



ideias de
negócios

Escola de Futebol



EMPREENDEDORISMO

Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Unidade de Gestão de Soluções

Eduardo Curado Matta

Coordenação

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

www.staffart.com.br

Sumário

Apresentação de Negócio	1
Mercado	3
Localização	4
Exigências Legais e Específicas	5
Estrutura	7
Pessoal	8
Equipamentos	9
Matéria Prima/Mercadoria	10
Organização do Processo Produtivo	11
Automação	13
Canais de Distribuição	14
Investimentos	14
Capital de Giro	15
Custos	16
Diversificação/Agregação de Valor	17
Divulgação	18
Informações Fiscais e Tributárias	19
Eventos	20
Entidades em Geral	21
Normas Técnicas	22
Glossário	22
Dicas de Negócio	29
Características Específicas do Empreendedor	29
Bibliografia Complementar	30

1. Apresentação de Negócio

Aviso: Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender?

“Pátria de chuteiras” não é apenas um eufemismo da importância do futebol na cultura brasileira. O futebol é o esporte mais praticado no Brasil e representa o símbolo nacional de maior sucesso no exterior. O desempenho dos clubes ocupa o centro das conversas do dia-a-dia, independentemente da região do país ou da classe social.

Assim que começa a dar os primeiros passos na vida, todo brasileiro ganha uma bola de brinquedo para chutar. Após alguns anos, a criança começa a praticar o esporte no pátio do colégio, no corredor de casa, embaixo do prédio, no meio da rua, no quintal ou na praia. As traves podem ser postes, chinelos, tijolos ou pedras. As linhas, uniformes e chuteiras são dispensáveis e a bola pode ser de plástico, de borracha, feita com meia e trapo, uma laranja, papel embolado, latinha de cerveja ou tampinha de garrafa. Com regras simples e número flexível de jogadores, há poucos empecilhos para que o futebol seja praticado de forma massificada de norte a sul do país.

Outro fator que aumenta a viabilidade do negócio é a necessidade de pais de colocarem seus filhos em escolas de futebol, para que eles desenvolvam técnicas não só no esporte, mas também no âmbito social. O futebol é um esporte que estimula o trabalho em equipe, o respeito por regras que existem em todo lugar e aumenta a socialização por ser um esporte coletivo. Além disso, é uma forma de fornecer atividade física as crianças evitando que elas fiquem com tempo ocioso demais, além de promover o bem-estar das crianças, ajuda a evitar problemas de saúde. Veja abaixo os benefícios que o futebol pode proporcionar à uma criança:

- Diminui a gordura corporal;
- Mantém o peso;
- Aumento da força e da massa muscular;
- Aumento da densidade óssea;
- Melhora da resistência cardiovascular;
- Favorece o trabalho de vários sistemas do corpo como o digestivo, o imunológico, o nervoso, o muscular, o esquelético, o endócrino e o respiratório, ativando as suas funções;

- Reduz o risco de várias doenças como as cardíacas, diabetes e pressão alta;
- Elimina o estresse e a ansiedade;
- Diminui a frequência cardíaca em repouso;
- Melhora a flexibilidade, a coordenação, a mobilidade articular, o reflexo, a agilidade e a concentração;
- Estimula a circulação sanguínea;
- Trabalha principalmente os músculos das panturrilhas, coxas, glúteos, costas e abdome;

Antes de um aluno iniciar a prática deste esporte é recomendável :

- Fazer uma avaliação física para conhecer o nível de condicionamento a partir daí, praticar este esporte de maneira segura a sua saúde;
- Hidratar o corpo bebendo água ou um isotônico, antes, durante e depois dos treinos;
- Fazer os alongamentos antes e depois dos treinos e jogos;
- Usar roupas e calçados apropriados.

Estes diversos fatores podem gerar oportunidades lucrativas de negócios para pequenos empreendedores, fora do circuito dos clubes profissionais que faturam com a comercialização de ingressos nos estádios, camisas oficiais, direitos de imagem e venda de jogadores. Um dos tipos de negócios que mais prosperam no mercado da bola é a escolinha de futebol.

A escolinha busca ensinar técnicas de futebol e proporcionar condicionamento físico a crianças e adolescentes. O aumento da violência e a redução dos espaços públicos nas grandes cidades elevaram a demanda por locais seguros para o treinamento, com o acompanhamento de professores de educação física especializados. O piso sintético também barateou a instalação de campos de futebol.

Outra tendência urbana vem contribuindo para o sucesso das escolas de futebol: a construção de condomínios fechados de casas e apartamentos. Grande parte destes novos empreendimentos possui quadras poliesportivas e campos de futebol, que são terceirizados para a disponibilização de aulas de futebol e outras atividades esportivas aos moradores.

Além do benefício comprovado para a saúde da prática esportiva, as escolinhas também funcionam como trampolim para o mercado profissional de jogadores. Em muitos casos, o futebol representa a única chance de ascensão social de famílias desfavorecidas. Histórias de jogadores pobres que conquistaram fama e fortuna recheiam os sonhos de milhares de pais e crianças. E mesmo para as crianças que

não seguem carreira de jogadores profissionais, a escola desempenha um papel social na formação do indivíduo.

Para atrair mais interessados, as escolas podem adotar marcas ou franquias de times populares de futebol. Esta associação permite aos alunos visitarem centros profissionais de treinamento, entrarem em campo com os jogadores em partidas oficiais dos times e, se for o caso, encaminharem a sua carreira profissional. Contar com ex-atletas como professores e organizar campeonatos infantis e outras atividades de integração também auxiliam na divulgação da escola.

Para quem está começando o negócio, não é necessário investir em quadras e campos de futebol. Basta alugar o espaço em clubes e associações. Posteriormente, o empreendedor pode decidir sobre compra de imóveis ou construção de uma estrutura de treinamento.

Porém, no difícil jogo dos negócios, o empreendedor não pode pisar na bola. Mais informações sobre a viabilidade comercial de uma escola de futebol podem ser obtidas por meio da elaboração de um plano de negócios. Para a construção deste plano, consulte o Sebrae mais próximo.

2. Mercado

Segundo pesquisa feita pela Fundação Getúlio Vargas, o futebol movimenta R\$ 16 bilhões por ano, tendo mais de trinta milhões de praticantes (aproximadamente 16% da população total), 800 clubes profissionais, 13 mil times amadores e 11 mil atletas federados.

Não há uma pesquisa que demonstra a quantidade de escolas de futebol no Brasil mas trata-se de um mercado em franca expansão e o desenvolvimento tecnológico também acompanha todo o futebol : são desenvolvidos novos materiais, cada vez mais resistentes e flexíveis, para chuteiras; materiais mais leves que auxiliam na respiração corporal durante as partidas; e bolas que, cada vez mais, diminuem seu atrito com o campo.

O Brasil apresenta-se como o grande celeiro de jogadores que abastece os gramados do mundo inteiro. Em 2010, já eram 1500 jogadores brasileiros que atuavam no exterior. Em 2012, 1463 jogadores de futebol brasileiros foram vendidos e em 2013, foram são cerca de 1530 transações. Hoje, são mais de 5.000 jogadores que jogam no exterior.

A venda de jogadores ao exterior tornou-se a principal fonte de receita dos times nacionais. Para complementar a renda, estes times também possuem franquias de escolas de futebol espalhadas no Brasil inteiro, com destaque aos clubes mais populares: Flamengo, Corinthians, São Paulo, Palmeiras, Vasco, Fluminense, Botafogo, Santos, Internacional, Grêmio, Cruzeiro e Atlético Mineiro.

Outra oportunidade que destaca-se neste mercado, é o crescimento da quantidade de meninas praticantes deste esporte. Inspiradas na jogadora brasileira Marta que é considerada uma das melhores jogadoras do mundo e na grande mídia proporcionada pelo futebol, as meninas estão aumentando a quantidade de alunos nas escolas de futebol. Devido ao risco intrínseco ao negócio, recomenda-se a realização de ações de pesquisa de mercado para avaliar a demanda e a concorrência. Seguem algumas sugestões:

- Pesquisa em fontes como prefeitura, guias, IBGE e associações de bairro para quantificação do mercado-alvo;
- Pesquisa a guias especializados e revistas sobre o segmento. Por exemplo : no site: http://pt.wikipedia.org/wiki/Futebol_do_Brasil consta os principais números do mercado do futebol no Brasil, além da história deste esporte no território nacional, calendário das principais competições e modalidades.
- Visita aos concorrentes diretos, identificando os pontos fortes e fracos dos estabelecimentos que trabalham no mesmo nicho e participação em seminários especializados.

3. Localização

Para iniciar um negócio de escola de futebol, a escola pode atuar em clubes e condomínios. Neste caso, a localização do ponto comercial não é um fator determinante, pois os serviços serão prestados fora do estabelecimento comercial. Então, é recomendado apenas o aluguel das quadras onde as aulas poderão ser realizadas.

Caso o empreendedor decida investir em uma estrutura própria, deve-se considerar prioritariamente a densidade populacional, o perfil dos clientes, a concorrência, os fatores de acesso e locomoção, a visibilidade, a proximidade com fornecedores, o estacionamento, a segurança e a limpeza do local. A localização perto de escolas é uma grande vantagem competitiva, pois facilita a ida dos alunos para a escolinha e também para os pais buscá-los.

Alguns detalhes devem ser observados na escolha do imóvel:

- O imóvel atende às necessidades operacionais referentes à localização, capacidade de instalação do negócio, possibilidade de expansão, características da vizinhança e disponibilidade dos serviços de água, luz, esgoto, telefone e internet?
- O ponto é de fácil acesso, possui estacionamento para veículos, local para carga e descarga de mercadorias e conta com serviços de transporte coletivo nas redondezas?

- Possui alto fluxo de veículos e pessoas?
- O local está sujeito a inundações ou próximo a zonas de risco?
- O local está sujeito a bloqueios temporários, como feiras e eventos?
- O imóvel está legalizado e regularizado junto aos órgãos públicos municipais?
- A planta do imóvel está aprovada pela Prefeitura? Possui habite-se?
- Houve alguma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área primitiva?
- As atividades a serem desenvolvidas no local respeitam a Lei de Zoneamento ou o Plano Diretor do Município?
- Os pagamentos do IPTU referente ao imóvel encontram-se em dia?
- O valor de locação e/ou a reforma do imóvel é compatível com a rentabilidade no negócio?
- O local é de fácil visibilidade?
- A legislação local permite o licenciamento das placas de sinalização?

Se o empreendedor optar por obter uma franquia neste ramo de atividade, a empresa franqueadora poderá auxiliar na escolha da localização da escola de futebol, pesquisando bairros que possuam um grande contingente populacional.

Normalmente, a escolha do local de instalação do seu negócio deve passar por várias etapas antes de se concretizar. Fazer um levantamento do local, considerando suas possibilidades, é uma parte chave. Como descrito acima, analisar todos estes dados é de suma importância para o sucesso do seu empreendimento.

4. Exigências Legais e Específicas

Para registrar uma empresa, a primeira providência é contratar um contador – profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas.

O contador pode informar sobre a legislação tributária pertinente ao negócio. Mas, no momento da escolha do prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais indicados por empresários com negócios semelhantes.

Para legalizar a empresa, é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições. As etapas do registro são:

- Registro de empresa nos seguintes órgãos:
 - Junta Comercial;
 - Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
 - Secretaria Estadual da Fazenda;
 - Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;
 - Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (a empresa ficará obrigada ao recolhimento anual da Contribuição Sindical Patronal);
 - Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
 - Corpo de Bombeiros Militar.
- Visita à prefeitura da cidade onde pretende montar a sua loja (quando for o caso) para fazer a consulta de local;
- Obtenção do alvará de licença sanitária – adequar às instalações de acordo com o Código Sanitário (especificações legais sobre as condições físicas). Em âmbito federal a fiscalização cabe a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, estadual e municipal fica a cargo das Secretarias Estadual e Municipal de Saúde (quando for o caso);
- Preparar e enviar o requerimento ao chefe estadual do DFA/SIV, solicitando a vistoria das instalações e equipamentos.

As empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). O CDC, publicado em 11 de setembro de 1990, regula a relação de consumo em todo o território brasileiro, na busca de equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores.

O CDC somente se aplica às operações comerciais em que estiver presente a relação de consumo, isto é, nos casos em que uma pessoa (física ou jurídica) adquire produtos ou serviços como destinatário final. Ou seja, é necessário que em uma negociação estejam presentes o fornecedor e o consumidor, e que o produto ou serviço adquirido satisfaça as necessidades próprias do consumidor, na condição de destinatário final.

Portanto, operações não caracterizadas como relação de consumo não estão sob a proteção do CDC, como ocorre, por exemplo, nas compras de mercadorias para serem revendidas pela casa. Nestas operações, as mercadorias adquiridas se destinam à revenda e não ao consumo da empresa. Tais negociações se regulam pelo Código

Civil brasileiro e legislações comerciais específicas.

Alguns itens regulados pelo CDC são: forma adequada de oferta e exposição dos produtos destinados à venda, fornecimento de orçamento prévio dos serviços a serem prestados, cláusulas contratuais consideradas abusivas, responsabilidade dos defeitos ou vícios dos produtos e serviços, os prazos mínimos de garantia, cautelas ao fazer cobranças de dívidas.

É importante ressaltar que o Conselho Federal de Educação Física dispõe da Lei Federal 9.696/98, que diz que o profissional regulamentado para o ensino de Educação Física deve possuir diploma expedido em órgão superior ou possuir experiência comprovada nos exercícios da profissão e estar registrado nos Conselhos Regionais de Educação Física como profissional provisionado.

No site do Conselho Federal de Educação Física, o empreendedor poderá consultar resoluções que dispõem sobre o exercício das atividades do profissional.

Em relação aos principais impostos e contribuições que devem ser recolhidos pela empresa, vale uma consulta ao contador sobre a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (disponível em <http://www.leigeral.com.br>), em vigor a partir de 01 de julho de 2007.

5. Estrutura

O empreendedor necessita de uma estrutura simples para acomodar os documentos, uniformes e equipamentos necessários para o funcionamento de uma escola de futebol. Uma sala comercial de 50 m² é suficiente para receber os clientes e acomodar os móveis. As aulas de futebol podem ser dadas em campos e quadras alugadas de clubes, academias e condomínios.

O local de trabalho deve ser limpo e organizado. O piso, a parede e o teto devem estar conservados e sem rachaduras, goteiras, infiltrações, mofo e descascamentos. O piso deve ser de alta resistência e durabilidade, além de fácil manutenção. Cerâmicas e ladrilhos coloridos proporcionam um toque especial, enquanto granito e porcelanato oferecem luxo e sofisticação ao ambiente. Tons claros são adequados para lugares pequenos, pois proporcionam a sensação de amplitude. Texturas e tintas especiais na fachada externa personalizam e valorizam o ponto.

Profissionais qualificados (arquitetos, engenheiros, decoradores) poderão ajudar a definir as alterações a serem feitas no imóvel escolhido para funcionamento do escritório, orientando em questões sobre ergometria, fluxo de operação, design dos móveis, iluminação, ventilação etc.

Não é necessário o empreendedor ter uma estrutura própria mas caso faça esta opção, é importante ressaltar a necessidade de um espaço de 2.000m² para duas

quadras com vestiário, alambrado e iluminação. A implantação de uma lanchonete é opcional, porém recomendada.

Se o empreendedor optar por comprar uma franquia, deverá seguir os padrões de estrutura física e projeto de padronização visual definidos pela franqueadora onde constam suas especificações e aplicação da logomarca.

6. Pessoal

O fator humano é muito importante para o sucesso de uma escola de futebol. O número de funcionários pode variar de acordo com o tamanho do empreendimento.

Para uma estrutura básica, a escola exige os seguintes profissionais:

- Gerente: responsável pelas atividades administrativas, financeiras, de gestão de contratos, de cobrança de mensalidades e de comercialização. Deve ter conhecimento da gestão do negócio, do processo produtivo e do mercado. Precisa manter contato com clubes e locadores de campos e quadras. Também administra a coordenação técnica e pedagógica da escola. Pode ser o proprietário.

- Administrativo: responsável pelo atendimento aos alunos e professores e venda de aulas. Precisa ser educado e prestativo, pois representa a imagem da empresa perante o público externo.

- Professor: responsável por dar as aulas, conforme orientação esportiva determinada. Precisa ter capacidade para a transmissão de conhecimentos técnicos. Profissionais formados em educação física e ex-jogadores de futebol compõem o perfil adequado para a função.

Caso o empreendedor opte por comprar uma franquia, o franqueador pode orientar sobre a quantidade ideal de professores em relação a quantidade de alunos. Além disso, o franqueador deve dar suporte e treinamento necessário para os profissionais.

É muito importante que exista pelo menos um profissional que tenha conhecimento em primeiros-socorros dentro da escolinha.

De acordo com o horário de funcionamento das turmas, pode ser necessária a contratação de mais professores e a utilização de vários períodos de treinamento. Esta expansão do negócio precisa ser planejada conforme o aumento do faturamento e quantidade de alunos.

O atendimento é um item que merece uma atenção especial do empresário, visto que nesse segmento de negócio há uma tendência ao relacionamento de longo prazo com o aluno e à indicação de novos alunos.

A qualificação de profissionais aumenta o comprometimento com a empresa, eleva o nível de retenção de funcionários, melhora a performance do negócio e diminui os custos trabalhistas com a rotatividade de pessoal. O treinamento dos colaboradores deve desenvolver as seguintes competências:

- Capacidade de percepção para entender e atender as expectativas dos clientes.
- Agilidade e presteza no atendimento.
- Capacidade de apresentar e vender os cursos da escola.
- Motivação para crescer juntamente com o negócio.

Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores nessa área, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, conseqüências desagradáveis.

O empreendedor pode participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor. O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados.

7. Equipamentos

Os equipamentos básicos para o funcionamento de uma escola de futebol resumem-se aos materiais necessários para funcionamento de um escritório:

- Armário para arquivo;
- Impressora;
- Mesas e cadeiras;
- Microcomputador;
- Telefone;
- Modem de internet;
- Monitor de televisão com entrada HDMI e/ou USB.

Além disso, para a prática esportiva, a escola deve fornecer:

- Bolas;

- Redes para traves;
- Uniformes ou coletes;
- Cones;
- E outros materiais para treinamento.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho:

- Giro dos estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado.

Obs.: Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

- Cobertura dos estoques: o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

- Nível de serviço ao cliente: o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

Uma escola de futebol é tipicamente uma prestadora de serviços. Portanto, como não há venda de mercadorias, o consumo de produtos.

A matéria-prima de uma escola de futebol é o nível de conhecimento sobre os serviços que se propõe a realizar, devendo ser estruturada as necessidades e demandas segundo o escopo do projeto inicial. Assim o know-how será o ponto forte desse ramo de atividade.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo de uma escola de futebol varia muito de acordo com a metodologia utilizada. Em geral, segue as seguintes etapas:

1- Apresentação e funcionamento da escola: A Escola deve ter uma apresentação para demonstrar a estrutura física, horário, normas de funcionamento e a metodologia utilizada na prática das aulas. Recomenda-se convidar o futuro aluno a realizar uma aula experimental para que a criança e o responsável possam conhecer a escola.

2- Cadastro (matrícula): Quando o aluno deseja matricular-se na escola, é necessário fazer o cadastro do mesmo, solicitando as documentações do responsável legal. É importante ter uma ficha ou planilha de cadastro de cada aluno, onde contenha os dados pessoais do aluno e seu responsável. Recomenda-se o pedido de um exame médico no ato da matrícula, para evitar que ocorram problemas ao aluno e a escola no futuro, porém isto não é uma prática obrigatória contida em Lei Federal.

3- Montagem das turmas: Esta é uma etapa importante da organização de uma escola. As turmas devem ser divididas por faixa etária e geralmente as aulas são praticadas nos turnos da manhã e tarde. É importante ter uma quantidade mínima e máxima de aluno por turma, para garantir a rentabilidade e qualidade das aulas.

4- Pagamento da matrícula e da mensalidade: A escola deve ter o processo de pagamento da mensalidade, seja através de boleto, depósito ou na própria escola.

5- Entrega e estoque de uniformes: Após a matrícula, a escola deve disponibilizar o uniforme de acordo com o porte físico de cada aluno, seu tamanho e numeração. A escola deve ter um estoque mínimo de uniforme suprir as necessidades dos alunos.

Uma escola de futebol deve possuir arquivos, bem organizados, em meios físicos e eletrônicos e que possam ser acessados por pessoas autorizadas sempre que houver necessidade do trabalho ou fiscalização e também deve fazer a manutenção e limpeza do escritório e a reposição de materiais de treinamento.

Segue abaixo um modelo de aula aplicado por uma escolinha de futebol da Unicamp, dividido em cinco partes:

1. Conversa inicial: estimula o aluno a recordar o tema e as atividades da aula anterior, viabilizando a conscientização da sequência de seu aprendizado.

2. Exploração do tema: momento onde o aluno tem a oportunidade de descoberta, de criação em cima da temática da aula por meio de uma atividade lúdica ou de uma brincadeira adaptada. A criança utiliza seu repertório motor para aprender, desenvolver, criar ou descobrir um novo movimento útil na prática do esporte: por exemplo, as brincadeiras “pique-pega” ou “mãe da rua” com a bola nos pés.

3. Exploração técnica do tema: situação da aula quando o professor tem a preocupação de corrigir um possível gesto técnico. O exercício deve sempre levar em conta a faixa etária do aluno. A diretividade do tema é colocada em uma sequência e graduação que se alia ao desenvolvimento do aluno, evitando a especialização precoce.

4. Jogo: momento onde o aluno utiliza o que foi aprendido na aula para aplicar numa situação real de prática de futebol. Trata-se de uma situação de síntese do tema e avaliação da aula. Nesta parte as crianças extravasam as suas vontades e procuram demonstrar a assimilação do que foi proposto.

5. Conversa final: gira em torno dos acontecimentos da aula, do desenvolvimento das brincadeiras e de possíveis problemas que possam ter surgido.

Segundo esta metodologia, todo o desenvolvimento da aula gira em torno de um tema. Esta sistematização dos conteúdos do futebol se estrutura em três partes:

1. Fundamentos básicos: principais técnicas para a prática do futebol, pois, com o seu domínio, constitui-se uma base sólida e construída para alicerçar o aprendizado posterior. São indicadas para crianças de 7 a 10 anos:

- Passe;
- Domínio de bola;
- Condução;
- Drible;
- Chute;
- Cabeceio;
- Desarme.

2. Fundamentos derivados: técnicas provenientes dos fundamentos básicos. São indicadas para crianças de 11 a 12 anos:

- Cruzamento;
- Cobrança de falta;
- Cobrança de pênalti;
- Lançamento;
- Tabelinhas;

- Arremesso lateral;

- Escanteio.

3. Fundamentos específicos: funções e características próprias das funções táticas. São indicadas para crianças de 13 a 14 anos:

- Goleiro;

- Laterais;

- Alas;

- Zagueiros;

- Liberos;

- Volantes;

- Armadores;

- Atacantes.

10. Automação

Atualmente, existem diversos sistemas informatizados (softwares) que podem auxiliar o empreendedor na gestão de uma escola de futebol. Seguem algumas opções:

- SIAE – Sistema Integrado de Automação Escolar.
- DKSoft – Sistema para o gerenciamento de escolas de idiomas e informática.
- Acadêmico 1.0.
- Acadesc – Sistema de Administração Escolar.
- College – Administração Escolar 1.0.
- Administrativo e Financeiro Escolar – Escolas Brasil.
- Extreme Alunos 3.5.
- Controle de Alunos 3.6.

- ADMFut – Sistema Administrativo para Centros Esportivos.

- VFutebol – Plataforma para gestão de escolas de futebol.

Antes de se decidir pelo sistema a ser utilizado, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual, a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor, verificando ainda se o aplicativo possui funcionalidades, tais como:

- Controle dos dados sobre faturamento/vendas, gestão de caixa e bancos (conta corrente);

- Acompanhamento de manutenção e depreciação dos equipamentos;

- Organização de compras e contas a pagar;

- Emissão de pedidos;

- Controle de taxa de serviço;

- Lista de espera;

- Relatórios e gráficos gerenciais para análise real do faturamento da escola.

Se o empreendedor optar pela compra de uma franquia, existe a possibilidade do franqueador fornecer um software próprio para a gestão da escola.

11. Canais de Distribuição

Por se tratar de um empreendimento focado em prestação de serviços, a escolinha de futebol não necessita de um canal de distribuição com um alto grau de complexidade. Uma aula de futebol exige a presença do professor na quadra ou no campo para a prática esportiva. Como apoio pedagógico, a escola pode utilizar livros, vídeos e sites especializados.

12. Investimentos

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento. Uma escola de futebol, estabelecida em uma sala comercial de 50 m², exige um investimento inicial estimado em torno de R\$ 30 mil, a ser alocado majoritariamente nos seguintes itens:

- Reforma do local: R\$ 10.000,00;

- Arquivos: R\$ 1.000,00;
- Mesas e cadeiras: R\$ 4.000,00;
- Telefone, microcomputador e impressora: R\$ 3.000,00;
- Uniformes, bolas, cones, redes e outros materiais: R\$ 7.000,00;
- Capital de giro: R\$ 5.000,00.

Já o investimento para uma escolinha de futebol com estrutura própria é maior, tendo principalmente os seguintes itens:

- Quadra de futebol de salão ou poliesportiva de 20 m X 40 m, com alambrados, iluminação, traves e redes: de R\$36.900,00 a R\$54.120,00.
- Quadra de futebol society de 20 m X 40 m, com piso de areia, alambrados e assessorios: de R\$24.600,00 a R\$49.200,00 (Segundo dados da www.folha.uol.com.br)

Os investimentos para a compra de uma franquia de um grande clube brasileiro são: Botafogo – R\$14.000,00; Santos – R\$25.000,00; Fluminense e Corinthians – R\$30.000,00 e Ponte Preta – R\$40.000,00; segundo dados do www.economia.uol.com.br.

Para uma informação mais apurada sobre o investimento inicial, sugere-se que o empreendedor utilize o modelo de plano de negócio disponível no Sebrae.

13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC).

Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios de

estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro. Para tanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa.

Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem maiores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos).

Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros.

Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão.

A necessidade de capital de giro para a operação de uma escola de futebol é baixa, em torno de 15% do investimento inicial.

Vale ressaltar que se caso o empreendedor tenha que fazer empréstimos, ele deve procurar prazos mais longos e taxas mais baixas para não gerar maior necessidade de capital de giro.

14. Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matéria-prima e insumos consumidos no processo de produção.

O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, produção e venda de produtos ou serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio.

Os custos para abrir uma escola de futebol, com faturamento médio mensal de R\$ 20.000,00 devem ser estimados considerando os itens abaixo:

- Salários, comissões e encargos: R\$ 5.000,00;
- Tributos, impostos, contribuições e taxas: R\$ 1.000,00;

- Aluguel, taxa de condomínio, segurança: R\$ 2.000,00;
- Água, luz, telefone e acesso a internet: R\$ 1.000,00;
- Produtos para higiene e limpeza da empresa e funcionários: R\$ 300,00;
- Assessoria contábil: R\$ 700,00;
- Propaganda e publicidade da empresa: R\$ 1.500,00;
- Aquisição de matéria-prima e insumos: R\$ 1.500,00;

Seguem algumas dicas para manter os custos controlados:

- Comprar pelo menor preço os insumos;
- Negociar prazos mais extensos para pagamento de fornecedores de insumos;
- Evitar gastos e despesas desnecessárias;
- Manter equipe de pessoal enxuta.

Se o empreendedor optar por comprar uma franquia, deve considerar também como custo o pagamento dos royalties e fundo de publicidade mensais que são pagos a franqueadora.

15. Diversificação/Agregação de Valor

Agregar valor significa oferecer produtos e serviços complementares ao produto principal, diferenciando-se da concorrência e atraindo o público-alvo. Não basta possuir algo que os produtos concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com o produto ou serviço prestado.

As pesquisas quantitativas e qualitativas podem ajudar na identificação de benefícios de valor agregado. No caso de uma escola de futebol, há várias oportunidades de diferenciação, tais como:

- Parceria com times para a franquia de marcas e direitos de imagem;
- Indicação de alunos para testes em clubes profissionais;
- Contratação de ex-jogadores profissionais como professores;

- Venda de artigos esportivos;
- Utilização de metodologias de ensino aplicadas em clubes profissionais.
- Compra de um veículo que transporte os alunos para a escola, lembrando que isso acarretaria um investimento adicional e despesas com combustível, manutenção e salário do motorista. Este investimento deve ser feito somente quando a escola tiver uma quantidade maior de alunos e se este for um serviço desejado. Levando-se em conta a falta de tempo proveniente do trabalho dos responsáveis, este serviço pode se tornar um atrativo e também um grande diferencial do negócio.

O investidor que optar por comprar uma franquia de algum grande clube, deve ter em mente que isso é uma grande vantagem competitiva, porém que demanda de um maior investimento. A franquia traz inúmeros benefícios aos alunos, como possibilidade de participar de peneiras, viajar para entrar em campo com os jogadores profissionais, utilização da marca do clube, além de treinamento administrativo, técnico e comercial para a equipe de trabalho.

16. Divulgação

A divulgação é um componente fundamental para o sucesso de uma escola de futebol. As campanhas publicitárias devem ser adequadas ao orçamento da empresa, à sua região de abrangência e às peculiaridades do local. Abaixo, sugerem-se algumas ações mercadológicas acessíveis e eficientes:

- Confeccionar folders e flyers para a distribuição em escritórios, residências e escolas;
- Participar de feiras e eventos esportivos;
- Oferecer brindes para alunos que indicam outros alunos;
- Montar um website para a divulgação da escola;
- Promover excursões e viagens com alunos para visitar centros profissionais de treinamento, assistir jogos oficiais em estádios, visitar vestiários e entrar em campo com os jogadores na abertura das partidas;
- Organizar campeonatos internos e jogos de exibição com outras escolas;
- Realizar propaganda por meios de redes sociais como Facebook, Twitter, Google+, Instagram;
- Decorar sua escolinha como se fosse um centro de treinamento de grandes clubes, com fotos de jogadores, histórias e curiosidades estampadas na parede;

- Realizar promoções de matrícula quando houver uma quantidade maior de alunos que estudem juntos ou que resolvam realizar a matrícula indicando mais amigos;
- Se o empresário optar por possuir um veículo de transporte de alunos, ele pode fazer e colar adesivos no mesmo, divulgando a escola no transporte de alunos.
- Convidar ex-jogadores para darem palestras e incentivarem os alunos a frequentarem é outra boa maneira de manter o interesse de jovens e crianças.

O empreendedor deve sempre entregar o que foi prometido e, quando puder, superar as expectativas do cliente. Ao final, a melhor propaganda será feita pelos clientes satisfeitos e bem atendidos.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de ESCOLA DE FUTEBOL, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 8591-1/00 como a atividade de exploração de atividades de ensino de esportes em escolas esportivas ou por professores independentes, tais como futebol, basquete, vôlei, tênis, natação, artes marciais, equitação, mergulho, etc., poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>):

- IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);
 - CSLL (contribuição social sobre o lucro);
 - PIS (programa de integração social);
 - COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
 - ISSQN (imposto sobre serviços de qualquer natureza);
 - INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal).
- Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 6% a 17,42%, dependendo da receita bruta auferida

pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

MEI (Microempreendedor Individual): para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/resolucao/2011/CGSN/Resol94.htm>), Neste caso, este segmento não pode se enquadrar no MEI, conforme Res. 94/2001. Para este segmento, tanto ME ou EPP, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares nºs 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011.

18. Eventos

Os principais eventos do setor são:

Congresso Brasileiro da Ciência do Esporte

Website: <http://www.educacaopelo esporte.org.br/congresso>

II Congresso Internacional interdisciplinar de saúde, desporto e pedagogia do movimento

Website: <http://www.sinergia.cc/>

II Fórum Paulista de Educação Física Escolar do CREF4/SP

Website: http://www.crefsp.org.br/interna.asp?campo=2861&secao_id=245

Simpósio Internacional de Atividades Físicas do Rio de Janeiro – IPCFEx

Website: www.cref1.org.br/eventos2.php

III Simpósio de Esporte na Escola

Website: www.cref6.org.br/eventos.asp?codEvento=51

II Simpósio de Esporte na Escola: Boas Práticas na Educação Física Escolar

Website: www.cref6.org.br/eventos.asp?codEvento=37

O empreendedor pode consultar outros eventos em sua região.

19. Entidades em Geral

A seguir, são indicadas as principais entidades de auxílio ao empreendedor:

CBF

Confederação Brasileira de Futebol

Rua Victor Civita, 66

CEP: 22775-044

Rio de Janeiro - RJ

Website: <http://www.cbf.com.br>

CONFED

Conselho Federal de Educação Física

Rua do Ouvidor, 121 – 7º andar

CEP: 20040-030

Rio de Janeiro – RJ

Website: <http://www.confef.org.br>

CREF

Conselho Regional de Educação Física

OBS: Cada estado tem seu próprio conselho.

Receita Federal

Brasília - DF

Website: <http://www.receita.fazenda.gov.br>

SNDC - Sistema Nacional de Defesa do Consumidor

Website: <http://www.mj.gov.br/dpdc/sndc.htm>

20. Normas Técnicas

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade, em geral, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o foro único de normalização do País.

1. Normas específicas para Escola de futebol

Não existem normas específicas para este negócio.

2. Normas aplicáveis na execução de uma Escola de futebol

Não existem normas específicas para este negócio.

21. Glossário

ALA: jogador que atua em cada um dos lados (direito ou esquerdo) da linha do campo. Expressão introduzida pelo técnico Sebastião Lazaroni da seleção brasileira, na Copa de 90.

AMISTOSO: jogo não-oficial, sem contagem de pontos.

ÁREA: região onde fica o goleiro e na qual apenas ele pode pegar a bola com as mãos. Tem o formato de um retângulo, dentro do qual as faltas cometidas por um jogador do time que a defesa são punidas com pênalti. Dentro dela, fica a pequena área.

ÁRBITRO: quem dirige o jogo, com direito de decisão quanto ao seu desenvolvimento ou aos fatos disciplinares. Usa um apito.

ARTILHEIRO: jogador que marca a maior quantidade de gols em um torneio ou competição

BALÃOZINHO: lance em que o jogador dribla um adversário passando a bola por cima de sua cabeça.

BANCO DE RESERVAS: local onde ficam sentados os jogadores reservas, médico, massagista, técnico e seus auxiliares.

BANHEIRA: diz-se quando um jogador permanece muito à frente, no ataque, aguardando um lançamento para marcar o gol, sem voltar para ajudar na marcação.

BALANÇAR A REDE: marcar um gol.

BARREIRA: obstáculo formado por um grupo de jogadores que se organiza em linha, a 9 metros e 15 centímetros do local de uma falta cometida, com o objetivo de auxiliar o goleiro na proteção da meta.

BATER ROUPA: quando, em vez de agarrar com firmeza a bola, o goleiro a espalma para o meio da área, dando oportunidade para um jogador adversário pegar o rebote.

BEQUE: termo antigo utilizado para se referir aos jogadores que compõem a defesa do time.

BICICLETA: jogada em que o jogador salta e chuta no ar, para trás, por cima da própria cabeça, como se pedalasse uma bicicleta de cabeça para baixo. Foi inventada pelo brasileiro Leônidas da Silva, conhecido como Diamante Negro.

BICO: chute dado com o bico da chuteira.

BOLEIRO: quem joga bem ou com frequência.

CABEÇADA: ato de rebater a bola com a cabeça. Numa cabeçada, a bola viaja a uma velocidade entre 50 e 60 quilômetros por hora.

CAPITÃO: integrante do time que representa sua equipe perante o árbitro.

CARRINHO: lance em que o jogador desarma o adversário e atinge a bola, atirando-se ao chão e deslizando como se estivera sentado ou parcialmente deitado.

CARTOLA: dirigente de um clube ou federação.

CENTROAVANTE: principal jogador da linha de ataque, que tem a função de marcar os gols do time.

CERA: ato de retardar o jogo.

CHOCOLATE: levar um chocolate é o mesmo que levar um passeio. Quando um time mostra ampla superioridade ao vencer o seu rival.

CHUTE: ato de bater na bola com o pé. Um chute forte, cuja velocidade é de 90 quilômetros por hora, percorre os 11 metros que separam o bater e o goleiro em 440 milésimos de segundo.

CHUVEIRINHO: quando a bola é levantada na área para que alguém tente cabeceá-la para o gol.

COMER A BOLA: jogador que tem uma grande atuação em uma partida.

CRUZAMENTO: lançamento de bola, de média ou longa distância, de uma das laterais para a grande área.

DESARMAR: tirar a bola do adversário.

DRIBLE: de posse da bola, ultrapassar o adversário, ludibriando-o por meio de movimentos corporais.

ENCERADEIRA: jogador que costuma ficar girando com a bola nos pés, mas é pouco objetivo.

ENCHER O PÉ: chutar a bola com força

ENTRAR COM BOLA E TUDO: driblar os adversários, inclusive o goleiro, invadindo a meta com a bola.

ESCANTEIO: quando, após a defesa afastá-la pela linha de fundo, a bola é posicionada em um dos cantos do campo para ser chutada por um jogador do time que ataca, que geralmente a levanta na área para alguém cabeceá-la na direção do gol.

FIFA: Federation International of Football Association (Federação Internacional de Futebol Association), fundada em 1904 por França, Holanda, Bélgica, Suíça, Espanha, Dinamarca e Suécia. É a sigla do órgão que congrega os países a ela filiados e que edita normas do jogo e estabelece punições.

FINTA: mesma coisa que drible.

FIRULA: jogada de efeito, mas sem resultado prático.

FRANGO: quando o goleiro deixa passar uma bola facilmente defensável para dentro do gol.

FRANGUEIRO: mau goleiro

FURAR: quando um jogador falha e desperdiça uma jogada fácil.

FUTEVÔLEI: recreação que envolve certos lances do futebol e do vôlei, em que os jogadores não podem tocar a bola com a mão ou braço, mas com os pés, os ombros, o peito e a cabeça.

GOL: ponto que se marca quando a bola transpõe a linha de fundo entre as três balizas que formam o gol.

GOL CONTRA: aquele marcado involuntariamente por um jogador contra a sua própria equipe.

GOL DE HONRA: único gol marcado por uma equipe que sofreu uma derrota.

GOLEIRO: jogador que tem por função defender a meta e é o único que pode tocar a bola com a mão em sua grande área.

GOL OLÍMPICO: cobrança de escanteio que entra direto no gol

IMPEDIMENTO: é uma infração. Ocorre quando o jogador do time que ataca está mais próximo da linha de fundo do que a bola que lhe é lançada de trás, sem ter, pelo menos, um adversário ao seu lado e um a sua frente

JUIZ: mesma coisa que árbitro.

JANELINHA: quando um jogador dribla um adversário passando a bola entre suas pernas.

JOGO: enfrentamento entre duas equipes. Durante uma partida, um jogador corre de 10 a 13 quilômetros. Em 1970, essa marca variava entre cinco e sete quilômetros. O primeiro jogo internacional foi realizado em 30 de novembro de 1872 no Queen's Park de Glasgow. Escócia e Inglaterra empataram em 0 a 0.

LANÇAMENTO: passe de longa distância.

LÍBERO: zagueiro que atua à frente ou na retaguarda dos demais defensores, sem marcar especialmente nenhum adversário, e que tem por função aproveitar as ocasionais sobras de disputas de bola, ou cobrir as eventuais falhas de seus companheiros.

MATADOR: goleador que geralmente define a partida em um lance rápido e objetivo.

MEIA: jogador que ocupa e atua na parte intermediária do campo; meio-campista.

MEIO-CAMPO: região intermediária do campo de futebol

OBSTRUÇÃO: ação faltosa de impedir com o corpo que o adversário dispute a bola

PASSE: ato de passar a bola a um companheiro de equipe bem colocado para recebê-la.

PÊNALTI: falta máxima, dentro da grande área, cometida por jogador que defende, e que é punida por um tiro direto, sem barreira, a 11 metros do gol.

PENDURAR AS CHUTEIRAS: abandonar o futebol profissional.

PLACAR: resultado de um jogo em gols.

PONTA: termo utilizado em determinados esquemas táticos para se referir ao jogador que atua, predominantemente, em um dos dois lados do campo de ataque.

PRORROGAÇÃO: tempo adicional fixado em regulamento do campeonato, geralmente de 30 minutos em dois tempos de 15, para a definição do ganhador

RAÇA: ímpeto, bravura, vontade de vencer o jogo

RACHÃO: jogo entre profissionais do mesmo time que antecede uma partida oficial; ou jogo sem preocupação técnica e tática, apenas para descontração

REBAIXAMENTO: descida de um clube para a divisão inferior de determinada competição por conta de uma má campanha

RESERVA: jogador que não se encontra entre os 11 titulares de uma equipe, mas que pode ser escalado para determinada partida no lugar de jogadores contundidos ou suspensos

RETRANCA: tática que concentra esforços no sistema defensivo, que tem pouca ou não tem ambição de marcar gols

REVÉS: derrota, insucesso

RIXA: desavença entre clubes rivais ou mesmo entre jogadores

RODADA: série de jogos entre disputantes de determinado torneio ou campeonato

ROLINHO: time de aspirantes de determinado clube, também chamado de segundo quadro ou time B; lance em que o jogador toca a bola por entre as pernas de seu adversário e a recupera depois

SALDO DE GOLS: fórmula para desempatar clubes em igualdade de pontos, levando a melhor o que registrar diferença maior entre gols feitos e gols tomados.

SALTO ALTO: Jogar preocupado em não se machucar nem cometer infração.

SEGURAR O JOGO: fechar-se na defesa, tentando garantir o resultado conveniente

para o time. Garantir o placar mediante artifícios para que o adversário não se aposses da bola.

SELEÇÃO: equipe constituída pelos melhores atletas, que num torneio ou competição esportiva representa um país; selecionado, combinado, escrete.

SELEÇÃO CANARINHO: seleção brasileira de futebol, em virtude da cor amarelo-ouro, que lembra a do canário-da-terra, da camisa dos seus jogadores.

SEM-PULO: termo usado para descrever uma jogada na qual o jogador salta, colocando o corpo quase paralelo ao solo, para chutar a bola enquanto ela ainda está no ar.

SITUAÇÃO DE GOL: chances criadas e nem sempre convertidas em gol

SOÇAITÉ: modalidade praticada em campos de reduzidas dimensões, com número reduzido de participantes para cada time.

SUBSTITUIÇÃO: quando um jogador entra no lugar de outro.

SÚMULA: documento elaborado pelo juiz, reportando as ocorrências da partida e destinada à entidade promotora do jogo.

SURURU: confusão na pequena área, quando jogadores se amontoam, querendo uns fazer gol e outros tentando evitá-lo

TABELA: jogada na qual dois ou mais jogadores trocam passes entre si ao avançar em direção ao campo adversário (um-dois); Também pode ser o quadro de jogos de um campeonato.

TAPETÃO: quando a Justiça Desportiva interfere em um jogo ou campeonato.

TÉCNICO: especialista que dirige o time, orientando os jogadores e determinado a formação tática.

TEMPO: etapa de 45 minutos da partida.

TIME: conjunto de atletas que constituem a equipe na disputa de uma partida.

TER PERNAS: correr no jogo sem parar.

TOQUE: drible curto

TORCEDOR: aquele que torce e prefere determinado time ou seleção.

TORCIDA: ato de torcer em coletividade de adeptos para um clube esportivo. (2)
Grupo de torcedores; galera.

TOTÓ: passe curto, dado levemente com a face da chuteira. (2) Chute fraco. (3) Vitória incontestável.

TRIVELA: chute dado com a parte externa do pé, imprimindo um efeito de curva na bola. ("de três dedos").

TUNGAR: prejudicar um time com arbitragem

VAIA: demonstração de desagrado ruidosa e geralmente coletiva, expressa em forma de gritos, como "Uuuuuuh", assovios, etc.

VALORIZAR: quando um jogador exagera ao sofrer uma falta banal para seu time ganhar tempo com a paralisação da partida; ou quando o atleta avança com a bola controlada, sem pressa; catimba.

VAZADO: adjetivo geralmente usado para se fazer referência ao goleiro ou a defesa que toma muito ou pouco gol; Vencido, batido, ultrapassado: "Foi o goleiro mais vazado".

VITÓRIA: ato ou efeito de triunfar sobre (vencer) o outro competidor; triunfo, êxito.

VOLANTE: meio-campista com função de proteger a zaga, ajudando na marcação.

VOLEIO: jogada na qual o jogador salta, colocando o corpo quase paralelo ao solo, para chutar a bola enquanto ela ainda está no ar; sem pulo.

W.O.: derrota do time pelo seu não comparecimento ao campo de jogo em dia e hora marcados

XERIFE: geralmente o zagueiro que defende a sua área com rispidez e tem voz de comando sobre o grupo

ZAGA: é costumeiramente composta por dois ou três jogadores que atuam na defensiva, protegendo a área e o seu gol dos jogadores adversários. Diz-se também da área do campo em que ficam situados os zagueiros.

ZAGUEIRO: jogador com incumbência de desarmar as jogadas de ataque do time adversário para impedir que este faça gol. Defensor, beque.

ZONA: área que define imaginariamente a posição, em campo, de cada um dos grupos de jogadores destacados para a defesa, ataque e meio-campo.

22. Dicas de Negócio

Para reduzir o risco inicial, o empreendedor pode optar por alugar campos e quadras em clubes esportivos e condomínios. Desta forma, o investimento requerido é bem menor. Após alguns anos, com o estabelecimento da escola no mercado, será possível construir uma estrutura própria de quadras.

Outra dica de sucesso é a associação com clubes profissionais. O interesse dos clubes em expandir a sua marca viabilizou o surgimento de franquias de escolas de futebol. Ao se associar a um grande clube, a escolinha pode utilizar a marca, o plano pedagógico e as técnicas de aula do clube, além de inscrever alunos em campeonatos e visitar jogos oficiais. O brasão do time também atrai pais e filhos torcedores.

Também vale a pena ressaltar que caso o empreendedor opte por comprar um terreno e construir as quadras e campos, o faça próximo a escolas, assim ele pode firmar parcerias para que sua estrutura seja utilizada em aulas de Educação Física e/ou campeonatos da própria escola.

Se tiver a estrutura própria, disponibilizar a estrutura da escola para aluguel das quadras para adultos no horário noturno também é algo que trará receitas adicionais e pode inclusive popularizar o nome de sua escolinha e atrair mais alunos.

Outra forma de diversificação pode ser o convite a olheiros de grandes clubes para assistirem às aulas ou campeonatos. Caso algum aluno seja selecionado direto de sua escola, será uma grande propaganda para o futuro.

23. Características Específicas do Empreendedor

No segmento de escolas de futebol, o empreendedor deve possuir conhecimento prévio do mercado e também precisa estar atento às tendências e novidades pedagógicas em práticas esportivas. Deve identificar os movimentos deste mercado e adaptá-los à sua oferta, reconhecendo as preferências dos clientes e renovando continuamente as técnicas de aula.

Prestatividade, agilidade e bom atendimento são qualidades essenciais. Outras características importantes, relacionadas ao risco do negócio, podem ajudar no sucesso do empreendimento:

- Busca constante de informações e oportunidades;
- Persistência;
- Comprometimento;

- Qualidade e eficiência;
- Capacidade de estabelecer metas e calcular riscos;
- Planejamento e monitoramento sistemáticos;
- Independência e autoconfiança.
- Sabe tomar decisões.
- É visionário.
- É líder e sabe gerir equipes.

Caso o empreendedor opte pela compra de uma franquia, ele deve estar ciente que irá seguir os métodos de trabalho, procedimentos, normas e operação padronizados pela franquia.

24. Bibliografia Complementar

BORELLI, Alaercio. Iniciação ao Futebol. São Paulo: 2008.

CAPINASSU, José M. Futebol: Técnica, Tática e Administração. São Paulo: Nacional, 2004.

CARVALHO, Lúcio P. Plano de negócio para um empreendimento esportivo. Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2005.

DUREY, Alain e BOEDA, Andre. Medicina do Futebol. São Paulo: Nacional, 1989.

FERNANDES, José L. Futebol: da Escolinha de Futebol ao Futebol Profissional. São Paulo: EPU Editora, 2004.

FREIRE, João B. Pedagogia do Futebol. São Paulo: Nacional, 2003.

GOMES, Antonio C. Futebol: Treinamento Desportivo de Alto Rendimento. São Paulo: Nacional, 2008.

MELO, Rogerio S. Futebol: 1000 Exercícios. São Paulo: Nacional, 2003.

RIUS, José S. Futebol: Exercícios e Jogos. Porto Alegre: Artmed, 2003.

SELUIANOV, Victor N. Futebol: Aspectos Fisiológicos e Metodológicos. São Paulo: Nacional, 2005.

TORRELLES, Alex S. e ALCARAZ, Cesar F. Escolas de Futebol. São Paulo: Nacional, 2003.

Saiba abrir escolinhas de times como Corinthians, Santos e Flu. Matéria divulgada no site: [http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/03/01/franquias-de-escolinhas-d](http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/03/01/franquias-de-escolinhas-de-futebol-de-grandes-times-tem-investimento-inicial-a-partir-de-r-14-mil.htm)
e-futebol-de-grandes-times-tem-investimento-inicial-a-partir-de-r-14-mil.htm. Acesso em outubro de 2014.

Escola de futebol. Estudo divulgado no site: http://www.igf.com.br/aprende/novonegocio/Neg_Resp.aspx?id=40. Acesso em outubro de 2014.

O que é necessário para montar uma escola de futebol. Matéria divulgada no site : <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/5/29/tudo/13.html>. Acesso em outubro de 2014.