICA	1	4.399,00	4.399,00
KIT BARRAS DE HALTERES S SUPINOS + ANILHAS 24KG	1	122,50	122,50
CADEIRA EXTENSORA	1	3.930,00	3.930,00
COLCHONETES	15	32,28	484,20
ESTEIRAS	1	3.420,00	3.420,00
ESTAÇÃO DE MUSCULAÇÃO	1	3.076,00	3.076,00
ELÍPTICO CROSS TREINER	1	1.824,00	1.824,00
HACK MACHINE	1	2.690,00	2.690,00
LEG PRESS	1	2.280,00	2.280,00
PECKE DECK (PEITORAL DORSAL)	1	2.945,00	2.945,00
POLIA SIMPLES	1	850,00	850,00
REMADA COM CARGA	1	2.890,00	2.890,00
SIMULADOR DE ESCADA	1	19.890,00	19.890,00
SUPORTE DE ANILHAS	1	756,00	756,00



COMPUTADOR	1	2.000,00	2.000,00
CAIXA DE SOM	2	294,95	589,90
MÁQUINA DE CARTÃO	1	298,80	298,80
IMPRESSORA	1	865,00	865,00
AR CONDICIONADO TETO 56.000 BTU	1	5974,23	5974,23
		<b>SUBTOTAL:</b> <b>58.533,76</b>	<b>TOTAL</b> <b>59.284,63</b>



MÓVEIS E UTENSILHOS			
DESCRIÇÃO	QUANT.	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
CADEIRA	5	45,76	228,80
PURIFICADOR DE ÁGUA	1	443,00	443,00
BALCÃO GRANDE COM EXPOSITOR	1	630,00	630,00
MESA	2	170,00	340,00
ARMÁRIO PARA ESCRITÓRIO	1	197,00	197,00
BALANÇA ANTROPOMÉTRICA	1	899,00	899,00
ADIPÔMETRO	1	80,00	80,00
APARELHO DE PRESSÃO	1	58,30	58,30
		<b>SUBTOTAL:</b> <b>2.518,06</b>	<b>TOTAL:</b> <b>2.876,10</b>

Total de investimentos fixos: **62.160,73**

Subtotal dos investimentos fixos: **61.114,82**



## 5.2 CAPITAL DE GIRO

Contas a receber- cálculo do prazo médio de vendas (serviço)

<b>PRAZO MÉDIO DE VENDAS</b>	<b>(%)</b>	<b>Nº DE DIAS</b>	<b>MÉDIA PONDERADA EM DIAS</b>
A VISTA	58%	0	0
A PRAZO (1)	24%	30	7,2
A PRAZO (2)	12%	60	7,2
A PRAZO (3)	5%	90	4,5
<b>PRAZO MÉDIO TOTAL:</b>			<b>18,9 DIAS</b>

Contas a receber- cálculo do prazo médio de vendas (suplementos termogênicos)

<b>PRAZO MÉDIO EM VENDAS</b>	<b>(%)</b>	<b>Nº DE DIAS</b>	<b>MÉDIA PONDERADA EM DIAS</b>
A VISTA	65 %	0	0
A PRAZO (1)	25	30	7,5
A PRAZO (2)	10	60	6
<b>PRAZO MÉDIO TOTAL:</b>			<b>13,5 DIAS</b>

Calculo do prazo médio em compras

<b>PRAZO MÉDIO EM VENDAS</b>	<b>(%)</b>	<b>Nº EM DIAS</b>	<b>MÉDIA PONDERADA</b>
A VISTA	42%	0	
A PRAZO (1)	58%	30	18
<b>PRAZO M. TL:</b>			<b>18 DIAS</b>



Cálculo de necessidade líquida:

	Nº DE DIAS
RECURSOS DA EMPRESA FORA DO SEU CAIXA	
1. CONTAS A RECEBER- PRAZO MÉDIO DE VENDAS (SERVIÇOS)	18,9
1.1 CONTAS A RECEBER- PRAZO MÉDIO DE VENDAS (SUPLEMENTOS TERMOGÊNICOS)	13,5
SUBTOTAL 1 + SUBTOTAL 1.1	32,4 dias
RECURSOS DE TERCEIROS NO CAIXA DA EMPRES	
2. FORNECEDORES-PRAZO MÉDIO DE COMPRAS	18
SUBTOTAL 2	18
<b>NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO EM DIAS (SUBTOTAL 1 – SUBTOTAL 2)</b>	<b>14,4 dias</b>

CAIXA MÍNIMO

1. Custo fixo mensal	13.073,18
2. Custo variável mensal	2.828,00
3. Custo total da empresa	15.901,18
4. Custo total diário	530,03
5. Necessidade líquida de capital de giro em dias	14,4 dias
6. Total- caixa mínimo	<b>7.632,43</b>



### Capital de giro

<b>INVESTIMENTOS FINANCEIROS</b>	<b>RS</b>	
A- ESTOQUE INICIAL	2.828,00	
B- CAIXA MÍNIMO	<b>7.632,43</b>	
<b>TOTAL DE CAPITAL DE GIRO (A+B):</b>		<b>10.460,43</b>

O estoque será para demonstrativo.

### 5.3 INVESTIMENTO PRÉ OPERACIONAL:

Despesas de legalização	
Alvará de funcionamento	R\$ 40,00
Registro da vigilância sanitária	R\$ 30,00
Registro da empresa na junta comercial	R\$ 172,00
Registro da marca	R\$ 355,00
Certificado do corpo de bombeiro	R\$ 134,22
CONFEF	R\$ 1.490,40
IPTU	R\$ 250,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 2.471,62</b>

OUTROS	
Aplicativo da empresa	R\$ 7.000,00
<b>Total:</b>	<b>R\$ 7.00,00</b>

Investimento pré-operacional	
Despesas de legalização	R\$ 2.471,62
Outras despesas	R\$ 7.000,00
<b>Total:</b>	<b>9.471,62</b>



#### **5.4 INVESTIMENTO TOTAL:**

INVESTIMENTOS FIXOS	62.160,73
CAPITAL DE GIRO	10.436, 96
INVESTIMENTO PRÉ OPERACIONAL	9.471,62
<b>TOTAL:</b>	<b>82.069,31</b>

FONTES DE RECURSO	VALOR(R\$)	%
RECURSOS PRÓPRIOS	R\$ 112.000,00	100%
RECURSOS DE TERCEIROS		
OUTROS		
<b>TOTAL:</b>	<b>R\$ 112.000,00</b>	<b>100%</b>

Cada sócio investirá r\$ 28.000,00 (vinte e oito mil)

#### **5.5 ESTIMATIVA DO FUTURAMENTO MENSAL DA EMPRESA E PROJEÇÃO DE VENDAS (PRODUTOS DE REVENDA)**

##### **SUPLEMENTOS TERMIGÊNICOS**

A projeção de vendas foi feita por base de informações coletadas de indivíduos que fazem uso dos produtos (PESQUISA DE CAMPO), tendo como dados retirados: quantidade consumida por dia, afim de elaborar a estimativa do faturamento mensal.

Contudo, a empresa em parceria com a distribuidora Mundo dos Suplementos localizada em Brasília DF irá vender suplementos termogênicos por encomenda.

Segue em forma de uma tabela ilustrativa a projeção de vendas dos suplementos:



ITENS	TEMPO EM MÉDIA DE DURAÇÃO (USO DIÁRIO)	CUSTO UNITÁRIO +FRETE/ PREÇO DE COMPRA	PREÇO DE VENDAS (ACRÉSCIMO DE 10% DO VALOR DO PRODUTO)	PROJEÇÃO DAS UNIDADES VENDIDAS POR MÊS	FATURAMENT O MENSAL ESTIMADO:
WHEY PROTEIN 100% PROBIOTICA 900G	30G/DIA= 30 DIAS	111,98+18,12= 130,10	13,01= 143,11	10	1431,10
CREATINE MAX (150G) MAX TITANIUM	15G/DIA= 10 DIAS	29,98+11,48= 41,46	4,11= 45,57	10	455,70
L-G GLUTAMINA (150G) MAX TITANIUM	15G/DIA= 10 DIAS	50,98+3,48=54,46	5,44= 59,90	10	599
FIRE BLACK CAFEÍNA (CAPS60). MAX TITANIUM	1CAPS/DIA = 60 DIAS	42,90+13,88= 56,78	5,67= 62,45	10	634,50
<b>TOTAL :</b>				<b>40 UNI</b>	<b>3110,30</b>



## 5.5.1 ESTIMATIVA DO FUTURAMENTO MENSAL DA EMPRESA

Descrição	Janeiro			Fevereiro			Março		
	Qtd.	Venda	Total	Qtd.	Venda	Total	Qtd.	Venda	Total
6 x por semana	8	R\$ 80,00	R\$ 640,00	9	R\$ 80,00	R\$ 720,00	7	R\$ 80,00	R\$ 560,00
5 x por semana	97	R\$ 70,00	R\$ 6.790,00	101	R\$ 70,00	R\$ 7.070,00	88	R\$ 70,00	R\$ 6.160,00
3 x por semana	151	R\$ 50,00	R\$ 7.550,00	157	R\$ 50,00	R\$ 7.850,00	138	R\$ 50,00	R\$ 6.900,00
2 x por semana	75	R\$ 30,00	R\$ 2.250,00	78	R\$ 30,00	R\$ 2.340,00	68	R\$ 30,00	R\$ 2.040,00
1 x por semana	23	R\$ 16,00	R\$ 416,00	24	R\$ 16,00	R\$ 384,00	21	R\$ 16,00	R\$ 336,00
<b>Total</b>	<b>354</b>		<b>R\$ 17.646,00</b>	<b>369</b>		<b>R\$ 18.364,00</b>	<b>322</b>		<b>R\$ 15.996,00</b>

Descrição	Abril			Maio			Junho		
	Qtd.	Venda	Total	Qtd.	Venda	Total	Qtd.	Venda	Total
6 x por semana	7	R\$ 80,00	R\$ 560,00	8	R\$ 80,00	R\$ 640,00	9	R\$ 80,00	R\$ 720,00
5 x por semana	84	R\$ 70,00	R\$ 5.880,00	96	R\$ 70,00	R\$ 6.720,00	102	R\$ 70,00	R\$ 7.140,00
3 x por semana	120	R\$ 50,00	R\$ 6.000,00	150	R\$ 50,00	R\$ 7.500,00	159	R\$ 50,00	R\$ 7.950,00
2 x por semana	65	R\$ 30,00	R\$ 1.950,00	75	R\$ 30,00	R\$ 2.250,00	79	R\$ 30,00	R\$ 2.370,00
1 x por semana	20	R\$ 16,00	R\$ 320,00	23	R\$ 16,00	R\$ 368,00	24	R\$ 16,00	R\$ 384,00
<b>Total</b>	<b>296</b>		<b>R\$ 14.710,00</b>	<b>352</b>		<b>R\$ 17.478,00</b>	<b>373</b>		<b>R\$ 18.564,00</b>

Descrição	Julho			Agosto			Setembro		
	Qtd.	Venda	Total	Qtd.	Venda	Total	Qtd.	Venda	Total
6 x por semana	9	R\$ 80,00	R\$ 720,00	8	R\$ 80,00	R\$ 640,00	8	R\$ 80,00	R\$ 640,00
5 x por semana	104	R\$ 70,00	R\$ 7.280,00	95	R\$ 70,00	R\$ 6.650,00	93	R\$ 70,00	R\$ 6.510,00
3 x por semana	160	R\$ 50,00	R\$ 8.000,00	148	R\$ 50,00	R\$ 7.400,00	145	R\$ 50,00	R\$ 7.250,00
2 x por semana	80	R\$ 30,00	R\$ 2.400,00	74	R\$ 30,00	R\$ 2.220,00	72	R\$ 30,00	R\$ 2.160,00
1 x por semana	24	R\$ 16,00	R\$ 384,00	22	R\$ 16,00	R\$ 352,00	22	R\$ 16,00	R\$ 352,00
<b>Total</b>	<b>377</b>		<b>R\$ 18.784,00</b>	<b>347</b>		<b>R\$ 17.262,00</b>	<b>340</b>		<b>R\$ 16.912,00</b>

Descrição	Outubro			Novembro			Dezembro		
	Qtd.	Venda	Total	Qtd.	Venda	Total	Qtd.	Venda	Total
6 x por semana	7	R\$ 80,00	R\$ 560,00	8	R\$ 80,00	R\$ 640,00	8	R\$ 80,00	R\$ 640,00
5 x por semana	86	R\$ 70,00	R\$ 6.020,00	90	R\$ 70,00	R\$ 6.300,00	92	R\$ 70,00	R\$ 6.440,00
3 x por semana	134	R\$ 50,00	R\$ 6.700,00	139	R\$ 50,00	R\$ 6.950,00	143	R\$ 50,00	R\$ 7.150,00
2 x por semana	67	R\$ 30,00	R\$ 2.010,00	69	R\$ 30,00	R\$ 2.070,00	71	R\$ 30,00	R\$ 2.130,00
1 x por semana	20	R\$ 16,00	R\$ 320,00	21	R\$ 16,00	R\$ 336,00	22	R\$ 16,00	R\$ 352,00
<b>Total</b>	<b>314</b>		<b>R\$ 15.610,00</b>	<b>327</b>		<b>R\$ 16.296,00</b>	<b>336</b>		<b>R\$ 17.112,00</b>

## 5.6 ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO (IMPOSTO):

### Serviços:

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho
Faturamento	R\$ 17.646,00	R\$ 18.364,00	R\$ 15.996,00	R\$ 14.710,00	R\$ 17.478,00	R\$ 18.564,00
Valor do Imposto	R\$ 1.058,76	R\$ 1.101,84	R\$ 959,76	R\$ 882,60	R\$ 1.048,68	R\$ 1.013,84
	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Faturamento	R\$ 18.784,00	R\$ 17.262,00	R\$ 16.912,00	R\$ 15.610,00	R\$ 16.296,00	R\$ 22.872,00
Valor do Imposto	R\$ 1.127,04	R\$ 1.035,72	R\$ 1.014,72	R\$ 936,60	R\$ 997,76	R\$ 1.372,32

### 5.6.1 SUPLEMENTOS TERMOGÊNICOS:

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho
Faturamento	R\$ 3.110,30	R\$ 3.110,30	R\$ 3.110,30	R\$ 3.110,30	R\$ 3.110,30	R\$ 3.110,30
Valor do Imposto	R\$ 155,51	R\$ 155,51	R\$ 155,51	R\$ 155,51	R\$ 155,51	R\$ 155,51
	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Faturamento	R\$ 3.110,30	R\$ 3.110,30	R\$ 3.110,30	R\$ 3.110,30	R\$ 3.110,30	R\$ 3.110,30
Valor do Imposto	R\$ 155,51	R\$ 155,51	R\$ 155,51	R\$ 155,51	R\$ 155,51	R\$ 155,51



## 5.7 APURAÇÃO DOS CUSTOS DAS MERCADORIAS VENDIDAS:

### 5.7.1 CUSTOS VARIÁVEIS

CMV DOS SUPLEMENTOS TERMOGÊNICOS AO MÊS

PRODUTO	ESTIMATIVAS DE VENDAS AO MÊS	CUSTO UNITÁRIO + FRETE (453,70)	CUSTO TOTAL AO MÊS:	CMV
WHEY PROTEIN 100% PROBIOTICA 900G	10	$111,98 + 18,12$ $= 130,10$	1.301,00	<b>130,10</b>
CREATINE MAX (150G) MAX TITANIUM	10	$29,98 + 11,48 =$ 41,46	414,60	<b>41,46</b>
L-G GLUTAMINA (1500G) MAX TITANIUM	10	$50,98 + 3,48 =$ 54,46	544,60	<b>54,46</b>
FIRE BLACK CAFEÍNA (CAPS60). MAX TITANIUM	10	$42,90 + 13,88 =$ 56,78	567,80	<b>56,78</b>

Conforme a projeção de vendas, o CMV é referente a todos os intervalos de tempo, não variando a sua quantidade de encomendas, e assim seguindo para todos os outros meses consecutivos.



## 5.8 ESTIMATIVAS DOS CUSTOS DE MÃO DE OBRA:

O setor operacional da empresa é ocupado pelo: Educador físico (funcionário terceirizado) trabalhará 6 horas por dia nos seguintes dias da semana: segunda a sexta-feira (alternando nos distintos turnos: matutino, vespertino e noturno), e nos sábados, sendo 4 horas seguidas no período matutino, prestando serviços para a empresa com um total de carga horária igual a 34 horas semanais em 6 dias da semana.

O funcionário de serviços gerais e atendente (receberão um pró-labore de 1045,00) e Gerente Administrativo (receberá um pró-labore de 2648,12) atuando de forma direta nas execuções e prestações dos serviços:

		PERSONAL TRAINING	GERENT E ADM (SÓCIO)	SERVIÇ O GERAIS (SÓCIO )	ATENDENT E (SÓCIO)	SÓCIO
SALÁRIO:		2.012,80				
INSS		9%= 181,15	11%= 291,30	11%= 115,00	11%= 115,00	11%= 115,00
13ª salário		167,73	220,68	87,12	87,12	87,12
Fração de férias		167,73	220,68	87,12	87,12	87,12
FGTS		8%= 161,02	8%= 211,85	8%= 83,64	8%= 83,64	8%= 83,64
PRÓ- LABOR E			2648,12	1.045,44	1.045,44	1.045,44
<b>TOTAL:</b>		<b>2.690,43</b>	<b>3.592,63</b>	<b>1.418,32</b>	<b>1.418,32</b>	<b>1.418,32</b>



## 5.9 ESTIMATIVA DE CUSTOS COM DEPRECIAÇÃO

ATIVOS FIXOS	VALOR DO BEM	VIDA ÚTIL EM ANOS	DEPRECIAÇÃO ANUAL	DEPRECIAÇÃO MENSAL
<b>EQUIPAMENTOS:</b>				
BICICLETA ERGOMÉTRICA	R\$ 4.399,00	5 ANOS	R\$ 879,80	R\$ 73,31
CADEIRA EXTENSORA	R\$ 3.980,00	5 ANOS	R\$ 786,00	R\$ 65,50
ESTEIRA	R\$ 3.420,00	5 ANOS	R\$ 684,00	R\$ 57,00
ESTAÇÃO DE MUSCULAÇÃO	R\$ 3.076,00	5 ANOS	R\$ 615,20	R\$ 51,26
ELÍPTICO CROSS TREINER	R\$ 1.824,00	5 ANOS	R\$ 364,80	R\$ 30,40
HACK MACHINE	R\$ 2.690,00	5 ANOS	R\$ 538,00	R\$ 44,83
LEG PRESS	R\$ 2.280,00	5 ANOS	R\$ 456,00	R\$ 38,00
PECKE DECK (PEITORAL DORSAL )	R\$ 2.945,00	5 ANOS	R\$ 589,00	R\$ 49,08
PÓLIA SIMPLES	R\$ 850,00	5 ANOS	R\$ 170,00	R\$ 14,16
REMADA COM CARGA	R\$ 2.890,00	5 ANOS	R\$ 578,00	R\$ 48,16
SIMULADOR DE ESCADA	R\$ 19.890,00	5 ANOS	R\$ 3.978,00	R\$ 331,50
NOTBOOK	R\$ 2.000,00	5 ANOS	R\$ 400,00	R\$ 33,33
IMPRESSORA	R\$ 865,00	5 ANOS	R\$ 173,00	R\$ 14,41
MÁQUINA DE CARTÃO	R\$ 298,80	5 ANOS	R\$ 59,76	R\$ 4,98
CAIXAS DE SOM	R\$ 294,95	5 ANOS	R\$ 58,99	R\$ 4,91
ARCONDICIONADO	R\$ 5.974,23	5 ANOS	R\$ 1.194,84	R\$ 99,57
<b>MÓVEIS E UTENSÍLIOS :</b>				
SUPORTE DE ANILHAS	R\$ 756,00	10 ANOS	R\$ 75,60	R\$ 6,30
COLCHONETES	R\$ 32,28	10 ANOS	R\$ 3,22	R\$ 0,26
KIT BARRAS DE HALTERES+ SUPINOS+ANILHAS	R\$ 122,50	10 ANOS	R\$ 12,25	R\$ 1,02
CADEIRA	R\$ 45,76	10 ANOS	R\$ 4,57	R\$ 0,38
BALANÇA ANTROPOMÉTRICA	R\$ 899,00	10 ANOS	R\$ 89,90	R\$ 7,49
APARELHO DE PRESSÃO	R\$ 58,32	10 ANOS	R\$ 5,83	R\$ 0,48
ADIPÔMETRO	R\$ 80,00	10 ANOS	R\$ 8,00	R\$ 0,66
MESA	R\$ 170,00	10 ANOS	R\$ 17,00	R\$ 1,41
ARMÁRIO PARA ESCRITÓRIO	R\$ 197,00	10 ANOS	R\$ 19,70	R\$ 1,64
BALCÃO COM EXPOSITOR	R\$ 630,00	10 ANOS	R\$ 63,00	R\$ 5,25
PURIFICADOR DE ÁGUA	R\$ 493,00	10 ANOS	R\$ 49,30	R\$ 4,10
<b>TOTAL:</b>	<b>R\$ 61.160,84</b>		<b>R\$ 11.873,76</b>	



## 5.10 ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSALIS

Descrição	Custo total mensal
Aluguel	R\$ 900,00
Água	R\$ 70,00
internet	100,00
Energia elétrica	R\$ 600,00
Honorários do contador	R\$ 481,91
Pró-labore	R\$ 5784,44
Manutenção dos equipamentos	R\$ 250,00
Salários + Encargo	R\$ 4753,58
Material de limpeza	R\$ 81,45
Material de escritório	R\$ 51,80
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 12.673,18</b>

## 5.11 Gasto com Estímulos para Funcionários:

Em Gastos com estímulos para funcionários serão feitos cursos online a cada trimestre tendo um investimento de 78,99 (pelo site: empresa a prova curso)

## 5.12 COMISSÕES SE CASO TIVER

Na fase inicial não se cobra comissão e a empresa Power fitness estará nessa fase inicial (de abertura), ou seja, não contará com comissões.



5.13RECEITAS:

MÊS	SERVIÇO	DINHEIRO (59%)	CARTÃO (41%)	PRODUTO	DINHEIRO (65%)	CARTÃO (35%)
JANEIRO	17.646,00	R\$ 10.411,14	R\$ 7.234,86	3.110,30	R\$ 2.021,69	R\$ 1.088,60
FEVEREIRO	18.364,00	R\$ 10.834,76	R\$ 7.529,24	3.110,30	R\$ 2.021,69	R\$ 1.088,60
MARÇO	15.996,00	R\$ 9.437,64	R\$ 6.558,36	3.110,30	R\$ 2.021,69	R\$ 1.088,60
ABRIL	14.710,00	R\$ 8.678,90	R\$ 6.031,10	3.110,30	R\$ 2.021,69	R\$ 1.088,60
MAIO	17.478,00	R\$ 10.312,02	R\$ 7.165,98	3.110,30	R\$ 2.021,69	R\$ 1.088,60
JUNHO	18.564,00	R\$ 10.952,76	R\$ 7.611,24	3.110,30	R\$ 2.021,69	R\$ 1.088,60
JULHO	18.784,00	R\$ 11.082,56	R\$ 7.701,44	3.110,30	R\$ 2.021,69	R\$ 1.088,60
AGOSTO	17.262,00	R\$ 10.184,58	R\$ 7.077,42	3.110,30	R\$ 2.021,69	R\$ 1.088,60
SETEMBRO	16.912,00	R\$ 9.978,08	R\$ 6.933,92	3.110,30	R\$ 2.021,69	R\$ 1.088,60
OUTUBRO	15.610,00	R\$ 9.209,90	R\$ 6.400,10	3.110,30	R\$ 2.021,69	R\$ 1.088,60
NOVEMBRO	16.296,00	R\$ 9.614,64	R\$ 6.681,36	3.110,30	R\$ 2.021,69	R\$ 1.088,60
DEZEMBRO	17.112,00	R\$ 10.096,08	R\$ 7.015,92	3.110,30	R\$ 2.021,69	R\$ 1.088,60
TOTAL:	204.734,00	R\$ 120.793,06	R\$ 83.940,94	37.323,60	R\$ 24.260,28	R\$ 13.063,20

Coluna1	Colunas2	Colunas3	Colunas4
DESCRIÇÃO DE RECEITAS COM CARTÕES			
	PRODUTO E SERVIÇO		
MÊS	DÉBITO (70%)	CRÉDITO (30%)	TOTAL
JAN	5.826,42	R\$ 2.497,03	R\$ 8.323,46
FEV	6.032,48	R\$ 2.585,35	R\$ 8.617,84
MAR	5.352,87	R\$ 2.294,08	R\$ 7.646,96
ABR	4.983,79	R\$ 2.135,91	R\$ 7.119,70
MAI	5.778,20	R\$ 2.476,37	R\$ 8.254,58
JUN	6.089,88	R\$ 2.609,95	R\$ 8.699,84
JUL	6.153,02	R\$ 2.637,01	R\$ 8.790,04
AGO	5.716,21	R\$ 2.449,80	R\$ 8.166,02
SET	5.615,76	R\$ 2.406,75	R\$ 8.022,52
OUT	5.248,09	R\$ 2.246,61	R\$ 7.488,70
NOV	5.438,97	R\$ 2.330,98	R\$ 7.769,96
DEZ	5.673,16	R\$ 2.431,35	R\$ 8.104,52



### 5.14 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS (DRE):

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maiο	Junho
<b>RECEITA OPERACIONAL BRUTA</b>						
Venda mensal	R\$ 20.756,30	R\$ 21.474,30	R\$ 19.106,30	R\$ 17.820,30	R\$ 20.588,30	R\$ 21.674,30
<b>(-) DEDUÇÃO DA RECEITA BRUTA</b>			R\$ 19.106,30	R\$ 17.820,30		R\$ 21.674,30
Imposto sobre venda sobre venda de serviço	R\$ 1.058,76	R\$ 1.101,84	R\$ 959,76	R\$ 882,60	R\$ 1.048,68	R\$ 1.013,84
Imposto sobre venda sobre venda de produto	R\$ 155,51	R\$ 155,51	R\$ 155,51	R\$ 155,51	R\$ 155,51	R\$ 155,51
CUSTOS VARIÁVEIS (CMV)	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00
<b>RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA</b>	R\$ 16.714,03	R\$ 17.388,95	R\$ 15.163,03	R\$ 13.954,19	R\$ 16.556,11	R\$ 17.676,95
(-) cartão de débito (1%)	R\$ 58,26	R\$ 60,32	R\$ 53,52	R\$ 49,83	R\$ 57,78	R\$ 60,89
(-) cartão de crédito (3,6%)	R\$ 89,89	R\$ 93,07	R\$ 82,58	R\$ 76,89	R\$ 89,14	R\$ 93,95
(-) Despesas fixas	<b>R\$ 12.102,63</b>	<b>R\$ 11.773,64</b>	<b>R\$ 11.773,64</b>	<b>R\$ 11.852,63</b>	<b>R\$ 11.773,64</b>	<b>R\$ 11.773,64</b>
<b>Resultado líquido do exercício</b>	R\$ 4.463,25	R\$ 5.461,92	R\$ 3.253,29	R\$ 1.974,84	R\$ 4.635,55	R\$ 5.748,47
Acumulado	R\$ 4.463,25	R\$ 9.925,17	R\$ 13.178,46	R\$ 15.153,30	R\$ 19.788,85	R\$ 25.537,32

	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
<b>RECEITA OPERACIONAL BRUTA</b>						
Venda mensal	R\$ 21.894,30	R\$ 20.372,30	R\$ 20.022,30	R\$ 18.720,30	R\$ 19.406,30	R\$ 20.222,30
<b>(-) DEDUÇÃO DA RECEITA BRUTA</b>	R\$ 21.894,30	R\$ 20.372,30		R\$ 18.720,30	R\$ 19.406,30	
Imposto sobre venda de produto	R\$ 155,51	R\$ 155,51	R\$ 155,51	R\$ 155,51	R\$ 155,51	R\$ 155,51
Imposto sobre venda serviço	R\$ 1.127,04	R\$ 1.035,72	R\$ 1.014,72	R\$ 936,60	R\$ 997,76	R\$ 1.026,72
CUSTOS VARIÁVEIS (CMV)	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00
<b>RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA</b>	R\$ 17.783,75	R\$ 16.353,07	R\$ 16.024,07	R\$ 14.800,19	R\$ 15.425,03	R\$ 16.212,07
(-) cartão de crédito (3,6%)	R\$ 94,93	R\$ 88,19	R\$ 86,64	R\$ 80,87	R\$ 83,91	R\$ 87,52
(-) cartão de débito (1%)	R\$ 61,53	R\$ 57,16	R\$ 56,15	R\$ 52,48	R\$ 54,38	R\$ 56,73
(-) Despesas fixas	<b>R\$ 11.852,63</b>	<b>R\$ 11.773,64</b>	<b>R\$ 11.773,64</b>	<b>R\$ 11.852,63</b>	<b>R\$ 11.773,64</b>	<b>R\$ 11.773,64</b>
<b>Resultado líquido do exercício</b>	R\$ 5.774,66	R\$ 4.434,08	R\$ 4.107,64	R\$ 2.814,21	R\$ 3.513,10	R\$ 4.294,18
Acumulado	R\$ 31.311,98	R\$ 35.746,06	R\$ 39.853,70	R\$ 42.667,91	R\$ 46.181,01	R\$ 50.475,19



## 5.15 FLUXO DE CAIXA:

Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho
<b>ENTRADAS</b>						
Saldo Inicial	R\$ 8.000,00					
Vendas	R\$ 20.756,30	R\$ 21.474,30	R\$ 19.106,30	R\$ 17.820,30	R\$ 20.588,30	R\$ 21.674,30
em dinheiro	R\$ 12.432,83	R\$ 12.856,45	R\$ 11.459,33	R\$ 10.700,59	R\$ 12.333,71	R\$ 12.974,45
debito	R\$ 5.826,42	R\$ 6.032,48	R\$ 5.352,87	R\$ 4.983,79	R\$ 5.778,20	R\$ 6.089,88
credito	R\$ 2.497,03	R\$ 2.585,35	R\$ 2.294,08	R\$ 2.135,91	R\$ 2.476,37	R\$ 209,95
<b>TOTAL DAS ENTRADAS</b>	<b>R\$ 28.756,30</b>	<b>R\$ 21.474,30</b>	<b>R\$ 19.106,30</b>	<b>R\$ 17.820,30</b>	<b>R\$ 20.588,30</b>	<b>R\$ 21.674,30</b>
<b>SAÍDAS</b>						
Custos Variáveis (CMV)	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00
Folha de pagamento	R\$ 7.797,24	R\$ 7.797,24	R\$ 7.797,24	R\$ 7.797,24	R\$ 7.797,24	R\$ 7.797,24
INSS a recolher	R\$ 817,45	R\$ 817,45	R\$ 817,45	R\$ 817,45	R\$ 817,45	R\$ 817,45
FGTS	R\$ 623,79	R\$ 623,79	R\$ 623,79	R\$ 623,79	R\$ 623,79	R\$ 623,79
IPU	R\$ 250,00					
estímulos para funcionários	R\$ 78,99			R\$ 78,99		
Receitas com cartão	R\$ 148,15	R\$ 153,39	R\$ 136,10	R\$ 126,72	R\$ 146,92	R\$ 154,84
Impostos s/ vendas	R\$ 1.214,27	R\$ 1.257,35	R\$ 1.115,27	R\$ 1.038,11	R\$ 1.204,19	R\$ 1.169,35
Aluguéis	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 900,00
Energia elétrica	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Água	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00
Internet Wi-Fi	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Manutenção de equipamentos	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Despesas Administrativas	R\$ 615,16	R\$ 615,16	R\$ 615,16	R\$ 615,16	R\$ 615,16	R\$ 615,16
<b>TOTAL DAS SAÍDAS</b>	<b>R\$ 16.293,05</b>	<b>R\$ 16.012,38</b>	<b>R\$ 15.853,01</b>	<b>R\$ 15.845,46</b>	<b>R\$ 15.952,75</b>	<b>R\$ 15.925,83</b>
<b>1 (ENTRADAS - SAÍDAS)</b>	<b>R\$ 12.463,25</b>	<b>R\$ 5.461,92</b>	<b>R\$ 3.253,29</b>	<b>R\$ 1.974,84</b>	<b>R\$ 4.635,55</b>	<b>R\$ 5.748,47</b>
<b>2 SALDO ANTERIOR</b>		<b>R\$ 12.463,25</b>	<b>R\$ 17.925,17</b>	<b>R\$ 21.178,46</b>	<b>R\$ 23.153,30</b>	<b>R\$ 27.788,85</b>
<b>3 SALDO TOTAL (1 + 2)</b>	<b>R\$ 12.463,25</b>	<b>R\$ 17.925,17</b>	<b>R\$ 21.178,46</b>	<b>R\$ 23.153,30</b>	<b>R\$ 27.788,85</b>	<b>R\$ 33.537,32</b>

Descrição	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
<b>ENTRADAS</b>						
Saldo inicial						
Vendas	R\$ 21.894,30	R\$ 20.372,30	R\$ 20.022,30	R\$ 18.720,30	R\$ 19.406,30	R\$ 20.222,30
Em dinheiro	R\$ 13.104,25	R\$ 12.206,27	R\$ 11.999,77	R\$ 11.231,59	R\$ 11.636,33	R\$ 12.117,77
Débito	R\$ 6.153,02	R\$ 5.716,21	R\$ 5.615,76	R\$ 5.248,09	R\$ 5.438,97	R\$ 5.673,16
Credito	R\$ 2.637,01	R\$ 2.449,80	R\$ 2.406,75	R\$ 2.246,61	R\$ 2.330,98	R\$ 2.431,35
<b>TOTAL DAS ENTRADAS</b>	<b>R\$ 21.894,30</b>	<b>R\$ 20.372,30</b>	<b>R\$ 20.022,30</b>	<b>R\$ 18.720,30</b>	<b>R\$ 19.406,30</b>	<b>R\$ 20.222,30</b>
<b>SAÍDAS</b>						
Custos Variáveis	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00	R\$ 2.828,00
Folha de pagamento	R\$ 7.797,24	R\$ 7.797,24	R\$ 7.797,24	R\$ 7.797,24	R\$ 7.797,24	R\$ 7.797,24
INSS a recolher	R\$ 817,45	R\$ 817,45	R\$ 817,45	R\$ 817,45	R\$ 817,45	R\$ 817,45
FGTS	R\$ 623,79	R\$ 623,79	R\$ 623,79	R\$ 623,79	R\$ 623,79	R\$ 623,79
estímulos para funcionários	R\$ 78,99			R\$ 78,99		
Receitas com cartão	R\$ 156,46	R\$ 145,35	R\$ 142,79	R\$ 133,35	R\$ 138,29	R\$ 144,25
Impostos s/ vendas	R\$ 1.282,55	R\$ 1.191,23	R\$ 1.170,23	R\$ 1.092,11	R\$ 1.153,27	R\$ 1.182,23
Aluguéis	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 900,00
Energia elétrica	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Água	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 70,00
Internet Wi-Fi	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Manutenção de equipamentos	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Despesas Administrativas	R\$ 615,16	R\$ 615,16	R\$ 615,16	R\$ 615,16	R\$ 615,16	R\$ 615,16
<b>TOTAL DAS SAÍDAS</b>	<b>R\$ 16.119,64</b>	<b>R\$ 15.938,22</b>	<b>R\$ 15.914,66</b>	<b>R\$ 15.906,09</b>	<b>R\$ 15.893,20</b>	<b>R\$ 15.928,12</b>
<b>1 (ENTRADAS - SAÍDAS)</b>	<b>R\$ 5.774,66</b>	<b>R\$ 4.434,08</b>	<b>R\$ 4.107,64</b>	<b>R\$ 2.814,21</b>	<b>R\$ 3.513,10</b>	<b>R\$ 4.294,18</b>
<b>2 SALDO ANTERIOR</b>	<b>R\$ 33.537,32</b>	<b>R\$ 39.311,98</b>	<b>R\$ 43.746,06</b>	<b>R\$ 47.853,70</b>	<b>R\$ 50.667,91</b>	<b>R\$ 54.181,01</b>
<b>3 SALDO TOTAL (1 + 2)</b>	<b>R\$ 39.311,98</b>	<b>R\$ 43.746,06</b>	<b>R\$ 47.853,70</b>	<b>R\$ 50.667,91</b>	<b>R\$ 54.181,01</b>	<b>R\$ 58.475,19</b>



## 5.16 BALANÇO PATRIMONIAL:

Balanco Patrimonial			
Ativo		Passivo	
Ativo Circulante		Passivo Circulante	
Saldo Inicial			
Caixa	R\$ 58.475,19		
banco e movimento	R\$ 32.367,55	13° e Férias	R\$ 1.299,54
<b>Não Circulante</b>			
Máquinas e Equipamentos	R\$ 59.284,63	Simples Nacional	R\$ 1.821,90
(-) Depreciação Acumulada	-R\$ 11.525,39		
Móveis e Utensílios	R\$ 2.876,10		
(-) Depreciação Acumulada	-R\$ 348,37		
Outros			
(-) Depreciação Acumulada			
Investimento Pré-operacionais	R\$ 9.471,62		
		Total do passivo	R\$ 3.121,44
		<b>Patrimônio Líquido</b>	
		Capital Social	R\$ 112.000,00
		LLE	R\$ 35.479,89
<b>Total</b>	<b>R\$ 150.601,33</b>	<b>Total</b>	<b>R\$ 150.601,33</b>

## 6.VIABILIDADE DO NEGÓCIO:

Tendo em vista a análise do plano de negócio referente a academia Power Fitness pode-se concluir que o negócio será viável dentro do município de Damianópolis-go.



## **7.REFERÊNCIA BIBLIOGRAFICA:**

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/rj/sebraeaz/conheca-o-sebrae-fitness-e-melhore-a-gestao-do-seu-negocio,42c1d3cec7310610VgnVCM1000004c00210aRCRD>

<https://blog.sistemapacto.com.br/o-mercado-fitness-no-brasil-segundo-o-ihrsa-global-report-2019/>

<https://www.confef.org.br/confef/resolucoes/458>

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/artigos/como-abrir-uma-academia-de-ginastica-em-minas-gerais,30d9830b6d199410VgnVCM2000003c74010aRCRD>

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/rj/sebraeaz/conheca-o-sebrae-fitness-e-melhore-a-gestao-do-seu-negocio,42c1d3cec7310610VgnVCM1000004c00210aRCRD>

<https://www.acadesystem.com.br/mercado/o-mercado-de-academias-em-2019/>

**LAS CASAS, A. L. Marcas. Marketing: Conceitos, Exercícios e Casos. 8. Ed. p. 192. São Paulo: Atlas, 2009.**

**LAS CASAS, A. L. Ciclo de Vida do Produto. Marketing: Conceitos, Exercícios e Casos. 8. Ed. p. 200. São Paulo: Atlas, 2009.**

**MAXIMIANO, A. Administração para empreendedores. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011**

**CHIAVENATO, Idalberto. Iniciação à sistemas, organização e métodos: SO&M. - Barueri, SP: Manole, 2010.**