

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL PROF. ARMANDO JOSÉ FARINAZZO CENTRO  
PAULA SOUZA

Luiz Augusto Rocha de Campos  
Nataly Silva Destefani de Brito  
Pedro Henrique Carmelo de Oliveira  
Rafaely Ribeiro da Silva  
Wesley de Lima Souza

FIT CENTER HAPPY NOW

Fernandópolis  
2019

Luiz Augusto Rocha de Campos  
Nataly Silva Destefani de Brito  
Pedro Henrique Carmelo de Oliveira  
Rafaely Ribeiro da Silva  
Wesley de Lima Souza

#### FIT CENTER HAPPY NOW

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção da Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de Técnico em Administração no Eixo Tecnológico de gestão e negócios, à Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, sob orientação do Professor Ricardo Antônio Leal Soares.

Fernandópolis  
2019

Luiz Augusto Rocha de Campos  
Nataly Silva Destefani de Brito  
Pedro Henrique Carmelo de Oliveira  
Rafaely Ribeiro da Silva  
Wesley de Lima Souza

FIT CENTER HAPPY NOW

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção da Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de Técnico em Administração, no Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios, à Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, sob orientação do Professor Ricardo Antônio Leal Soares.

Examinadores:

---

Examinador 1

---

Examinador 2

---

Examinador 3

Fernandópolis  
2019

## DEDICATÓRIA

A Deus em primeiro lugar e por conseguinte a todos que estiveram presentes nessa caminhada.

## AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos nossos professores que com muita dedicação nos guiaram para nos tornarmos profissionais.

## EPÍGRAFE

O sucesso nasce do querer, da determinação e persistência em se chegar a um objetivo. Mesmo não atingindo o alvo, quem busca e vence obstáculos, no mínimo fará coisas admiráveis." (José de Alencar)

## RESUMO

A Fit Center Happy Now é uma empresa que surgiu na intenção de unificar algumas das áreas de práticas físicas, esportivas e saudáveis em um único ambiente, trazendo assim, facilidade e acessibilidade para todos os públicos. Por ser um empreendimento não encontrado facilmente na região, rapidamente nos estabilizaríamos no mercado, conquistando a cada dia um maior número de clientes fiéis. Nosso estabelecimento fornece academia mista, feminina, aulas de zumba, lanchonete, nutricionista, fisioterapeuta e atendimento exclusivo dos nossos *personal trainers*. Através de uma pesquisa quantitativa identificamos que 90% das pessoas que responderam as pesquisas estariam interessados em frequentar nosso estabelecimento, nos deixando seguros quanto a viabilidade de nossa empresa. Isso nos mostra que o mercado está carente quando se fala em inovações na área *fitness*, e, como diferencial pensamos em uma revolução na mesma, onde o nosso público não é um cliente, mas sim, um amigo. Facilitaremos todo o processo feito pelas pessoas na procura do bem-estar físico e emocional, em um lugar que encontrarão profissionais qualificados e prontificados a ajudar em qualquer necessidade que envolva nossa área.

Palavras-chave: Esportivas. Saudáveis. Diferencial. Práticas Físicas.

Bem Estar.

## ABSTRACT

Fit Center Happy Now is a company that came up intending to unify some of the areas of physical, sporting and healthy practices in a single environment, thus making it easy and accessible for all audiences. Being a business not easily found in the region, we would quickly stabilize in the market, conquering every day a greater number of loyal customers. Our establishment provides mixed academy, feminine, Zumba classes, snack bar, nutritionist, physiotherapist and exclusive attendance of our personal trainers. Through a quantitative survey, we identified that 90% of respondents would be interested in attending our establishment, leaving us safe as to the viability of our company. This shows us that the market is lacking when talking about innovations in the fitness area, and as a differential, we think of a revolution in it, where our audience is not a customer, but a friend. We will open doors to all the processes done by the people in search of physical and emotional well-being, in a place that will find qualified professionals to assist in any need that involves our area.

Keywords: Sporting. Healthy. Differential. Physical Practices. Well-being.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 - Organograma .....	23
Figura 02 - Canvas .....	24
Figura 03 - Layout da empresa.....	29
Figura 04 - Demonstrativo de Pagamento.....	43
Figura 05 - Layout da empresa: Térreo .....	45
Figura 06 - Fachada da Empresa .....	51
Figura 07 - Rede Social: Facebook .....	52
Figura 08 - Rede Social: Instagram .....	53
Figura 09 - Aplicativo: Perfil de Usuário .....	53
Figura 10 - Aplicativo: Explorador.....	54
Figura 11 - Aplicativo: Contatos e Chat .....	54
Figura 12 - Chaveiro.....	55
Figura 13 - Shakeira (Coqueteleira) .....	56
Figura 14 - Camisetas masculina e feminina.....	56
Figura 15 - SWOT .....	57
Figura 16 - BCG .....	59
Figura 17 - Matriz CVP .....	60
Figura 18 - Logomarca .....	62
Figura 19 - Uniforme.....	62

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 - Pesquisa: Sexo .....	67
Gráfico 02 - Pesquisa: Faixa etária .....	67
Gráfico 03 - Pesquisa: Objetivo .....	68
Gráfico 04 - Pesquisa: Localização .....	68
Gráfico 05 - Pesquisa: Frequência .....	69
Gráfico 06 - Pesquisa: Motivação .....	69
Gráfico 07 - Pesquisa: Opinião .....	70
Gráfico 08 - Pesquisa: Opções .....	70
Gráfico 09 - Pesquisa: Viabilidade .....	71
Gráfico 10 - Pesquisa: Preço .....	71

## LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Equipamentos .....	74
Tabela 02 - Móveis e Utensílios .....	74
Tabela 03 - Estimativa de Estoque Inicial.....	75
Tabela 04 - Estimativa de Capital de Giro .....	75
Tabela 05 - Investimentos Pré-operacionais .....	76
Tabela 06 - Investimento Total .....	78
Tabela 07 - Estimativas de Faturamento da Happy Now .....	78
Tabela 08 - Custos com Serviços Oferecidos .....	79
Tabela 09 - Custos com Comercialização .....	80
Tabela 10 - Custos com Mão de Obra.....	80
Tabela 11 - Custos com Depreciação .....	80
Tabela 12 - Custos Fixos Mensais .....	81
Tabela 13 - D.R.E (Demonstrativo de Resultado do Exercício).....	81
Tabela 14 - Indicadores.....	82

## LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Fornecedor 1 .....	27
Quadro 02 - Fornecedor 2 .....	27
Quadro 03 - Fornecedor 3 .....	27
Quadro 04 - Fornecedor 4 .....	28
Quadro 05 - Fornecedor 5 .....	28
Quadro 06 - Cargo Personal Trainer .....	33
Quadro 07 - Cargo Atendente .....	33

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

SWOT - Strengths/ Weaknesses/ Opportunities/ Threats

BCG - Boston Consulting Group

CVP - Ciclo de Vida do Produto

LTDA - Sociedade Empresarial de Responsabilidade Limitada

ME - Micro Empresa

TPM - Total Productive Maintenance

DRE - Demonstrativo de Resultado do Exercício

CEP - Código de Endereçamento Postal

CNPJ - Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas PIS- Programa de Integração Social

PASEP - Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público

CLT - Consolidação das Leis de Trabalho

FGTS - Fundo de Garantia do Tempo de Serviço

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

RG - Registro geral

CPF - Cadastro de pessoas física

CNH - Carteira Nacional de Habilitação

## LISTA DE SÍMBOLOS

- : - Anuncia uma citação ou uma numeração;
- ( ) - Melhora a compreensão do texto escrito;
- , - Marca pequenas pausas;
- . - Pausa máxima da voz;
- ; - Separar orações coordenadas;
- “ - Realçar parte do texto;
- % - Indica porcentagem;
- ? - Interrogação;
- R\$ - Real;
- ... - Reticências;
- / - Criar um efeito de alternância de palavras na gramática;
- [ ] - Indica omissões de partes na transcrição de um texto;
- - Destacar algum elemento explicativo no interior da frase;
- 1, 2, 3 - Títulos e subtítulos;
- - Marcador.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>19</b>
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>20</b>
<b>1. Histórico</b> .....	<b>20</b>
<b>1.1. Missão</b> .....	<b>20</b>
<b>1.2. Visão</b> .....	<b>21</b>
<b>1.3. Valores</b> .....	<b>21</b>
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>22</b>
<b>2. Apresentação da Empresa</b> .....	<b>22</b>
<b>2.1. Dados da Empresa</b> .....	<b>22</b>
<b>2.2. Forma Jurídica</b> .....	<b>22</b>
<b>2.3. Enquadramento Tributário</b> .....	<b>22</b>
<b>2.4. Contrato Social</b> .....	<b>23</b>
<b>2.5. Organograma da Empresa</b> .....	<b>23</b>
<b>2.6. Canvas</b> .....	<b>24</b>
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>25</b>
<b>3. Prestação de Serviços</b> .....	<b>25</b>
<b>3.1. Fornecedores</b> .....	<b>25</b>
<b>3.1.1. Prospecção de Fornecedores</b> .....	<b>26</b>
<b>3.1.2. Política da Empresa com os Fornecedores</b> .....	<b>26</b>
<b>3.1.3. Fornecedores da Empresa</b> .....	<b>27</b>
<b>3.2. Layout</b> .....	<b>28</b>
<b>3.3. Método de Prestação de Serviços</b> .....	<b>29</b>
<b>3.4. Capacidade de Atendimento</b> .....	<b>29</b>
<b>3.5. Manutenção</b> .....	<b>30</b>
<b>3.5.1. Tipos de Manutenção</b> .....	<b>30</b>
<b>3.5.2. Política de manutenção da Empresa</b> .....	<b>31</b>
<b>3.6. Alianças Estratégicas</b> .....	<b>31</b>

<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>32</b>
<b>4. Gestão de Pessoas</b> .....	<b>32</b>
4.1. Planejamento de Recursos Humanos .....	32
4.2. Descrição de Cargos e Salários .....	33
4.3. Recrutamento .....	34
4.3.1. Recrutamento Interno .....	34
4.3.2. Recrutamento Externo .....	34
4.4. Seleção .....	35
4.5. Admissão .....	36
4.5.1. Contrato de Trabalho .....	37
4.5.1.1. Registro na CTPS .....	37
4.5.2. Exame médico admissional.....	38
4.6. Integração .....	38
4.6.1. Manual de Integração .....	39
4.7. Treinamento .....	39
4.7.1. Treinamento Operacional .....	39
4.7.2. Treinamento Técnico .....	40
4.8. Benefícios .....	40
4.8.1. Benefícios Sociais/Legais.....	40
4.8.2. Espontâneos .....	41
4.9. Remuneração.....	41
4.9.1. Remuneração básica e complementar .....	41
4.9.2. Folha de pagamento.....	42
4.9.3. Demonstrativo de pagamento/pró-labore.....	42
4.10. Avaliação de desempenho.....	43
4.11. Segurança no Trabalho.....	44
4.11.1. Mapa de Risco .....	44
4.11.2. NRs utilizadas na empresa .....	45
4.12. Qualidade de vida.....	46
4.13. Desligamento .....	46
4.14. Outsourcing .....	47
<b>CAPÍTULO V</b> .....	<b>48</b>
<b>5. Planejamento de Marketing</b> .....	<b>48</b>
5.1. Briefing.....	48

5.2. Definição do público alvo .....	49
5.3. O Composto de Marketing .....	49
5.3.1. Produto .....	50
5.3.2. Preço .....	50
5.3.3. Praça .....	50
5.3.4. Promoção .....	51
5.3.4.1. Relações com as mídias .....	52
5.3.4.2. Brindes .....	55
5.4. Análise do Ambiente .....	57
5.4.1. Análise SWOT .....	57
5.4.2. Matriz BCG .....	58
5.4.3. Matriz CVP .....	59
5.5. Análise dos Concorrentes .....	60
5.6. Definição de Objetivos e Metas .....	60
5.6.1. Objetivos .....	61
5.6.2. Metas .....	61
5.7. Definição de marca .....	62
5.7.1. Uniforme .....	62
5.8. Endomarketing .....	63
5.8.1. Motivação .....	64
5.8.2. Integração .....	64
5.8.3. Informação .....	64
5.9. Plano de fidelização .....	65
5.10. Estratégias de Pós-Vendas & Garantias .....	65
5.11. Marketing Social e Verde .....	65
6. Pesquisa de Mercado .....	66
CAPÍTULO VI .....	73
6.1.1. Resumo do investimento físico .....	73
6.2. Investimento Financeiro .....	75
6.2.1. Estimativa de investimentos .....	75
6.2.2. Total de investimento financeiro .....	76
6.3. Investimentos pré-operacionais .....	76
6.3.1. Legalização .....	76
6.3.2. Dependências Físicas .....	77

6.3.3. Divulgação e Treinamento .....	77
6.3.4. Outras Despesas .....	77
6.4. Estimativa do Investimento Total.....	77
6.5. Estimativa do faturamento mensal .....	78
6.5.1. Elaboração do preço de venda.....	78
6.6. Estimativa do custo com serviços .....	79
6.7. Estimativa de custos de comercialização .....	79
6.8. Estimativa de custos de mão-de-obra .....	80
6.9. Despesas com depreciação.....	80
6.10. Estimativa dos custos fixos mensais .....	81
6.11. Demonstrativo de resultados .....	81
6.12. Indicadores de viabilidade.....	82
6.12.1. Ponto de Equilíbrio.....	82
6.12.2. Lucratividade .....	82
6.12.3. Rentabilidade .....	82
6.12.4. Prazo de Retorno do Investimento .....	83
CAPÍTULO VII.....	84
7. Responsabilidade Social .....	84
7. Considerações Finais .....	84
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	85
ANEXOS .....	86

## INTRODUÇÃO

A fim de concluir o curso técnico em Administração na Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, como meio de finalização do curso, optou-se pela criação de uma empresa. Levando em conta todo conteúdo visto durante o curso colocamos em ação o que foi aprendido com a finalidade de obter-se conhecimentos práticos e realistas de acordo com o mercado empresarial.

Nossa empresa atuará no mercado de academias, fisioterapia e nutrição. Sendo assim denominada como um Centro *Fitness* (Fit Center).

Tendo sempre em mente a satisfação e o bem-estar de toda sociedade buscamos proporcionar na área de preparação físico e nutricional o melhor em qualidade.

## CAPÍTULO I

### 1. Histórico

A ideia surgiu com a união de cinco amigos, que tendo em vista a área de academias da cidade, perceberam a saturação de estabelecimentos deste setor e a falta de algo inovador. A partir dessa observação pensaram em algo que se destacaria neste segmento, surgindo assim a abertura de um centro físico e esportivo com acompanhamento nutricional e fisioterapêutico denominado aqui como Fit Center.

Baseando-se em análises e nas pesquisas realizadas, foi possível notar um grande interesse do público em relação a proposta de empresa feita com base na ideia apresentada, aumentando relativamente a viabilidade da abertura da empresa em si.

#### 1.1. Missão

Ferreira, *apud* Silva et al., (2011, p.26), propõe que “Podemos definir missão como a função ou poder que se confere a alguém para fazer algo, como um encargo, uma incumbência, uma obrigação, um compromisso, um dever a cumprir”.

O Fit Center tem como missão: Proporcionar aos nossos clientes e amigos uma melhor qualidade de vida, através da disponibilidade de local especializado para a prática de exercícios físicos com profissionais altamente qualificados, levando a sua satisfação e bem-estar.

## 1.2. Visão

Segundo Silva et al., (2011, p.22):

[...]A visão de futuro é o ponto de partida do planejamento estratégico. É o que se idealiza para a empresa. A declaração de visão das organizações deve ser construída com base nos seus valores, sonhos, desejos e ambições, para servir como norte aos esforços coletivos de seus colaboradores[...]

O Fit Center tem como visão: Ser referência regional em serviços fitness e atendimentos especializados nas áreas de fisioterapia e nutricionismo aliados a uma excelente saúde esportiva, oferecendo uma variedade de opções que vão além dos desejos do público alvo.

## 1.3. Valores

Joyce, *apud* Silva et al., (2011, p.23), destaca que “por valores são entendidas as crenças básicas, os ideais e ética que são levados em consideração por ocasião de toma de decisão na organização”.

Os valores que nosso Fit Center almeja alcançar a Felicidade por meio de realização:

- Excelência no atendimento;
- Produtos e serviços de qualidade;
- Confiança;
- Satisfação;
- Acessibilidade financeira.

## **CAPÍTULO II**

### **2. Apresentação da Empresa**

#### **2.1. Dados da Empresa**

Nossa empresa com a Razão Social de Fit Center Happy Now LTDA - ME está registrada na Junta Comercial do Estado de São Paulo, no entanto, atende pelo número de CNPJ 52.569.257/0002-02 e ao nome Fit Center Happy Now. Está localizada na Av. Getúlio Vargas n°: 500, Bairro Centro, Cidade de Fernandópolis- SP.

A Fit Center é uma empresa nos ramos de práticas e atividades físicas, sendo elas: academia, natação, zumba, fisioterapia, nutricionista etc.

#### **2.2. Forma Jurídica**

Segundo Rosa, (2013, p.22):” A forma jurídica determina a maneira pela qual ela será tratada pela lei, assim como o seu relacionamento jurídico com terceiros”

A partir de uma reunião com todos os investidores ficou decidido que a empresa terá como forma jurídica uma Sociedade de responsabilidade Limitada, onde todos os sócios investirão 20% de capital social. Tendo em vista que todos terão responsabilidades e obrigações decididas democraticamente, levando em conta que estes não terão seus bens vinculados a empresa.

#### **2.3. Enquadramento Tributário**

Após a emissão do CNPJ pela Junta Comercial foi efetivado o cadastro na Prefeitura Municipal de Fernandópolis como uma Sociedade Limitada com o enquadramento tributário do tipo Simples Nacional nomeada Microempresa, atuante no setor comercial e prestação de serviços.

## 2.4. Contrato Social

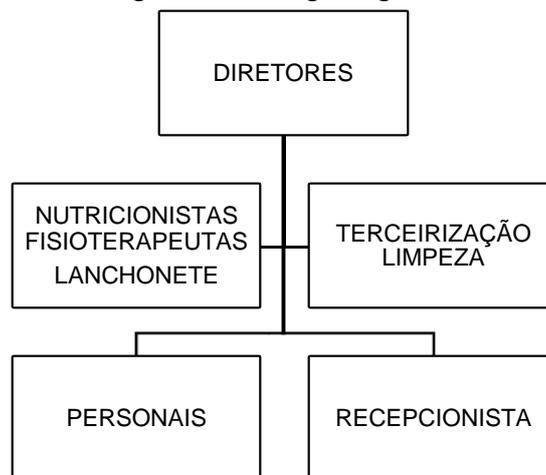
Segundo Mazzafera (2007, p.73) “Ele estabelece direitos e obrigações dos sócios e objeto da empresa. É chamada lei interna da sociedade empresarial.”

## 2.5. Organograma da Empresa

Segundo Alvarez (2010, p.107)

É o instrumento usado para configurar e estabelecer a estrutura formal de uma empresa ou de uma de suas partes em um determinado momento; é uma forma estática de configurar a empresa ou uma de suas partes.

Figura 01 - Organograma



Fonte: (Do próprio autor, 2019)

## 2.6. Canvas

Figura 02 - Canvas

<p><b>Parceiros Chave</b></p> <p>Parceria com a nossa distribuidora de equipamentos da academia. Produtos fisioterapêuticos e fornecedores alimentícios.</p>	<p><b>Atividades Chave</b></p> <p>Prestação de serviços fitness.</p>	<p><b>Oferta de valor</b></p> <p>Serviços fitness. Satisfação por meio da auto-realização e autoestima. Qualidade de vida.</p>	<p><b>Relacionamento com o cliente</b></p> <p>Aplicativo. Dia de experiência. Atendimento de qualidade.</p>	<p><b>Segmentos de Clientes</b></p> <p>Classe média e alta. Jovens e adultos. Pessoas que procuram o bem-estar físico.</p>
	<p><b>Recursos Chave</b></p> <p>Equipamentos de academia e serviços de nutrição e fisioterapia</p>		<p><b>Canais de vendas</b></p> <p>Site, redes sociais, aplicativo, próprio ponto de atendimento.</p>	
<p><b>Fonte de custos</b></p> <p>Equipamentos. Suplementos e alimentos. Pagamentos. Construção. Sistema Integrado e internet. Marketing.</p>		<p><b>Fontes de receitas</b></p> <p>Venda de <i>combos</i>. Vendas de alimentos, suplementos o próprio serviço prestado.</p>		

Fonte: (Do próprio autor, 2019)

## **CAPÍTULO III**

### **3. Prestação de Serviços**

Assim como esclarece o Código Civil Brasileiro (2002) prestação de serviços é toda forma de trabalho lícito, material ou não, que pode ser contratada mediante pagamento.

A prestação de serviços tem como objetivo fundamental satisfazer as necessidades dos clientes, lembrando em sempre oferecer serviços de qualidade por meio de treinamentos aos funcionários e gestores.

Segundo Kotler (2006, p. 397):

“[...] serviço é qualquer ato ou desempenho, essencialmente intangível, que uma parte pode oferecer a outra e que não resulta na propriedade de nada. A execução de um serviço pode estar ou não ligada a um produto concreto.”

A empresa Fit Center - Happy Now atua na prestação de serviços fitness através de equipamentos de qualidade e acompanhamento de profissionais de capacitados.

#### **3.1. Fornecedores**

Fornecedores são os membros e contribuintes de serviços e materiais para a produção, ou execução das atividades da empresa.

Fornecedor é uma pessoa jurídica ou física, que cumpre a atividade de comercialização de matéria-prima ou serviços.

Segundo o código de defesa do consumidor:

[...] Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

A Fit Center se não responsabiliza pelo transporte da matéria prima, deixando clara a total responsabilidade para a empresa fornecedora. Sendo o maior número deles localizados no estado de São Paulo.

### **3.1.1. Prospecção de Fornecedores**

A busca por fornecedores é de fundamental importância para o desenvolvimento e funcionamento da empresa. Considerando determinados fatores de seleção para cada um deles, atendendo as normas estabelecidas no manual de fornecedor da nossa empresa.

Serão utilizados como meio de busca de fornecedor: telefone; catálogos de fornecedores; pesquisa na junta comercial; consulta com concorrentes; pesquisa na internet.

### **3.1.2. Política da Empresa com os Fornecedores**

Formar um bom relacionamento com os fornecedores de equipamentos, por meio de uma conduta ética nas relações comerciais, onde haverá um sigilo.

Sigilo dos dados empresariais bem como das informações referentes a rotinas administrativas.

Prevalência do interesse institucional sobre os interesses particulares.

Contará com uma avaliação de fornecedores, que será feita com base em rígidos padrões de qualidade, capazes de garantir da entrega dos produtos no

prazo pré-determinado e serviços de alto padrão. Aplica-se a avaliação em todos os fornecedores de produtos que estão associados à nossa empresa.

### 3.1.3. Fornecedores da Empresa

As seguintes tabelas mostram os nossos principais fornecedores que estarão associados à nossa empresa.

Quadro 01 - Fornecedor 1

<b>Nome</b>	LION FITNESS® - Equipamentos Fitness
<b>Endereço</b>	Vicinal Camilo Sato KM 2,7Valentim Gentil - SP - 15520-000
<b>Tel.</b>	SAC (17) 3485-9080
<b>E-mail</b>	comercial@grupolion.com.br
<b>Site</b>	www.lionfitness.com.br
<b>Tipos de Insumo</b>	Equipamentos acadêmicos

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 02 - Fornecedor 2

<b>Nome</b>	Physicus - Equipamentos e Acessórios Esportivos
<b>Endereço</b>	Rodovia Feliciano Salles Cunha, Km 566 SP 310, Bairro Limoeiro • Cx. Postal 70 • CEP 15350-000 • Auriflama/SP
<b>Tel.</b>	17 3482.9500
<b>E-mail</b>	vendas@physicus.com.br
<b>Site</b>	www.physicus.com.br
<b>Tipos de Insumo</b>	Equipamentos e Acessórios Esportivos

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 03 - Fornecedor 3

<b>Nome</b>	Physicus - Equipamentos e Acessórios Esportivos
<b>Endereço</b>	Rodovia Feliciano Salles Cunha, Km 566 SP 310, Bairro Limoeiro • Cx. Postal 70 • CEP 15350-000 • Auriflama/SP

<b>Tel.</b>	17 3482.9500
<b>E-mail</b>	vendas@physicus.com.br
<b>Site</b>	www.physicus.com.br
<b>Tipos de Insumo</b>	Equipamentos e Acessórios Esportivos

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

#### Quadro 04 - Fornecedor 4

<b>Nome</b>	Paquetá Esportes
<b>Endereço</b>	R. São Joaquim, 26 - Centro, 26 - Centro Joinville/SC 89201-160 Endereço Loja Virtual: Rua Antônio Frederico Ozanan, 2601 Canoas - RS CNPJ: 01.098.983/0175-02
<b>Tel.</b>	(47) 3029-0390
<b>Site</b>	www.paquetaesportes.com.br
<b>Tipos de Insumo</b>	Equipamentos e Acessórios Esportivos

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

#### Quadro 05 - Fornecedor 5

<b>Nome</b>	MOVEMENT - Equipamentos Fitness
<b>Endereço</b>	Av. Industrial, 700 - Distrito Industrial Pompeia - SP, 17580-000
<b>Tel.</b>	0800 772 40 80 (14) 3405-5000
<b>E-mail</b>	falecom@movement.com.br
<b>Site</b>	www.movement.com.br
<b>Tipos de Insumo</b>	Equipamentos Fitness

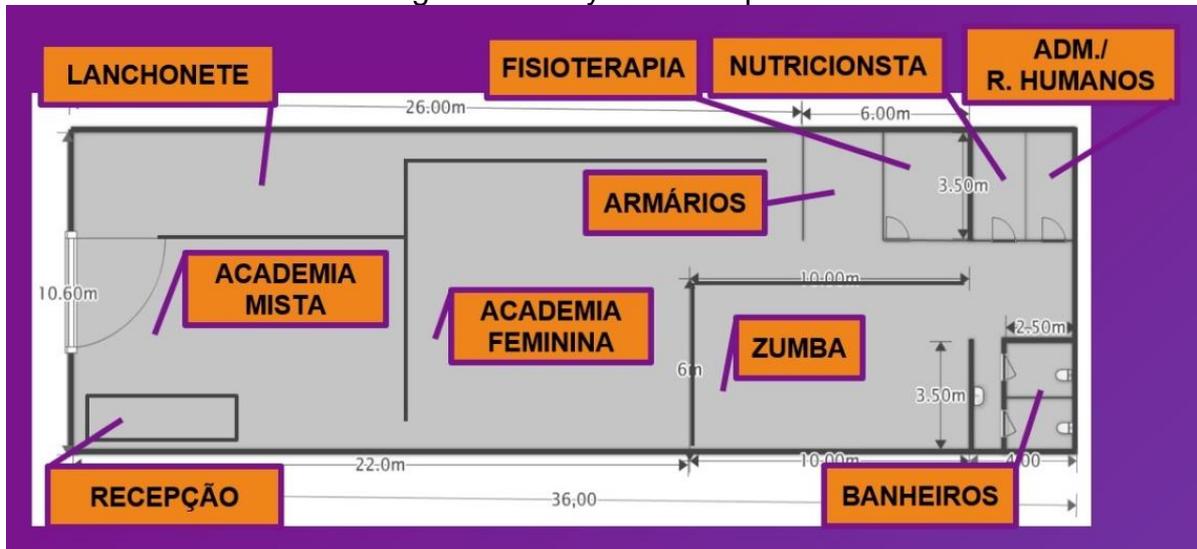
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

### 3.2. Layout

Segundo Paoleschi (2009) layout é o espaço físico da empresa, visando mantê-lo amplo e organizado. Neste espaço estão alocadas todas as atividades, tais

como, mão de obra, máquinas, administração, estoque e a movimentação dos colaboradores.

Figura 03 - Layout da empresa



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

### 3.3. Método de Prestação de Serviços

A Fit Center disponibiliza um espaço agradável para todos os clientes, que proporciona suporte para a prática de exercícios físicos, com monitoramento nutricional e fisioterapêutico juntamente ao auxílio de treinadores pessoais com o objetivo de proporcionar saúde, melhor autoestima e satisfação, em um ambiente de alta qualidade.

### 3.4. Capacidade de Atendimento

A capacidade máxima do Fit Center será de 1500 pessoas, independente do horário de funcionamento.

### **3.5. Manutenção**

Manutenção se refere preservação de bens e equipamentos, através de consertos e prevenções, possibilitando a redução de falhas e danos.

Manutenções são realizadas em intervalos frequentes ou quando algum equipamento é danificado.

Segundo Slack; Chambers; Johnston (2009, p.610) “Manutenção é como as organizações tentam evitar as falhas cuidando de suas instalações físicas. É uma parte importante da maioria das atividades de produção.”

Potenciais danos aos equipamentos poderiam acarretar perdas significativas nos lucros da empresa, tanto no que diz respeito a satisfação do cliente, quanto nos custos de manutenção.

#### **3.5.1. Tipos de Manutenção**

Existem algumas classificações de manutenção sendo elas, preventiva, preditiva, corretiva e a produtiva total (TPM).

- A preventiva é o tipo de manutenção feita quando algo a ser consertado ainda não possui nenhum problema, sendo assim evitando um problema futuro;
- A preditiva que também é conhecida como planejada é um acompanhamento constante, prevendo falhas entrando com a manutenção somente quando necessário;
- A manutenção corretiva é o fato de fazer a reparação em algo que já apresentou problemas;
- A manutenção total (TPM) é um tipo realizado por todos os colaboradores visando o controle total dos equipamentos para uma melhoria contínua e prevenções de falhas.

### 3.5.2. Política de manutenção da Empresa

A Fit Center deverá praticar a manutenção preventiva de três em três meses, para que não haja nenhum imprevisto desnecessário, além de um acompanhamento diário que deverá ser realizado pelos próprios funcionários, para que haja uma qualidade nos nossos serviços evitando maiores prejuízos.

Usaremos a manutenção preventiva em todos os nossos equipamentos com o intuito de evitar futuros problemas. E caso não seja possível evitar tal problema, optaremos pela manutenção corretiva.

### 3.6. Alianças Estratégicas

Segundo Porter, (1993)

[...] Aliança estratégica é a forma mais básica, simples e direta de um empreendimento cooperativo. Todas as variantes das alianças são construídas sobre a base operacional das alianças estratégicas. Os fundamentos para a operação de qualquer consórcio são os mesmos, independentemente da forma ou da natureza dos contratos legais. O tipo de contrato é determinado pela natureza do empreendimento assumido. [...]

Como forma de reduzir os custos ou para obter de renda, implantaremos um *Showroom* em nossa academia através de parcerias com fornecedores e fabricantes.

*Showroom* nada mais é do que a demonstração de equipamentos novos ou exclusivos de parceiros para nossos clientes.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. Gestão de Pessoas**

A Gestão de Pessoas trabalha em coordenar, incentivar e enaltecer as pessoas a atingirem as metas impostas, auxiliando-as a superar os desafios e empecilhos, as tornando competentes para executarem os seus serviços no ambiente de trabalho.

Nossa empresa deverá contar com profissionais qualificados e planejadores que visam o crescimento da empresa, bem como o crescimento profissional por meio de estratégias rigorosamente definidas.

Segundo Dessler (2005, p. 2):

Gestão de Pessoas refere-se às práticas e às políticas necessárias para conduzir os aspectos relacionados as pessoas no trabalho de gerenciamento, especificamente à contratação, ao treinamento, à avaliação, à remuneração e ao oferecimento de ambiente bom e seguro aos funcionários da empresa.

#### **4.1. Planejamento de Recursos Humanos**

Dessler (2005) diz que administração de pessoal ou administração de recursos humanos inclui atividades como recrutamento, seleção, treinamento, remuneração, avaliação e desenvolvimento.

## 4.2. Descrição de Cargos e Salários

Assim como diz Dessler (2005, p. 63):

[...] é o procedimento pelo qual determina as obrigações desses cargos e características das pessoas que devem ser contratadas para eles. A análise gera informações sobre os requisitos do cargo; essas informações são utilizadas para desenvolver a descrição do cargo [...]

Quadro 06 - Cargo Personal Trainer

<b>Título do Cargo</b>	Personal Trainer
<b>Descrição do Cargo</b>	Atua no acompanhamento dos clientes, para elaborar, preparar, e supervisionar treinamentos físicos.
<b>Escolaridade</b>	Graduação em educação física.
<b>Experiência Profissional</b>	Ter de 1 a 2 anos de experiência na área.
<b>Relacionamento Humano</b>	Estar sempre atento a todas as necessidades e relacionar com os clientes auxiliando-os no que eles precisarem.
<b>Conhecimentos necessários</b>	Conhecer todos os setores da empresa.
<b>Avaliações com monitoramento de um Personal Trainer.</b>	Serão realizadas provas de conhecimentos e capacidades e entrevista. Após se ingressar na empresa, será oferecido treinamentos profissionalizantes (Feitos por um profissional).

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 07 - Cargo Atendente

<b>Título do Cargo</b>	Atendente
<b>Descrição do Cargo</b>	Atendimento ao cliente, cadastramento / alterações na ficha pessoal dos alunos, atendimento telefônico, apresentação da academia para visitantes orientação/informações sobre valores dos pacotes/mensalidades.
<b>Escolaridade</b>	Ensino Médio Completo.
<b>Experiência Profissional</b>	Ter de 1 a 2 anos de experiência na área.
<b>Relacionamento Humano</b>	Estar sempre atento a todas as necessidades em relação aos pacotes entre outras coisas.
<b>Conhecimentos necessários</b>	Conhecer todos os setores da empresa.
<b>Provas ou testes a serem aplicados</b>	Será feita provas de conhecimentos na função e habilidades durante a entrevista.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

### **4.3. Recrutamento**

Recrutamento e seleção para Boog (2002) é exatamente onde se localiza agora uma das áreas estratégicas de maior importância para as organizações: o fornecimento dos talentos necessários para sobrevivência e para o crescimento da empresa.

O recrutamento para a Happy Now é o meio de encontrar pessoas talentosas e capacitadas, integrando essas pessoas ao nosso quadro de funcionários.

A necessidade em se realizar o recrutamento se deve a insuficiência de pessoal para realização de tarefas em nossa empresa.

#### **4.3.1. Recrutamento Interno**

Segundo Chiavenato (2005, p.113):

O recrutamento interno atua sobre os candidatos que estão trabalhando dentro da organização – isto é, funcionários – para promovê-los ou transferi-los para outra atividade mais complexa ou motivadora.

Recrutamento interno tem como intuito fornecer aos funcionários já existentes na empresa oportunidade de crescimento, no que diz sobre cargos, por meio de seleção, buscando averiguar perícia e aptidão necessária a tal função. Podendo ou não haver treinamento específico.

Nossa empresa pensa muito em nossos colaboradores e pretende implantar formas de recrutamento interno futuramente, quando nos estabilizarmos no mercado e tivermos infraestruturas e necessidades que demandem tal ação.

#### **4.3.2. Recrutamento Externo**

Segundo Lacombe (2012, p.87):

O recrutamento externo traz pessoas com novas experiências e percepções, e também novos conhecimentos, que podem colaborar para aperfeiçoar os procedimentos da empresa e para sensibilizar a administração para o ambiente externo e o mercado.

Para suprir demanda de novos cargos, eventualmente será realizado recrutamento externo, este sendo categorizado como a seleção de candidatos de fora para possíveis cargos abertos na empresa. Poderá ser realizado por meio de entrevista e/ou prova de aptidão.

Nossa empresa realizará o recrutamento externo, primeiramente pela divulgação de vagas e então selecionará os candidatos disponíveis.

#### **4.4. Seleção**

Lacombe (2012) diz que a seleção abrange o conjunto de prática e processos usados para escolher, dentre os candidatos disponíveis, aquele que parece mais adequado para a vaga existente.

Candidatos escolhidos no processo de seleção passarão por capacitação, ou seja, atenderão a cursos, palestras, treinamentos intensivos e dinâmicas a fim de atenderem as necessidades da empresa.

Para Profissionais de Fisioterapia e Nutrição o processo de seleção terá os seguintes quesitos:

- Cadastro regularizado nos conselhos regionais de cada área;
- Teste de aptidão e conhecimento na área de atuação;
- Buscar possível histórico profissional com o intuito de avaliar a qualidade de seu trabalho.

Para seleção de recepcionista, daremos prioridade a pessoas que fizeram curso técnico em secretariado, não sendo uma exigência, porém um preferencial.

## 4.5. Admissão

A admissão é definida por acordo entre empregador e colaborador, sendo que o colaborador se compromete a trabalhar por determinada quantidade de horas diárias e/ou noturnas para gozar de remuneração.

Ao admitir um colaborador a empresa se responsabiliza a cumprir todas as obrigações legais e o colaborador se compromete a cumprir todas as obrigações trabalhistas.

Estes são os documentos que são pedidos ao colaborador no momento da admissão:

- Original e cópia da Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS);
- Cópia do RG;
- Cópia do CPF;
- Título de eleitor para maiores de 18 anos;
- Comprovante de residência;
- Inscrição no PIS/Pasep;
- Cópia do comprovante de escolaridade;
- Registro profissional emitido pelo órgão de classe;
- Certidão de nascimento em caso de o trabalhador ser solteiro;
- Certidão de casamento no caso de o trabalhador ser casado;
- Declaração de concubinato na CTPS, no caso de a pessoa ser casada, para colocar o cônjuge como dependente;
- Certificado de alistamento militar ou reservista, para homens entre 18 e 45 anos;
- Atestado de Saúde Ocupacional (ASO): esse documento é emitido após a realização dos exames de admissão, que são de responsabilidade e custo do empregador. Eles devem ser repetidos com periodicidades que variam de acordo com idade, condições do colaborador e risco da profissão;
- Cópia de certidão de nascimento de filhos de até 21 anos;

- Cartão de vacinação dos filhos menores de sete anos e comprovante de frequência escolar dos filhos maiores de sete anos para o caso de salário-família;
- Caso haja atestado de invalidez dos filhos de qualquer idade;
- Fotos;
- CNH, no caso em que a profissão demande o trabalho com veículos.

#### **4.5.1. Contrato de Trabalho**

O contrato de trabalho é o vínculo jurídico entre empregador e empregado, onde o empregado oferece seus serviços em troca de remuneração.

Nesse documento estará exposto os direitos e deveres de cada uma das partes e será onde vão determinar se esse contrato será por tempo determinado (geralmente de 6 meses a 2 anos) ou indeterminado.

A Happy Now fará um período de experiência de 90 dias para só então contratar o funcionário por período indeterminado, tudo seguindo as normas da CLT.

##### **4.5.1.1. Registro na CTPS**

A Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS) é um registro que inclui informações a respeito da ocupação profissional do empregado e sua integração ao Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS). Elaborada pelo Decreto Lei 926/69.

Em seu tempo de serviço, o empregado possuidor da carteira de trabalho dispõe dos seguintes direitos contidos neste documento:

- Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);
- Aviso prévio;
- Abono salarial;
- Repouso semanal remunerado;

- Vale-transporte;
- Salário-família;
- Auxílio-doença;
- Faltas justificadas;
- 13º salário;
- Férias remuneradas;
- Seguro-desemprego;
- Horas extras;
- Adicional noturno;
- Intervalos;
- Licença maternidade ou paternidade.

A empresa Fit Center- Happy Now operará permanentemente conforme a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT).

#### **4.5.2. Exame médico admissional**

É um exame médico feito ao colaborador antes do início dos seus trabalhos na empresa. Ele serve para evidenciar o estado de saúde do mesmo seja física ou psicológica antes dele começar a trabalhar, podendo também definir se o empregado está apto para efetuar a função para o qual foi contratado.

É obrigatório e pode evitar problemas futuros tanto para o empregado tanto para o empregador, é uma forma de proteção ao colaborador.

A Fit Center Happy Now irá realizar seus exames admissionais na empresa SOS (Medicina ocupacional e Segurança do trabalho). Localizada na Av. José Camargo Arruda, 433 - Bairro Coester, Fernandópolis - SP, 15600-000.

#### **4.6. Integração**

É um processo no qual a empresa executa para implementar os colaboradores recém-chegados, guiando-lhes nas atitudes e nos meios propostos pela empresa para alcançar o melhor resultado possível.

Tem como objetivo consolidar o vínculo formado entre os funcionários, melhorando as atividades em conjunto, acrescentando ações para o máximo de retorno possível para a empresa.

#### **4.6.1. Manual de Integração**

É um manuscrito que será entregue ao novo colaborador, no qual este contém dados sobre a cultura e o funcionamento da empresa em todos os âmbitos. O manual de integração tem como objetivo auxiliar o funcionário selecionado a compreender o regulamento e as diretrizes internas da empresa.

#### **4.7. Treinamento**

Segundo Boog (2002, p.123) “O treinamento deve estar alinhado com o estágio de evolução do negócio. Alguns autores definem o estágio de evolução de uma empresa em quatro aspectos: embrionário, crescimento, maturidade e declínio.”

##### **4.7.1. Treinamento Operacional**

É o encargo da regulamentação de procedimentos e técnicas de manufatura em indústrias, fazendo-se primordial o alcance da qualificação, eficácia e do rendimento.

#### **4.7.2. Treinamento Técnico**

A Fit Center- Happy Now não irá operar com o treinamento técnico, visto que não possuímos a utilidade da mão-de-obra em aparelhos.

#### **4.8. Benefícios**

Benefícios são gratificações intangíveis ao colaborador, por meio de retribuição pela sua ocupação dentro do ambiente de trabalho.

De acordo com Lacombe (2012) Além do salário, as empresas concedem benefícios, monetários ou não. Ao se fazer uma comparação de valores pagos, deve-se considerar a remuneração mais os benefícios não monetários e não apenas o salário.

A Happy Now seguirá as normas da CLT, no que diz sobre benefícios.

##### **4.8.1. Benefícios Sociais/Legais**

De acordo com a Consolidação das Leis do Trabalho, são exigidos os benefícios a seguir:

- Descanso semanal remunerado;
- Décimo terceiro salário;
- Férias remuneradas;
- Vale-Transporte;
- FGTS (Fundo de Garantia por Tempo de Serviço);
- Licença-maternidade /paternidade;
- Salário família;
- Contribuição para previdência social.

Também existem outros variáveis benefícios que as organizações podem oferecer aos seus colaboradores, como exemplo são os planos médicos, odontológicos e cestas básicas. Porém estes benefícios não são definidos como obrigatórios pela CLT. É importante evidenciar que por meio das Convenções Coletivas do Trabalho, podem fazer-se alguns destes benefícios obrigatórios.

A Fit Center Happy Now prosseguirá juntamente de acordo com as normas da CLT, realizando e respeitando os benefícios estabelecidos por ela.

#### **4.8.2. Espontâneos**

Os benefícios espontâneos não são exigíveis por lei, modaliza de acordo com a organização se ela pretende ou não a oferecê-los.

Podem ser eles: bonificação monetária, bolsas de estudo, horário versátil e até mesmo empréstimos.

#### **4.9. Remuneração**

Chiavenato (2005) afirma que a remuneração é uma recompensa concedida ao funcionário em troca de seu esforço e dedicação ao desenvolvimento de suas tarefas referentes à empresa. A forma que é paga a remuneração pode ser feita tanto pelo salário mensal, como através de benefícios ou incentivos, podendo ser bens não tangíveis.

##### **4.9.1. Remuneração básica e complementar**

A remuneração mínima da Fit Center – Happy Now será baseada de conforme for o piso salarial da categoria do funcionário e sempre respeitando as normas da CLT.

#### **4.9.2. Folha de pagamento**

Todos os meses a Fit Center – Happy Now entregará junto com o pagamento o holerite onde será exposto: nome do funcionário; cargo; valor de remuneração; hora extra; adicionais caso ele tenha; entre outros proventos e os descontos legais. Obedecendo as leis (art. 225 do Decreto 3048/1999); a empresa é obrigada a elaborar mensalmente a folha de pagamento da remuneração paga devida ou creditada a todos os segurados a seu serviço, devendo manter em cada estabelecimento, uma via da respectiva folha e recibos de pagamento.

#### **4.9.3. Demonstrativo de pagamento/pró-labore**

Figura 04 - Demonstrativo de Pagamento

EMPREGADOR		Recibo de Pagamento de Salário			
Nome		Referente ao Mês / Ano			
Endereço					
CNPJ					
CODIGO	NOME DO FUNCIONARIO	CBO	FUNÇÃO		
00078			VENDEDOR (A)		
Cód.	Descrição	Referência	Proventos	Descontos	
001	SALARIO BASE	220:00			
400	COMISSAO				
420	REPOUSO REMUNERADO		0,00		
903	INSS			0,00	
MENSAGENS			Total dos Vencimentos	Total dos Descontos	
			0,00	0,00	
			Liquido a Receber->	0,00	
Salário Base	Base Calc. INSS	Base Calc. FGTS	FGTS do Mês	Base Calc. IRRF	Faixa IRRF
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0

1ª VIA - EMPREGADOR

DECLARO TER RECEBIDO A IMPORTANCIA LIQUIDA DISCRIMINADA NESTE RECIBO.

ASSINATURA DO FUNCIONARIO

DATA

Fonte: (Manual de TCC).

#### 4.10. Avaliação de desempenho

A Happy Now deseja oferecer o melhor aos nossos clientes, assim sendo nossos colaboradores são uma parte de extrema importância. Há necessidade em se manter um nível de qualidade de nossos serviços, pensando desta forma procuramos medidas que proporcionem aos diretores e os próprios colaboradores *feedback* sobre o desempenho individual e coletivo.

Nossos colaboradores possuíram uma planilha de autoavaliação onde registrarão cada atendimento, as dificuldades associadas e possíveis melhorias. Da mesma forma os diretores serão responsáveis por avaliar a equipe.

Utilizando tal medida será possível identificar com antecedência qualquer dificuldade, os pontos fortes e fracos de nosso atendimento, além de possibilitar uma melhor adaptação dos recursos humanos.

## **4.11. Segurança no Trabalho**

A Segurança no Trabalho é composta de regras e medidas adotadas para a redução de acidentes no trabalho, redução de doenças e a proteção da integridade do trabalhador no decorrer de sua função.

Segundo Chiavenato (2005, p.437):

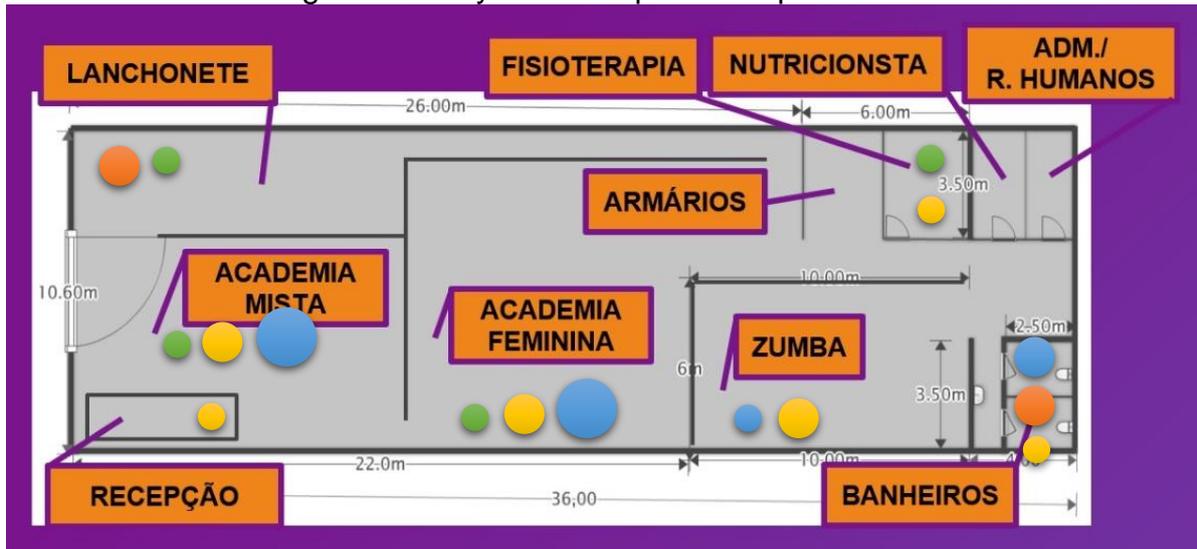
A segurança no trabalho está relacionada com a prevenção de acidentes e com a administração de riscos ocupacionais. Sua finalidade profilática no sentido de antecipar-se para que os riscos de acidentes sejam minimizados.

A Happy Now acredita que um ambiente seguro e agradável é de fundamental importância no desenvolvimento da empresa, dessa forma, garantiremos treinamentos de segurança e medidas para a prevenção de acidentes e incêndios.

### **4.11.1. Mapa de Risco**

É uma representação gráfica das áreas que apresentam riscos no ambiente de trabalho. O Mapa de Risco é baseado no layout da empresa Happy Now e deve ser usado como referência pelos funcionários e clientes.

Figura 05 - Layout da empresa: Mapa de risco



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

-  **Risco ergonômico:** peso, postura inadequada.
-  **Risco de acidentes:** arranjo físico, equipamentos com eletricidade.
-  **Risco biológico:** fungos, bactérias.
-  **Risco físico:** ruído, calor;

O tamanho das bolhas representando os riscos determina o grau de periculosidade de algo acontecer.

#### 4.11.2. NRs utilizadas na empresa

As NRs (normas regulamentadoras) são um método relacionado a segurança do trabalho que é obrigatoriamente exigido pela empresa.

A Empresa Fit Center Happy Now utilizará as seguintes NRs:

- NR 07 - Programas de Controle Médico de Saúde Ocupacional
- NR 10 - Segurança em Instalações e Serviços em Eletricidade
- NR 12 - Máquinas e Equipamentos
- NR 17 - Ergonomia
- NR 01 - Disposições Gerais

#### **4.12. Qualidade de vida**

A qualidade de vida no trabalho está associada a um composto de atividades exercidas por uma empresa tendo em vista elevar o nível de satisfação de seu empregado e progredir seu desenvolvimento em todos os âmbitos.

Segundo Chiavenato (2005, p.449):

[...] refere-se à preocupação com o bem-estar geral e a saúde dos trabalhadores no desempenho de suas tarefas. [...] envolve tanto os aspectos físicos e ambientais, como os aspectos psicológicos do local de trabalho.

Auxiliar na qualidade de vida é um cuidado de todos os membros de uma organização, da mesma forma que todos podem se beneficiar com os rendimentos obtidos.

A Fit Center Happy Now irá incorporar a qualidade de vida no trabalho, visando trazer resultados positivos a respeito do seu desempenho, estimulando maneiras de aprimorar o funcionamento e retribuindo a atividades exercidas de modo eficiente.

#### **4.13. Desligamento**

De acordo com [www.salariobr.com.br](http://www.salariobr.com.br) alega que o desligamento é decidido em seguida a uma análise do colaborador pela sua atividade dentro da empresa. Com o fim de que seja realizado o desligamento, primeiramente é efetuada uma entrevista com o empregado, onde é discutido o seu ponto de visto de acordo com o gerenciamento, e sua conduta.

Antecedentemente ao desligamento de funcionário, a Fit Center Happy Now irá realizar uma entrevista de desligamento, com o propósito de coletar as

opiniões sobre a gestão de nossa empresa. Buscando sempre maneiras de fazer futuras melhorias.

#### **4.14. Outsourcing**

Segundo Chiavenato; Sapiro (2010, p. 191). “É uma estratégia de transferir para terceiros o máximo possível de atividades e processos que compõem o produto final ou serviços oferecidos pela organização.”

Outsourcing é termo em inglês para referenciar subcontratação e terceirização.

Terceirização é contratação de empresa especializada para execução de determinadas tarefas/atividades que são de menor valor hierárquico empresarial dentro de outra empresa. Como exemplo é possível citar a limpeza e a segurança.

A Happy Now contará com alguns serviços de terceirização, que são:

- Serviços de Fisioterapia;
- Serviços de Nutrição;
- Serviços de Lanchonete;

## CAPÍTULO V

### 5. Planejamento de Marketing

O planejamento de marketing é direcionado a definição do negócio, no qual detalha a sua estratégia de divulgação voltada a uma marca, a um produto ou serviço, facilitando a execução das metas e dos objetivos.

Segundo Kotler; Keller (2006, p.59):

[...] resume o que o profissional de marketing sabe sobre o mercado e que indica como a empresa planeja alcançar seus objetivos. Contém diretrizes táticas para os programas de marketing e para a alocação de fundos ao longo do período do planejamento.

#### 5.1. Briefing

O *briefing* é um composto de referências em relação a uma certa organização ou marca. É preciso possuir uma boa estrutura pois é um elemento primordial ao avanço de uma atividade sem ocasionar desentendimentos ou pontos de vista equivocados.

A Fit Center é um estabelecimento que proporciona suporte para a prática de exercícios físicos com monitoramento nutricional, fisioterapêutico, personal trainers e acompanhamento por aplicativo de celular. Ou seja, tem como objetivo de proporcionar saúde e uma melhor autoestima.

A Fit Center Happy Now foi instituída no ano de 2019, decorrente de um estudo no mercado fitness da região onde foi identificado a falta de inovação na área e a quantidade massiva de academias com o mesmo aspecto.

Localizada na Av. Getúlio Vargas, 555-515 - Jardim Santa Helena, Fernandópolis-SP, com razão social de FIT CENTER HAPPY NOW LTDA, no qual enquadra-se no Simples Nacional.

Irá funcionar de segunda a sexta das 8:00 horas até as 24:00 horas e aos sábados das 8:00 horas até as 18:00 horas.

## 5.2. Definição do público alvo

Segundo Gabriel (p.109,2010):

[...] Apesar de “público-alvo” continuar sendo o consumidor que pretendemos alcançar e converter para nossos objetivos de marketing no cenário digital que se apresenta, o público-alvo é mais apenas alvo, mais passou a ser mídia gerador de mídia.

A Fit Center Happy Now será voltada para pessoas que estão à procura de práticas saudáveis e a busca pela realização de hábitos *fitness*.

Ele será voltado para o público jovem e idosos já que eles são os que mais se interessariam pelos nossos serviços, mas com a capacidade de atender outros públicos.

## 5.3. O Composto de Marketing

O composto de marketing é um instrumento utilizado por uma organização para conseguir informações que deseja no mercado. É constituído pelos 4 P's na qual dirige a procura com destino em seu produto ou serviço.

Para Kotler e Armstrong (1993, p. 29) o composto de marketing é:

“O grupo de variáveis controláveis de marketing que a empresa utiliza para produzir a resposta que deseja no mercado-alvo [...] consiste em ações que a empresa pode fazer para direcionar a demanda para seu produto”.

### **5.3.1. Produto**

Determina-se produto ou serviço com uma realização da venda que a organização faz a comunidade sendo ele físico ou intangível.

Segundo Parentoni (2007, p.74) produto é "combinação de bens e serviços oferecidos pela empresa para os consumidores".

A Fit Center Happy Now é uma organização operante área de academias que proporciona pacotes de serviços fitness e alimentação (sucos e vitaminas), visando sempre a importância do serviço prestado e retornando a satisfação do seu público.

### **5.3.2. Preço**

É a quantia (em dinheiro) que possui determinado produto ou serviço designados pela empresa, levando em conta todos os fatores que levam a decisão final do mesmo.

Parentoni (2007, p. 74) define preço como "a quantidade de dinheiro ou outros recursos que os consumidores têm de pagar para obter um produto".

Os pacotes diferenciam de acordo com a necessidade de nossos clientes, os preços vão variar de R\$60,00 (o mais básico) até R\$120,00 (o mais alto).

### **5.3.3. Praça**

Adota métodos de relação com o cliente final e sua conexão com a empresa, pelo meio da utilização do marketing para tal atividade.

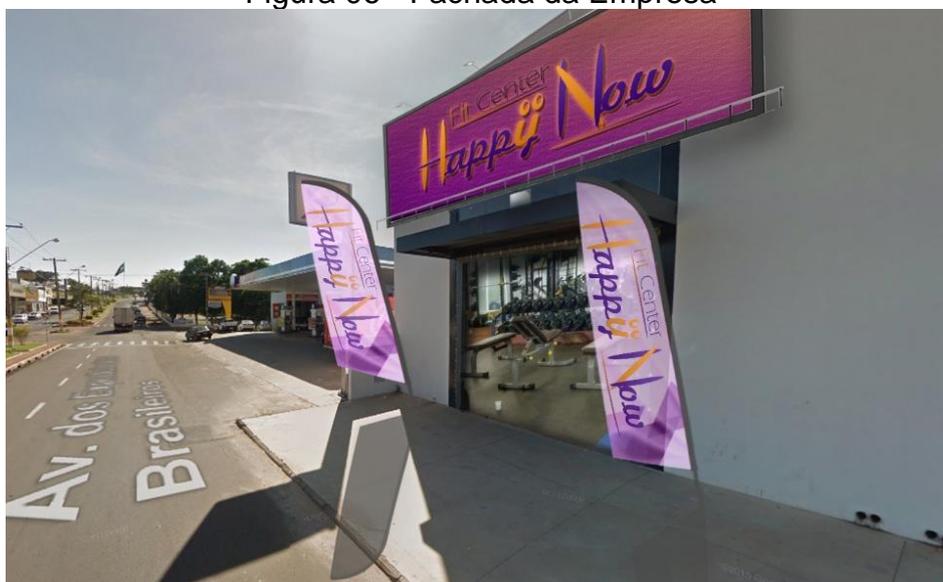
Segundo Parentoni (2007, p. 87) praça se caracteriza:

Como e onde um produto está disponível influencia se o consumidor irá ou não encontrá-lo. Se um produto estiver amplamente disponível, ele entrará no conjunto considerado de mais consumidores. Os canais pelos quais um produto é oferecido também influencia a percepção do consumidor sobre a imagem do produto.

A Fit Center Happy Now estará localizada na Av. dos Expedicionários Brasileiros, 285 - Jardim Santa Helena, Fernandópolis-SP.

Será um espaço contendo academia física, piscina, vestiário, lanchonete, a loja de roupas e acessórios *fitness*, zumba e a academia exclusiva para as mulheres, nutricionista e fisioterapeuta.

Figura 06 - Fachada da Empresa



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

#### 5.3.4. Promoção

É a maneira usada por uma empresa com o objetivo de aproximar o público alvo por meio de divulgações, descontos, promovendo o produto ou o serviço prestado.

Parentoni (2007, p. 74) afirma que promoção é: "como os profissionais de marketing informam, convencem e lembram os clientes dos produtos".

A estratégia de promoção adotada pela nossa empresa será:

- Casal Feliz (Caso um casal decida adquirir algum dos pacotes juntos terão um desconto de 15% na mensalidade total deles);
- Os meios de divulgação a serem usados serão, principalmente as mídias sociais (Como Facebook e Instagram).
- Traga um amigo para conhecer a academia durante 2 dias e ganhe 5% de desconto;
- Após frequentar 3 meses a nossa academia o cliente ganhará uma coqueteleira e com 6 meses ela ganhará uma camiseta personalizada da nossa academia.

### 5.3.4.1. Relações com as mídias

Figura 07 - Rede Social: Facebook



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Figura 08 - Rede Social: Instagram



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Figura 09 - Aplicativo: Perfil de Usuário



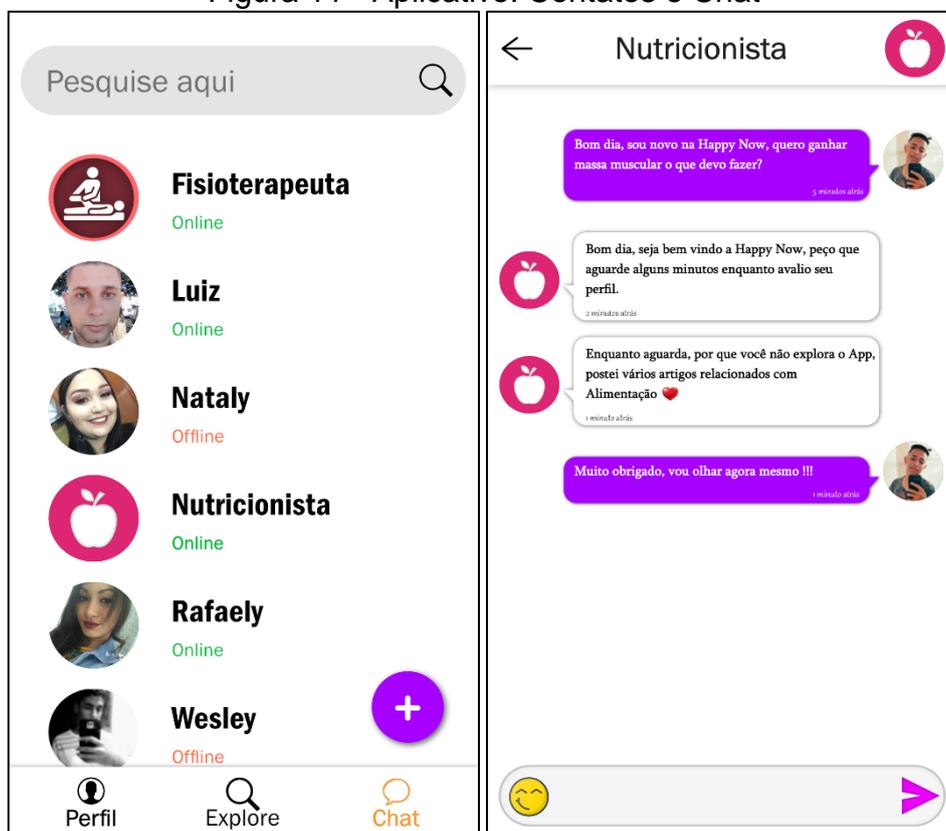
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Figura 10 - Aplicativo: Explorador



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Figura 11 - Aplicativo: Contatos e Chat



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

O aplicativo da Happy Now tem como finalidade aproximar os clientes com a nossa empresa.

Cada cliente terá um Perfil no qual será possível acompanhar seu desempenho, além disso, será possível visualizar os artigos que o nutricionista e fisioterapeuta postarem, acessível na guia: explore.

As propagandas também serão exibidas junto com os artigos, e serão identificadas com uma pequena aba roxa e uma estrela amarela na parte superior direita da propaganda.

Na guia Chat, estará disponível a lista de contatos gerenciável, ao tocar em um contato abrirá a tela de conversação.

#### 5.3.4.2. Brindes

Figura 12 - Chaveiro



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Figura 13 - Shakeira (Coqueteleira)



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Figura 14 - Camisetas masculina e feminina



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Com intenção de motivar o cliente a se manter na Happy Now e como um meio de divulgação para nossa empresa, daremos brindes ao cliente conforme o tempo frequentado. Determinando assim:

- No momento do cadastro o cliente receberá o chaveiro;
- Após 3 meses o cliente ganhará uma shakeira;
- Após 6 meses o cliente ganhará uma camiseta.

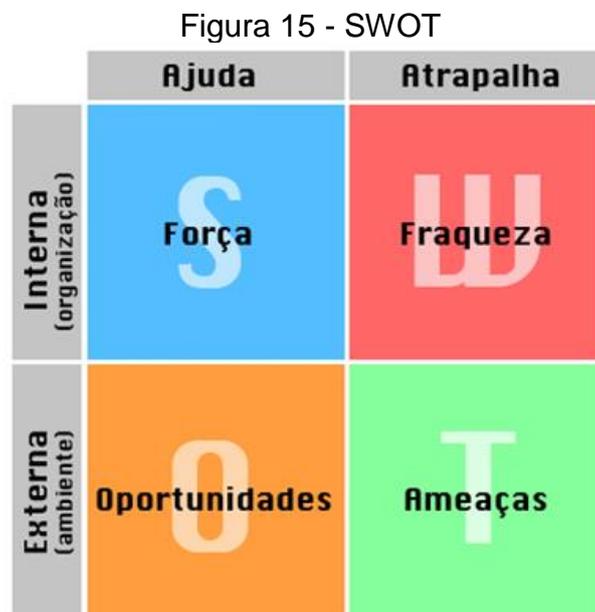
## 5.4. Análise do Ambiente

A análise do ambiente tem como objetivo avaliar a empresa perante os seus concorrentes, o mercado ao qual opera, as leis, a economia etc. É de fundamental importância para identificar possíveis problemas, ou até mesmo encontrar novas oportunidades para o crescimento da empresa.

### 5.4.1. Análise SWOT

Segundo Zenone (p.48,2007) “O termos SWOT vem do inglês e representa as iniciais das palavras *Strengths* (forças), *Weaknesses* (fraquezas), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (ameaças)”.

É uma análise realista e visa encontrar quatro aspectos fundamentais quanto á continuidade da empresa, sendo eles: Forças; Oportunidades; Fraquezas; Ameaças. Em português a análise SWOT também é conhecida por FOFA.



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

- Forças:
  - Qualificação técnica dos profissionais;

- Variedade de serviços;
- Equipamentos de qualidade;
- Monitoramento através do aplicativo.
  
- Oportunidades:
  - Esteticista;
  - Instalação de Painéis Solares;
  - Uso do RFID nos chaveiros;
  - Terceirização do aplicativo para outras empresas;
  - Implementação de uma piscina pra aulas de natação e hidroginástica.
  
- Fraquezas:
  - Limitações Financeiras;
  - Dúvida quanto ao atendimento do(a) nutricionista e fisioterapeuta;
  - Falta de segurança no local.
  
- Ameaças:
  - Muitos concorrentes;
  - Alta rotatividade de clientes.

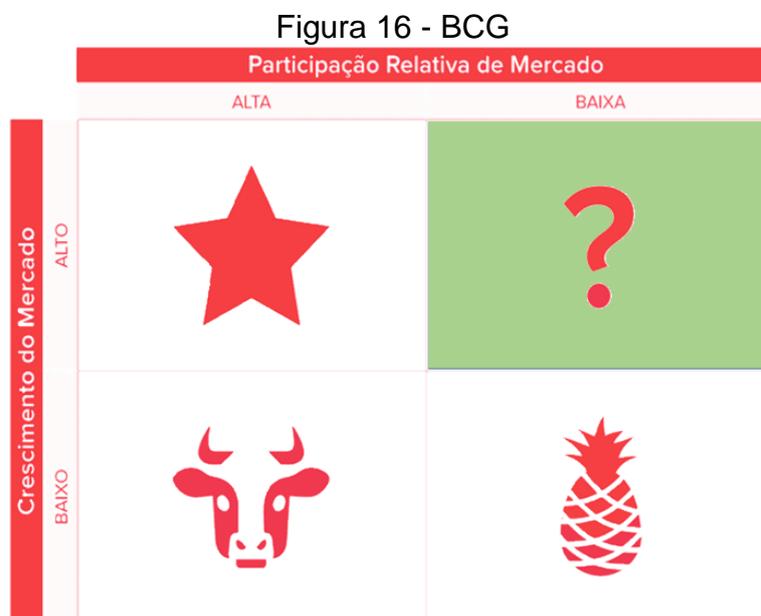
Segundo Zenone (p.48,2010) “O objetivo dessa análise é relacionar os pontos fortes e fracos internos da empresa com as oportunidades e ameaças externas do mercado e da concorrência”.

#### **5.4.2. Matriz BCG**

Segundo Zenone (p.50,2007) “É uma matriz formada que usa como eixos a taxa de crescimento do mercado e a participação relativa do mercado”.

A matriz BCG visa estudar o ciclo de vida de um produto, possui quatro indicadores:

- Ponto de interrogação: Um produto iniciante, pode se tornar tanto um Abacaxi ou uma Estrela, dependendo das ações empregadas;
- Estrela: Produto referência no mercado, com alta lucratividade, pode se tornar uma vaca leiteira de perder perca de mercado;
- Vaca leiteira: Quando o produto possui uma parte considerável do mercado e possui um lucro estável;
- Abacaxi: Produto com lucros baixos e pouca participação no mercado.



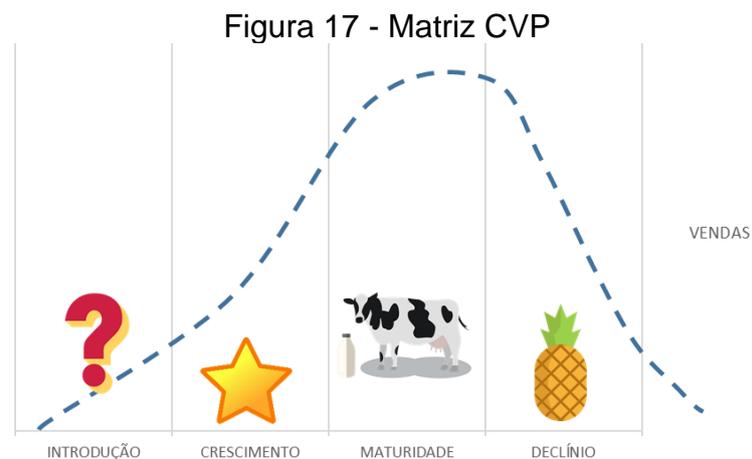
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

A Fit Center Happy Now se encontra no ponto de interrogação da matriz BCG por estar iniciando os seus serviços no mercado.

### 5.4.3. Matriz CVP

O Ciclo de Vida do Produto, mais conhecido como Matriz CVP, é uma representação do modo com que as vendas de um determinado produto agem durante o período em que este está em venda.

A Matriz CVP evidencia que cada produto percorrerá por determinadas fases, desde sua apresentação até sua suspensão. Partindo da ideia do ciclo de vida biológico essas fases são, respectivamente: Introdução, Crescimento, Maturidade e Declínio.



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

A empresa se encontra na introdução da matriz CVP, porque está iniciando seus negócios no mercado.

## 5.5. Análise dos Concorrentes

Analisando o cenário fitness da cidade de Fernandópolis, percebemos uma enorme escassez em empresas com acompanhamento completo com profissionais específicos na área de nutrição e fisioterapia e persona, então através dos fatores compreendemos que não haverá concorrentes diretos na região.

## 5.6. Definição de Objetivos e Metas

Os objetivos e metas são o que a empresa visa alcançar e obter em um futuro próximo. Servindo para que nossos colaboradores se mantenham focados e com direção certa.

### **5.6.1. Objetivos**

Ao atender nossos clientes teremos como principais objetivos os seguintes quesitos:

- Ser referência no mercado, quando pensamos em bem-estar e qualidade de vida;
- Fornecer o melhor atendimento especializado por meio de treinamento para os profissionais, para que eles possam atender os clientes de forma satisfatória, sempre tendo educação e agilidade;
- Garantir a satisfação do cliente a fim de ambiente agradável e bem climatizado e tendo um Layout onde os clientes se sintam confortáveis;
- Ter os melhores profissionais especializados na área fitness através da seleção de profissionais bem rígida;

### **5.6.2. Metas**

Pensando com maior objetividade e direção teremos as seguintes metas:

- Ter aumento de clientes mensalmente;
- Cativar os nossos clientes diariamente para que eles sempre estejam satisfeitos;
- Ter os melhores equipamentos utilizando de Fornecedores de confiança.

## 5.7. Definição de marca

Marca é o que exhibe a identificação de um produto ou um serviço. A marca, portanto, são todos os meios que levam ao cliente a identificação de algum produto ou serviço, sejam esses meios: nome, logotipo, cor, slogan, fonte e outros. Deve ser elaborada juntamente com os princípios de representar um produto e demonstrar a concepção da empresa proposta diante o mercado.

Figura 18 - Logotipo



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Ao que se refere as cores utilizadas no logotipo, adotamos a psicologia das cores.

A cor roxa expressa, além da criatividade e imaginação, a inovação.

Já a cor laranja demonstra ser amigável, com alegria e confiança. Tudo para chamar a atenção de nossos clientes.

### 5.7.1. Uniforme

Este será o uniforme utilizado pelos funcionários durante a execução de seus trabalhos.

Figura 19 - Uniforme



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

## 5.8. Endomarketing

Endomarketing é uma estratégia pertencente ao marketing que tem como centro o ambiente interno da empresa e seus funcionários. Passando para o colaborador a boa imagem da empresa, bem como motivá-lo

Souza e Santos (1992, p. 116) comentam:

Pondera que o endomarketing por si só não é capaz de trazer resultados positivos para a empresa. Ele é resultado de uma filosofia criada para tratar os relacionamentos do empregado com a empresa, reforçando condições de motivação e participação, agindo mais ao nível de cultura organizacional. O sucesso ou fracasso de um modelo estratégico fundamentado na participação e no engajamento dos empregados dependerá, em muito, da congruência dos interesses desses com os da empresa e do retorno que ambos obterão (...).

Os funcionários de uma empresa passam por rigorosa seleção, capacitações e treinamentos para adquirir conhecimento necessário. São demandados recursos financeiros importantes para o desenvolvimento de um colaborador de qualidade, porém são imprescindíveis o uso medidas para se evitar o (*turnover*), que nada mais é a grande rotatividade de funcionários.

Um meio para manter um funcionário é usando o Endomarketing, termo utilizado para se referir ao Marketing dentro da própria empresa ou o marketing aplicado aos colaboradores.

### **5.8.1. Motivação**

De acordo com Chiavenato (2004, p. 448) “as organizações necessitam de pessoas motivadas, que participem ativamente nos trabalhos que executam para que consigam alcançar níveis elevados de produtividade e é neste contexto que para satisfazer o cliente externo, as organizações, antes devem satisfazer seus próprios funcionários”.

É pensando nisso que a Happy Now busca sempre proporcionar ao colaborador razões para estar sempre motivado e empenhado em sua função. Sendo por meio de plano de carreira, crescimento no cargo, aumentos, entre tantas coisas.

### **5.8.2. Integração**

Pimenta (2009, p. 82) ressalta que “a comunicação dentro da empresa contribui para a definição e concretização de metas e objetivos, além de possibilitar a integração e o equilíbrio entre seus componentes (departamentos, áreas etc.)”.

Levar ao colaborador a ideia de que a empresa deve funcionar como um sistema unificado de colaboração mútua entre setores é uma das principais metas da Happy Now.

### **5.8.3. Informação**

De acordo com Tavares (2009), sempre existirá comunicação dentro das empresas, independente de programas institucionais, a diferença está em como é feita esta comunicação, em sua qualidade.

A informação deverá estar ligada diretamente com a integração e esta, por conseguinte tem a obrigatoriedade de se manter em funcionamento contínuo para que haja o bem-estar organizacional. Toda e qualquer informação tem que ser compartilhada de forma adequada, buscando sempre oferecer ao cliente serviços e produtos de qualidade.

### **5.9. Plano de fidelização**

Segundo Souki (2006, p.10): “fica cinco vezes mais barato manter os clientes que já conquistamos do que sair à procura de novos”.

A Fit Center vai buscar a fidelização dos clientes, através de um plano onde o cliente poderá montar um pacote que mais o agrada por um preço que cabe no bolso, além de promoções que serão. Outro fator que será que extrema importância na fidelização é o diferencial que a nossa academia vai ter e o oferecer.

### **5.10. Estratégias de Pós-Vendas & Garantias**

A Fit Center trabalhará com promoções semanais na área de alimentação, através de um cartão, onde se você consumir 10 vez o produto você receberá um outro grátis. Onde seria feita uma parceria com a lanchonete em que os valores dos produtos grátis fornecidos (mensalmente) serão descontados do valor mensal do aluguel.

### **5.11. Marketing Social e Verde**

O marketing social consiste em realizar ações comunitárias a favor da sociedade, onde abraçamos associações referentes a saúde, educação etc.

A Fit Center realizará ações beneficiárias, promoveremos eventos como corridas ou caminhadas pela cidade a cada três meses, onde cada integrante deverá dar como ingresso, 1 quilo de alimento não perecível, onde esse alimento arrecadado será doado para instituições como o Asilo São Vicente de Paula, entre outros. Tendo como objetivo proporcionar uma melhor saúde e bem-estar para as pessoas.

O marketing verde consiste em passar uma imagem sustentável da empresa, mostrando assim que ela se importa com hábitos ecológicos.

A Fit Center pensando em hábitos para a melhoria do nosso meio ambiente irá fazer a coleta de água da chuva, onde a água coletada será usada na limpeza do local evitando assim a utilização de água limpa para tal ato.

## **6. Pesquisa de Mercado**

De acordo com Kotler, Keller (2006) a pesquisa de marketing corresponde à elaboração, à coleta, à análise e à edição de relatórios sistemáticos de dados e descobertas relevantes sobre uma situação específica.

Com o propósito de investigar a viabilidade da abertura de um Fit Center na cidade de Fernandópolis – SP, foi elaborada uma pesquisa quantitativa com uma margem de erro de 10%, SPLIT 80/20, aplicadas entre os dias 22/11/2018 e 23/11/2018, nas academias e nos ambientes que tenham espaço para a prática de exercícios físicos. O instrumento de pesquisa realizado foi um questionário contendo 10 perguntas objetivas, no qual foram baseadas pelas informações estudadas ao longo do projeto, visando descobrir os reais motivos que levam as pessoas a frequentarem estes locais. As perguntas referem-se aos atos de praticar exercícios e o bem-estar das pessoas.

Gráfico 01 - Pesquisa: Sexo



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Com este gráfico, fica fácil observar a predominância do sexo masculino (58%), sobre o sexo feminino.

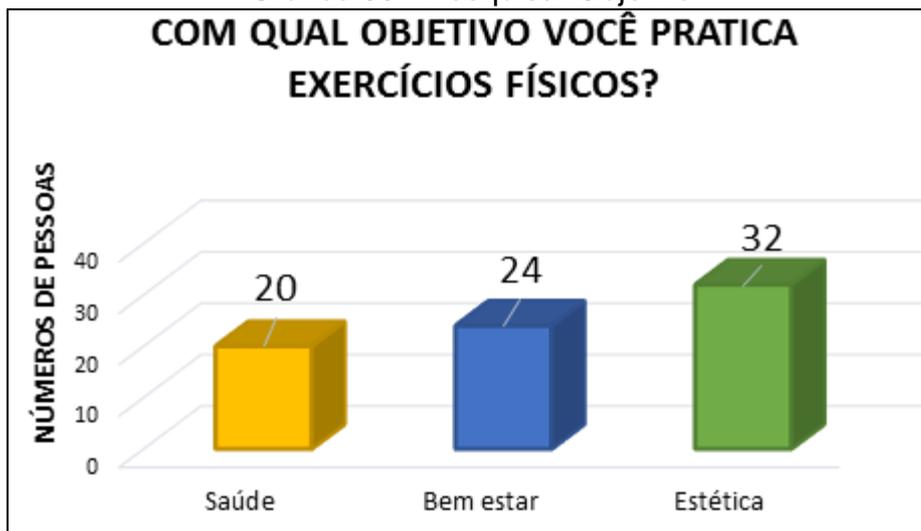
Gráfico 02 - Pesquisa: Faixa etária



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

O gráfico apresenta uma predominância de 71% entrevistados, com idade entre 15 a 30 anos; 19% que possuem idade entre 26 a 37 anos, perfazendo a maioria da população pesquisada.

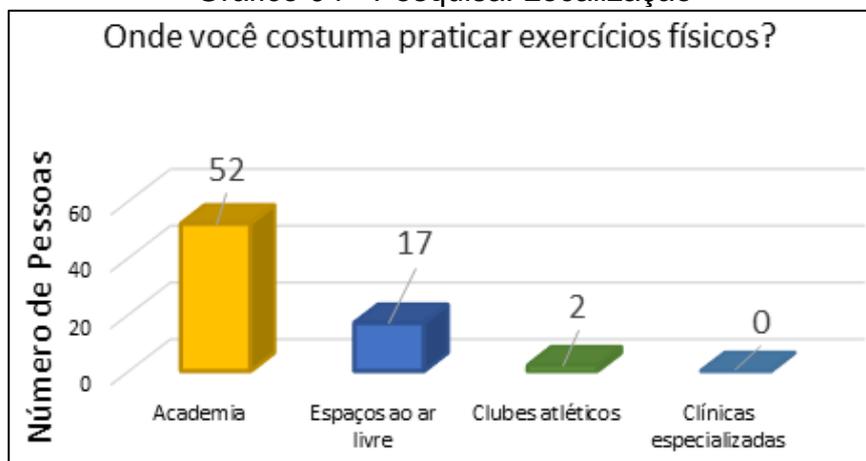
Gráfico 03 - Pesquisa: Objetivo



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Essa pergunta foi elaborada com o intuito de apontar quais são os principais motivos que levam as pessoas a praticar exercícios físicos em Fernandópolis. Observando as respostas, constata-se que 32 dos entrevistados praticam por estética e 24 por bem-estar.

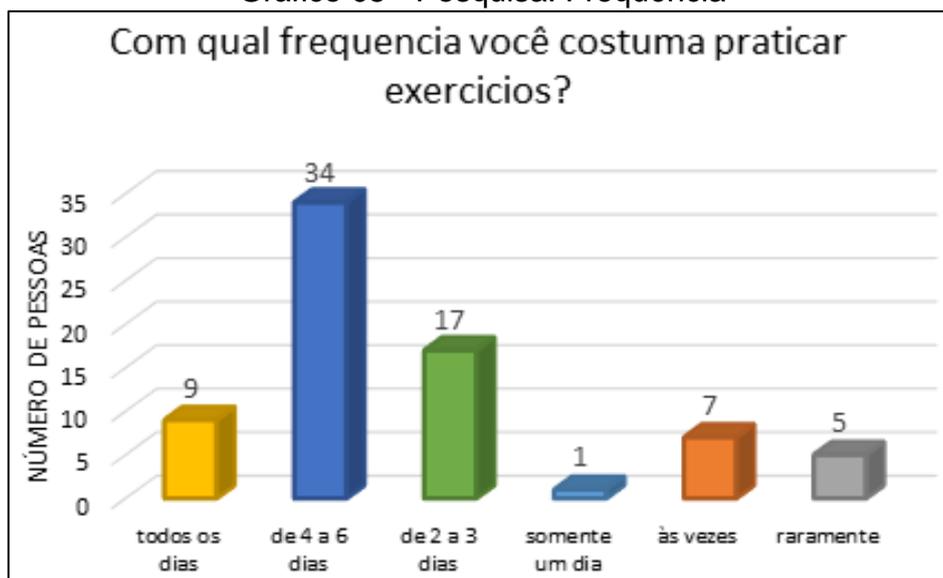
Gráfico 04 - Pesquisa: Localização



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Essa pergunta foi elaborada com o propósito de averiguar onde os entrevistados costumam praticar exercícios físicos. Pode se constatar que 52 dos entrevistados praticam em academias e 17 em espaços ao ar livre.

Gráfico 05 - Pesquisa: Frequência



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

No gráfico, 34 entrevistados preferem praticar exercícios de 4 a 6 na semana, 17 preferem fazer 2 a 3 dias na semana.

Gráfico 06 - Pesquisa: Motivação



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Com a finalidade de descobrir o que as pessoas procuram em locais como esse para praticarem exercícios físicos, nota-se que 38 dos entrevistados vão esses locais pelo ambiente.

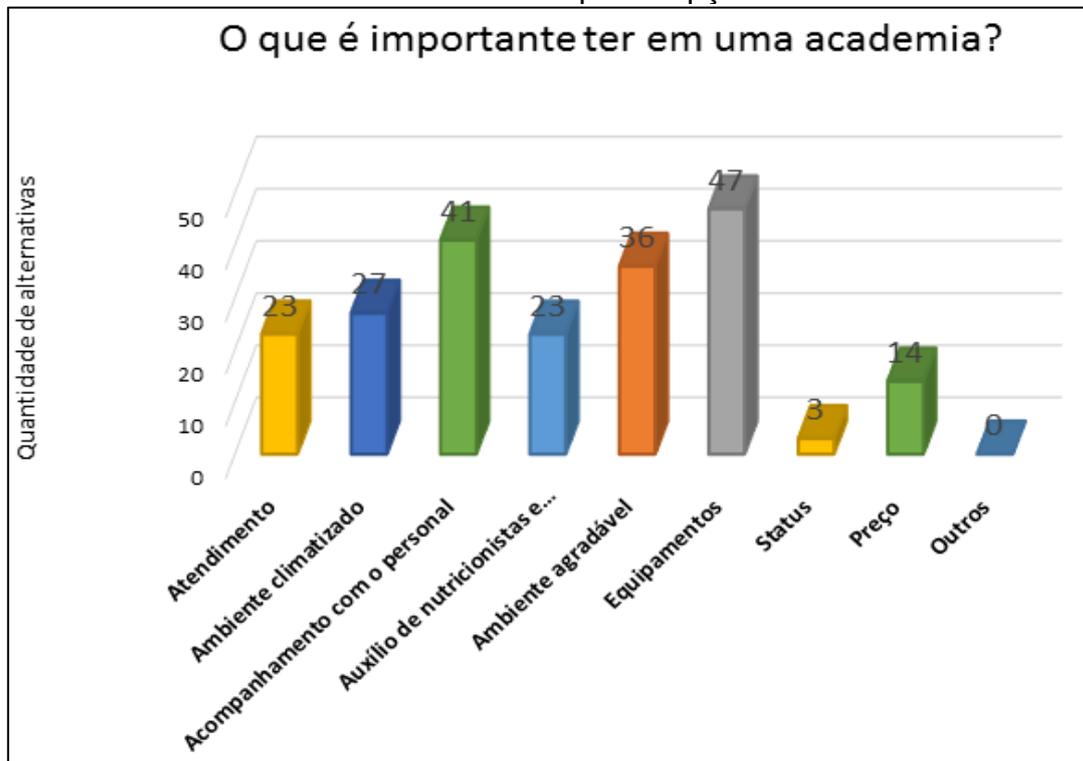
Gráfico 07 - Pesquisa: Opinião



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

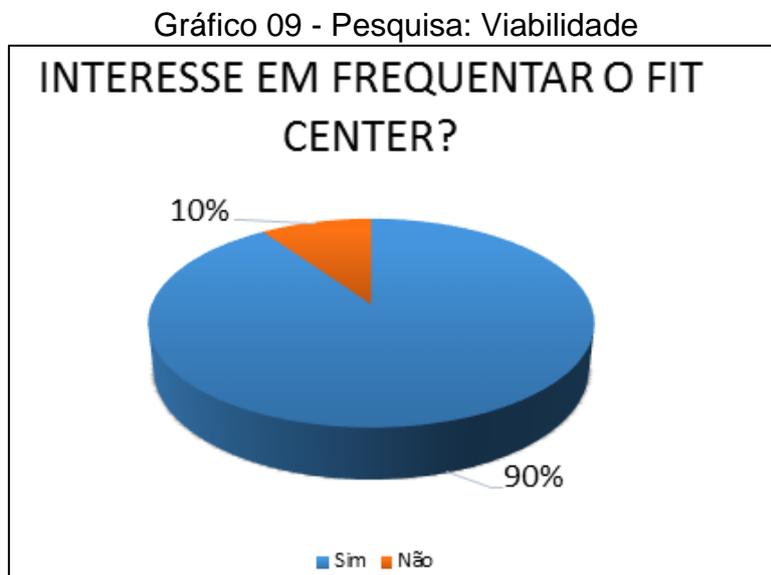
Neste gráfico, 75% dos entrevistados estão satisfeitos com as atuais condições que se encontram; enquanto que 25% não estão satisfeitos com os seus resultados.

Gráfico 08 - Pesquisa: Opções



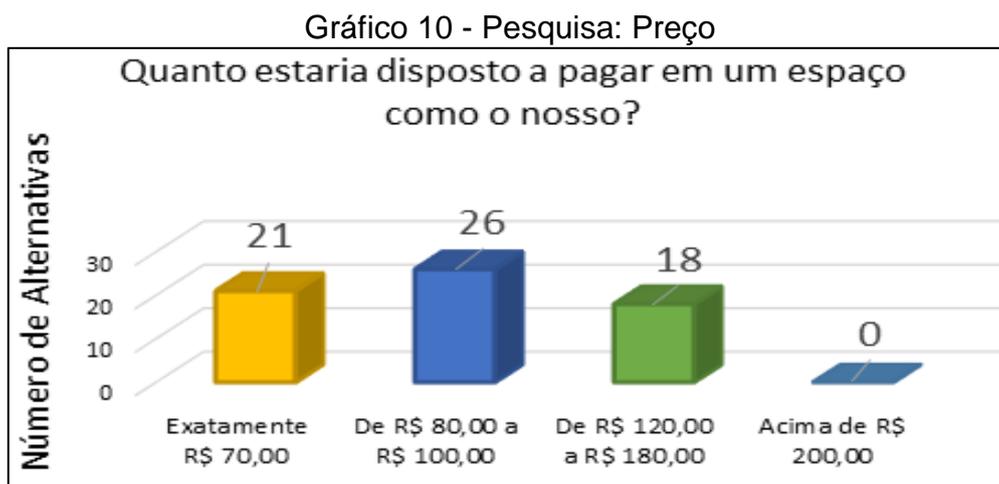
Fonte: Próprio autor (2019)

No gráfico, percebemos que a maioria das pessoas acham importante ter em uma academia equipamentos (com 47 votos), Acompanhamento com o personal (com 41 votos) e ambiente agradável (com 36 dos votos).



Fonte: Próprio autor (2019)

Essa pergunta foi elaborada com o objetivo de identificar se os entrevistados teriam interesse em frequentar o nosso Fit Center. Observando as respostas, constata-se que é viável a abertura, já que 90% as pessoas teriam interesse em frequentar a nosso estabelecimento.



Fonte: Próprio autor (2019)

Neste gráfico, 26 entrevistados acham adequado pagar de R\$80,00 a R\$100,00 por uma mensalidade do nosso Fit Center; 12 entrevistados acham que

deveria ser cobrado exatamente R\$70,00; 18 entrevistados consideram que de R\$120,00 a R\$180,00 seja o valor adequado; e 0 dos entrevistados acham que deveria ser cobrado um valor acima de R\$200,00.

Podemos constatar com base na pesquisa desenvolvida que a maioria das pessoas praticam exercícios físicos com proposito estético, ambiente agradável e o acompanhamento de profissional especializados. O local mais utilizado é o espaço de uma academia. Por esse e demais motivos pode-se identificar que é viável a abertura da nossa Fit Center, já que a maioria das pessoas teria interesse em frequentar um espaço como ele.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. Planejamento Financeiro**

Segundo Hoji (2008, p.509):

[...] O planejamento de operações financeiras, que consiste em planejar as despesas e as receitas financeiras, bem como as fontes e as condições gerais dos financiamentos, exige um profundo conhecimento do mercado financeiro e da economia brasileira e internacional [...]

O planejamento financeiro consiste nas análises e ações estratégicas para a tomada de decisões de acordo com os custos e receitas financeiras.

A Fit Center estabelecerá metodologias financeiras, que auxiliarão nos resultados finais de nossas receitas.

#### **6.1. Investimento Fixo**

Segundo Hoji (2008, p.166) investimento fixo são os recursos aplicados em ativos de natureza permanente, manutenção da atividade operacionais, reproduzem resultados por longo prazo.

Ou seja, o investimento fixo é tudo aquilo que se adquire para que a empresa funcione nas devidas metodologias estabelecidas.

##### **6.1.1. Resumo do investimento físico**

Tabela 01 - Equipamentos

<b>Descrição</b>	<b>Qtd.</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
Suporte de barras	1	R\$ 635,00	R\$ 635,00
Puxadores	5	R\$ 265,00	R\$ 1.325,00
Alteres com suportes	2	R\$ 630,00	R\$ 1.260,00
Leg Press 45°	1	R\$ 1.668,00	R\$ 1.668,00
Leg Horizontal	1	R\$ 3.250,00	R\$ 3.250,00
Adutor/Abdutor	2	R\$ 1.872,00	R\$ 3.744,00
Extensor e flexor	2	R\$ 1.725,00	R\$ 3.450,00
Multiguiado Linear	1	R\$ 2.450,00	R\$ 2.450,00
Peitoral Dorsal	1	R\$ 2.750,00	R\$ 2.750,00
Remada Seco	1	R\$ 289,00	R\$ 289,00
Crossover	2	R\$ 3.960,00	R\$ 7.920,00
Banco Regulável Tubular	3	R\$ 535,00	R\$ 1.605,00
Puxador frontal	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Supino Inclinado e Reto	2	R\$ 299,00	R\$ 598,00
Banco para bíceps	1	R\$ 762,00	R\$ 762,00
Panturrilha sentada	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Mini Stepper	4	R\$ 249,00	R\$ 996,00
Esteira ergométrica	5	R\$ 999,00	R\$ 4.995,00
Bicicleta ergométrica	6	R\$ 399,00	R\$ 2.394,00
Aparelho abdominal	1	R\$ 49,00	R\$ 49,00
Tatame	10	R\$ 45,00	R\$ 450,00
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>R\$ 24.431,00</b>	<b>R\$ 42.190,00</b>

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Tabela 02 - Móveis e Utensílios

<b>Descrição</b>	<b>Qtd.</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
Ar condicionado de Teto 18000 btus	4	R\$ 3,799.05	R\$ 15,196.20
Ar condicionado 12000 btus	3	R\$ 1,778.97	R\$ 5,336.91
Cadeira	3	R\$ 112.00	R\$ 336.00
Computador	1	R\$ 2,099.00	R\$ 2,099.00
Arquivo	1	R\$ 519.90	R\$ 519.90
Impressora	1	R\$ 399.00	R\$ 399.00
Estante Bariloche 30/5	3	R\$ 129.19	R\$ 387.57
Mesa de escritório	2	R\$ 364.80	R\$ 729.60
Home Theater Pht700bt	1	R\$ 549.99	R\$ 549.99
Celular	1	R\$ 2,429.10	R\$ 2,429.10
Som	1	R\$ 999.00	R\$ 999.00
Telefone Fixo	1	R\$ 79.90	R\$ 79.90
<b>SUBTOTAL</b>			<b>R\$ 29,062.17</b>
<b>TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS</b>			<b>R\$ 71,252.17</b>

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Fazendo uma análise de tudo que será gasto para abrir a empresa entre equipamentos, móveis e utensílios terá um investimento físico de R\$ 71.252,17.

## 6.2. Investimento Financeiro

O investimento financeiro da empresa é o capital aplicado com o objetivo de ter uma base para o início das atividades, evitando também a decadência com o retorno a longo prazo.

### 6.2.1. Estimativa de investimentos

Nas tabelas abaixo, tabela nº 03 e nº 04, descrevemos todos os produtos que serão necessários nas vendas do Fit Center para o início de suas atividades e a estimativa de capital de giro.

Tabela 03 - Estimativa de Estoque Inicial

<b>Descrição</b>	<b>Qtd.</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
Produtos de limpeza	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Cabo De Aço Bobina 250 Metros	2	R\$ 280,00	R\$ 560,00
Silicone Liq. Lubrificante	10	R\$ 52,00	R\$ 520,00
Café	2	R\$ 7,50	R\$ 15,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>R\$ 1.245,00</b>

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Tabela 04 - Estimativa de Capital de Giro

<b>Descrição</b>	<b>TOTAL</b>
Reserva de Caixa (Cobertura dos Custos)	R\$ 6.500,00
<b>TOTAL DOS INVESTIMENTOS FINANCEIROS</b>	<b>R\$ 7.745,00</b>

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Lembrando que a empresa não trabalhará com estoque, por trabalhar com prestação de serviço. A tabela apresentada acima representa o estoque para mantimento.

### 6.2.2. Total de investimento financeiro

O total de investimento somando o valor do estoque inicial mais o capital de giro será de R\$ 7745,00 (sete mil setecentos e quarenta e cinco reais).

### 6.3. Investimentos pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais são todos os gastos realizados antes do início da empresa, antes que o negócio abra e comece a faturar. Como exemplo despesas com reforma de imóveis, taxas para registro e legalização da empresa, entre outros.

Tabela 05 - Investimentos Pré-operacionais

<b>Investimentos Pré-Operacionais</b>	<b>TOTAL</b>
Despesas de Legalização	R\$ 5.000,00
Reformas	R\$ 20.000,00
Divulgação	R\$ 1.000,00
Cursos e treinamentos	R\$ 500,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 26.500,00</b>

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Na tabela acima, tabela nº 05, foi descrito o gasto com do Fit Center antes dela entrar em funcionamento, como despesas de legalização, reformas, divulgação pré-lançamento, cursos e treinamentos.

#### 6.3.1. Legalização

Calculamos o valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), para despesas de legalização, por ter uma questão muito rigorosa com o alvará do bombeiro e a necessidade de ART de engenheiro elétrico, além de outros possíveis gastos preferimos deixar este valor maior.

### **6.3.2. Dependências Físicas**

Não foi reservado um estoque para dependências físicas pois a instalação dos equipamentos será de total responsabilidade do fornecedor.

### **6.3.3. Divulgação e Treinamento**

Optamos em reservar o valor de R\$ 1.000,00 (mil reais) para a divulgação, pois iremos fazer a inauguração, propagandas em rádios, promover anúncios nas redes sociais, entregar folhetos entre outros, e o valor de R\$ 500,00 (quinhentos reais) que será destinado ao treinamento dos funcionários.

### **6.3.4. Outras Despesas**

Fit Center não deixará nenhum valor reservado para outras despesas, pelo fato de estar tudo reservado e apresentado em seus locais específicos.

## **6.4. Estimativa do Investimento Total**

A tabela abaixo, tabela n° 06, descreve o que será investido para a abertura do Fit Center.

Tabela 06 - Investimento Total

<b>Descrição</b>	<b>TOTAL</b>
Estimativa dos Investimentos Fixos	R\$ 71.252,17
Estimativa dos Investimentos Financeiros	R\$ 7.745,00
Estimativa dos Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 26.500,00
<b>TOTAL</b>	R\$ 105.497,17

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

## 6.5. Estimativa do faturamento mensal

A tabela abaixo, tabela n° 07, está discriminando a previsão de faturamento de 1 (um) mês da Fit Center.

Tabela 07 - Estimativas de Faturamento da Happy Now

<b>Produto/Serviço</b>	<b>Quantidade (Estimativa)</b>	<b>Preço de Venda Unitário</b>	<b>Faturamento Total</b>
Academia	150	R\$ 80,00	R\$ 12.000,00
Zumba	100	R\$ 60,00	R\$ 6.000,00
Academia + Zumba	100	R\$ 120,00	R\$ 12.000,00
Aluguel do espaço aos nutricionistas, fisioterapeutas e lanchonete.		R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00
<b>TOTAL</b>			R\$ 38.000,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

### 6.5.1. Elaboração do preço de venda

O preço de venda da Fit Center Happy Now foi calculado através dos gastos que teremos como despesas com funcionários e despesas mensais que somam R\$ 18.988,71(Custos Fixos Mensais + Custo de Mão de Obra).

Apurando o faturamento anual da empresa de R\$ 456.000,00 e faturamento mensal de R\$ 38.000,00 foi feito o seguinte cálculo:

Despesas operacionais / faturamento mensal X 100 (percentual).  
 $R\$ 25.203,71 / R\$ 38.000,00 \times 100 = 66,3\%$

Somando as porcentagens da empresa com impostos de 18%.  
 Para encontrarmos o mark-up, o seguinte cálculo foi feito:

O percentual da conta anterior + impostos + lucros - 100 / 100 = percentual de mark-up

$18\% + 66,3\% + 8,6\% = 92,9 - 100 = 7,1 / 100 = 0,071$

Com isso nosso mark-up divisor será 0,071.

## 6.6. Estimativa do custo com serviços

Tabela 08 - Custos com Serviços Oferecidos

Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa)	Custo Unitário	CMV
Academia	150	R\$ 5,68	R\$ 852,00
Zumba	100	R\$ 4,26	R\$ 426,00
Academia + Zumba	100	R\$ 8,52	R\$ 852,00
Aluguel do espaço aos nutricionistas, fisioterapeutas e lanchonete.		R\$ 568,00	R\$ 568,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 2.698,00</b>

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

A tabela acima, tabela nº 08, demonstra o que será gasto com cada produto vendido, baseado no faturamento mensal.

## 6.7. Estimativa de custos de comercialização

A tabela abaixo, tabela nº 09, demonstra o que será pago de imposto no regime Simples Nacional, tendo como alíquota única a porcentagem de 18%.

Tabela 09 - Custos com Comercialização

<b>Descrição</b>	<b>%</b>	<b>Faturamento Estimado</b>	<b>Custo Total</b>
Impostos	18%	R\$ 38.000,00	R\$ 6.840,00
<b>TOTAL</b>			R\$ 6.840,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

### 6.8. Estimativa de custos de mão-de-obra

A mão de obra do Fit Center será dos próprios os funcionários serão baseados segundo a sua categoria.

Tabela 10 - Custos com Mão de Obra

<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>TOTAL</b>
Preparador Físico	4	R\$ 1.900,00	R\$ 7.600,00
Atendente	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
<b>TOTAL</b>			R\$ 8,600,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

### 6.9. Despesas com depreciação

Na tabela abaixo, tabela nº11, apresenta os valores que será poupado para a troca e manutenção dos equipamentos, móveis e utensílios da empresa.

Tabela 11 - Custos com Depreciação

<b>Ativos Fixos</b>	<b>Valor de Bens</b>	<b>Vida Útil em Anos</b>	<b>Depreciação Anual</b>	<b>Depreciação Mensal</b>
Equipamentos	R\$ 42.190,00	10	R\$ 4.219,00	R\$ 351,53
Móveis e Utensílios	R\$ 29.062,17	10	R\$ 2.906,22	R\$ 242,18
<b>TOTAL</b>				R\$ 593,71

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

## 6.10. Estimativa dos custos fixos mensais

Custos fixos são aqueles que não sofrem alteração, independente da variação das vendas, e, todo mês são contabilizados. Alguns custos podem variar de valor de acordo com mudanças nas legislações, os reajustes, como por exemplo, salário dos funcionários, aumento nas contas de água, luz e telefone.

Tabela 12 - Custos Fixos Mensais

<b>Descrição</b>	<b>Custo Total Mensal</b>	
Aluguel	R\$	5.000,00
Água	R\$	300,00
Energia Elétrica	R\$	2.000,00
Telefone	R\$	80,00
Honorários do Contador	R\$	280,00
Pró-Labore	R\$	7.500,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$	300,00
Terceirização da faxina	R\$	550,00
Depreciação	R\$	593,71
<b>TOTAL</b>	R\$	<b>16.603,71</b>

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

## 6.11. Demonstrativo de resultados

Tabela 13 - D.R.E (Demonstrativo de Resultado do Exercício)

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>	<b>Índice</b>	<b>%</b>
Receita Total com Vendas	R\$ 38.000,00		
Custos Variáveis Totais	R\$ 2.698,00	0,07	7%
Margem de Contribuição	R\$ 35.302,00	0,93	93%
Custos Fixos Totais	R\$ 16.603,71	0,44	44%
Imposto	R\$ 6.840,00	0,18	18%
Pagamento de salários	R\$ 8.600,00	0,23	23%
Lucro do Exercício	R\$ 3.258,29	0,08	8%

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

## 6.12. Indicadores de viabilidade

Tabela 14 - Indicadores

Ponto de Equilíbrio	R\$ 34.741,71	
Lucratividade	8%	
Rentabilidade	0,03%	
Prazo de Retorno do Investimento	32,3	Meses
	2,7	Anos

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

### 6.12.1. Ponto de Equilíbrio

O indicador acima, tabela nº 14, demonstra quanto a empresa necessita faturar para que sua receita iguale a suas despesas, ou seja sem nenhum ganho, o ponto de equilíbrio será de R\$ 34.741,71.

### 6.12.2. Lucratividade

De acordo com Sebrae a Lucratividade é um indicador de eficiência operacional obtido sob a forma de valor percentual e que indica qual é o ganho que a empresa consegue gerar sobre o trabalho que desenvolve.

A lucratividade do Fit Center será de 8%, isso significa que a cada R\$ 100,00 reais vendidos sobrarão R\$ 8,00.

### 6.12.3. Rentabilidade

A rentabilidade e o retorno do capital investido na abertura da empresa apresentam o indicador de 0,03%.

#### **6.12.4. Prazo de Retorno do Investimento**

Este indicador representa quanto tempo levará para que o capital investido na abertura da empresa retorne aos sócios.

A Fit Center tem o prazo de retorno de 32,3 meses e 2,7 anos, ou seja, em um pouco mais de um ano o capital investido retornara aos seus sócios.

## **CAPÍTULO VII**

### **7. Responsabilidade Social**

Segundo Ashley (2002, p.98):

Responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, [...] agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. A organização [...] assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas a suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos.

A Fit Center contará com responsabilidade social a abertura do estabelecimento em dias comemorativos para uma determinada associação e promovera eventos como corridas ou caminhadas pela cidade, para mostrar para a população como a prática de esportes nos ajuda e promove o nosso bem estar.

### **7. Considerações Finais**

A empresa por ter um diferencial que a ressalta na região, pelas pesquisas, construção da estrutura financeira, indicadores entre outros, podemos concluir que a abertura da mesma se torna viável considerando os fatores mostrados ao decorrer do trabalho.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarez, María Esmeralda Ballestero. **Manual de organização sistemas métodos**. 4º Ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- DESSLER, Gary. **Administração de Recursos Humanos**. 2ª Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.
- CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento Estratégico**. 2ª Ed. Campus: Rio de Janeiro, 2010.
- MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. **Código de proteção e defesa do consumidor**. Brasília, 2013.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**. Elsevier: Rio de Janeiro, 2004.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. 2ª Ed. Elsevier: Rio de Janeiro, 2005.
- Kotler, P.; Keller, Kevin L. **Administração de marketing**. 12ºEd. São Paulo, Pearson, 2006.
- LACOMBE, Francisco. **Recursos Humanos, princípios e tendências**. 2ª edição. São Paulo, Saraiva, 2012.
- PAOLESCHI, B. **Logística industrial integrada: Do planejamento, produção, custo e qualidade à satisfação do cliente**. 2º ed. São Paulo: Érica, 2009.
- PORTER, Michael E. **A vantagem Competitiva das Nações**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1993.
- SLACK, N; CHAMBERS, S; JOHNSTON, R, **Administração da Produção**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- SOUKI, Omar, **As 7 chaves da fidelização de clientes**. Harbra: São Paulo, 2006.
- SOUZA, A.; SANTOS, G. **Endomarketing: considerações teóricas e práticas de uma estratégia de integração**. Marketing vol. 5 Canela, Rio Grande do Sul: 1992.
- PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação Empresarial**. 6. ed, Campinas: Alínea, 2009.
- TAVARES, Maurício. **Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática**. 2. ed. Atlas: São Paulo, 2009.

## **ANEXOS**

ANEXO A – Contrato Social

**ANEXO A – CONTRATO SOCIAL**  
**CONTRATO SOCIAL**  
**CNPJ - 05.870.322/0001-62 (fictício)**  
**FITCENTER HAPPY NOW**

**LUIZ A. ROCHA D. CAMPOS**, brasileiro, solteiro, maior, empresário, nascido em 18/05/1993, natural Fernandópolis/SP, portador do documento de identidade RG nº 789549564 e do CPF nº 425.425.668-85, residente e domiciliado na Rua das Almas, nº 334 – bairro Centro – CEP: 15560-000-Fernandópolis/SP;

**NATALY S. DESTEFANI**, brasileira, solteira, maior, empresária, nascida em 04/09/2000, natural Fernandópolis/SP, portadora do documento de identidade RG nº 879879879 e do CPF nº 656.225.778-45, residente e domiciliado na Rua das Marias, nº 225 – bairro Das Lagoas – CEP: 15560-000-Fernandópolis/SP;

**PEDRO C. OLIVEIRA**, brasileiro, solteiro, maior, empresário, nascido em 15/10/1991, natural Fernandópolis/SP, portador do documento de identidade RG nº 785632145 e do CPF nº 258.000.008-12, residente e domiciliado na Rua das Marias, nº 225 – bairro Dom Pedro IV – CEP: 15560-000-Fernandópolis/SP;

**RAFAELY R. SILVA**, brasileira, solteira, maior, empresária, nascida em 14/09/2001, natural Fernandópolis/SP, portadora do documento de identidade RG nº 245636844 e do CPF nº 444.888.758-02, residente e domiciliado na Rua Dona Rafa, nº 2478 – bairro Das Lagoas – CEP: 15560-000-Fernandópolis/SP;

**WESLEY L. SOUZA**, brasileiro, solteiro, maior, empresário, nascido em 01/12/1987, natural Fernandópolis/SP, portador do documento de identidade RG nº 213253289 e do CPF nº 114.111.118-21, residente e domiciliado na Rua das Marias, nº 225 – bairro JOHN SLEY – CEP: 15560-000-Fernandópolis/SP;

Resolvem neste ato, constituir uma sociedade empresarial, sob o tipo jurídico de sociedade limitada, nos termos da Lei nº 10.406/2002, mediante as seguintes cláusulas e condições:

**Cláusula 1ª** – A sociedade seguirá pelo nome empresarial de FIT CENTER HAPPY NOW LTDA. ME, tendo como sede e domicílio no endereço Av. Getúlio Vargas nº: 500, Bairro Centro, Cidade de Fernandópolis-SP, CEP: 15600-000.

Parágrafo único – Observadas as disposições da legislação aplicável, a sociedade poderá, a qualquer tempo, abrir filiais ou dependências mediante alteração contratual.

### **OBJETO SOCIAL**

Clausula 2ª – O objeto da sociedade será FIT CENTER HAPPY NOW LTDA. ME., É O NOME DA MARCA E EMPRESA. TRABALHAREMOS COM ACADEMIA DE EXERCÍCIOS FÍSICOS ACOMPANHADOS POR FISIOTERAPEUTAS E NUTRICIONISTAS ATENDENDO A TODOS OS TIPOS DE PESSOAS.

### **CAPITAL SOCIAL**

Clausula 3ª – O capital social será de R\$ 75.000,00 (trezentos mil reais), dividida em 300.000 (trezentas mil) quotas no valor de R\$ 1,00 (um real) cada uma, subscritas pelos sócios, da seguinte forma:

<b>SOCIOS</b>	<b>Nº DE QUOTAS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Luiz Rocha	21.100	R\$ 21.100,00
Pedro Oliveira	21.100	R\$ 21.100,00
Nataly Destefani	21.100	R\$ 21.100,00
Rafaely Silva	21.100	R\$ 21.100,00
Wesley Souza	21.100	R\$ 21.100,00
<b>TOTAL</b>	<b>105.500</b>	<b>R\$ 105.500,00</b>

**Parágrafo primeiro** – Os sócios integralizam neste ato, em moeda corrente do país, o valor total das cotas subscritas.

**Parágrafo segundo** – A responsabilidade de cada sócio será restrita ao valor de suas quotas, todos respondendo solidariamente pela integralização do capital social.

Clausula 4ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do(s) outro(s) sócio(s), a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição, se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente. (art. 1.056, art. 1.057, CC/2002)

#### PRAZO DE DURAÇÃO E INICIO DAS ATIVIDADES

**Cláusula 5ª** – O prazo de duração da sociedade é indeterminado, sendo que serão iniciadas suas atividades a partir da data do registro deste contrato social na junta comercial do estado de São Paulo – JUCESP.

#### DA ADMINISTRAÇÃO E DO PRO LABORE

CLÁUSULA NONA. A administração da sociedade será de todos os sócios, em conjunto ou separadamente, com os poderes e atribuições de representação ativa e passiva na sociedade, judicial e extrajudicialmente, podendo praticar todos os atos compreendidos no objeto social, sempre de interesse da sociedade, sendo vedado o uso do nome empresarial em negócios estranhos aos fins sociais, nos termos do art. 1.064 da Lei nº 10.406/2002.

§ 1º Fica facultada a nomeação de administradores não pertencentes ao quadro societário, desde que aprovado por dois terços dos sócios, nos termos do art. 1.061 da Lei nº 10.406/ 2002.

§ 2º No exercício da administração, os administradores terão direitos a uma retirada mensal, a título de pro labore, cujo valor será definido de comum acordo entre os sócios.

#### DO BALANÇO PATRIMONIAL DOS LUCROS E PERDAS

CLÁUSULA DÉCIMA. Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado

econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados. (art. 1.065, CC/2002)

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA. Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es), quando for o caso. (arts. 1.071 e 1.072, § 2º e art. 1.078, CC/2002)

#### DO FALECIMENTO DE SÓCIO

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA. Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará sua atividade com os herdeiros ou sucessores. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único. O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio. (arts. 1.028 e 1.031, CC/2002)

#### DOS CASOS OMISSOS

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA. Os casos omissos no presente contrato serão resolvidos pelo consenso dos sócios, com observância da Lei nº 10.406/2002.

E, por estarem assim justos e contratados, lavram este instrumento, em 03 (três) vias de igual forma e teor, que serão assinadas pelos sócios.

Fernandópolis - SP, 26 de Março de 2019 .

---

Luiz Rocha

---

Nataly Destefani

---

Pedro Oliveira

---

Rafaely Silva

---

Wesley Souza