

Academia de ginástica



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

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	2
Localização.....	3
Exigências Legais e Específicas.....	5
Estrutura.....	7
Pessoal.....	9
Equipamentos.....	10
Matéria Prima/Mercadoria.....	13
Organização do Processo Produtivo.....	14
Automação.....	15
Canais de Distribuição.....	16
Investimentos.....	17
Capital de Giro.....	21
Custos.....	22
Diversificação/Agregação de Valor.....	23
Divulgação.....	24
Informações Fiscais e Tributárias.....	25
Eventos.....	27
Entidades em Geral.....	28
Normas Técnicas.....	28
Glossário.....	30
Dicas de Negócio.....	32
Características Específicas do Empreendedor.....	33
Bibliografia Complementar.....	34
Fonte de Recurso.....	35
Planejamento Financeiro.....	35
Produtos e Serviços - Sebrae.....	36
Sites Úteis.....	37

1. Apresentação de Negócio

Objetiva-se aqui proporcionar aos futuros empreendedores de uma Academia de Ginástica uma abordagem simples acerca das variáveis que influenciam diretamente este tipo de empreendimento, registrando também o posicionamento e comportamento do segmento no mercado, suas principais áreas de atuação, trazendo de uma forma ampla, as informações básicas para os interessados em atuar no referido segmento.

As técnicas e procedimentos adotados pelas academias de ginástica têm como objetivo o alcance da melhoria de qualidade de vida podendo trazer, entre outros, os seguintes benefícios: redução de peso e gordura, fortalecimento dos ossos e articulações, melhora do diabetes, diminuição do colesterol total e aumento do colesterol bom. Segundo a Associação Brasileira de Academias - ACAD, associação de empresas do setor, em 2018 o Brasil já era considerado o segundo país no mundo em número de academias, as quais, a cada dia mais, estão oferecendo serviços especializados e segmentados, a fim de atrair determinado público-alvo.

O mercado fitness atua diretamente com o público alvo interessado na prática de atividades físicas adequadas, potencializando os resultados esperados pelos usuários, prevenindo também doenças como: pressão alta, problemas cardíacos, obesidade, bem como as doenças decorrentes do sedentarismo.

Um dos grandes desafios para os interessados em iniciar no segmento são ações inovadoras para se sobressair perante a concorrência. Por isso é necessário que o empreendedor conheça bem as estratégias de negócio que irá adotar, utilizando-se de ferramentas apropriadas para a conquista da clientela.

Para maior compreensão acerca do tema, o empreendedor poderá seguir os seguintes requisitos para a formulação e conhecimento de sua estratégia de negócios.

Passo

Item

Descrição

Passo 1

Modelagem de negócios

Saber quais serão os produtos, serviços e como divulgá-los.

Passo 2

Plano de negócios

Realizar cálculo da viabilidade do negócio: quanto investir para alcançar a lucratividade.

Norteia o planejamento e auxilia na prevenção de riscos.

Passo 3

Criação da marca

Definir a cara da empresa, o nome, a cor, o posicionamento.

Passo 4

Abertura da empresa

Procurar por um especialista para auxiliar na parte trabalhista e tributária.

Passo 5

Escolha do ponto comercial

Informar-se sobre o público da região, fluxo, potencial, imóvel, aluguel, acesso, mercado local e concorrência.

Passo 6

Adequação do espaço

Elaborar projetos, orçar a obra, contratar um gerenciamento de obra, comprar móveis, comprar insumos e comprar equipamentos.

Passo 7

Contratação de profissionais

Contratar Recepcionista e Educadores Físicos.

Passo 8

Treinamento

Treinar a equipe de profissionais e ensinar todas as técnicas.

Passo 9

Definição do cardápio de produtos e serviços

Definir o que vai oferecer aos clientes.

Passo 10

Precificação

Estabelecer os preços a serem praticados, tendo como base o plano de negócios e os custos fixos e variáveis.

Passo 11

Marketing

Definir pra quem vender e como comunicar o que se está vendendo. Investir em redes sociais, construir marca forte, oferecer bom atendimento, fazer plano de marketing.

Passo 12

Gestão do dia a dia

Administrar tudo para que os clientes tenham certeza de um excelente serviço. É importante atingir o *break even* (ponto de equilíbrio), receber de receita pelo menos o que se teve de custo no mês.

Tabela 1 – Passo a passo como montar uma academia

O Conselho Federal de Educação Física é o Órgão responsável pela regulamentação dos registros tanto dos profissionais que atuam no segmento, como do registro dos estabelecimentos. Para tanto, o empreendedor interessado em abrir negócio no ramo deverá entrar em contato com o Conselho Regional que atende a sua localidade.

Não existe a obrigatoriedade de o proprietário do empreendimento ser formado em Educação Física, entretanto, os profissionais que irão atuar na atividade deverão ser registrados no respectivo Conselho Regional.

Este documento não substitui o Plano de Negócio. Para elaboração do plano consulte o SEBRAE mais próximo.

2. Mercado

A partir dos anos 90, houve uma consciência maior por parte da população acerca de temas relacionados a saúde e qualidade de vida, com isso a procura por academias de ginastica ganharam mais visibilidade e importância.

Estima-se a existência de 34.500 academias de ginastica no Brasil em 2018, conforme dados da Associação Internacional de Fomento ao Universo de Saúde e Exercício, colocando o país em segundo lugar com a maior concentração de estabelecimentos deste segmento, cabendo ao Conselho Federal de Educação Física e aos Conselhos Regionais

de cada região normatizar e supervisionar a atuação destes profissionais e estabelecimentos.

As academias de ginástica somente poderão funcionar através de aulas ministradas por profissionais devidamente habilitados, com formação acadêmica em Educação Física. A regulamentação dessa atividade está disposta na Lei nº 9.696, de 1 de setembro de 1998 e nas resoluções do Conselho Federal de Educação Física.

É necessário que o empreendedor defina os tipos de serviços que serão oferecidos em sua academia, sendo os serviços mais comuns: Aeróbico, Natação, Spinning, Circuito, Crossfit, lutas, dentre outras opções.

Uma das grandes oportunidades no mercado de academias de ginástica é a captação de clientes da 3ª idade, uma vez que esse tipo de nicho está associado a busca por vitalidade e longevidade com maior qualidade de vida. A oferta de treinamento funcional, programas de treinos especializados e específicos, pilates e zumba também representam uma excelente possibilidade de ampliar o portfólio de serviços.

Oportunidades: Mercado em contínuo crescimento, envelhecimento da população, possibilidade de parcerias corporativas, disponibilidade de equipamentos modernos, busca contínua de usuários por bem-estar físico, possibilidade de associar a serviços complementares de artigos e nutrição esportiva.

Ameaças: Analisar a quantidade de concorrentes no local a ser instalado.

Uma das formas de conhecer um pouco mais sobre o ramo das Academias de Ginástica, é conhecer três características de mercado que influenciam o negócio.

1. Mercado consumidor: Pessoas em busca de melhora na performance de condicionamento físico, emagrecimento e melhora na autoestima.
2. Mercado concorrente: avaliar a concorrência, principais métodos utilizados, horários e demais variáveis que possa trazer um diferencial na abertura do seu negócio. Outras academias? Clubes? Estúdio de pilates? Serviços de personal trainer realizado em parques? Academias dos prédios residenciais? O que seria o mercado concorrente? Tem grande impacto no negócio ou seria uma concorrência tranquila?
3. Mercado fornecedor: conhecer os potenciais fornecedores, adquirindo assim vantagem competitiva, tanto do ponto de vista econômica, como da qualidade dos produtos adquiridos. Neste ramo, a variação de preços entre os equipamentos é muito significativa, logo, tem grande impacto no custo de implantação e alta relação com o público alvo.

3. Localização

Para obter êxito na escolha do local, é importante, primeiramente, definir o público alvo, pois além de influenciar na escolha do ponto comercial, faz parte do planejamento estratégico. O segundo passo é observar o fluxo de pessoas no local, tanto de pedestres quanto de carros. O próximo passo é avaliar a acessibilidade do ponto, ou seja, como chegar até o ponto comercial, a sua infraestrutura ao redor.

- **Perfil do público:** Definir a faixa de renda e hábitos de consumo ajuda a identificar melhor a região em que os potenciais clientes estão presentes. Uma análise do perfil dos clientes faz-se necessária. A partir dessa análise, pode-se saber quais os melhores horários para os clientes e qual localização pode ser mais apropriada, ou seja, se seria próxima aos grandes centros comerciais, perto do local de trabalho de grande parte das pessoas, ou se seria próximo a residências. Somente depois de definido qual o público-alvo será atendido, é que se poderá realizar a pesquisa e entender as suas necessidades em termos de local, horário, acesso, etc.

- **Aluguel:** Ao definir o local do empreendimento, verifique se o valor do aluguel está adequado com o seu plano de negócios e quais as condições para renovação contratual. Encontrar um ponto extraordinário com um aluguel muito alto pode consumir todo o lucro esperado e não trazer retorno proporcional ao custo fixo. O valor do condomínio, instalações, reformas, possibilidade de ampliações e taxas anuais (comuns em shoppings), também devem ser levadas em consideração.

- **Vizinhança:** A análise dos empreendimentos ao redor é um fator que precisa ser observado. Se instalar em locais com grande concentração de concorrentes, pode facilitar na atração dos clientes, mas pode dificultar a fidelização e a manutenção das margens de lucro.

- **Acessibilidade:** A academia de ginástica é um modelo de negócio onde o cliente permanece entre 1 e 2 horas dentro do estabelecimento. Dessa forma, a disponibilidade de estacionamento é essencial para o sucesso do empreendimento. Caso o espaço não possibilite estacionamento próprio, vale pensar em uma parceria. Outro ponto importante a destacar é o acesso a cadeirantes e a outras pessoas com deficiência.

- **Visibilidade:** A possibilidade de exposição do local é um ponto essencial na hora de escolher a localização, deve ser evitado locais desertos ou com difícil visibilidade, aqui também deve ser observado a iluminação da rua, valendo para a segurança ou para a visibilidade noturna da empresa.

- **Aspectos legais:** Observe ainda as regularizações, de acordo com o local e licenças exigidas. Verifique se existem restrições de instalação para determinado tipo de negócio naquele endereço, em relação ao plano da Lei de Zoneamento e do Plano Diretor da cidade.

É importante também que o imóvel escolhido ofereça condições para expansão do empreendimento que ocorrerá à medida que o negócio conquistar mais clientes.

De maneira resumida, estão listados alguns pontos de atenção na escolha do imóvel onde a empresa será instalada:

a) A relação entre receitas e despesas estimadas precisa ser compatível com os objetivos definidos pelo empreendedor. É preciso estar atento ao custo do aluguel, prazo do contrato, reajustes e reformas a fazer.

b) Certifique-se de que o imóvel atende às necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, características da vizinhança, serviços de água, luz, esgoto, telefone, transporte etc.

b) Verifique se existem facilidades de acesso, estacionamento e outras comodidades que possam tornar mais conveniente e menos onerosa a adaptação do imóvel.

c) Cuidado com imóveis situados em locais sujeitos a inundação ou próximos às zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito.

d) Confira a planta do imóvel aprovada pela Prefeitura, e veja se não houve nenhuma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área, que deverá estar devidamente regularizada.

As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU), que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço. A consulta de local junto à Prefeitura deve atentar para:

- se o imóvel está regularizado, ou seja, se possui HABITE-SE;
- se as atividades a serem desenvolvidas no local respeitam a Lei de Zoneamento do Município, pois alguns tipos de negócios não são permitidos em qualquer bairro;
- se os pagamentos do IPTU referente ao imóvel estão em dia;
- no caso de serem instaladas placas de identificação do estabelecimento, letreiros e outdoors, será necessário verificar o que determina a legislação local sobre o licenciamento das mesmas;
- exigências da legislação local e do Corpo de Bombeiros Militar.

4. Exigências Legais e Específicas

Para a instalação do negócio é necessário realizar consulta prévia de endereço na Prefeitura Municipal/Administração Regional, sobre a Lei de Zoneamento. Ou seja, após a escolha do imóvel, faça esta consulta antes mesmo de firmar contrato de locação, pois só assim poderá saber se haverá possibilidade de constituir a empresa no local escolhido.

Para abrir uma empresa, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual ou em um dos enquadramentos jurídicos de sociedade. Ele deverá avaliar as opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. 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.

Para abertura e registro da empresa é necessário realizar 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: empresa ficará obrigada a recolher a contribuição sindical patronal, por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o “Habite-se” pela prefeitura.

É obrigatório o registro do estabelecimento junto ao Conselho Federal de Educação Física (CONFEF) , que através da Resolução CONFEF n.º 21, de 21 de janeiro de 2000, dispõe que as pessoas jurídicas, cuja finalidade básica seja a prestação de serviços de atividade física, desportiva e similar, estão obrigadas a se registrarem no respectivo Conselho Regional de Educação Física.

É necessário, ainda, observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) que regula a relação de consumo em todo o território brasileiro, buscando equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores. O CDC só se aplica às operações comerciais em que haja relação de consumo.

A Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças etc. Sugere-se consultar o endereço <http://www.leigeral.com.br> para mais informações.

Além dessas, o empreendedor precisa observar outras orientações e exigências legais específicas como as descritas a seguir:

Resolução CONFEF n.º 52, de 08 de dezembro de 2002, dispõe sobre as normas básicas de fiscalização da Estrutura física e Equipamentos para o funcionamento de pessoa jurídica prestadora de serviços na área da atividade física, desportiva e similares.

Resolução CONFEF n.º 349/17 - Dispõe sobre a alteração da Resolução CONFEF n.º 052/2002, que dispõe sobre Normas Básicas Complementares para fiscalização e funcionamento de Pessoas Jurídicas prestadoras de serviços na área da atividade física, desportiva e similares.

Resolução CONFEF n.º 328/16 - Dispõe sobre Especialidade Profissional em Educação Física na área de Avaliação Física.

Resolução CONFEF n.º 327/16 - Dispõe sobre Especialidade Profissional em Educação Física na área de área de Treinamento Esportivo/Físico.

Resolução CONFEF n.º 326/16 - Dispõe sobre Especialidade Profissional em Educação Física na área do Esporte.

Resolução CONFEF nº 324/16 - Dispõe sobre Especialidade Profissional em Educação Física na área de Ginásticas Esportivas.

Resolução CONFEF nº 323/16 - Dispõe sobre Especialidade Profissional em Educação Física na área de Ginástica Laboral

Resolução CONFEF nº 322/16 - Dispõe sobre Especialidade Profissional em Educação Física na área de Biomecânica do Exercício e dá outras providências.

Resolução CONFEF nº 312/15 - Dispõe sobre Especialidade Profissional em Educação Física na área de Treinamento Resistido/Musculação

Resolução CONFEF nº 307/15 - Dispõe sobre o Código de Ética dos Profissionais de Educação Física registrados no Sistema CONFEF/CREFs

Resolução CONFEF nº 280/15 - Dispõe sobre Especialidade Profissional em Educação Física em Desportos Aquáticos.

Resolução CONFEF nº 264/13 - Dispõe sobre o Código Processual de Ética do Conselho Federal e dos Conselhos Regionais de Educação Física

Resolução CONFEF nº 255/13 - Dispõe sobre Especialidades Profissionais em Educação Física

Resolução CONFEF nº 232/12 - Dispõe sobre Especialidade Profissional em Educação Física Escolar

Resolução CONFEF nº 231/12 - Dispõe sobre Especialidade Profissional em Educação Física na Área de Saúde da Família

Resolução CONFEF nº 230/12 - Dispõe sobre Especialidade Profissional em Educação Física na área de Saúde Mental

Resolução CONFEF nº 229/12 - Dispõe sobre Especialidade Profissional em Educação Física na área de Saúde Coletiva

O Sebrae local poderá ser consultado para orientação.

5. Estrutura

Para a estrutura de uma Academia de Ginastica estima-se ser necessária uma área em média de 250 m², a depender da estrutura do empreendimento, com flexibilidade para ampliação conforme o desenvolvimento do negócio. O ambiente pode ser dividido em: Recepção, sala administrativa, Sala de avaliação física, espaço para aulas de ginásticas e vestiários. Pode contar ainda com lanchonete e com área de vendas de produtos do ramo e vestiários, além de outros diferenciais vislumbrados pela empresa.

É importante alertar aos futuros empreendedores que o valor do aluguel do estabelecimento não poderá comprometer de forma significativa o faturamento do

empreendimento, haja vista que será necessário ainda a quitação de outras despesas da empresa, como água, luz, internet telefone, remuneração dos empregados, impostos etc.

O conjunto de serviços a ser oferecido, e conseqüentemente o espaço e estrutura requeridos, dependem do público alvo e da proposta de valor da academia, implicando diretamente no investimento a ser realizado.

A academia deve possuir espaços físicos que possibilitem o desenvolvimento de atividades físicas, específicas e permitam a necessária separação e independência dessas atividades, visando garantir princípios de segurança, saúde e ergonomia, na prática destas, devendo o mesmo dispor de áreas com instalações, equipamentos e suprimentos necessários para assegurar à correta disposição.

O espaço deve oferecer instalações elétricas e hidráulicas em boas condições, com um ambiente bem iluminado.

Diversos fatores devem ser considerados como condições de luminosidade, ventilação, umidade ambiente, sonorização e ruídos.

Sugere-se:

Recepção – Deve ter um balcão de atendimento com equipamentos de informática que possibilitem o cadastramento dos clientes e o controle dos serviços realizados. Deve ter telefone para atendimento e contatos diversos.

Salas de ginastica – Devem ter tamanho suficiente para acomodar os aparelhos e equipamentos necessários a cada tipo de serviço e devem também contar com equipamentos posicionados de maneira funcional, tradicionalmente dispostos por setores. A disposição de aparelhos e equipamentos deve permitir uma circulação livre e segura. O piso de cada seção deve ser adequado às atividades ali a serem desenvolvidas e, para algumas atividades a exemplo de lutas e/ou artes marciais, deve-se ainda garantir que toda a sala seja protegida por revestimento acolchoado, em toda a sua extensão e circundante.

Estrutura de Banheiros e vestiários – Devem estar próximos das áreas de atendimento e serem suficientes para o fluxo de pessoas, bem como estar adaptado para pessoas com deficiência.

Estacionamento - É muito importante que haja espaço para estacionamento, ou convênio com estacionamentos próximos, o que pode traduzir-se em diferencial favorável ao negócio.

A popularização dos termos “orgânico”, “consciência ecológica” e “sustentabilidade” já se faz também presente neste segmento de negócios. Nesse sentido, uma opção de estrutura em consonância com estas tendências alia espaços agradáveis e ao mesmo tempo ecologicamente corretos. Para tanto, a planta arquitetônica do empreendimento é desenvolvida estrategicamente buscando minimizar o impacto ambiental, e especialmente:

a. Maximizar a utilização da luz solar, reduzindo a necessidade de energia;

b. Facilitar uma possível expansão física do espaço quando do crescimento da operação do negócio, evitando obras desnecessárias e utilização excessiva de materiais de construção.

Devido a diversas particularidades desse tipo de empreendimento, a estrutura de uma academia de ginástica demanda a presença de vários elementos. Tudo deve ser devidamente pensado para atender bem os clientes e para cumprir as regulamentações a que estão sujeitos. A estrutura física é um dos elementos mais importantes para o sucesso deste empreendimento.

6. Pessoal

A quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento e aos serviços oferecidos.

A academia deverá manter em local público e visível o nome do Responsável Técnico e a relação dos Profissionais de Educação Física que atuam em suas dependências, com o respectivo número de registro profissional, sejam autônomos ou contratados.

A respeito do quantitativo, o quadro de funcionários mínimo estimado é:

- 1 (um) recepcionista, CBO: 4221-05:

Principais atribuições: Recepcionam e prestam serviços de apoio a clientes. Prestam atendimento telefônico e nas redes sociais próprias do estabelecimento. Realizam agendamento de procedimentos, organizam informações e planejam a agenda de trabalho do cotidiano e demais atividades pertinentes a função.

- 3 (três) educadores físicos, CBO: 2241-20:

Principais atribuições: Desenvolvem, com crianças, jovens e adultos, atividades físicas; ensinam técnicas desportivas; realizam treinamentos especializados com atletas de diferentes esportes; instruem-lhes acerca dos princípios e regras inerentes a cada um deles; avaliam e supervisionam o preparo físico dos atletas; acompanham e supervisionam as práticas desportivas; elaboram informes técnicos e científicos na área de atividades físicas e do desporto.

Deve-se considerar a necessidade de avaliação contínua, manutenção e higienização de equipamentos e aparelhos.

O proprietário poderá ser o responsável pelas atividades administrativas, financeiras, de controle de estoque de materiais, gestão dos recursos humanos e da prestação dos serviços. Deve ter conhecimento da gestão do negócio, do processo produtivo e do mercado.

O atendimento (por todos os profissionais do empreendimento) é um item que merece a maior preocupação do empresário, já que nesse segmento de negócio há uma tendência ao relacionamento de longo prazo com o cliente e indicação de novos clientes. Desta forma, deverá se ter uma capacitação contínua, tanto dos procedimentos a serem realizados, como de relações humanas e atendimento ao cliente.

O empreendedor deverá participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor, haja vista que os procedimentos, métodos, aparelhos e equipamentos, estão em constante processo de evolução.

Por fim, é preciso estar atento em relação à Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores, utilizando-a como base para os salários e relações trabalhistas. O Sebrae poderá ser consultado para ajudar com as orientações sobre o perfil do quadro de funcionários e treinamentos adequados.

7. Equipamentos

Os equipamentos esportivos da academia estão sujeitos às variações de qualidade e sofisticação. Há de se considerar também que as tecnologias associadas ao fitness e saúde vêm evoluindo constantemente e podem ser um fator diferenciador do empreendimento.

Um cuidado especial deve ser dado à questão da robustez, pois esses equipamentos estarão sujeitos ao uso contínuo e prolongado, requerendo uma finalidade de uso profissional, muito diferente dos equipamentos para uso doméstico ou condominial.

Os preços dos equipamentos variam muito, seja pela qualidade, quantidade e estilo, ou até mesmo pela localização do empreendimento. Os valores aqui apresentados devem ser considerados apenas como uma referência.

De maneira bem resumida, os equipamentos, aparelhos, materiais e utensílios necessários para a instalação de uma academia de ginástica são:

Área Administrativa:

Equipamentos e acessórios

Quant

Valor

Total

microcomputador completo

1

R\$ 2.129,00

R\$ 2.129,00

Impressora

2

R\$ 1.299,00

R\$ 2.598,00

telefone

2

R\$ 90,00

R\$ 180,00

Mesa

2

R\$ 500,00

R\$ 1.000,00
cadeiras
2
R\$ 150,00
R\$ 300,00
armário para o escritório
1
R\$ 400,00
R\$ 400,00
INVESTIMENTO

R\$ 6.607,00

Salas de Ginástica:

Equipamentos e acessórios

Quant

Valor

Total

Cross trainers

1

R\$ 4.900,00

R\$ 4.900,00

Esteiras

10

R\$ 3.815,00

R\$ 38.150,00

Bicicleta ergométrica

10

R\$ 2.700,00

R\$ 27.000,00

Banco supino

1

R\$ 2.490,00

R\$ 2.490,00

Pull Over

1

R\$ 3.700,00

R\$ 3.700,00

Peitoral Dorsal

1

R\$ 2.945,00

R\$ 2.945,00

Pec-Deck

1

R\$ 5.700,00

R\$ 5.700,00

Máquina flexora

1

R\$ 5.790,00

R\$ 5.790,00

Adutor/abductor

1

R\$ 2.945,00

R\$ 2.945,00

Abdominal com carga

1

R\$ 5.000,00

R\$ 5.000,00

Remada com carga

1

R\$ 4.070,00

R\$ 4.070,00

Leg press

1

R\$ 5.390,00

R\$ 5.390,00

Cadeira Romana

1

R\$ 1.889,00

R\$ 1.889,00

Halteres

5

R\$ 280,00

R\$ 1.400,00

Barras

12

R\$ 269,00

R\$ 3.228,00

Kit anilhas

5

R\$ 200,00

R\$ 1.000,00

Porta barras

2

R\$ 320,00

R\$ 640,00

Step

10

R\$ 56,00

R\$ 560,00

Colchonetes

10

R\$ 28,00

R\$ 280,00

Cordas

10

R\$ 500,00

R\$ 5.000,00

Bebedouros

4

R\$ 900,00

R\$ 3.600,00
Aparelhagem de som
1
R\$ 2.100,00
R\$ 2.100,00
Balcão de atendimento
1
R\$ 1.200,00
R\$ 1.200,00
INVESTIMENTO

R\$ 128.977,00
INVESTIMENTO TOTAL: R\$ 135.584,00

Todos os materiais e equipamentos devem ser disponibilizados em condições de uso. Os materiais devem sempre estar limpos e esterilizados, se for o caso, atendendo às orientações do fabricante. Os equipamentos devem possuir registro no órgão competente, observando suas restrições de uso. É necessário dispor de programa de manutenção preventiva e corretiva dos equipamentos.

Exemplos de alguns fornecedores:

<https://www.technogym.com/br/>

<https://lifefitness.com.br/>

<https://scorpionsfitness.com.br/>

<https://br.matrixfitness.com/pt/>

8. Matéria Prima/Mercadoria

Os insumos (ou matéria-prima) e as respectivas quantidades variam consideravelmente a depender do serviço prestado por uma empresa. A definição de quais insumos são necessários depende da avaliação precisa dos fluxos dos processos produtivos do empreendimento. Ou seja, é preciso analisar os materiais necessários para a prestação do serviço para estimar a obtenção da matéria-prima.

Considerando um fluxo padrão de prestação de serviço, no caso de uma academia de ginástica não há matéria-prima significativa para que o processo de prestação do serviço seja entregue ao cliente. O usuário de uma academia busca, essencialmente, a disponibilidade dos equipamentos e a orientação correta e tempestiva dos profissionais.

Ou seja, se para empreendimentos que dependem da matéria-prima para a execução do seu processo produtivo, a gestão do estoque de matéria-prima é algo essencial, para uma academia, essa preocupação corresponde à manutenção dos equipamentos (para que estejam sempre em boas condições e à disposição do cliente) e à disponibilidade dos educadores físicos para garantir a orientação durante a prática dos exercícios e aparelhos.

Exceções podem ocorrer para modelos de prestação de serviços mais requintados que, juntamente com a prestação básica do serviço, incluem acessórios ou outros itens de caráter descartável (que viriam a compor insumos da prestação diferenciada do serviço) caracterizando, nesse caso, uma matéria-prima do processo. Nesse caso, a gestão do estoque é algo importante nesse processo de prestação do serviço.

Ainda sobre o quesito matéria-prima/insumo, para fins de uma melhor gestão, o passo seguinte à identificação de quais são seus insumos é levantar os fornecedores e identificar onde estão localizados (se em seu estado, município ou em outras regiões do país).

Considerando o processo básico de uma academia, os fornecedores corresponderiam aos responsáveis pela manutenção dos equipamentos e reposição de peças, bem como aos profissionais de educação física.

O modelo de gestão de manutenção dos aparelhos e equipamentos deve ser avaliado cuidadosamente para que o tempo e o custo de reposição, bem como, eventualmente, a quantidade de material a ser estocada, não prejudique o funcionamento contínuo do negócio.

Com relação aos educadores físicos, o modelo de gestão também precisa ser bem avaliado em função da demanda do serviço. Há de se ter profissionais disponíveis em turnos e em quantidade adequada ao fluxo da prestação do serviço.

A gestão de estoques, ou no caso das academias, a gestão dos insumos da prestação do serviço, é algo crucial na gestão. Ele deve ser suficiente para o adequado funcionamento da empresa, mas mínimo, para reduzir o impacto no capital de giro.

É essencial o foco no equilíbrio entre oferta e demanda. Numa gestão clássica de estoque, esse equilíbrio deve ser sistematicamente conferido, com base, entre outros, nestes três indicadores de desempenho:

- 1 - Giro dos estoques: número de vezes que o capital investido em estoques é recuperado por meio das vendas. É medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.
- 2 - Cobertura dos estoques: indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.
- 3 - Nível de serviço ao cliente: demonstra o número de oportunidades de prestação de serviço que podem ter sido perdidas pelo fato de não existir a matéria-prima em estoque.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo, ou seja, a sequência de atividades com o objetivo de produzir um bem ou serviço de uma academia de ginástica, contém, basicamente, as seguintes etapas:

Figura 1 - Processo produtivo

Divulgação e publicidade – responsável por transmitir a imagem do estabelecimento aos potenciais clientes, divulgando o catálogo de serviços e valores, bem como a proposta da empresa. Como diferencial poderá ser divulgado fotos, tanto em site próprio, blogs e redes sociais, demonstrando os serviços prestados na Academia de Ginastica.

Recepção e Atendimento ao cliente – responsável pelo cadastramento, agendamento de horários, recepção e registro dos serviços personalizados a serem realizados, acomodação enquanto o cliente espera o seu horário, encaminhamento aos profissionais atendentes, cobrança de valores, manutenção de registros que definem o perfil do cliente para futuras ações de pós-venda e fidelização.

Avaliação físico funcional: Essa avaliação já permite ao instrutor um direcionamento em relação aos objetivos do cliente e também quanto às suas limitações. Diante do quadro exposto na avaliação, o instrutor pode solicitar alguns exames médicos.

Execução das aulas e/ou suporte ao aluno nos procedimentos: execução das sessões conforme avaliação prescrita pelo Educador Físico e dados da avaliação físico funcional.

Monitoramento da evolução do aluno (avaliação física do aluno): acompanhamento da evolução do aluno considerando o objetivo proposto e a programação prescrita.

Paralelamente, outros processos devem ser realizados em suporte ao processo principal como a higienização de aparelhos, equipamentos, acessórios e instalações físicas. A manutenção dos equipamentos e aparelhos é outro processo de suporte essencial à atividade.

10. Automação

Automação inclui os sistemas em que os processos são controlados por meio de dispositivos eletrônicos. O objetivo é dinamizar e otimizar todos os processos. A adoção de sistemas que facilitam a realização de tarefas rotineiras acaba permitindo mais tempo de dedicação às atividades que mais impactam o negócio. Para isso, é necessário que o empreendedor selecione softwares, metodologias e procedimentos que se adequem ao seu negócio.

Neste ramo de Academias de ginástica, especificamente, a possibilidade de automação do negócio em si pode ser entendida como uma proposta de diferenciação e agregação de valor e a escolha por essas alternativas depende da proposta da academia e do seu público-alvo.

Em academias mais sofisticadas a automação vai desde o ingresso dos frequentadores através de equipamentos biométricos (ex: leitores de digitais), passando pela escolha dos aparelhos altamente digitalizados e integrados a televisores, monitores, smartphones e outros aparelhos, até a integração destes aparelhos com softwares de acompanhamento físico individual de cada aluno.

É preciso pesquisar opções no mercado e, eventualmente, contratar o desenvolvimento de seus próprios aplicativos com as diversas funções que a academia conseguir integrar

ao seu processo de funcionamento.

Com relação à gestão de uma Academia de Ginástica existem diversos sistemas de gerenciamento de pequenos negócios que podem auxiliar o empreendedor. Esses sistemas podem integrar as compras, as vendas e o financeiro, auxiliando o empreendedor na sua tomada de decisão. Contudo, 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.

A seguir, segue sugestões de sistemas de gestão específicos para academias de Ginástica:

SOFTWARE EVO

ACTUAR

TECNOFIT

CLOUDGYM

GOFIT

SISTEMASCO

ACAD MANAGER

DATINO

QUESLO FIT

A 4U

FITSYSTEM

IFITNESS

SECULLUM

PRO-TER

Apesar de ser necessário procurar softwares de custo acessível e compatível com uma pequena empresa desse ramo, deve ser observado que se trata de ferramenta fundamental no controle gerencial. Muitos destes programas, além do custo de aquisição, cobram taxa de manutenção mensal e para este tipo de empreendimento.

11. Canais de Distribuição

Os canais de distribuição são os meios pelos quais o empreendedor entrega o seu serviço ao cliente final, no local certo e na hora esperada pelos clientes. É a resposta às

seguintes perguntas: Como o serviço chega ao cliente? Ou, de modo geral, qual a estratégia da empresa para que o cliente chegue à sua empresa?

Para definir os canais de distribuição e venda de uma academia de ginástica, é preciso considerar, minimamente, quatro fatores: (1) serviço; (2) estratégias de disponibilização dos serviços; (3) preço; (4) estratégia de captação e manutenção dos clientes.

Sobre o fator serviço, a decisão consiste em definir os serviços ofertados e a forma de prestá-los. Essa decisão orienta a estratégia de valor e a forma que os profissionais devem realizar o serviço. Ou seja, nesse quesito a academia definirá o seu portfólio de serviços como, por exemplo, musculação, treinamento funcional, crossfit, aulas de dança, yoga, relaxamento, lutas, artes marciais, capoeira, natação, atividades rítmicas, expressivas e acrobáticas, recreação, reabilitação, etc. Os serviços ofertados devem estar coerentes com a proposta da academia e seu público-alvo.

Sobre o fator relacionado à estratégia de disponibilização dos serviços, é preciso levantar e avaliar pontos como a localização e a forma como os serviços serão prestados. Ou seja, é preciso definir se serão prestados em um único lugar ou em vários locais, se será apenas nas instalações da empresa, no domicílio do cliente ou em parques e outras áreas por meio de personal trainers, em unidades parceiras, ou em algum outro lugar ou de outra forma vislumbrada pelo empreendedor. A forma de execução ou interação também pode considerar a utilização de recursos tecnológicos (aplicativo próprio de agendamento, acompanhamento online da evolução, whatsapp, internet, etc).

O terceiro fator refere-se à definição dos preços dos serviços. Para além da verificação do custo e da margem de lucro, é preciso definir os demais critérios a serem considerados para definição dos preços. Isso depende principalmente do público-alvo que se pretende atingir. Aqui também devem ser considerados as formas de pagamento pelo cliente e as parcerias com outras empresas.

O quarto fator refere-se às estratégias da empresa para manter os clientes que já consumiram os serviços da empresa e para fazer com que novos clientes busquem seus serviços. Essa estratégia depende muito do perfil do público-alvo incluindo aqui seu comportamento, sua localização, suas preferências, seu poder aquisitivo entre outros. Atualmente, as academias têm adotado, como estratégia de divulgação, o patrocínio de eventos esportivos com a participação dos seus alunos como as corridas de rua, por exemplo. Elas também têm explorado os aulões aos finais de semana em que, além dos alunos, elas recebem convidados para participarem conjuntamente da programação extra.

12. Investimentos

O valor a ser investido num novo negócio envolve um conjunto de fatores identificados ao longo do processo de instalação do empreendimento. O investimento para o início das atividades varia de acordo com o porte do empreendimento e os produtos e serviços que serão oferecidos. O valor das aquisições varia de cidade para cidade e depende do tamanho do empreendimento e do seu nível de complexidade. Portanto, os valores aqui abrangidos são apenas uma estimativa.

São investimentos comuns a uma empresa deste segmento:

INVESTIMENTOS FIXOS

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

Equipamentos e acessórios

Quant

Valor

Total

microcomputador completo

1

R\$2.129,00

R\$2.129,00

Impressora

2

R\$1.299,00

R\$2.598,00

telefone

2

R\$90,00

R\$180,00

Mesa

2

R\$500,00

R\$1.000,00

cadeiras

2

R\$150,00

R\$300,00

armário para o escritório

1

R\$400,00

R\$400,00

Cross trainers

1

R\$4.900,00

R\$4.900,00

Esteiras

10

R\$3.815,00

R\$38.150,00

Bicicleta ergométrica

10

R\$2.700,00

R\$27.000,00

Banco supino

1

R\$2.490,00

R\$2.490,00

Pull Over

1

R\$3.700,00
R\$3.700,00
Peitoral Dorsal
1
R\$2.945,00
R\$2.945,00
Pec-Deck
1
R\$5.700,00
R\$5.700,00
Máquina flexora
1
R\$5.790,00
R\$5.790,00
Adutor/abdutor
1
R\$2.945,00
R\$2.945,00
Abdominal com carga
1
R\$5.000,00
R\$5.000,00
Remada com carga
1
R\$4.070,00
R\$4.070,00
Leg press
1
R\$5.390,00
R\$5.390,00
Cadeira Romana
1
R\$1.889,00
R\$1.889,00
Halteres
5
R\$280,00
R\$1.400,00
Barras
12
R\$269,00
R\$3.228,00
Kit anilhas
5
R\$200,00
R\$1.000,00
Porta barras
2
R\$320,00
R\$640,00
Step

10
 R\$56,00
 R\$560,00
 Colchonetes
 10
 R\$28,00
 R\$280,00
 Cordas
 10
 R\$500,00
 R\$5.000,00
 Bebedouros
 4
 R\$900,00
 R\$3.600,00
 Aparelhagem de som
 1
 R\$2.100,00
 R\$2.100,00
 Balcão de atendimento
 1
 R\$1.200,00
 R\$1.200,00
INVESTIMENTO TOTAL

R\$135.584,00
INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

ITEM
QUANTIDADE
VALOR UNITÁRIO
LEGALIZAÇÃO
 1
 R\$ 8.000,00
REFORMAS E REPAROS
 1
 R\$ 80.000,00
DIVULGAÇÃO E PUBLICIDADE
 1
 R\$ 8.000,00
PREVISÃO DE FATURAMENTO

ITEM
QUANTIDADE
FATURAMENTO MENSAL
 R\$ 30.000

Antes de montar sua empresa, é fundamental que o empreendedor elabore um Plano de Negócios, onde os valores necessários à estruturação da empresa podem ser mais detalhados, em função dos objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado. O capital de giro necessário para os primeiros meses de funcionamento do negócio também

deve ser considerado neste planejamento.

Nessa etapa, é indicado que o empreendedor procure o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta suas particularidades. O empreendedor também poderá basear-se nas orientações propostas por metodologias de modelagem de negócios, em que é possível analisar o mercado no qual estará inserido, mapeando o segmento de clientes, os atores com quem se relacionará, as atividades chave, as parcerias necessárias, sua estrutura de custos e fontes de receita.

13. Capital de Giro

O capital de giro é uma parte do investimento que compõe uma reserva de recursos que devem ser usados para necessidades financeiras. É o valor necessário para a empresa fazer seus negócios acontecerem (girarem). É o dinheiro necessário para bancar o funcionamento da empresa e suportar as oscilações de caixa. Em suma, é a parte do patrimônio que sofre constante movimentação.

É importante, portanto, administrar o capital de giro, avaliando o momento atual, as faltas e as sobras de recursos. Ele garante a saúde financeira da empresa e proporciona a manutenção dos estoques, além de assegurar o pagamento aos fornecedores, dos impostos, salários e demais custos. Tudo depende de um planejamento, detalhando os custos de curto e de longo prazo e as previsões de receitas.

Quanto maior o prazo concedido aos clientes para pagamento e quanto maior o prazo de estocagem, maior será a necessidade de capital de giro do negócio. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode amenizar a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Prazos médios recebidos de fornecedores também devem ser considerados nesse cálculo: quanto maiores os prazos, menor será a necessidade de capital de giro.

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão, inclusive valores além do pró-labore. No início, todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. O ideal é preservar recursos próprios para capital de giro e deixar financiamentos (se houver) para máquinas e equipamentos.

Sempre será muito útil que se tenha certo montante de recursos financeiros reservado para que o negócio possa fluir sem sobressaltos, especialmente no início do projeto. No entanto, ter esse recurso disponível não é suficiente para uma boa gestão, ou seja, somente deverá ser utilizado para honrar compromissos imediatos ou lidar com problemas de última hora.

Entre as dicas para se ter um capital de giro saudável estão: identificar e cortar gastos, ficar sempre atento ao fluxo de caixa; ter disciplina, ser chato com o controle financeiro, possuir um controle orçamentário rígido; saber negociar com os fornecedores e os clientes, procurar as melhores formas de pagamento e de prazos, antecipar pagamentos a receber (PORTAL SEBRAE).

Conforme previsto no tópico anterior, recomenda-se em pensar uma margem de lastro para no mínimo 3 meses.

14. Custos

Conhecer os custos é imprescindível para o sucesso o negócio. Custo e despesa são conceitos distintos. Custos são gastos que dizem respeito ao que é produzido pela empresa, possuem relação direta com a atividade-fim, tais como matéria prima, mão de obra. Já as despesas não possuem ligação direta com a atividade central do negócio, são os gastos relativos à administração: área de marketing, desenvolvimento de produtos, tais como água, energia, internet, aluguel, materiais de escritório, impostos, contador. Para fazer a diferenciação basta se perguntar se eliminando o gasto, a produção seria afetada. Caso a resposta seja afirmativa, trata-se de um custo.

Para estimar os custos de uma academia de ginastica, é preciso avaliar o tamanho da estrutura, o volume de serviços, a quantidade de funcionários, despesas fixas. É fundamental levantar esses valores totais para realizar um controle sobre todos os custos do empreendimento. Isso ajudará a reduzir desperdícios, controlar as despesas internas. A gestão de custos é o gerenciamento inteligente dos gastos de uma organização e é essencial para manter o bom funcionamento do negócio, tornando-o mais competitivo, evitando prejuízos e permitindo um crescimento sustentável da empresa.

Tomando como base uma academia de ginastica, os custos estimados para a operação do negócio são:

CUSTOS VARIÁVEIS

Item	Quantidade	Valor
Salários, comissões e encargos	4	R\$ 9.025,00
Alimentação e transporte	4	R\$ 1.312,00
Matéria-prima e insumos	1	R\$ 250,00
Armazenamento e transporte	1	R\$ 400,00
Manutenção corretiva	1	R\$ 400,00
TOTAL		R\$ 11.387,00
DESPESAS		

Item

Quantidade	
Valor	
Aluguel (se for o caso), condomínio	
1	
R\$ 7.000,00	
Água	
1	
R\$ 300,00	
Luz	
1	
R\$ 400,00	
Internet	
1	
R\$ 200,00	
Impostos, tributos, taxas	
1	
R\$ 1.800,00	
Assessora contábil	
1	
R\$ 600,00	
Materiais de escritório	
1	
R\$ 200,00	
Materiais de limpeza, manutenção	
1	
R\$ 300,00	
Telefone	
1	
R\$ 200,00	
Propaganda, publicidade	
1	
R\$ 300,00	
TOTAL	
R\$ 11.300,00	

Dessa forma, o custo total seria R\$ 22.687,00 (vinte e dois mil e seiscentos e oitenta e sete reais) mensal. Importante registrar, novamente, que são apenas estimativas e podem variar de cidade para cidade, bem como do porte do empreendimento.

15. Diversificação/Aggregação de Valor

Identificar um diferencial em relação aos concorrentes e vê-lo reconhecido pelo consumidor significa vantagem para uma frente em relação às demais empresas do mercado. Observe que não basta oferecer algo que os 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 serviço prestado.

Há duas formas clássicas de estratégia de agregação de valor: de custo ou de diferenciação.

Na estratégia de custos, na qual o empreendedor pratica um preço mais baixo que os

concorrentes, é preciso ter uma grande quantidade de clientes para ter lucro. Afinal, nessa estratégia, a empresa não possui a mesma margem de lucro que locais mais caros. Importante lembrar que esta alternativa precisa ser percebida pelo cliente como algo valioso. Se o preço não for um fator importante para o cliente, esta estratégia de diferenciação por custo não é a adequada ao seu negócio.

Ao optar por essa estratégia, o cuidado com custos administrativos reduzidos deve ser redobrado, pois vão impactar diretamente no resultado financeiro final.

Na estratégia de diferenciação, é fundamental pensar em oferecer algum valor agregado ao seu cliente diferente de preço. Algumas tendências nesse ramo podem estar relacionadas à segmentação por público ou por linha de atividades, à incorporação de equipamentos altamente tecnológicos ou, ainda, à oferta de facilidades e ambientes complementares como lanchonete, salão de beleza, etc.

Para a definição da estratégia e do valor agregado, é importante pesquisar junto aos concorrentes para conhecer os serviços que estão sendo adicionados e desenvolver opções específicas com o objetivo de proporcionar um produto diferenciado ao cliente.

Além disso, conversar com os clientes atuais para identificar suas expectativas é muito importante, tendo em vista o desenvolvimento de novos serviços ou produtos personalizados, o que amplia as possibilidades de fidelizar os atuais clientes, e cativar novos.

O empreendedor também deve manter-se sempre atualizado com as novas tendências, novas técnicas, novos métodos, por meio da leitura de colunas de jornais e revistas especializadas, pois a agregação de valor pode acontecer das mais diversas formas. A busca pela criatividade, o contínuo aprendizado e a quebra de paradigmas são as possíveis soluções para os desafios das empresas atualmente.

Após levantamento de possibilidades de agregação de valor, o passo seguinte é avaliar a compatibilidade da estratégia com seu empreendimento e sua capacidade de investimento.

16. Divulgação

A forma de comunicação com o público-alvo é de suma importância no desenvolvimento da estratégia de divulgação dos serviços prestados. Uma boa divulgação pode gerar resultados positivos à empresa, aumentando o número de pessoas interessadas nos produtos e serviços divulgados, o que pode ocasionar um aumento da procura pelos serviços oferecidos pelo empreendimento.

Entre as formas mais eficientes para a divulgação do empreendimento pode-se citar a internet, que já se consolidou como a principal ferramenta de comunicação entre as pessoas, se tornando em nossos dias como uma das mais efetivas, se destacando na promoção e divulgação de empreendimentos.

As redes sociais utilizadas no formato de marketing digital também têm evoluído de forma significativa na divulgação dos serviços ofertados. Os empreendimentos cada dia mais utilizam os recursos disponíveis nas redes sociais (geralmente Facebook, Instagram

e Twitter) para divulgar os serviços e produtos oferecidos. Ressalta-se que esse tipo de comunicação apresenta custo relativamente baixo e com forte e crescente apelo popular.

Nota-se, também, que as empresas que utilizam o marketing digital têm tido seu destaque no mercado empreendedor, fazendo com que a oferta de produtos e serviços possam ser apresentados de forma instantânea, com custos relativamente inferiores às formas tradicionais de divulgação.

O Sebrae disponibiliza o material “10 dicas para seu negócio bombar nas redes sociais”, no site [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3ea04204d20069890db71fceb72051c/\\$File/19268.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3ea04204d20069890db71fceb72051c/$File/19268.pdf) para dar suporte ao empreendedor que deseja utilizar esse formato de divulgação em seus negócios.

Na medida do interesse e das possibilidades do empreendedor, e da característica da clientela da academia de ginástica, a divulgação também pode se dar por meios tradicionais, como propagandas em rádios locais, TV locais, panfletos, anúncios em jornais de bairro, jornais de circulação local, sites, rádio, revistas e/ou outdoor; e até divulgação nos próprios produtos como roupas customizadas, cartões-fidelidade, etc.

Atualmente, as academias também têm adotado, como estratégia de divulgação, o patrocínio de eventos esportivos com a participação dos seus alunos como as corridas de rua, por exemplo. Elas também têm explorado os aulões aos finais de semana em que, além dos alunos, elas recebem convidados para participarem conjuntamente da programação extra.

Um meio indireto de divulgação é através de clientes que saíram satisfeitos e bem atendidos. Por recomendação deles, novos clientes poderão procurar pelo serviço oferecido. A propaganda “boca a boca” é fator de fortalecimento para a empresa.

Antes de iniciar efetivamente o processo de divulgação, é importante ter definido o logotipo, a identidade visual do estabelecimento e ter disponível o material de apoio à divulgação, como cartões, sites, redes sociais. Pode-se contratar um profissional de marketing e comunicação para desenvolver campanha específica.

Por fim, tão importante quanto a divulgação, é preciso sempre entregar o prometido e superar as expectativas dos clientes.

17. Informações Fiscais e Tributárias

Quando se trata da abertura e instalação de novos negócios, as questões relativas aos tributos estaduais e municipais são essenciais. Ao iniciar uma empresa, é importante saber quanto se pagará pelos tributos na sua região. Os conteúdos aqui informados são de âmbito nacional. Para informações locais, é preciso buscar auxílio junto às Secretarias Estaduais e Municipais da Fazenda.

Recomendamos que o empreendedor consulte sempre um contador, para que ele o oriente sobre o enquadramento jurídico e o regime de tributação mais adequado ao seu caso.

Há empresas que podem e empresas que não podem optar pelo SIMPLES Nacional. Há

ainda aquelas que podem, mas preferem não optar pelo Simples.

A Resolução CGSN nº 140, de 22 de maio de 2018, do Comitê Gestor do Simples Nacional, traz a lista das empresas que não podem optar pelo Simples:

<http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?visao=anotado&idAto=92278>

Existem cinco modalidades de apuração e recolhimento de tributos no Brasil: MEI, Simples Nacional, Lucro Arbitrado, Lucro Real e Lucro Presumido. O regime tributário influencia no gasto com os impostos e por isso deve ser escolhido de forma cuidadosa, com a ajuda de um profissional, por exemplo.

1. Simples Nacional:

O Simples Nacional é um Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições (Lei Complementar nº 123/2006), no qual o empreendedor poderá recolher os tributos e arrecadações por meio de um único documento – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), gerado no Portal do Simples Nacional. As alíquotas variam de acordo com a atividade exercida e da receita bruta auferida. De acordo com o Comitê Gestor do Simples Nacional - Resolução CGSN nº 119, de 19 de dezembro de 2014 – estas atividades não podem ser optantes pelo Simples:

(<http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/anexoOutros.action?idArquivoBinario=48435>)

Os pequenos negócios podem optar por esse regime, desde que a sua categoria esteja contemplada, a receita bruta anual não ultrapasse R\$360 mil para microempresa (ME) e que seja entre R\$360.000,00 e R\$4,8 milhões para empresa de pequeno porte (EPP) e sejam respeitados os requisitos previstos na Lei. Se a receita bruta anual não ultrapassar R\$81 mil, o empreendedor pode optar pelo registro como Microempreendedor Individual (MEI), desde que não seja dono ou sócio de outra empresa e que tenha até um funcionário. Para se enquadrar no MEI, é preciso verificar se sua atividade se encaixa nesse quesito (<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/as-atividades-permitidas-ao-mei-de-a-a-z,9a3913074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>)

2. Lucro Presumido:

Para os empreendedores que preferirem não optar pelo Simples, há também o Lucro Presumido – se presume através da receita bruta de vendas de mercadorias e/ou prestação de serviços. É uma forma de tributação simplificada, usada para determinar a base de cálculo dos tributos de pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração pelo Lucro Real. A base de cálculo varia de acordo com a atividade. A apuração dos impostos é feita trimestralmente.

Sobre o resultado da equação: Receita Bruta x % (percentual da atividade), aplicam-se as alíquotas:

- IRPJ (Imposto de Renda – Pessoa Jurídica) – 15%: Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, no mês, ou R\$ 60 mil, no trimestre, uma vez que o imposto é apurado trimestralmente;

- PIS (Programa de Integração Social) – 0,65%: sobre a receita bruta total;
- COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social) – 3,00% - sobre a receita bruta total.

Além desses, incidem também os impostos estaduais e municipais:

- ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) – Varia de acordo com o estado;
- ISS (Imposto Sobre Serviço) – Varia conforme o município.

Sobre a folha de pagamento incidem as contribuições previdenciárias e encargos sociais:

- INSS (Instituto Nacional do Seguro Social) - Valor devido pela Empresa - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;
- INSS - Autônomos - A empresa deverá descontar na fonte e recolher entre 11% da remuneração paga ou creditada a qualquer título no decorrer do mês a autônomos, observado o limite máximo do salário de contribuição (o recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social - GPS);
- FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço) – 8%.

3. Lucro Real:

É o lucro líquido do período ajustado pelas adições, exclusões ou compensações. As alíquotas são:

- IRPJ (Imposto de Renda – Pessoa Jurídica) – 15%: Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, multiplicado pelo número de meses do período. Pode ser determinado trimestralmente ou anualmente;
- CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro) – 9% - mesmas condições do IRPJ;
- PIS (Programa de Integração Social) – 1,65% sobre a receita bruta total;
- COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social) – 7,60% - sobre a receita bruta total.

Os demais impostos e contribuições são iguais ao Lucro Presumido.

18. Eventos

Congresso e Feira de Sport, Fitness e Saúde, ENAF: www.enaf.com.br

Alliance Fitness Convention: www.alliancefitness.com.br

IHRSA/ Fitness Brasil: www.fitnessbrasil.com.br

Congresso Brasileiro de Atividade Física e Saúde: www.sbafs.org.br

Congresso Internacional de Educação Física: www.congressofiep.com

Feira Brasil Esporte – Febraesp: www.redebrasilesportes.com.br

Simpósio Internacional de Ciências do Esporte: www.simposiocelafiscs.org.br

Feira EBS: www.feiraeps.com.br

19. Entidades em Geral

Relação de entidades para eventuais consultas:

Sociedade Brasileira de Atividade Física e Saúde – Sbafs: www.sbafs.org.br

Associação Brasileira das Academias – ACAD: www.acadbrasil.com.br

Conselho Federal de Educação Física – CONFEF: www.confef.org.br

Procurar na localidade de prestação dos serviços:

Conselho Regional de Educação Física

Obs.: Pesquisa na internet indicará fornecedores de produtos para academias de ginástica, que poderão estar localizados próximos ao local de instalação do negócio.

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 uma Academia de Ginástica

Não existem normas específicas para este negócio.

2. Normas aplicáveis na execução de uma Academia de Ginástica

ABNT NBR 11238:1990 - Segurança e higiene de piscinas - Procedimento.

Esta Norma fixa as condições exigíveis para garantir segurança e higiene em piscinas.

ABNT NBR 10818:1989 - Qualidade de água de piscina - Procedimento.

Esta Norma fixa as condições exigíveis para que a qualidade de água de piscina garanta sua utilização de maneira segura, sem causar prejuízo à saúde e ao bem-estar dos usuários.

ABNT NBR 15842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

Esta Norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR 12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio.

Esta Norma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR 5626:1998 - Instalação predial de água fria.

Esta Norma estabelece exigências e recomendações relativas ao projeto, execução e manutenção da instalação predial de água fria. As exigências e recomendações aqui estabelecidas emanam fundamentalmente do respeito aos princípios de bom desempenho da instalação e da garantia de potabilidade da água no caso de instalação de água potável.

ABNT NBR 5410:2004 Versão Corrigida: 2008 - Instalações elétricas de baixa tensão.

Esta Norma estabelece as condições a que devem satisfazer as instalações elétricas de baixa tensão, a fim de garantir a segurança de pessoas e animais, o funcionamento adequado da instalação e a conservação dos bens.

ABNT NBR ISO/CIE 8995-1:2013 - Iluminação de ambientes de trabalho - Parte 1: Interior.

Esta Norma especifica os requisitos de iluminação para locais de trabalho internos e os requisitos para que as pessoas desempenhem tarefas visuais de maneira eficiente, com conforto e segurança durante todo o período de trabalho.

ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

Esta Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.

ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida: 2005 - Acessibilidades a edificações, mobiliário,

espaços e equipamentos urbanos - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais -
Seção 1: Geral.

Esta Norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

21. Glossário

Box: local específico para praticar o crossfit. Esse termo tem origem ao fato dessas “academias” ter a identidade de edifícios industriais – 04 paredes.

CF ou CrossFit: sistema de treino com exercícios funcionais, constantemente variados, executados em alta intensidade. O Crossfit é uma marca registrada de vestuário, acessórios, equipamentos, rede de academia e metodologia de treino.

Crossfitter: Atletas de crossfit. No Brasil, esse termo é utilizado popularmente também para identificar os atletas de exercícios funcionais.

Coach: O professor.

HIIT: modalidade esportiva de alta intensidade e intervalada. Por ser de alta intensidade, sua duração deve ser menor, e com intervalos de descanso ativo. A origem do termo é abreviação de “High Intensity Interval Training” (em português: treinamento com intervalos de alta intensidade).

No Rep: Quando uma repetição exercícios dentro de um circuito não foi válida devido algum critério técnico.

PR ou Personal Record: Recorde “pessoal” de algum exercício, cada sportista tem o seu PR. Pode ser número de repetição máxima, carga máxima, velocidade, tempo mínimo/máximo

Rep: repetições. Exemplo: “30 rep” significa 30 repetições do movimento.

RFT: A origem do termo é abreviação de “Rounds For Time” (em português: rodadas por tempo).

RM ou Repetition Maximum: executar o exercício utilizando o peso máximo para um número X de repetições. Exemplo: Eu consigo executar 10 repetições com o peso de 35kg. Então o meu 10RM deve ser executado com 35kg.

RX ou RXD: Classificação de perfil de atleta para designar o nível do sportista. O RX é classificado com um atleta de performance. O atleta RX deve seguir os pesos e variações especificadas no WOD e/ou competição.

Scaled: Classificação de perfil de atleta para designar o nível do sportista. O scaled é classificado com um atleta iniciante, pois ainda não desenvolveu as aptidões físicas para execuções tão intensas. O atleta scaled pode modificar ou ajustar o peso ou a dificuldade do exercício dentro de um WOD.

SET: Número de repetições para percorrer um circuito. Por exemplo: Aparece como “3 x 10”, que significa 3 rodadas de 10 repetições (fazer 10 repetições > descansar > 10 repetições > descansar > outras 10 repetições).

Time Cap ou Cut-Off: Tempo máximo para executar o circuito. Exemplo: 10 min cap, então o circuito termina quando você finalizar as repetições ou quando completar o tempo máximo de 10 minutos de execução.

AMRAP: É um tipo de circuito no qual o tempo de execução fixo. Exemplo: Se for 5 minutos o atleta deve dar o máximo de voltas possíveis dentro desse circuito, durante os 5 minutos. A origem do termo é abreviação de “As Many Rounds as Possible” (em português: tantas rodadas quanto possível).

EMOM ou EMOTM: É um tipo de circuito no qual o tempo de cada set é de 1 minuto. O esportista deve realizar um número pré estabelecido de repetições dentro dos 60 segundos, caso ele termine antes o tempo restante é usado para o descanso. Exemplo: Se o EMOM estabelece 7 repetições de um movimento e você executa em 40 segundos, os outros 20 segundos restantes você pode usar para descansar. A origem do termo é abreviação de “Every Minute On the Minute” (em português: minuto a minuto). É possível também ser E2MOM or E3MOM (2 em 2 minutos ou 3 em 3 minutos).

FT: É um tipo de WOD no qual o tempo é livre, o importante é executar o número de execução estabelecidas. Mas não se engane, quando menor o tempo, melhor o seu PR (personal record). A origem do termo é abreviação de “For Time” (em português: minuto a minuto).

Hero WOD's: são WOD criados e nomeados com nomes de soldados, bombeiros e policiais mortos durante uma missão. Esses circuitos fazem parte apenas das academias oficiais de crossfit. Existem também os “Girls WODs”.

Metcon: tipo de treino anaeróbico de alta intensidade, que pode ser incluído tanto no treinamento do crossfit quanto no HIIT. Indicado somente para pessoas que já tenham um nível de condicionamento avançado ou performance.

Tabata: É um tipo de treino intervalado de alta intensidade no qual o tempo oficial de execução é de 4 minutos fixos. São 8 repetições de 20 segundos de execução + 10 segundos de descanso. Esse termo também é popularmente utilizado para caracterizar um tipo de cronometração (timmer), onde é estabelecido 3 informações: tempo de execução, tempo de descanso e número de repetições.

Girls WODs: são WOD criados e nomeados com nomes de mulheres. Esses circuitos fazem parte apenas das academias oficiais de crossfit e são executados por homens e mulheres. Existem também os “Hero WODs”.

WOD: Refere-se ao circuito de exercícios que todos realizam no box (academia) todos os dias, ou em uma competição. Nas academias oficiais de crossfit essa rotina é escrita todas as manhãs e fica em um lugar bem visível para todos realizarem os mesmos exercícios ao longo do dia. A origem do termo é abreviação de “Work Out of the Day” (em português: treinamento do dia).

WU ou Warm Up: Exercícios de aquecimento antes do treinamento. O aquecimento oficial do crossfit é mais específico pois oferece alongamento, desenvolve movimentos críticos, trabalha o corpo todo e prepara o atleta para movimentos rigorosos. O aquecimento oficial é uma sugestão, o coach pode adaptá-lo para cada necessidade.

GHD: Equipamento presente em algumas academias e boxes de crossfit, desenvolvido para exercícios no plano horizontal. Desenvolvido para ajudar o atleta a fortalecer o core e glúteos. Sigla: Glute Ham Developer.

Grip: Acessório para a proteção das mãos.

Rack: estrutura metálica da qual o atleta trava ou apoia a barra olímpica.

Abmat: Apoio de proteção para lombar em exercícios abdominais.

Corda Náutica: A corda naval também conhecida como treino rope, muito usada para treinos HIIT e no Crossfit. Ela tem esse nome porque ela realmente é uma corda naval usada em portos e embarcações, os tamanhos variam de 9, 12 e 15 metros, o diâmetro pode variar de 1,5 a 2 polegadas, alcançando até 25kg.

Dumbbells (DB): Halteres. O peso normal da academia, em geral o emborrachado para amortecer melhor as quedas.

Kettlebell: Bola de ferro fundido que lembra uma bala de canhão com uma alça.

SuperBands ou Bands: Elástico circular super resistentes utilizado para exercícios de fortalecimento, alongamentos e educativos.

Fita de Treinamento Suspenso (TRX): Popularmente conhecida, também, como TRX (marca registrada). A fita de treinamento suspenso proporciona multiplas possibilidades de exercícios. é possível fazer um treino completo e seguro.

Medicine Ball (MB): bola pesada e revestida de couro para exercícios funcionais e também, muito usada na medicina esportiva.

Wallball (WB): Bola para treinamento funcional projetada para arremessos sentido vertical, paralela a parede, daí a origem do nome wall ball.

Wrist Wrap: Munhequeira. Acessório de proteção ao punho.

22. Dicas de Negócio

Para o sucesso do empreendimento, deverão ser tomadas diversas medidas que irão agregar valor ao serviço oferecido, um maior nível de satisfação, cativando os clientes e oferecendo serviços de alta qualidade.

Entre as diversas ações que deverão ser tomadas para a fidelização e satisfação dos clientes, podemos citar: Investimento em capacitação no segmento, investimento em divulgação, conhecimento do mercado, fidelização de clientes, planejamento e gestão do empreendimento, qualidade no atendimento.

O empreendedor deve buscar contínuo aperfeiçoamento das atividades necessárias para a excelência do negócio, buscando informações em cursos, eventos relacionados ao tema, mídia especializada no assunto ou junto a profissionais que atuam na área. Além dessas características básicas é fundamental que os profissionais dessa área tenham habilidades tanto técnicas quanto humanas, visando a correta receptividade de seus clientes.

Outras dicas importantes são a segmentação por faixa etária, utilização de aplicativos com informações sobre treinos e parcerias corporativas também são ideias para alavancar seu negócio.

Para o empreendedor que está iniciando no segmento uma dica para diminuir os custos com a aquisição de equipamentos, adquirindo equipamentos seminovos. Também é interessante a realização de seguros para o mobiliário, considerando o alto custo desses equipamentos.

O empreendedor deverá acompanhar constantemente o desempenho dos concorrentes, suas práticas, inovações em relação aos serviços ofertados.

23. Características Específicas do Empreendedor

Ser empreendedor é ser dono do seu próprio negócio. Abrir uma empresa requer preparo, planejamento, cuidados, foco. O empreendedor deve estar atento às necessidades dos seus clientes e comprometido com o seu negócio. É aconselhável uma autoanálise para verificar qual a situação do empreendedor frente ao conjunto de características desejáveis, visando identificar oportunidades de desenvolvimento. Além de conhecer as características do seu produto/serviço é preciso também possuir características empreendedoras:

- Iniciativa e proatividade: mostrar que é engajado e quer crescer, demonstrar organização, conhecer bem o ramo do negócio;
- Autoconfiança: confiar em si mesmo para tomar decisões, arriscar, buscar novas soluções;
- Análise e planejamento: analisar a concorrência, a economia, setores ligados ao negócio, o mercado, saber sobre o funcionamento da empresa, pesquisar e observar permanentemente o mercado;
- Conexão e criatividade: estar atento às inovações e mudanças no mercado;
- Controle: não esquecer quem está no controle, saber administrar todas as áreas;
- Liderança: liderar com eficácia, planejar, dividir funções, estabelecer metas, liderar a equipe de profissionais;
- Persistência e otimismo: para driblar os possíveis problemas;
- Aprendizagem contínua: buscar se capacitar sempre;

- Criatividade; buscar novos caminhos e soluções, estar disposto a inovar e promover mudanças;
- Comprometimento, determinação e perseverança: planejar o crescimento da empresa, cuidar da saúde financeira, manter clientes satisfeitos;
- Negociação: ser bom negociador para lidar com clientes e fornecedores, vender benefícios;
- Lidar bem com o fracasso: usar suas experiências ruins como formas de aprendizado;
- Eficiência: usar o dinheiro disponível com inteligência, estudando a melhor forma de aplicá-lo.

Para empreender uma academia de ginástica, as competências necessárias que se destacam são:

- a) O empreendedor deverá ser muito bem informado sobre novos procedimentos, novos equipamentos e tecnologias, além de ter facilidade no relacionamento, ser dinâmico e inovador.
- b) Profissional com foco, de metas e de ações corretas na condução do negócio.
- c) Iniciativa, especialização da atividade, capacidade de planejamento e de liderança.

24. Bibliografia Complementar

Onda fitness movimentada US\$2 bi no Brasil e só cresce. Veja como aproveitar: Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/onda-fitness-movimentada-us2-bi-no-brasil-e-so-cresce-veja-como-aproveitar/>, acesso em 12/11/2019.

Legalização de Empresas: Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/forum/legalizacao-de-empresas/14478/abertura-de-empresa-salao-de-beleza/>, acesso em 08/09/2019.

Dicionário do Treinamento Funcional: <https://souesportista.decathlon.com.br/dicionario-do-treinamento-funcional-1/>, acesso em 19/11/2019.

CBO Recepcionista: Disponível em <https://www.ocupacoes.com.br/cbo-mte/422105-recepcionista-em-geral>, acesso em 09/11/2019.

CBO Educador Físico: Disponível em <https://www.ocupacoes.com.br/cbo-mte/2241-profissionais-da-educacao-fisica>, acesso em 12/11/2019.

CNAE: <https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?subclasse=9313100&view=subclasse>, acesso em 12/11/2019.

Legislação Creff: <https://www.confef.org.br/confef/legislacao/>, acesso em 09/09/2019, acesso em 12/11/2019.

Como funciona o capital de giro:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-e-como-funciona-o-capital-de-giro,a4c8e8da69133410VgnVCM1000003b74010aRCRD>, acesso em 18/11/2019.

25. Fonte de Recurso

O empreendedor pode buscar junto às agências de fomento linhas de crédito que possam ser utilizadas para ajudá-lo no início do negócio. Algumas instituições financeiras também possuem linhas de crédito voltadas para o pequeno negócio e que são lastreadas pelo Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe), em que o Sebrae pode ser avalista complementar de financiamentos para pequenos negócios, desde que atendidas alguns requisitos preliminares. Maiores informações podem ser obtidas na página do Sebrae na web:

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/fundo-de-aval-do-sebrae-oferece-garantia-para-os-pequenos-negocios,ac58742e7e294410VgnVCM2000003c74010aRCRD>

26. Planejamento Financeiro

Ao empreendedor não basta vocação e força de vontade para que o negócio seja um sucesso. Independentemente do segmento ou tamanho da empresa, necessário que haja um controle financeiro adequado que permita a mitigação de riscos de insolvência em razão do descasamento contínuo de entradas e saídas de recursos. Abaixo, estão listadas algumas sugestões que auxiliarão na gestão financeira do negócio:

FLUXO DE CAIXA

O controle ideal sobre as despesas da empresa é realizado por meio do acompanhamento contínuo da entrada e da saída de dinheiro através do fluxo de caixa. Esse controle permite ao empreendedor visão ampla da situação financeira do negócio, facilitando a contabilização dos ganhos e gestão da movimentação financeira. A medida que a empresa for crescendo, dificultando o controle manual do fluxo de caixa, tornando difícil o acompanhamento de todas as movimentações financeiras, o empreendedor poderá investir na aquisição de softwares de gerenciamento.

PRINCÍPIO DA ENTIDADE

O patrimônio da empresa não se mistura com o de seu proprietário. Portanto, jamais se deve confundir a conta pessoal com a conta empresarial, isso seria uma falha de gestão gravíssima que pode levar o negócio à bancarrota. Ao não separar as duas contas, a lucratividade do negócio tende a não ser atingida, sendo ainda mais difícil reinvestir os recursos, gerados pela própria operação. É o caminho certo para o fracasso empresarial.

DESPESAS

O empreendedor deve estar sempre atento para as despesas de rotina como água, luz, material de escritório, internet, produtos de limpeza e manutenção de equipamentos. Embora pequenas, o seu controle é essencial para que não reduzam a lucratividade do negócio.

RESERVAS/PROVISÕES

Esse recurso funcionará como um fundo de reserva, o qual será composto por um percentual do lucro mensal - sempre que for auferido. Para o fundo de reserva em questão, poderá ser estabelecido um teto máximo. Quando atingido, não haverá necessidade de novas alocações de recursos, voltando a fazê-las apenas no caso de recomposição da reserva utilizada. Esse recurso provisionado poderá ser usado para cobrir eventuais desembolsos que ocorram ao longo do ano.

EMPRÉSTIMOS

Poderão ocorrer situações em que o empresário necessitará de recursos para alavancar os negócios. No entanto, não deverá optar pela primeira proposta, mas estar atento ao que o mercado oferece, pesquisando todas as opções disponíveis. Deve ter cuidado especialmente com as condições de pagamento, juros e taxas de administração. A palavra-chave é renegociação, de forma a evitar maior incidência de juros.

OBJETIVOS

Definidos os objetivos, deve-se elaborar e implementar os planos de ação, visando amenizar erros ou definir ajustes que facilitem a consecução dos objetivos financeiros estabelecidos.

UTILIZAÇÃO DE SOFTWARES

As novas tecnologias são de grande valia para a realização das atividades de gerenciamento, pois possibilitam um controle rápido e eficaz. O empreendedor poderá consultar no mercado as mais variadas ferramentas e escolher a que mais adequada for a suas necessidades.

27. Produtos e Serviços - Sebrae

Aproveite as ferramentas de gestão e conhecimento criadas para ajudar a impulsionar o seu negócio. Para consultar a programação disponível em seu estado, entre em contato pelo telefone 0800 570 0800.

Confira as principais opções de orientação empresarial e capacitações oferecidas pelo Sebrae:

Cursos online e gratuitos - <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>

Para desenvolver o comportamento empreendedor

Empretec - Metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) que proporciona o amadurecimento de características empreendedoras, aumentando a competitividade e as chances de permanência no mercado: <http://goo.gl/SD5GQ9>

Para quem quer começar o próprio negócio

As soluções abaixo são úteis para quem quer iniciar um negócio. Pessoas que não possuem negócio próprio, mas que querem estruturar uma empresa. Ou pessoas que tem experiência em trabalhar por conta própria e querem se formalizar.

Plano de Negócios - O plano irá orientá-lo na busca de informações detalhadas sobre o ramo, os produtos e os serviços a serem oferecidos, além de clientes, concorrentes, fornecedores e pontos fortes e fracos, construindo a viabilidade da ideia e na gestão da empresa: <http://goo.gl/odLojT>

Para quem quer inovar

Ferramenta Canvas online e gratuita - A metodologia Canvas ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado:

<https://www.sebraecanvas.com/#/>

Sebraetec - O Programa Sebraetec oferece serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação: <http://goo.gl/kO3Wiy>

ALI - O Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) é um acordo de cooperação técnica com o CNPq, com o objetivo de promover a prática continuada de ações de inovação nas empresas de pequeno porte: <http://goo.gl/3kMRUh>

28. Sites Úteis

www.sebrae.com.br

www.portaldoempreendedor.gov.br

www.abf.org.br

www.sbafs.org.br

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

www.acadbrasil.com.br

