

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL PROF. ARMANDO JOSÉ FARINAZZO
CENTRO PAULA SOUZA

Thainá Rosa da Silva
João Vitor dos Santos Paschoalini
Welber Tavares da Silva

ESPAÇO FIT FEMININO

Fernandópolis
2019

Thainá Rosa da Silva
João Vitor dos Santos Paschoalini
Welber Tavares da Silva

ESPAÇO FIT FEMININO

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

Fernandópolis
2019

Thainá Rosa da Silva
João Vitor dos Santos Paschoalini
Welber Tavares da Silva

ESPACO FIT FEMININO

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

Examinadores:

Examinador 1

Examinador 2

Examinador 3

Fernandópolis
2019

DEDICATORIA

A todos aqueles que estiveram e estão próximos de nós, contribuindo e estimulando com seus ensinamentos necessários para a conclusão deste trabalho, em especial ao nosso orientador e professor Ricardo Antônio Leal Soares.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Deus, aos nossos amigos e familiares que estiveram conosco nesta jornada.

EPÍGRAFE

“A maior recompensa para o trabalho do homem não é o que ele ganha com isso, mas o que ele se torna com isso”. John Ruskin

RESUMO

A Espaço Fit Feminino é uma empresa que será fundada com o intuito de proporcionar uma dedicação maior as mulheres, apoiando a área da saúde, estética e bem-estar. Surgiu após notar uma necessidade de um lugar exclusivo para o público feminino. É um ambiente confortável e diversificado, onde oferece várias modalidades esportivas, tais como academia, zumba, hidroginástica e um espaço para relaxar, massagem, garantindo total satisfação de nossas clientes e com isso buscar adquirir sua fidelidade. Em virtude das nossas pesquisas qualitativas e quantitativas, foi identificado que várias oportunidades podem ser feitas e analisadas para ver a viabilidade da abertura da empresa nesse ramo.

Palavras chaves: dedicação, exclusivo, diversificado, satisfação.

ABSTRACT

Espaço Fit Feminino is a company that will be founded with the aim of providing a greater dedication to women, supporting health, esthetics and wellness. It arose after noticing a need for an exclusive place for the female audience. It is a comfortable and diversified environment, where it offers various sports, such as gym, Zumba, water aerobics and a space to relax, massage, guaranteeing total satisfaction of our clients and with that to seek to acquire their fidelity. Due to our qualitative and quantitative research, it has been identified that several opportunities can be made and analyzed to see the feasibility of opening the company in this field.

Key words: dedication, exclusive, diversified, satisfaction

LISTA DE ILUSTRAÇÃO

Imagem 1 Organograma da Espaço Fit Feminino	24
Imagem 2 Canvas	25
Imagem 3 layout da empresa	30
Imagem 4 Folha de pagamento	48
Imagem 5 Página do Instagram da empresa	58
Imagem 6 Faixada da empresa	59
Imagem 7 Imagem 07: Localização	60
Imagem 8 Análise SWOT da Espaço Fit	62
Imagem 9 Matriz BDG	64
Imagem 10 Logo da Espaço Fit Feminino	66
Imagem 11 Uniforme da Espaço Fit Feminino	67

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Ficha de fornecedor: Plis Telecom	28
Quadro 2 - Ficha de fornecedor: Kairos Limp	28
Quadro 3 - Ficha de fornecedor Climacel	29
Quadro 04: Ficha de fornecedor: Physicus; Indústria e comércio de equipamentos e acessórios esportivos.	29
Quadro 5 - Descrição do cargo: Personal treine hidroginástica	36
Quadro 6 - Descrição do cargo: Professor de Zumba	37
Quadro 7 - Descrição de cargo: 2 Personal Traine Academia	37
Quadro 8 - Descrição de cargo: Agente de limpeza	38
Quadro 9 - Descrição de cargo: Atendimento	38
Quadro 10 - Legenda mapa de rico	49

LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS

SWOT - Strengths/ Weaknesses/ Opportunities/ Threats

BCG - Boston Consulting Group

CVP - Ciclo de Vida do Produto

LTDA- Sociedade Empresarial de Responsabilidade Limitada

ME- Microempresa

TPM- Total Productive Maintenance

CTPS- Carteira de Trabalho e Previdência Social

PIS- Programa de Integração Social

PASEP- Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público

CLT- Consolidação das Leis de Trabalho

FGTS- Fundo de Garantia do Tempo de Serviço

CEP- Código de Endereçamento Postal

SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

DRE- Demonstrativo de Resultado do Exercício

LISTA DE SÍMBOLOS

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

Sumário

INTRODUÇÃO	18
CAPÍTULO I	19
1. Histórico da Empresa.....	19
1.1. Missão	19
1.2. Visão	20
1.3. Valores.....	20
CAPÍTULO II	22
2. Apresentação da Empresa.....	22
2.1. Dados da Empresa	22
2.2. Forma Jurídica.....	22
2.3. Enquadramento Tributário.....	22
2.4. Contrato Social	23
2.5. Organograma da Empresa.....	23
2.6. Canvas.....	24
CAPÍTULO III	26
3. Prestação de Serviço	26
3.1. Fornecedores.....	26
3.1.1. Prospecção de Fornecedores	27
3.1.2 Política da Empresa com os Fornecedores	27
3.1.3. Fornecedores da Empresa.....	28
3.2 Layout.....	29

3.3 Método de Prestação de Serviço	30
3.4 Capacidade de Atendimento	31
3.5 Manutenção.....	31
3.5.1 Tipos de Manutenção	31
3.5.2. Política de Manutenção da Empresa.....	32
3.6.2 Política de manutenção da Empresa	32
3.7 Alianças Estratégicas.....	32
CAPÍTULO IV	34
4. Gestão de Pessoas.....	34
4.1. Planejamento de Recursos Humanos.....	34
4.2. Descrição de Cargos e Salários	35
4.3. Recrutamento	38
4.3.1. Recrutamento Interno	39
4.3.2. Recrutamento Externo	40
4.4. Seleção	40
4.5. Admissão	41
4.5.1 O Contrato de Trabalho.....	41
4.5.1.1. Registro na CTPS	43
4.5.2. Exame Médico Admissional	44
4.6. Integração	44
4.6.1. Manual de Integração	44
4.7. Treinamento	45
4.7.1. Treinamento Operacional	45
4.7.2. Treinamento Técnico.....	45
4.8. Benefícios	45
4.8.1. Benefícios Sociais/Legais.....	46
4.8.2. Espontâneos	46

4.9. Remuneração	46
4.9.1. Remuneração básica e complementar	47
4.9.2. Folha de pagamento	47
4.9.3. Demonstrativo de pagamento / pró-labore	48
4.10. Avaliação de desempenho	48
4.11. Segurança no trabalho	48
4.11.1. Mapa de Risco	49
4.11.2. NRs utilizada na empresa	50
4.12. Qualidade de vida	52
4.13. Desligamento	53
4.14. Outsourcing	53
CAPÍTULO V	55
5. Planejamento de Marketing	55
5.1. Briefing	55
5.2. Definição do público alvo	56
5.4. O composto de Marketing	56
5.4.1. Produto/Serviço	56
5.4.2. Preço	57
5.4.3. Promoção	57
5.4.4. Praça	58
5.5. Análise do ambiente	61
5.5.1. Análise SWOT	61
5.5.2. Matriz BCG / Matriz CVP	63
5.6. Análise dos concorrentes	64
5.9.1. Uniforme	66
5.9.2. Manual de Identidade Visual	67
5.10. Endomarketing	67

5.10.1. Motivação Segundo.....	68
5.10.2. Integração	68
5.11. Plano de fidelização	69
5.12. Estratégias de pós-vendas	69
5.13. Marketing Social e Verde	69
Pesquisa de Mercado	70
CAPÍTULO VI.....	79
6. Plano Financeiro.....	79
6.1. Investimento Fixo	79
6.1.1. Resumo do investimento físico.....	79
6.2. Investimento Financeiro	81
6.2.1. Estimativa de investimentos	81
6.2.2. Total de investimento financeiro.....	82
6.3. Investimentos pré-operacionais.....	82
6.3.1. Legalização	83
6.3.2. Dependências Físicas	83
6.3.3. Divulgação e Treinamento	83
6.3.4. Outras Despesas	84
6.4. Estimativa do Investimento Total.....	84
6.5. Estimativa do faturamento mensal	84
6.5.1. Elaboração do preço de venda.....	85
6.6. Estimativa do custo com materiais/insumos	85
6.7. Estimativa de custos de comercialização	86
6.8. Estimativa de custos de mão-de-obra	86
6.9. Despesas com depreciação.....	87
6.10. Estimativa dos custos fixos mensais	87
6.11. Demonstrativo de resultados	88

6.12. Indicadores de viabilidade	89
6.12.1. Ponto de Equilíbrio.....	89
6.12.2. Lucratividade	89
6.12.3. Rentabilidade	89
6.12.4. Prazo de Retorno do Investimento.....	90
CAPÍTULO VII.....	91
7. Responsabilidade social.....	91
Considerações finais	92
REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS	93

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo de analisar a viabilidade de abertura de empresa, onde irá atingir o público feminino e proporcionar vários seguimentos na mesma, cujo o nome será Espaço Fit Feminino.

O intuito é oferecer serviços como aulas de zumba, hidroginástica, personal training para atividades na academia e uma sala de massagem. O público alvo será o feminino com faixa etária de 20 a 60 anos de idade.

Com base na teoria dos livros, pode-se comprovar com análise swot, matriz bcg, micro e macro ambiente, pesquisas de campo e gráficos, para contextualizar qual a viabilidade da empresa na cidade de Fernandópolis.

CAPÍTULO I

1. Histórico da Empresa

Em meados do ano de 2018, no segundo módulo do curso de técnico em Administração, foi preciso estabelecer um tema para o trabalho de conclusão de curso, e analisando os cenários da cidade de Fernandópolis, no caso, a área de esporte físico e rítmico, notamos que há necessidade de proporcionar um espaço exclusivo para o público feminino, com várias modalidades. Com isso dedicamos a ideia de analisar a viabilidade da abertura de empresa Espaço Fit Feminino, onde proporcionara aula de zumba, hidroginástica, uma academia e sala de massagem.

1.1. Missão

A missão é uma declaração concisa do propósito e das responsabilidades da sua empresa perante os seus clientes.

Segundo CHIAVENATO (2005, p.63)

A missão funciona como o propósito orientador para as atividades da organização e para aglutinar os esforços dos seus membros. Serve para clarificar e comunicar os objetivos da organização, seus valores básicos e a estratégia organizacional.

A missão da empresa Espaço Fit Feminino é:

Fornecer serviços de alta qualidade visando sempre na saúde, bem-estar e satisfação dos clientes. Através do atendimento exclusivo e ambiente com variedades de segmentos no ramo esportivo.

1.2. Visão

A visão é a descrição do futuro desejado para a empresa. Esse enunciado reflete o alvo a ser procurado e ser reconhecida ao seu público.

A visão é uma imagem futura que inspira, motiva e que, de certa maneira, determina a orientação e os tipos de ações que serão levadas a efeito no presente. A visão traz como decorrência a criação de um núcleo capaz de agregar as forças humanas existentes na organização, pois gera um grau de consenso a respeito de ter porque lutar (CARAVANTES, 2005, p.414).

Tem como a seguinte visão:

A Espaço Fit Feminino tem objetivo de chegar ao nível de reconhecimento nacional, para acolher todos mulheres e implantara franquias para essa expansão da empresa.

1.3. Valores

Princípios ou crenças que servem de guia, ou critério, para os comportamentos, atitudes e decisões de todas e quaisquer pessoas, no caso, empresa.

São declarações gerais emanadas de alta direção, destinadas a orientar o pensamento na tomada de decisão e os esforços nos diversos níveis hierárquicos, visando conduzir a empresa em determinado rumo. (CARAVANTES, 2005, p.416)

As políticas da empresa:

- Qualidade
- Saúde
- Responsabilidade
- Ética
- Ambiente confortável

- Dedicaco
- Lazer

CAPÍTULO II

2. Apresentação da Empresa

2.1. Dados da Empresa

Nossa empresa com a Razão Social de Espaço Fit Feminino LTDA – ME está registrada na Junta Comercial do Estado de São Paulo, no entanto, atende pelo número de CNPJ 52.334.578/0001-01 e ao nome Fantasia Espaço Fit Feminino. Está localizada na Rua Ângelo Del Grossi, 353 - Bairro Bela Vista, Fernandópolis, CEP: 15600-000.

A Espaço Fit Feminino é uma empresa no ramo de esporte, com diversas atividades, tais como, musculação, zumba, hidroginástica e massagem.

2.2. Forma Jurídica

Foi decidido pelos investidores que a empresa será uma Sociedade de responsabilidade Limitada e cada um dos sócios investirá 33% do capital social. Todos terão responsabilidades de forma igualitária e os bens pessoais não terá nenhum vínculo com a empresa.

2.3. Enquadramento Tributário

Registrada na Junta Comercial, na forma jurídica Sociedade Limitada, com enquadramento tributário Simples Nacional como Microempresa, atuando no setor de esporte. Desta forma, contribuindo com uma taxa mensal.

2.4. Contrato Social

Seu objetivo é formalizar uma sociedade junto ao CNPJ. Com isso, o empreendedor adquire o direito de abrir uma conta corrente jurídica, obter empréstimos, emitir notas fiscais e mais, onde estabelece responsabilidades de cada sócio da empresa.

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

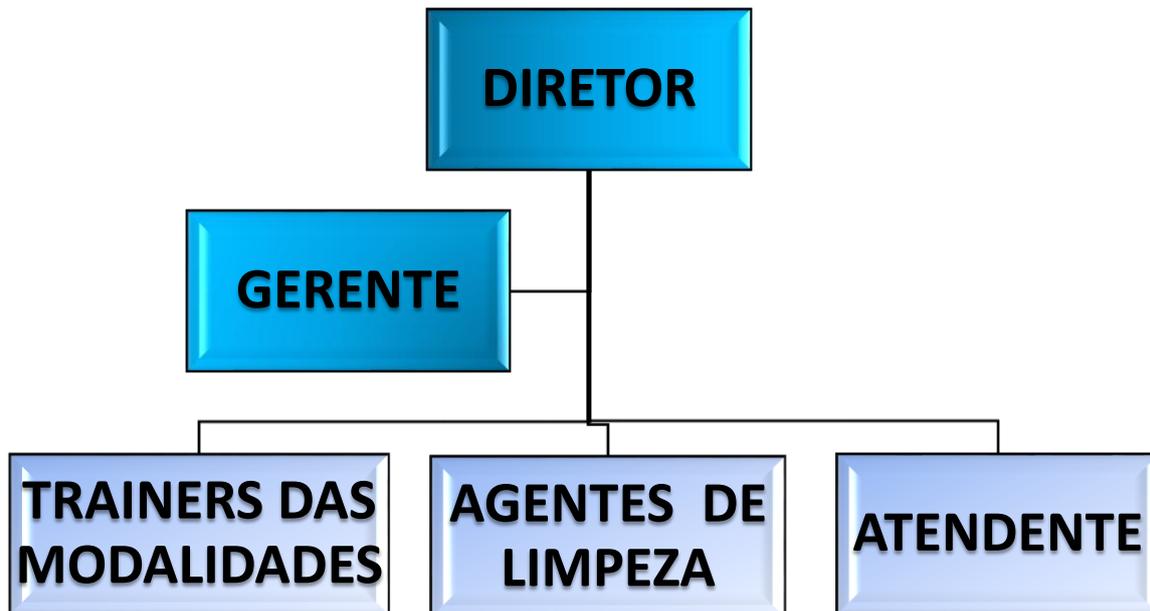
2.5. Organograma da Empresa

O Organograma da Empresa é uma ferramenta onde se divide os cargos da empresa de forma hierarca onde fica descrito no manual da organização, e estabelece a função que cada colaborador deverá cumprir na empresa.

Segundo Chiavenato (2009, p.358):

É a organização planejada, isto é, a que está oficialmente no papel, aprovada pela direção e comunicada a todos os participantes por meio e manuais de organização, descrições de cargos, de organogramas e de regras e regulamentos internos.

Imagem 01: Organograma da Espaço Fit Feminino



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

2.6. Canvas

O Canvas é um sistema visual que possibilita as pessoas criarem modelos de negócios analisando 9 elementos que toda empresa ou organização possuem:

- Proposta de valor;
- Parcerias chaves;
- Atividades chaves;
- Recursos chaves;
- Relacionamento com clientes;
- Segmentos de clientes;
- Canais de distribuição;
- Estrutura de custos e fluxo de receita;

Segundo o sebrae, é possível definir com clareza o que a empresa faz, como vai gerar lucros e como vai competir no mercado, sustentando-se e crescendo ao longo do tempo. São nove blocos que devem ser analisados e preenchidos a fim de traçar o panorama real e preciso do negócio.

Imagem 02: Canvas

<p>Parceiros Chave Max Muscle; Lion Fitness</p>	<p>Atividades Chave Proporcionar saúde, bem estar, autoestima.</p>	<p>Proposta de Valor Minha cliente terá a oportunidade de usufruir de um ambiente exclusivo, voltado totalmente a ela. Tendo liberdade e se sentindo mais a vontade para se exercitar, com isso favorece a si mesma.</p>	<p>Relações com Clientes Redes sociais Promoção de fidelidade</p>	<p>Clientes Mulheres desde jovens a idosas que estão a procura de saúde e bem estar.</p>
<p>Recursos Chave Academia, Hidroginástica, Massagem e Zumba.</p>			<p>Canais Redes sociais Rádios Panfletos Anúncios em site</p>	
<p>Despesas Aparelhos Acadêmicos, Espelhos, Colchonetes e Macas, Salários dos Colaboradores Internos, Anúncios, Panfletos, Rádio, Despesas para limpeza e escritório</p>			<p>Receitas Prestações de Serviços; Mensalidades</p>	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

CAPÍTULO III

3. Prestação de Serviço

A Prestação de Serviço é uma forma de atender a necessidade que um setor necessita para uma execução ou auxílio ao cliente.

Segundo Kotler (1998, p.412)

“Serviço é qualquer ato ou desempenho que uma parte possa oferecer a outra e que seja essencialmente intangível e não resulte na propriedade de nada. Sua produção pode ou não estar vinculada a um produto físico.”

A prestação de serviço tem o objetivo de atender as necessidades dos clientes, buscando sempre proporcionar serviços de qualidade e com eficiência para a satisfação de vosso cliente.

A empresa Espaço Fit Feminino presta seu serviço a partir do oferecimento de prática esportiva e rítmica voltada ao público feminino.

3.1. Fornecedores

Art. 3º do Código de Defesa do Consumidor:

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

Fornecedores são os parceiros e contribuintes de serviços e materiais, que a empresa necessita para prestar seu serviço ou fabricar seu produto.

A Espaço Fit Feminino não responsabiliza pelo transporte da matéria prima, deixando clara a total responsabilidade e coerência com a política da empresa fornecedora. Os nossos fornecedores são da região de Fernandópolis entres outras regiões como São Paulo.

3.1.1. Prospecção de Fornecedores

Para obter sucesso com os fornecedores, é essencial oferecerem serviço de qualidade e comprometimento com o auxílio de ótimos profissionais, assim poderemos escolher fornecedores potenciais. Com esse objetivo, evitaremos insatisfação de nossos clientes com falta de qualquer produto ou uma necessidade.

A prospecção será realizada por indicações, pesquisas na internet e telefonemas.

3.1.2 Política da Empresa com os Fornecedores

Os prestadores de serviços da Espaço Fit feminino, vão ser selecionados de acordo com a sua experiência no ramo. Os critérios levados em conta serão:

- Qualidade;
- Custo benefício;
- Disponibilidade;
- Assiduidade;

Para prestar nossos serviços é necessário atuar de acordo com nossa política empresarial.

Haverá encerramento de serviços quando houver descumprimentos de regras, ou até mesmo, prejuízo para o mesmo.

3.1.3. Fornecedores da Empresa

Quadro 01: Ficha de fornecedor: Plis Telecom

FICHA DE FORNECEDORES 01	
NOME: Plis Telecom.	
ENDEREÇO: R. Minas Gerais	Nº 1640
BAIRRO: Coester	Cidade: Fernandópolis
TELEFONE: (17) 3465-7733	
TIPOS DE INSUMO: Internet e equipamentos de segurança	
E-MAIL: suporte@plis.com.br	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 02: Ficha de fornecedor: Kairos Limp

FICHA DE FORNECEDORES 02	
NOME: kairoslimp ind. & Comércio de produto de limpeza.	
ENDEREÇO: Av. Duque de Caxias	Nº 223
BAIRRO: Vila Ubirajara	Cidade: Fernandópolis
TELEFONE: (17) 3442-6583	
TIPOS DE INSUMO: Produtos para limpeza	
E-MAIL: Kairoslg@hotmail.com	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 03: Ficha de fornecedor: Climacel Comércio de Ar Condicionado Ltda.

FICHA DE FORNECEDORES 03	
NOME: Climacel Comércio de Ar Condicionado Ltda.	
ENDEREÇO: Av. Líbero de Almeida Silvares.	Nº 2915
BAIRRO: Coester	CIDADE: Fernandópolis-SP
TELEFONE: (17) 3442-2011	
TIPOS DE INSUMO: Manutenção de ar-condicionado	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

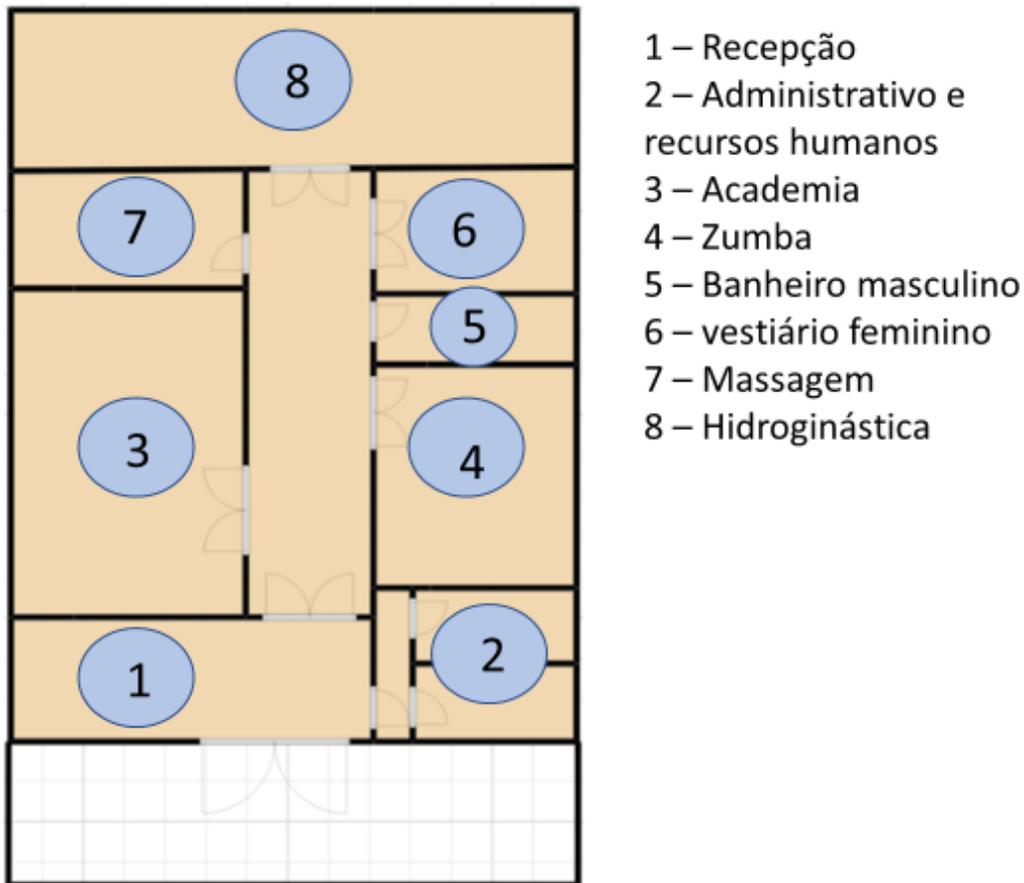
Quadro 04: Ficha de fornecedor: Physicus; Indústria e comércio de equipamentos e acessórios esportivos.

FICHA DE FORNECEDORES 04	
NOME: Physicus.	
ENDEREÇO: Rodovia Feliciano Salles Cunha	Nº Km 566, SP 310
BAIRRO: Limoeiro	Cidade: Auriflamma/SP
TELEFONE: (17) 3482-9500 / (17)9816-02342	
TIPOS DE INSUMO: Equipamentos para academia	
E-MAIL: vendas@physicus.com.br	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

3.2 Layout

Imagem 03: layout da empresa



Fonte: (dos próprios autores, 2019)

Layout é a forma que a empresa vai ser organizada, como moveis e equipamentos, onde se presa uma agilidade com isso, obtendo desempenho de locomoção, ergonomia e precaução para evitar acidentes. Enfim, é a estrutura física da empresa.

O layout é a integração do fluxo típico de materiais, da operação dos equipamentos da movimentação, combinados com as características que conferem maior produtividade ao elemento humano (MARCOS, 2007, P. 137).

3.3 Método de Prestação de Serviço

A Espaço Fit Feminino irá proporcionar um ambiente agradável e de total comodidade, com u ótimo atendimento e equipamentos de alta qualidade, buscando sempre a satisfação de nossas clientes. Só haverá custo à partir do momento que a ficha de inscrição for preenchida, confirmando a integridade.

3.4 Capacidade de Atendimento

A Empresa Espaço Fit Feminino terá capacidade para atender simultaneamente cerca de 100 pessoas por hora.

3.5 Manutenção

Manutenção se baseia no concerto de algum equipamento, peças, entre outros, evitando danos maiores futuramente.

Manutenção é o termo usado para abordar a forma pela qual as organizações tentam evitar falhas cuidando de suas instalações físicas.

Slack Chambers, Johnston (2009, p.610)

Manutenção é como as organizações tentam evitar as falhas cuidando de suas instalações físicas. É uma parte importante da maioria das atividades de produção.

É essencial uma manutenção constante onde se previne vários defeitos ou até mesmo quebra de equipamentos, prejudicando na qualidade do produto ou serviço prestado, causando transtornos e prejuízos.

3.5.1 Tipos de Manutenção

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

A preventiva é o tipo de manutenção feita quando algo a ser consertado ainda não possui nenhum problema, sendo assim evitando um problema futuro;

A preditiva que também é conhecida como planejada é um acompanhamento constante, prevendo falhas entrando com a manutenção somente quando necessário;

A manutenção corretiva é o fato de fazer a reparação em algo que já apresentou problemas;

A manutenção total (TPM) é um tipo realizado por todos os colaboradores visando o controle total dos equipamentos para uma melhoria contínua e prevenções de falhas.

3.5.2. Política de Manutenção da Empresa

A Espaço Fit Feminina utiliza a manutenção preventiva, onde pode se antecipar a melhoria dos equipamentos antes que os quebre e traga insatisfação e acidentes ao nosso cliente, e a manutenção corretiva que busca a reparação em algo que já representou problemas.

3.6.2 Política de manutenção da Empresa

A Espaço Fit irá adotar a política de manutenção Preditiva que, também é conhecida como planejada, onde seria uma supervisão dos aparelhos, prevendo falhas e entrando com a manutenção quando necessitado.

3.7 Alianças Estratégicas

Alianças Estratégicas pode ser definida como parceiros que utilizam de um mesmo meio (transporte, fornecedores, etc.), para economizar e otimizar os mesmos.

Procurando lugares onde se encontra o público desejado para firma as alianças e fazer parcerias com intuito de agregar clientes.

Visaremos estabelecimentos como clínicas de emagrecimento, salões de cabelereiro, entre outros locais.

CAPÍTULO IV

4. Gestão de Pessoas

Gestão de Pessoas é auxiliar, motivar, dar devida importância e induzir as pessoas a atingirem suas metas, ajudando a superar os obstáculos para se tornar um profissional mais qualificado.

[...] A moderna Gestão de Pessoas consiste de várias atividades integradas, como descrição e análises de cargos, planejamento de RH, recrutamento, seleção, orientação e motivação das pessoas, avaliação do desempenho, remuneração, treinamento e desenvolvimento, relações sindicais, segurança, saúde e bem-estar etc. (Chiavenato 2005, p.13).

4.1. Planejamento de Recursos Humanos

Recursos Humanos é uma área onde tem que ser evidenciada e desempenhada para buscar soluções para o crescimento da empresa, visando a missão, visão e valores.

É o setor que valoriza o trabalhador, garantindo o bem-estar, com isso proporcionando lucratividade e crescimento.

O RH tem a responsabilidade de encontrar maneiras que faça com que melhore a produtividade, relações interpessoais na organização e trabalhar a motivação.

Itens de planejamento do RH:

- Proporcionar treinamentos;

- Desenvolvimento de pessoas;
- Rever salários e ambiente de trabalho;
- Avaliar estratégias de liderança;
- Analisar benefícios oferecidos.

Segundo Lacombe (2011, p.46)

O planejamento de recursos humanos deve ser parte integrante desse planejamento global, e o plano de recursos humanos retrata, para esta área, aquilo que é necessário para que se atinjam os objetivos estratégicos da empresa.

A Espaço Fit Feminino estará sempre muito ativa no departamento de Recursos Humanos, garantindo excelente desempenho da nossa equipe através de treinamentos qualificados.

4.2. Descrição de Cargos e Salários

A Descrição de Cargos consiste em apontar cada posto ao colaborador, e os elementos que compõem um cargo.

Salário é uma Remuneração estabelecida pelo serviço prestado como pagamento.

Segundo Lacombe (2011, p.182):

“[...] a descrição de cargo é feita para fins de administração salarial. [...] descreve-se o que fazem os ocupantes do cargo, incluindo-se, em alguns casos, a periodicidade das atividades”

Quadro 5: Descrição do cargo: Personal treine hidrogenástica

Título do cargo	Personal Treine de Hidrogenástica.
Descrição do Cargo	Deve ser capacitado de forma que consiga suprir as necessidades e limitações trazendo saúde e bem-estar juntamente com qualidade de vida.
Escolaridade	Graduação em Educação Física.
Experiência profissional	Obrigatório no mínimo 6 meses.
Relacionamento Humano	Se relacionar com todos.
Provas ou testes a serem realizados	Teste prático.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 6: Descrição do cargo: Professor de Zumba

Título do cargo	Professor de Zumba
Descrição do Cargo	Deve ser capacitado de forma que consiga suprir as necessidades e limitações trazendo saúde e bem-estar juntamente com qualidade de vida.
Escolaridade	Graduação em Educação Física.
Experiência profissional	Obrigatório no mínimo 6 meses.
Relacionamento Humano	Se relacionar com todos.
Provas ou testes a serem realizados	Teste prático.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 7: Descrição de cargo: 2 Personal Trainee Academia

Título do cargo	Personal trainee da academia
Descrição do Cargo	Deve ser capacitado de forma que consiga suprir as necessidades e limitações trazendo saúde e bem-estar juntamente com qualidade de vida.
Escolaridade	Graduação em Educação Física; Especialização na área.
Experiência profissional	No mínimo 1 ano.
Relacionamento Humano	Se relacionar com todos.
Conhecimento necessário	Ter experiência, dedicação e capacidade.
Provas ou testes a serem realizados	Teste prático.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 8: Descrição de cargo: Agente de limpeza

Título do cargo	Agente de limpeza.
Descrição do Cargo	Deve ser capacitado de forma que consiga suprir as necessidades e limitações trazendo saúde e bem-estar juntamente com qualidade de vida.
Escolaridade	Ensino médio completo.
Experiência profissional	Obrigatório no mínimo 6 meses.
Relacionamento Humano	Se relacionar com todos.
Provas ou testes a serem realizados	Teste prático.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 9: Descrição de cargo: Atendimento

Título do cargo	Auxiliar de atendimento.
Descrição do Cargo	Deve ser capacitado de forma que consiga suprir as necessidades e limitações trazendo saúde e bem-estar juntamente com qualidade de vida.
Escolaridade	Ensino médio completo, Curso específico.
Experiência profissional	No mínimo 1 ano.
Relacionamento Humano	Se relacionar com todos.
Provas ou testes a serem realizados	Teste prático.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

4.3. Recrutamento

Segundo Lacombe (2007, p.65) o recrutamento “abrange o conjunto de práticas e processos usados para atrair candidato para as vagas existentes ou potenciais.”

O recrutamento é a forma que as organizações usam para atrair seus candidatos, dentre aos quais serão selecionados os futuros colaboradores da empresa. O recrutamento é feito a partir das necessidades.

Recrutamento é um conjunto de técnicas e procedimentos que visa atrair candidatos potencialmente qualificados e capazes de ocupar cargos e oferecer competências para a organização.

4.3.1. Recrutamento Interno

Os novos cargos a serem ocupados dentro de uma organização pelos funcionários desta se referem ao procedimento de recrutamento interno. Se dá, por meio de análise de desenvolvimento dos funcionários, buscando a melhor opção para o cargo. Assim obtendo vantagens por ter conhecimento da pessoa a ser designada para o cargo.

Chiavenato (2005, p.113);

O Recrutamento Interno atua sobre os candidatos que estão trabalhando dentro da organização, isto é, funcionários, para promovê-los ou transferi-los para outras atividades mais complexas ou mais motivadoras.

Tais promoções de cargo em nossa empresa, utiliza esse recurso presando a lealdade do colaborador em nossa organização, com intuito dele nos valorizar e proporcionar um trabalho excelente.

Vantagens do recrutamento interno:

Colaboradores já conhece a empresa, não havendo necessidade de investimento em treinamentos básicos,

Diminui o tempo de preenchimento da vaga;

Mostra chance de promoção a outros colaboradores;

Estimula a promoção profissional valorizando o pessoal que já está na empresa;

4.3.2. Recrutamento Externo

Recrutamento externo é uma forma de buscar os funcionários fora da empresa para preencher as vagas e uma nova oportunidade para avaliarmos novos talentos. Com vantagem de trazer uma energia nova para empresa, tais como conhecimentos e experiência para agregar.

Portanto a Espaço Fit Feminino, usa esse método para agregar valores, atendendo melhor e com qualidade seu cliente.

Segundo Chiavenato (2005, p.113), “O Recrutamento Externo atua sobre candidatos que estão no MRH, portanto fora da organização, para submetê-los ao seu processo de seleção de pessoal”.

4.4. Seleção

Na seleção de pessoas se distinguem as características necessárias desejada para empresa, onde se busca na hora do recrutamento.

Segundo Chiavenato (2005) página 130:

A seleção de Pessoas funciona como uma espécie de filtro que permite que apenas algumas pessoas possam ingressar na organização: aquelas que apresentam características desejadas pela organização.

Quando a seleção for finalizada, são selecionadas as pessoas que melhores se encaixam no cargo escolhido. A seleção é efetuada através de:

- Entrevista;
- Provas de conhecimento e capacidade;
- Testes psicológicos;

- Dinâmicas.

4.5. Admissão

É um trato entre o colaborador e o empregador, onde o colaborador se compromete a trabalhar pelo empregador com a certeza de um salário.

A admissão precisa de cumprimento de protocolos legais, destacando a obrigação de determinados documentos para o reconhecimento do funcionário, deixando-o informado do exato funcionamento para as obrigações trabalhistas.

- Carteira de Trabalho e Previdência Social – CTPS;
- Atestado de Saúde Ocupacional;
- Certidão de nascimento, casamento;
- RG;
- CPF;
- Documento de Inscrição no PIS/PASEP;
- Carteira de vacinação;
- Comprovante de Endereço;
- 2 fotos 3x4;
- Registro em conselho regional de profissionais;
- Comprovante escolar (declaração, histórico ou diploma);

A empresa deve fazer anotações da CTPS e repor no máximo em 24 horas, será efetuado um contrato informando ao colaborador seu banco de horas e o máximo de horas extras que ele pode trabalhar no dia, sendo 2 horas no máximo.

4.5.1 O Contrato de Trabalho

O contrato de trabalho está na CLT, e é um documento que se trata do vínculo de emprego entre empregado e empregador, onde o colaborador presta serviços em uma instituição recebendo um salário em troca.

Tudo que for abordado nesse documento deve ser obrigatoriamente registrado na CTPS (carteira de trabalho e previdência social) do funcionário, sobre isso as empresas que contratarem os mesmos utilizarão desses dados para o preenchimento de um novo contrato.

O contrato com vínculo empregatício pode ser por tempo determinado ou indeterminado.

De regra, a CLT estabelece o contrato por tempo indeterminado: ou seja, o vínculo empregatício não tem data certa para acabar. Tendo o contrato de experiência podendo durar no máximo 90 dias podendo haver somente uma prorrogação.

Já o contrato de trabalho por prazo determinado funciona diferente. Ele estabelece um período inicial e final para o vínculo empregatício e pode ter duração máxima de dois anos. O empregador pode contratar um funcionário por apenas seis meses se desejar, por exemplo.

Outros contratos de trabalho:

Contrato de Trabalho Temporário: onde uma pessoa física é contratada por uma empresa por, no máximo, três meses tendo direito a todos os benefícios que são pagos aos profissionais com carteira assinada.

Contrato de Trabalho Eventual: presta um serviço assalariado, mas esporádico e de curta duração. Ele é caracterizado pela ausência de permanência no local de trabalho, como não tem vínculo trabalhista, o eventual não tem direito a benefícios tendo direito apenas ao valor do serviço prestado.

Contrato de Trabalho Avulso: o trabalho avulso acontece de forma esporádica, o serviço é prestado a um grupo de empresas de uma determinada classe.

Contrato de Trabalho Autônomo: ocorre quando profissionais liberais prestam serviço para uma companhia e não têm empresa aberta. O salário é pago mediante o RPA– Recibo de Pagamento a Autônomo.

Estagiário: é o estudante de nível universitário contratado por uma empresa com o objetivo de aprimorar sua formação. A Espaço Fit contratará os funcionários por tempo indeterminado de acordo com a necessidade para o bom andamento da empresa.

4.5.1.1. Registro na CTPS

A carteira de trabalho e previdência social (CTPS) é um contrato que aborda as ocupações de um funcionário em seu tempo de execução de um serviço.

Esse documento assegura aos funcionários todos os direitos que ele deve ter perante a empresa em toda sua jornada de trabalho. Deve conter os seguintes direitos na carteira de trabalho:

- FGTS
- Abono Salarial
- 13º salário
- Aviso prévio
- Repouso semanal remunerado
- Vale-transporte
- Salário família
- Auxílio doença
- Faltas justificadas
- Férias remuneradas
- Seguro-desemprego
- Horas extras
- Intervalos
- Licença maternidade ou paternidade

A Espaço Fit Feminino irá trabalhar com total de acordo com as normas da CLT (Consolidação das Leis do Trabalho).

4.5.2. Exame Médico Admissional

O exame médico age de forma como uma proteção para o colaborador, analisando se o mesmo está em condições físicas para exercer a sua função. É a forma do empregador se garantir e comprovar que está empregando uma pessoa capaz de efetuar o seu ofício, analisando a saúde do funcionário de aspecto geral e específica através do seu cargo.

O exame deve ser totalmente obrigatório, cessando os problemas futuros, tanto para o empregador quanto para o colaborador.

A Espaço Fit Feminino vai realizar os exames admissionais na Unimed Fernandópolis; localizado na Av. Afonso Cáfaró, 2611 - Bairro Corinto, Fernandópolis – SP. Telefone: (17) 3465-4100.

4.6. Integração

É uma técnica que a empresa realiza para a implantação de novos funcionários, e deixa claro aos colaboradores a procurarem sempre a qualidade em todos métodos propostos na empresa.

A integração tem um intuito de fortificar as relações entre todos os funcionários, e o interesse pelo trabalho em equipe, buscando somar forças presentes para dominar resultados satisfatórios e o aumento da organização.

4.6.1. Manual de Integração

O manual de integração é um documento onde contém todas as informações possível para aqueles colaboradores que acabaram de ingressar na empresa. Isso facilita o entendimento de normas e políticas internas, e ajuda os funcionários a exercer melhor suas atividades. Nele são abordados temas como: missão, visão e valores, organograma, processo de admissão, direitos e deveres dos funcionários e sócios da empresa.

4.7. Treinamento

Treinamento é definido como um modo de melhorar a pessoa, adaptar para determinado cargo.

4.7.1. Treinamento Operacional

É o procedimento obrigatório de padronização de produção nas indústrias, funda mentalizando a eficiência, qualidade e produtividade.

A Espaço Fit utilizará o treinamento operacional, pois será padronizada na organização e no atendimento.

4.7.2. Treinamento Técnico

Espaço Fit utilizará o treinamento técnico, para manuseio de aparelhos acadêmicos.

Os treinos serão efetuados constante ao treinamento operacional.

4.8. Benefícios

Benefícios são bônus não tangíveis ao funcionário, como forma de reconhecimento pela sua gestão e proatividade trazendo bons resultados dentro da empresa.

4.8.1. Benefícios Sociais/Legais

- Pela CLT, são obrigatórios os seguintes benefícios:
- FGTS;
- Vale Transporte;
- Férias;
- Décimo terceiro salário;
- Repouso semanal remunerado;
- Contribuição para previdência social;
- Salário família
- Licença maternidade.

A Espaço Fit seguirá as normas da CLT pagando e cumprindo os benefícios obrigatórios por ela determinados.

4.8.2. Espontâneos

Os benefícios espontâneos não são obrigatórios por lei, a empresa em que decide conceder a bonificação ou não.

Esses benéficos podem ser: em dinheiro, bolsa estudo e horário flexível.

4.9. Remuneração

Segundo Chiavenato (2005, p.258)

A remuneração básica é representada pelo salário, mensal ou horário. No jargão econômico, salário é a remuneração em dinheiro recebida pelo trabalhador pela venda de sua força de trabalho.

Nossa empresa irá agir de acordo com as normas legais da CLT e o pagamento será de acordo com a função do colaborador com remuneração mensal.

4.9.1. Remuneração básica e complementar

A remuneração básica da Espaço Fit será de acordo com o piso salarial da categoria e sempre respeitando as normas da CLT.

4.9.2. Folha de pagamento

Mensalmente a Espaço Fit entregará o holerite onde estará discriminado: nome do funcionário; cargo; valor de remuneração; hora extra; entre outros benefícios e os descontos legais.

Imagem 04: Folha de pagamento

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

1ª VIA - EMPREGADOR

DECLARO TER RECEBIDO A IMPORTANCIA LIQUIDA DISCRIMINADA NESTE RECIBO.

ASSINATURA DO FUNCIONÁRIO

DATA

Fonte: (via internet, 2019)

4.9.3. Demonstrativo de pagamento / pró-labore

Todos os clientes internos receberão o pró-labore com descontos e bonificações de acordo com a carga horária, o desempenho do mesmo nas atividades empresariais e com os valores acertados.

4.10. Avaliação de desempenho

A Espaço Fit fará a avaliação de desempenho mensalmente no microambiente empresarial, na análise serão avaliados pontos fortes e pontos fracos do colaborador. Quando os pontos negativos forem identificados, trabalharemos para um novo treinamento.

4.11. Segurança no trabalho

É de extrema importância a utilização da Segurança do Trabalho na empresa, para haver a prevenção de possíveis acidentes tanto com colaboradores internos ou colaboradores externos.

Segundo Chiavenato (2005, p.437) “A segurança do Trabalho está relacionada com a prevenção de acidentes e com a administração de riscos ocupacionais. Sua finalidade é profilática nos sentidos de antecipar-se para que os riscos de acidentes sejam minimizados”

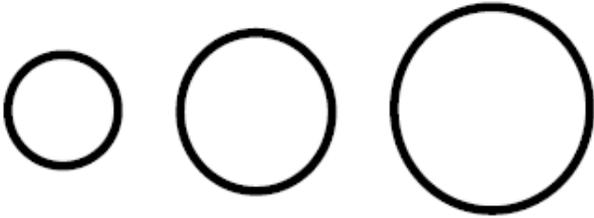
A Espaço Fit preza muito pela segurança, e será bem cautelosa na questão.

4.11.1. Mapa de Risco

É uma apresentação que a empresa deve fazer referente aos riscos ocorridos nela.

É representado em forma de gráfico no layout. É ilustrado na planta da empresa, onde terá círculos com tamanhos de acordo com o grau de risco, e cores para destacar os tipos de riscos.

Quadro 10: Legenda mapa de risco

Legenda Mapa de Risco		
Grupo de Risco	Cor	Tamanho do Risco
Físico		
Químico		
Biológico		
Ergonômico		
Acidente		
		Pequeno Médio Grande

Fonte: (Do próprio autor, 2019)

Segundo Chiavenato (2005, p.437)

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

4.11.2. NRs utilizada na empresa

As normas existem para padronização sobre os métodos exigidos por lei relacionados a Saúde e Segurança do Trabalho, no qual são de desempenho obrigatória às empresas privadas e públicas que possuem empregados regidos pela Consolidação das Leis

Trabalhistas- CLT.

A Espaço Fit utilizará das NRs, nº 5, nº 7, nº 10, nº 12, nº 17, nº 23 e nº 33 explicadas abaixo.

NR 5 - COMISSÃO INTERNA DE PREVENÇÃO DE ACIDENTES

5.1 A Comissão Interna de Prevenção de Acidentes - CIPA - tem como objetivo a prevenção de acidentes e doenças decorrentes do trabalho, de modo a tornar compatível permanentemente o trabalho com a preservação da vida e a promoção da saúde do trabalhador.

NR 7: PCMSO - PROGRAMA DE CONTROLE MÉDICO OCUPACIONAL

7.1.1. Esta Norma Regulamentadora - NR estabelece a obrigatoriedade da elaboração e implementação, por parte de todos os empregadores e instituições que admitam trabalhadores como empregados, do PROGRAMA DE CONTROLE MÉDICO DE SAÚDE OCUPACIONAL - PCMSO, com o objetivo de promoção e preservação da saúde do conjunto dos seus trabalhadores.

NOTA: Todos os trabalhadores devem ter o controle de sua saúde de acordo com os riscos a que estão expostos. Além de ser uma exigência legal prevista no artigo 168 da CLT, está respaldada na Convenção 161 da Organização Internacional do Trabalho - OIT, respeitando princípios éticos, morais e técnicos.

7.1.2. Esta NR estabelece os parâmetros mínimos e diretrizes gerais a serem observados na execução do PCMSO, podendo os mesmos ser ampliados mediante negociação de trabalho.

7.1.3. Caberá a empresa contratante de mão-de-obra prestadora de serviços informar os riscos existentes e auxiliar na elaboração e implementação do PCMSO nos locais de trabalho onde os serviços estão sendo prestados.

NR 10 – SEGURANÇA EM INSTALAÇÕES E SERVIÇOS EM ELETRICIDADE

10.1.1 Esta Norma Regulamentadora - NR estabelece os requisitos e condições mínimas objetivando a implementação de medidas de controle e sistemas preventivos, de forma a garantir a segurança e a saúde dos trabalhadores que, direta ou indiretamente, interajam em instalações elétricas e serviços com eletricidade.

NR-12 - SEGURANÇA NO TRABALHO EM MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

12.1 Esta Norma Regulamentadora e seus anexos definem referências técnicas, princípios fundamentais e medidas de proteção para garantir a saúde e a integridade física dos trabalhadores e estabelece requisitos mínimos para a prevenção de acidentes e doenças do trabalho nas fases de projeto e de utilização de máquinas e equipamentos de todos os tipos, e ainda à sua fabricação, importação, comercialização, exposição e cessão a qualquer título, em todas as atividades econômicas, sem prejuízo da observância do disposto nas demais Normas Regulamentadoras - NR aprovadas pela Portaria n.º 3.214, de 8 de junho de 1978, nas normas técnicas oficiais e, na ausência ou omissão destas, nas normas internacionais aplicáveis.

NR 17 – ERGONOMIA

17.1. Esta Norma Regulamentadora visa a estabelecer parâmetros que permitam a adaptação das condições de trabalho às características psicológicas e fisiológicas dos trabalhadores, de modo a proporcionar um máximo de conforto, segurança e desempenho eficiente.

NR 23 - PROTEÇÃO CONTRA INCÊNDIOS

23.1. Todos os empregadores devem adotar medidas de prevenção de incêndios, em conformidade com a legislação estadual e as normas técnicas aplicáveis.

23.1.1. O empregador deve providenciar para todos os trabalhadores informações sobre:

- a) utilização dos equipamentos de combate ao incêndio;
- b) procedimentos para evacuação dos locais de trabalho com segurança;
- c) dispositivos de alarme existentes.

23.2. Os locais de trabalho deverão dispor de saídas, em número suficiente e dispostas de modo que aqueles que se encontrem nesses locais possam abandoná-los com rapidez e segurança, em caso de emergência.

23.3. As aberturas, saídas e vias de passagem devem ser claramente assinaladas por meio de placas ou sinais luminosos, indicando a direção da saída.

23.4. Nenhuma saída de emergência deverá ser fechada à chave ou presa durante a jornada de trabalho.

NR-33 SEGURANÇA E SAÚDE NOS TRABALHOS EM ESPAÇOS CONFINADOS

33.1.1 Esta Norma tem como objetivo estabelecer os requisitos mínimos para identificação de espaços confinados e o reconhecimento, avaliação, monitoramento e controle dos riscos existentes, de forma a garantir permanentemente a segurança e saúde dos trabalhadores que interagem direta ou indiretamente nestes espaços.

4.12. Qualidade de vida

A qualidade de vida no trabalho está relacionada com o bem-estar do colaborador, não somente no ambiente interno da empresa, mas em seu âmbito externo.

A qualidade de vida no trabalho busca métodos para manter os clientes internos incentivados e satisfeitos com o ambiente organizacional. Com o intuito de que não tenha interferência em seu rendimento profissional.

Segundo Chiavenato (2005, p. 449): “[...] refere-se à preocupação com o bem-estar geral e a saúde dos trabalhadores no desempenho de suas tarefas. [...] envolve tanto os aspectos físicos e ambientais, como os aspectos psicológicos do local de trabalho.”

A Espaço Fit abordará a qualidade de vida no trabalho deixando um feedback semanal.

Em caso de bons resultados, o colaborador será bonificado, e se tiver um feedback abaixo do esperado o colaborador obrigatoriamente irá passar por um treinamento.

4.13. Desligamento

De acordo com www.salariobr.com.br, afirma que o desligamento é definido após uma avaliação do funcionário sobre seu desempenho na empresa. Para que seja feito o desligamento, antes é feita uma entrevista com o funcionário, no qual é questionada sua opinião sobre a gestão, e sobre seu comportamento.

A Espaço Fit quando ocorrer o desligamento do funcionário, anteriormente será feita uma entrevista de desligamento, para que a mesma sirva como um feedback sobre a gestão. De modo que futuramente utilize para buscar melhorias.

4.14. Outsourcing

Outsourcing é um termo inglês muito utilizado no mercado de trabalho para definir terceirização.

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

A Espaço Fit utilizará serviços terceirizados na área da limpeza.

CAPÍTULO V

5. Planejamento de Marketing

O planejamento de marketing é formado para definição do negócio e obter uma análise ampla do ambiente, ajudando na aplicação de metas e objetivos.

O objetivo do planejamento estratégico é dar forma aos negócios e produtos de uma empresa, de modo que eles possibilitem os lucros e o crescimento almejados. (KOTLER, 2000, p.86).

5.1. Briefing

O *briefing* é um conjunto de informações sobre determinada empresa ou marca. Deve ser bem elaborado por servir como fator fundamental ao desenvolvimento de um trabalho sem gerar distorções ou más interpretações.

Segundo Sampaio (1997, p. 206), “A palavra *briefing* vem do inglês, do verbo *brief* que significa resumir, fazer a apresentação sumariada de alguma coisa”.

O Briefing da empresa é:

Observamos a necessidade de incluir uma academia especialmente para mulheres na cidade de Fernandópolis. Por conta do constrangimento de algumas mulheres na hora da pratica dos exercícios físicos na frente de pessoas do sexo oposto. E por se sentir mais confortável em um ambiente exclusivo.

Havendo a necessidade, fizemos a pesquisa de viabilidade desse projeto na cidade para melhor análise e rentabilidade do negócio.

5.2. Definição do público alvo

Público alvo trata das pessoas que comparece ao estabelecimento com mais frequência, não precisa ser o cliente em si, mas qualquer grupo de pessoas que influenciam em fatores sociais e econômicos da empresa.

A Espaço Fit é voltada as mulheres de todas as idades, que estão em busca de saúde, bem-estar, privacidade. Oferecendo serviços de alta qualidade para jovens até a classe mais idosa.

5.4. O composto de Marketing

É necessário um planejamento de forma eficaz, pois é analisado os 4 pontos básicos, através disso atingem os objetivos levando a empresa ao mercado.

Os 4 pontos básicos são formados por produto/serviço, preço, promoção e praça; onde serão descritos ao decorrer do desenvolvimento do trabalho.

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

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

5.4.1. Produto/Serviço

Ato da empresa de venda a corporação, seja um produto ser físico ou não.

O art. 3º, § 2º, do Código de Defesa do Consumidor:

Define serviço como qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Espaço Fit Feminino é uma empresa que atua no ramo de esporte, através de prestação de serviço, com qualidade visando sempre no bem-estar e satisfação de seus clientes.

5.4.2. Preço

É responsável pelo retorno financeiro da empresa. O preço precisa cobrir as despesas geradas para realizar o produto.

Maximiano (2011, p.9) define preço como determinação das políticas comerciais e estratégias de preço no mercado.

Na Espaço Fit os valores serão de acordo com as modalidades escolhidas pelas clientes:

- Academia R\$ 70,00
- Zumba R\$ 60,00
- Hidroginásticas R\$ 80,00
- Massagem R\$ 50,00

5.4.3. Promoção

Uma maneira que a empresa impõe para atrair público-alvo, é com a ajuda de divulgações do produto/serviço e promoções.

Maximiano (2011, p.9) afirma que promoção é: “Comunicação com o público-alvo, por meio de atividades como propaganda, publicidade e promoções nos pontos de venda.”

Espaço Fit feminino utiliza como meio de divulgação redes sociais (Facebook e Instagram), como por serem formas de comunicação mais usadas pelas pessoas ultimamente, facilitando comunicação com o público-alvo.

Imagem 05: Página do Instagram da empresa



Fonte: Instagram

Entre outros meios temos os pacotes e promoções para atrair clientes, onde proporcionaremos estes atributos:

Pacote Mãe e Filha:

- Academia + Zumba + 1 Massagem cada = R\$ 360,00 com 15% de desconto. Valor total: R\$ 306,00 o conjunto.
- A cada dois pacotes contratado, ganhara uma massagem grátis no mês, o mesmo tem que está com a mensalidade em dia.
- Proporcionando desconta na mensalidade futura para quem trazer novos clientes. Desconto de 10%.

5.4.4. Praça

Desempenha funções para ligar a empresa ao consumidor final, através da realização da tarefa do marketing.

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

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

A Espaço Fit Feminino se localizará na Rua Ângelo Del Grossi, 353 - Bairro Bela Vista, Fernandópolis, CEP: 15600-000.

Será um ambiente moderno, climatizado, com sala de massagem, dança, instrumentos de musculação e área para pratica da hidroginástica.

Imagem 06: Faixada da empresa.

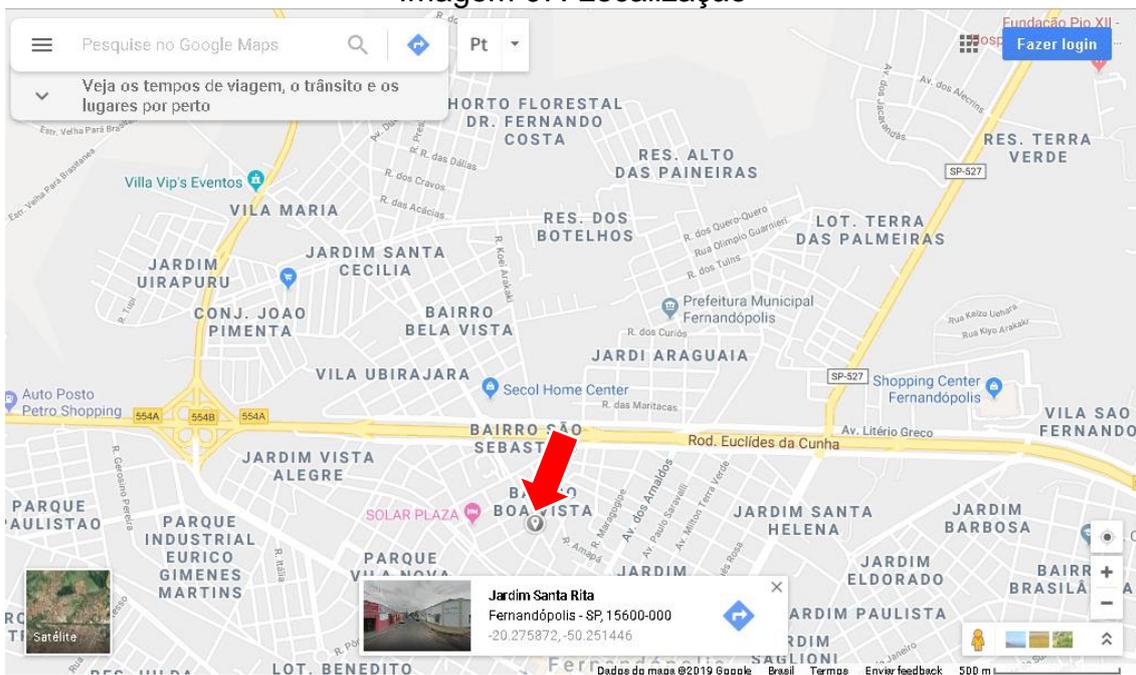


Fonte: (Do próprio autor, 2019).

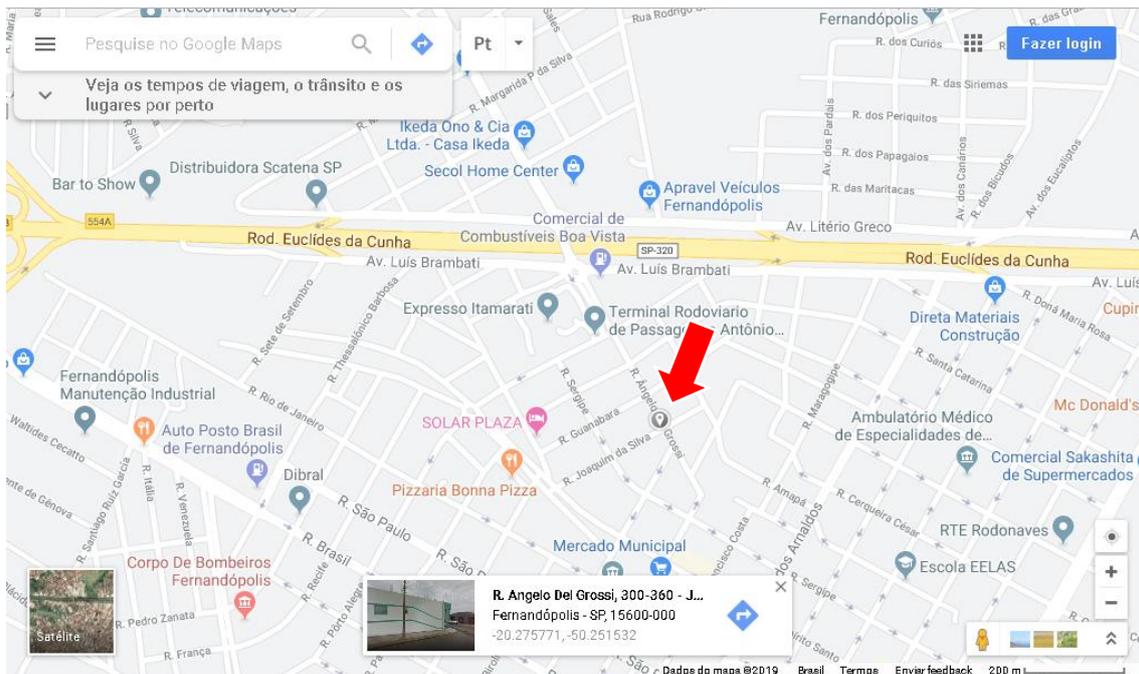


Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Imagem 07: Localização



Fonte: (Do próprio autor, 2019).



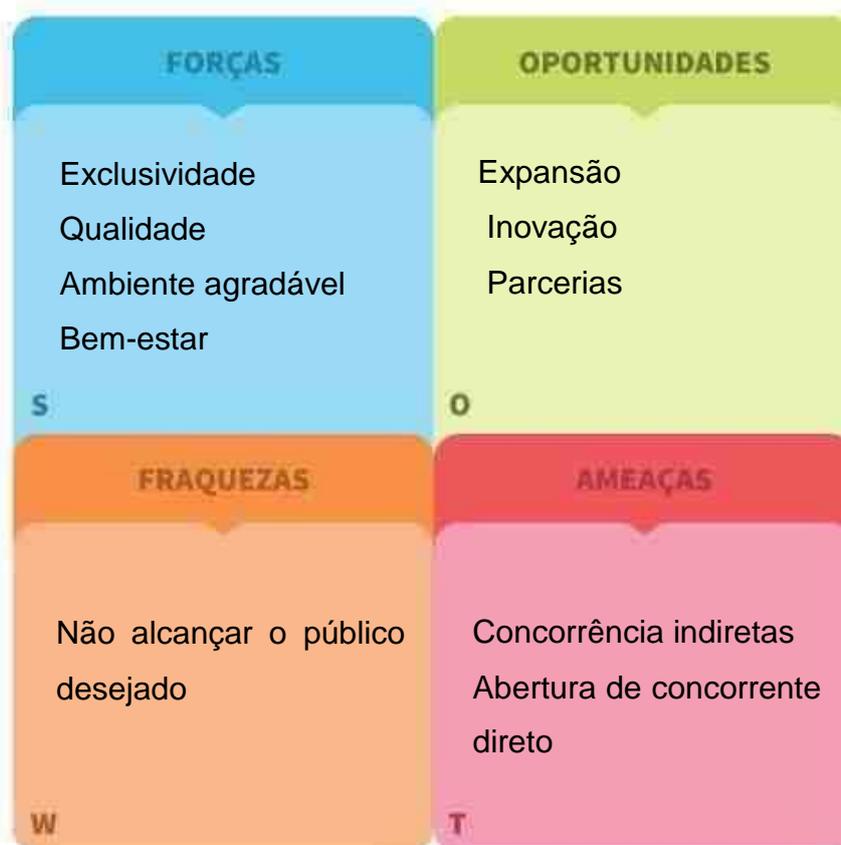
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

5.5. Análise do ambiente

5.5.1. Análise SWOT

A análise SWOT é um método utilizado pela gestão para avaliar a empresa e diagnosticar as possíveis oportunidades, os pontos fortes, fraquezas e ameaças. Com a identificação desses pontos e possível elaborar estratégias e táticas para um plano de ação.

Imagem 08: Análise SWOT da Espaço Fit Feminino



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Forças: Segmento com poucos concorrentes direto na cidade: apenas um concorrente direto, mas com apenas uma modalidade. Qualidade em equipamentos: equipamentos são novos e completos. Funcionários qualificados: Funcionários são formados e treinados para executar suas funções corretamente. Bom atendimento: a empresa presa por esse setor e age com empatia e proatividade com os clientes.

Fraquezas: Falta de experiência da administração: como o segmento da empresa é novo no mercado, a administração não possui experiência. Falta de funcionários: não temos funcionários suficientes se a empresa tiver superlotação. Alto custo na manutenção: a manutenção dos equipamentos é caros, ocasionando mudanças nos preços. Preços não acessíveis para todos: por ser uma empresa com equipamentos e manutenção em alto custo, acaba alterando o preço final.

Oportunidades: Expansão de novos jogos: comprar novas máquinas para obter mais opções de jogos. Fidelização de novos clientes: conquistar novos clientes. Novas parcerias: fazer parcerias com outras empresas ou mais atléticas.

Ameaças: Novos concorrentes: abrir empresas do mesmo seguimento na região. Poucas pistas de boliche: se tiver alta procura as pistas que temos não será suficiente. Declínio de procura: o público parar de frequentar o local.

5.5.2. Matriz BCG / Matriz CVP

Segundo Zenone (2007, p.50):

É uma técnica matricial para avaliar portfólio de negócio mediante uma visualização bidimensional que compara a posição estratégica de cada negócio de uma empresa diversificada. É uma matriz formada que usa como eixos a taxa de crescimento do mercado e a participação relativa de mercado.

A matriz BCG é um método gráfico que define e compara diferentes negócios ou produtos, baseada em volume, participação e crescimento de mercado, com o objetivo de se tomar as decisões estratégicas mais adequadas sobre cada produto ou negócio analisado.

Imagem 09: Matriz BCG



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

A Espaço Fit Feminino se enquadra na característica de interrogação, onde tem que ter um investimento e seu retorno depende de um público novo, onde tem que ser analisado a viabilidade para constatar a rentabilidade do negócio. Porém a possibilidade de um crescimento e alto devido a ser um mercado específico.

O CVP (Ciclo de Vida do Produto) é a linha de produção de um produto ou marca. É a sua história completa através de suas fases de vendas: introdução, crescimento, maturidade e declínio. Ele também é utilizado para a avaliação de uma forma de produto ou até mesmo uma marca de uma empresa em conjunto com a matriz BCG. É utilizado como base para se tomar decisões em relação a um produto.

Todo produto passará por essas etapas. Essas etapas são inspiradas no ciclo de vida biológico, que vai do sucesso ao fim do produto, e o empreendedor tem o dever de inovar para manter na maturidade o seu produto.

Para nossa empresa se manter, ela estará sempre investindo em novidades buscando melhorar seu serviço conquistando cada vez mais clientes fiéis, assim se mantendo na fase da maturidade.

5.6. Análise dos concorrentes

O Espaço Fit Feminino não possui nenhum concorrente direto por conta da sua exclusividade e diversidade, na cidade não tem nenhuma empresa com várias modalidades para um único sexo. Mas há concorrentes indiretos, que são empresas que proporcionam serviços semelhantes, academias, espaços para dança e hidroginástica.

5.7. Definição de Objetivos e Metas

Profissionais capacitados e qualificados: Vamos oferecer treinamentos no início para cada funcionário.

Espaço Fit Feminino, terá uma equipe que estará sempre inovando e proporcionando aulas diferentes e diversificadas, mantendo sempre o foco no objetivo de cada cliente.

5.8. Definição de marca

A marca é algo que demonstra o reconhecimento de um produto ou serviço.

Segundo Kotler; Keller (2011, p.269):

As marcas identificam a origem ou o fabricante de um produto e permitem que os consumidores sejam indivíduos ou organizações atribuam a responsabilidade pelo produto a determinado fabricante ou distribuidor.

Sendo assim marca é tudo que faça com que o consumidor identifique, seja produto ou serviço podendo ser nome, cor, fonte, logo, slogan entre outros. Portanto é o papel fundamental de uma marca identificar o produto/serviço, mas junto com esse benefício vem a tarefa de honrar a proposta que está sendo passada no mercado.

Imagem 10: Logo da Espaço Fit Feminino



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

5.9.1. Uniforme

A Espaço Fit Feminino possuirá uniformes de cor rosa forte, acompanhado da cor preta, juntamente com o logo da empresa sendo feminino baby look.

Imagem 11: Uniforme da Espaço Fit Feminino



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

5.9.2. Manual de Identidade Visual

Forma que a empresa se apresenta, através de logotipo, símbolo ou outros tipos de elemento.

É necessário um bom vínculo entre os funcionários e departamentos, para que haja produtividade maior, e não ocorra desentendimento, com isso melhorando o andamento da empresa, tornando um ambiente mais agradável para trabalhar.

Qualquer problema que acontecer entre os departamentos, irá atingir toda nossa produtividade.

E Espaço Fit Feminino irá proporcionar reuniões uma vez por mês, que ajudará a unir os funcionários, através de brincadeiras entre outras formas de interação.

5.10. Endomarketing

Segundo Bekin (2006, p.01)

É um processo cujo foco é alinhar, sintonizar e sincronizar, para implementar e operacional a estrutura organizacional de marketing da empresa ou organização, que visa e depende da ação para o mercado e a sociedade.

A Espaço Fit Feminino terá um vínculo grande com seus colaboradores para que passa ter uma comunicação, para não ocorrer divergências entre eles e clientes. Assim buscaremos estratégias para fomentar a motivação, produtividade, retenção de talentos e alcançar o melhor clima organizacional possível.

5.10.1. Motivação Segundo

Maximiano (2011, p.234) “motivação é processo fundamental de comportamento, que afeta o desempenho das pessoas e das organizações. Todo administrador deve compreender os mecanismos básicos da motivação.

A Espaço Fit Feminino, preza o bom atendimento favorecendo sempre nossas clientes, sabendo que para isso é necessário valorizar o potencial de nossos funcionários, daremos bonificações de acordo com o desempenho de cada indivíduo.

5.10.2. Integração

Toda empresa tem diversos departamentos, o dever da dela mantê-los em harmonia para poder ter um rendimento na produtividade e não ocorrer intrigas entre funcionários, assim melhorando todo relacionamento, fazendo um ambiente agradável para trabalhar.

Reuniões mensais com todos os colaboradores da empresa para poder aplicar dinâmicas, brincadeiras, para ajudar a deixar todos da empresa unidos, assim melhorando toda produtividade e todo relacionamento.

5.11. Plano de Fidelização

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

A Espaço Fit Feminino visa em satisfazer todas as clientes, priorizando os fiéis e proporcionando descontos as que se disponibilizarem em trazer novas clientes, e a cada seis meses concluídos de uma modalidade terá a isenção no sétimo mês e uma massagem sem custo algum.

5.12. Estratégias de Pós-vendas

A Espaço Fit Feminino trabalhará com promoções mensais e descontos, com isso tentar fidelizar cada vez mais clientes a partir disso traçando laços e afinidade.

5.13. Marketing Social e Verde

O marketing social é sessar os problemas sociais, envolvendo a saúde, transportes, educação, trabalho, moradia etc.

Procurando sempre envolver a sociedade, o marketing é uma causa social e não um interesse comercial.

A Espaço Fit Feminino tem com objetivo de proporcionar aulas uma vez por mês para pessoas carentes ou com necessidades de pratica de exercícios. Tudo isso através de agendamento e cadastro pessoal.

O marketing verde é a imagem que a empresa passa da sua consciência ecológica, envolvendo os benefícios e os malefícios dos produtos, que se utilizara na nossa empresa.

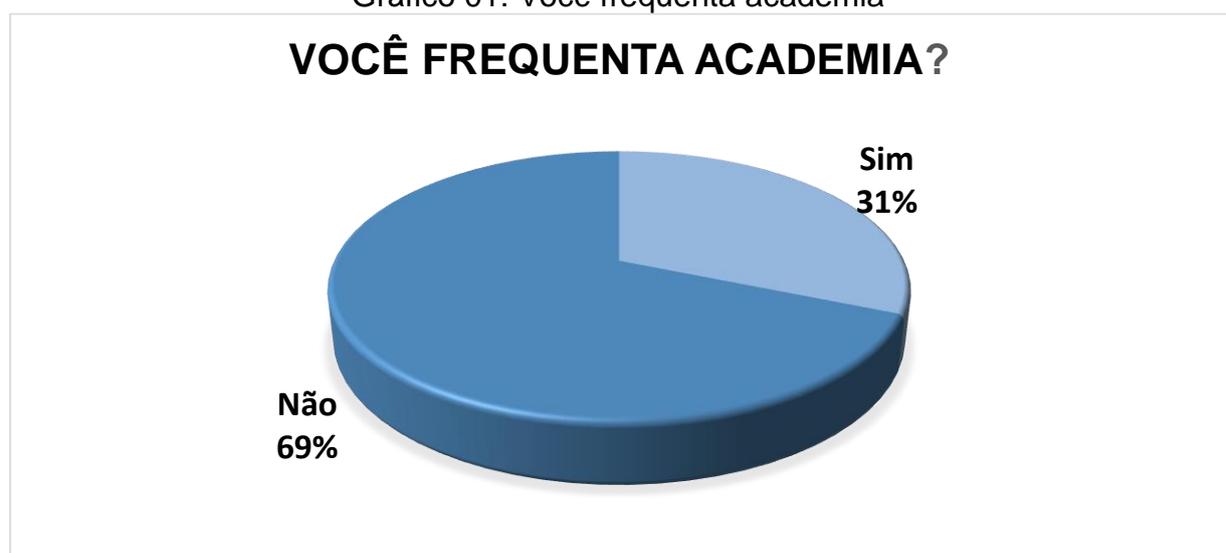
A Espaço Fit Feminino presa na preservação do meio ambiente e colocara vários cartazes instrucionais e providenciara evento onde possa se plantar arvores em locais da cidade.

Pesquisa de Mercado

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

Na cidade de Fernandópolis foi realizada uma pesquisa quantitativa e qualitativa com um total de 100 pessoas para saber qual a opinião das mesmas sobre a Academia. O questionário aplicado teve como alvo o público feminino, contendo 11 perguntas elaboradas para avaliar o nível de satisfação dos clientes, tanto no atendimento, na qualidade do serviço, tipos de produtos e outros pontos importantes.

Gráfico 01: Você frequenta academia



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Esse gráfico pode se observar que a maioria das pessoas entrevistadas não frequenta academia, assim tendo uma chance de conquistá-las a frequentar a Espaço Fit.

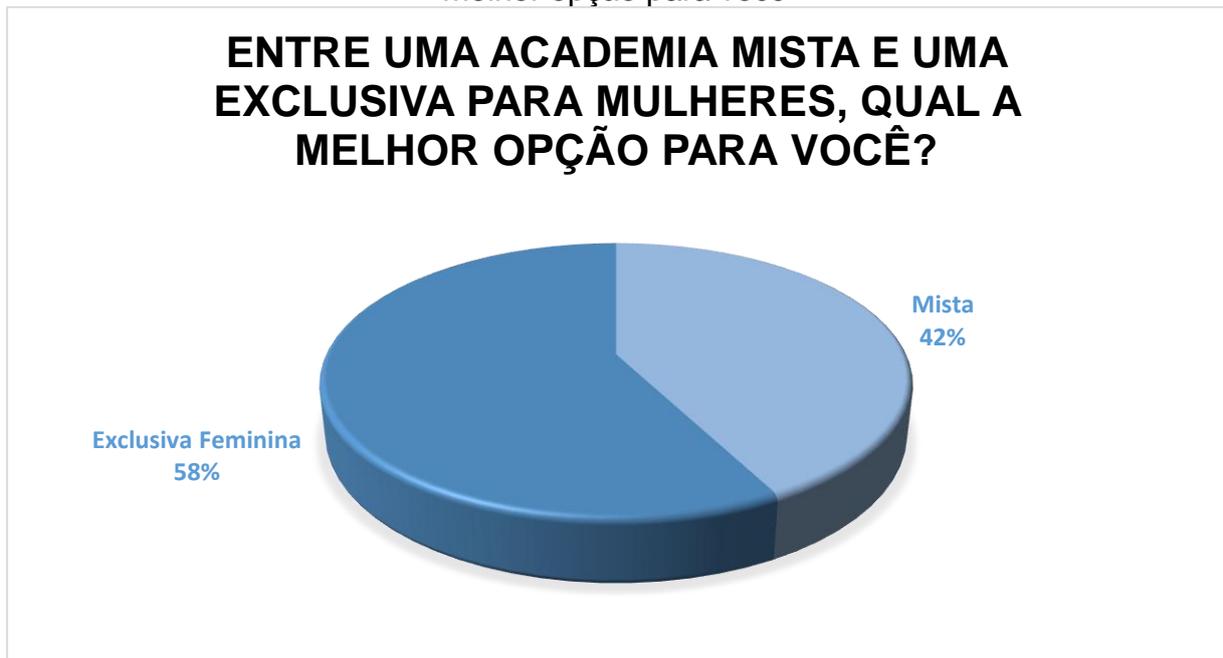
Gráfico 02: Qual motivo



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Vemos que a falta de tempo é onde se encontra o maior problema, logo em seguida a falta de dinheiro, ambos as partes têm que ser bem desenvolvidas para evitar prejuízos.

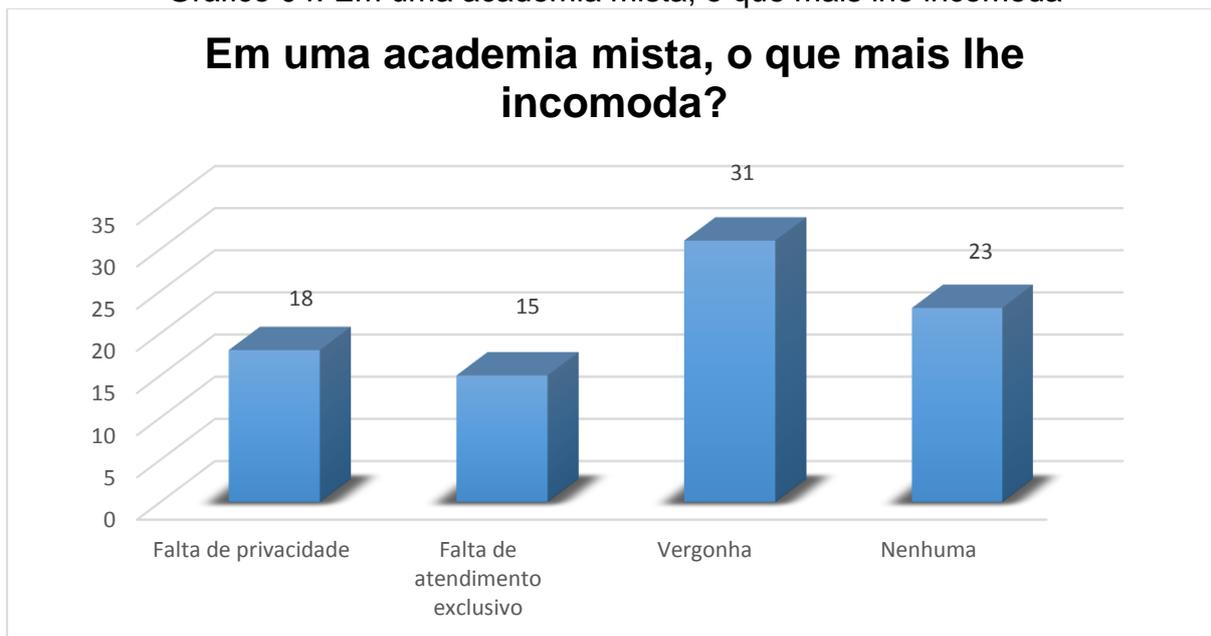
Gráfico 03: Entre uma academia mista e uma exclusiva para mulheres, qual a melhor opção para você



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Com essa visão onde temos mais da metade dos entrevistados que iriam numa academia feminina observamos que seria viável, pois o público desejado encontrasse em uma necessidade ou desejo grande.

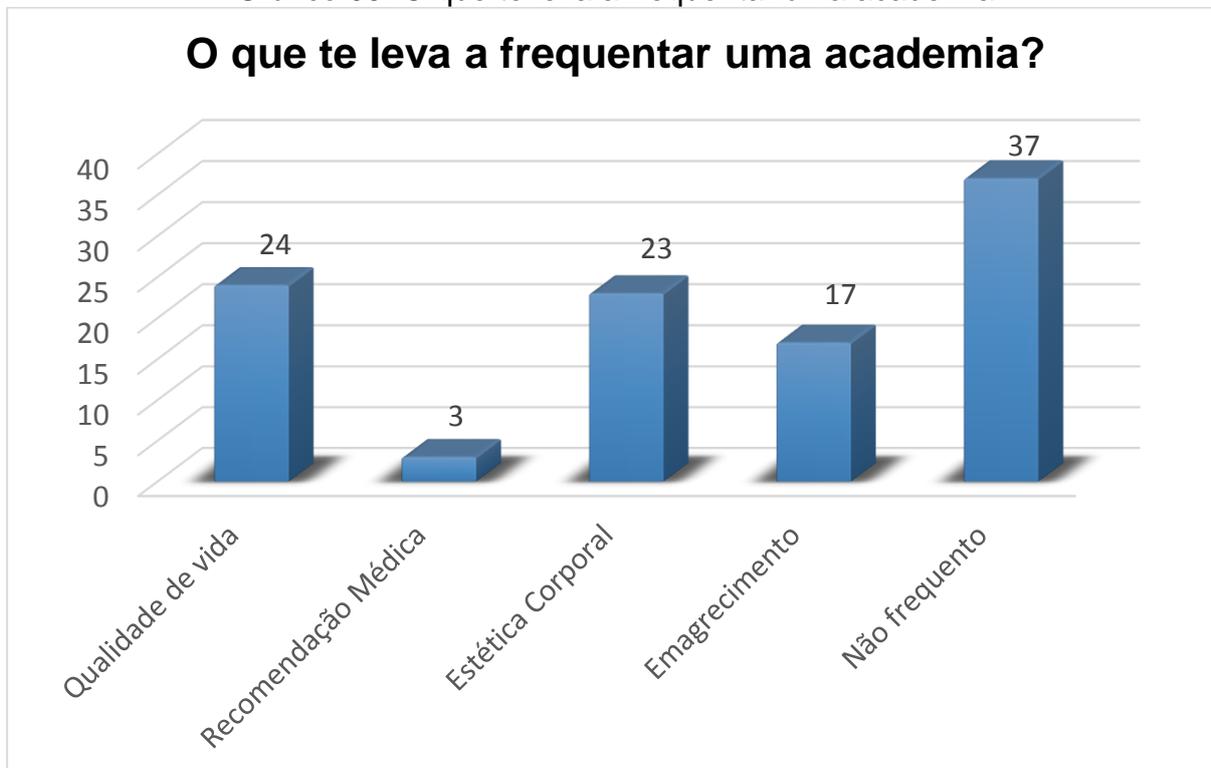
Gráfico 04: Em uma academia mista, o que mais lhe incomoda



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Como vemos o que mais incomoda realmente é a vergonha e privacidade, com isso enfatizamos nossa empresa com um diferencial a potente.

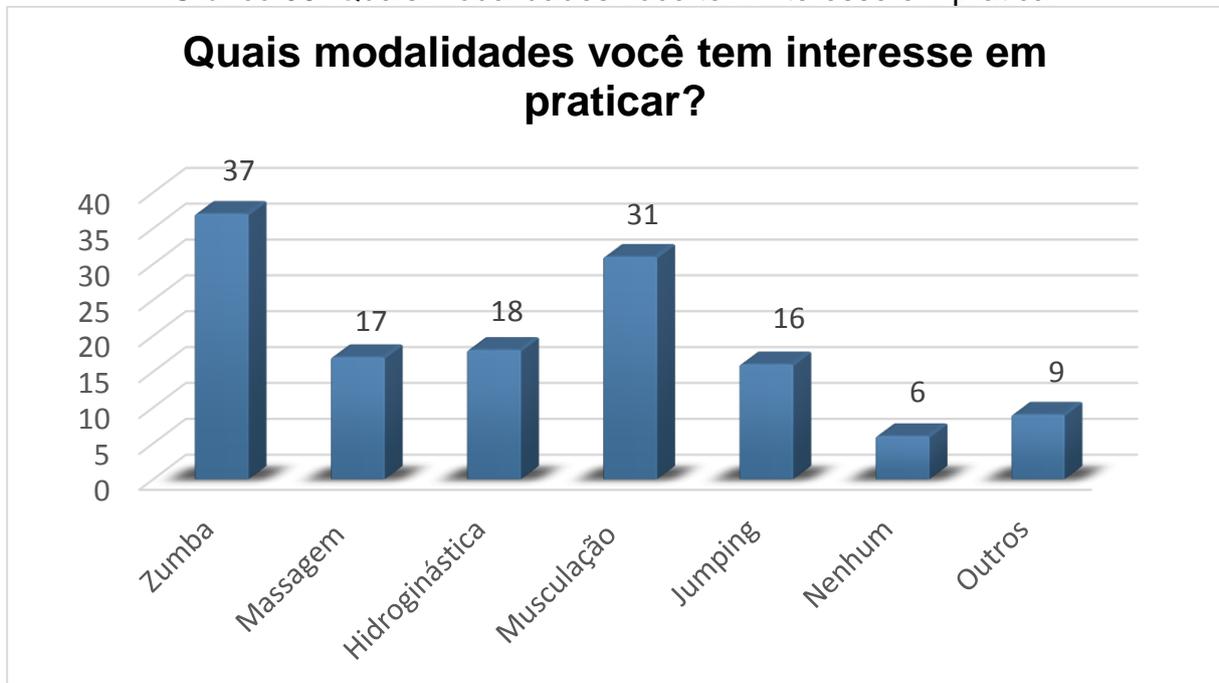
Gráfico 05: O que te leva a frequentar uma academia



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Percebemos que o foco dos entrevistados é qualidade de vida e estética corporal, onde devemos focar nossos estabelecimentos proporcionando melhorias sempre.

Gráfico 06: Quais modalidades você tem interesse em praticar



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Com esta pergunta foi possível observar que a categoria de zumba, musculação são predominantes. Como um esporte diferente pode ser integrado o jumping, e possibilidade da opção de massagem para uma atração de relaxamento e promoção da empresa.

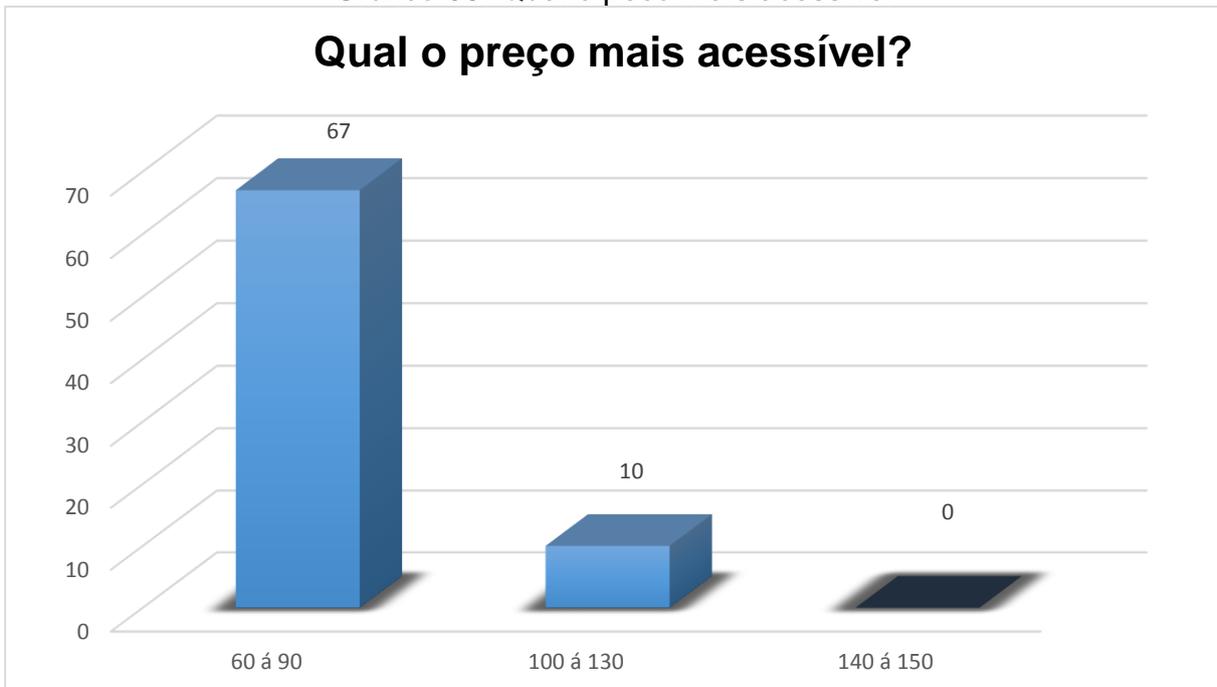
Gráfico 07: Os serviços e produtos oferecidos pela academia são suficientes para atender suas necessidades



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Essa pergunta foi elaborada a fim de querer saber o que mais importa para pessoa voltar ao estabelecimento sendo que 40% preferem a qualidade, 27% preferem o atendimento, 25% preferem o preço e 8% preferem a variedade, lembrando que nessa pergunta poderia ser escolhida mais de uma resposta.

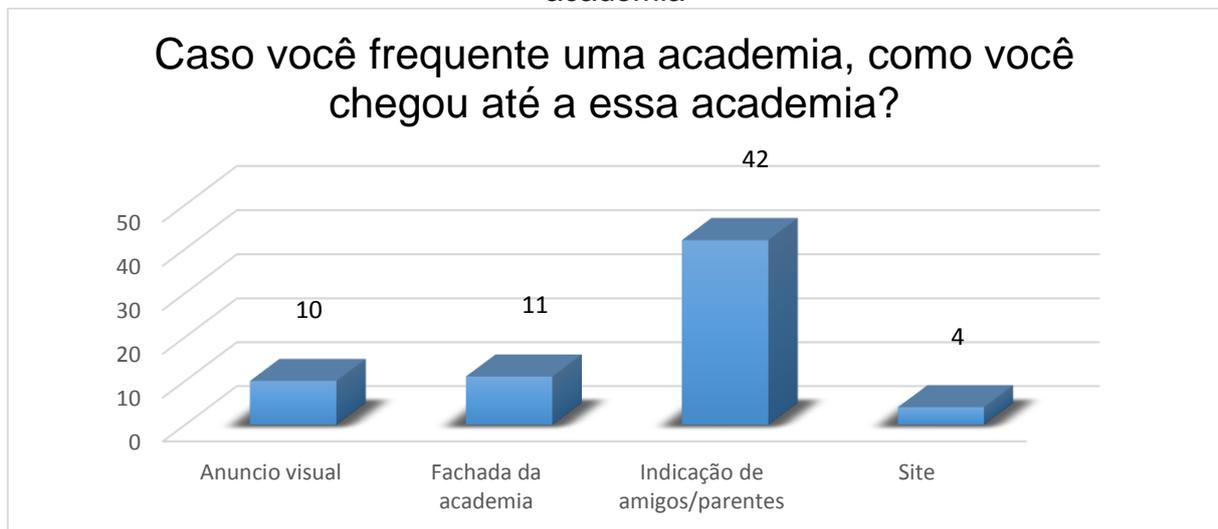
Gráfico 08: Qual o preço mais acessível



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Podemos analisar através dessa pergunta, que o preço mais acessível é de 60 á 90, de acordo com nossos entrevistados, em segundo lugar fica de 100 a 130.

Gráfico 09: Caso você frequente uma academia, como você chegou até a essa academia



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

O meio de informação mais utilizado para encontrar a academia é através de indicação de amigos e parentes, em segundo plano a fachada da academia e o anúncio visual.

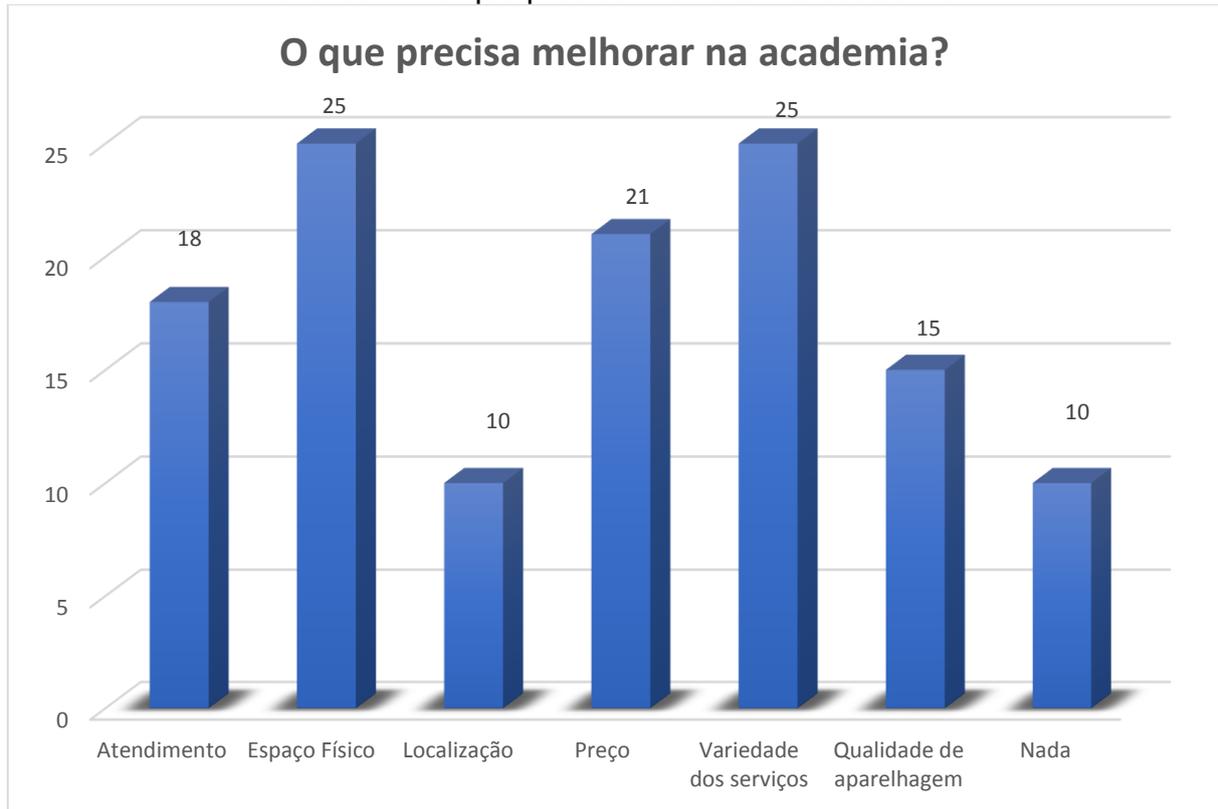
Gráfico 10: O que você mais valoriza no momento de decidir em que academia malhar



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Essa pergunta foi elaborada, para sabermos o que é mais valorizado no momento de decidir em que academia malhar. Com isso vemos que o preço, qualidade de serviço, localização atendimento, são os mais importantes de acordo com nossos entrevistados.

Gráfico 11: o que precisa melhorar na academia



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Concluimos que para haver uma melhoria, é necessário focar no espaço físico e variedade de serviços, de acordo com nossos entrevistados. O atendimento também agrega muito, assim como o preço e qualidade como podemos ver.

CAPÍTULO VI

6. Plano Financeiro

O planejamento financeiro é a previsão para que a empresa esteja bem futuramente e não sofra prejuízos em longo prazo.

Os métodos de controle são utilizados através de ferramentas que contribuem para facilitação do trabalho.

A Espaço Fit Feminino presa a rentabilidade da empresa preservando nossos bens.

6.1. Investimento Fixo

Refere-se aos bens que serão comprados para a abertura da empresa. São considerados fixos.

Tais como acessórios para todas as modalidades disponíveis e com salários dos colaboradores, aluguel, contas fixas entre outras.

Nossa empresa demonstrará com toda clareza suas obrigações e deveres.

6.1.1. Resumo do investimento físico

Resumo dos investimentos que a empresa precisa para fornecer se serviço da melhor forma.

Tabela 01: Equipamentos

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Suporte Expositor Torre Fixa Estantes 10 Halteres	2	R\$ 110,00	R\$ 220,00
Kit Puxadores de mão	2	R\$ 50,00	R\$ 300,00
Kit Halteres	3	R\$ 120,00	R\$ 360,00
Leg Press 45°	1	R\$ 1.668,00	R\$ 1.668,00
Leg horizontal	1	R\$ 3.250,00	R\$ 3.250,00
Adutor/Abdutor	2	R\$ 1.872,00	R\$ 3.744,00
Extensor e flexor	2	R\$ 1.725,00	R\$ 3.450,00
Multiguiado linear	1	R\$ 2.450,00	R\$ 2.450,00
Peitoral Dorsal.	1	R\$ 2.750,00	R\$ 2.750,00
Remada Seco	1	R\$ 289,00	R\$ 289,00
Crossover	1	R\$ 3.960,00	R\$ 3.960,00
Banco Regulável Tubular.	2	R\$ 535,00	R\$ 1.070,00
Puxador frontal	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Supino Inclinado e Reto	2	R\$ 299,00	R\$ 598,00
Banco para bíceps	1	R\$ 762,00	R\$ 762,00
Panturrilha sentada	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Mini Stepper	4	R\$ 249,00	R\$ 996,00
Esteira ergometnca	5	R\$ 999,00	R\$ 4.995,00
Bicicleta ergométrica	6	R\$ 399,00	R\$ 2.394,00
Aparelho abdominal	1	R\$ 49,00	R\$ 49,00
Tatame	80	R\$ 45,00	R\$ 3.600,00
Total	53	R\$ 23.281,00	R\$ 38.505,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Tabela 02: Móveis e Utensílios

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Ar condicionado	6	R\$ 1.199,00	R\$ 7194,00
Cadeira	10	R\$ 110,00	R\$ 1.100,00
Computador	3	R\$ 1.400,00	R\$ 4.200,00
Mesa	3	R\$ 610,00	R\$ 1.830,00
Balcão	1	R\$ 550,00	R\$ 550,00
Banco	2	R\$ 150,00	R\$ 300,00
Kit massagem (maca, carrinho auxiliar, escadinha e mocho branco)	1	R\$ 1399,00	R\$ 1399,00
Impressora	1	R\$ 320,00	R\$ 320,00
Bebedouro	1	R\$ 220,00	R\$ 220,00
Armário de arquivo	1	R\$ 375,00	R\$ 375,00
Pastas	30	R\$ 4,00	R\$ 120,00
Internet (roteador)	1	R\$ 180,00	R\$ 180,00
Sistema de câmera	1	R\$ 2572,00	R\$ 2572,00
Telefone	2	R\$ 89,00	R\$ 178,00
Piscina	1	R\$ 4999,00	R\$ 4999,00
Subtotal			R\$ 25.317,00
Total de investimentos			R\$ 67507,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.2. Investimento Financeiro

O investimento financeiro do negócio é o capital aplicado com o intuito de ter segurança para o início de suas atividades para que ela não venha a falir e em longo prazo o investimento retorna.

6.2.1. Estimativa de investimentos

Nas tabelas abaixo, tabela nº 03 e nº 04, são descritos todos os materiais que serão utilizados no Espaço Fit Feminino para o começo de suas atividades e a previsão de capital de giro.

Tabela 03: Estimativa do Estoque Inicial

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Produto de limpeza	1	R\$ 180,00	R\$ 180,00
Cremes para massagem	2	R\$ 63,00	R\$ 126,00
SUBTOTAL			R\$ 306,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Tabela 04: Estimativa de Capital de Giro

Descrição	TOTAL
Reserva de Caixa (Cobertura dos Custos)	R\$ 4.500,00
TOTAL DOS INVESTIMENTOS FINANCEIROS	R\$ 4.806,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

A empresa utiliza o método *Just in Time*, onde trabalhamos com o estoque mínimo para menor perda de produtos por conta de vencimento.

6.2.2. Total de investimento financeiro

O total de investimento somando o valor do estoque inicial mais o capital de giro será de R\$4.806,00 (quatro mil oitocentos e seis reais), como demonstrado nas tabelas nº 3 e nº 4.

6.3. Investimentos pré-operacionais

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

Tabela 05: Investimentos Pré-operacionais

Investimentos Pré-Operacionais	TOTAL
Despesas de Legalização	R\$ 5.000,00
Reformas	R\$ 20.000,00
Divulgação	R\$ 450,00
Cursos e treinamentos	R\$ 297,00
TOTAL	R\$ 25.747,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.3.1. Legalização

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

6.3.2. Dependências Físicas

Não foi reservado um estoque para dependências físicas pois a instalação do boliche será de total responsabilidade do fornecedor, e o local alugado está em perfeito estado.

6.3.3. Divulgação e Treinamento

Optamos em reservar o valor de R\$ 450,00 (quatrocentos e cinquenta reais) para a divulgação, pois para inauguração iremos fazer, propagandas em rádios, promover anúncios nas redes sociais entre outros, e o valor de R\$ 297,00 (duzentos e noventa e sete reais) que será destinado ao treinamento dos colaboradores.

6.3.4. Outras Despesas

A Espaço Fit Feminino não deixará nenhum valor reservado para outras despesas, pois é apresentado essas despesas em seus demonstrativos.

6.4. Estimativa do Investimento Total

A tabela abaixo, tabela nº 06, está descrevendo o que será investido para a abertura da Espaço Fit Feminino.

Tabela 06: Estimativa do Investimento Total

Descrição	TOTAL
Estimativa dos Investimentos Fixos	R\$ 67.507,00
Estimativa dos Investimentos Financeiros	R\$ 4.806,00
Estimativa dos Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 25.747,00
TOTAL	R\$ 98.060,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.5. Estimativa do faturamento mensal

A tabela abaixo, tabela nº 07, está discriminando a previsão de faturamento de 1 (um) mês da Espaço Fit Feminino.

Tabela 07: Estimativa do Faturamento Espaço Fit Feminino

Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de serviços predados)	Preço de Venda Unitário	Faturamento Total
Academia	100	R\$ 70,00	R\$ 7.000,00
Zumba	100	R\$ 60,00	R\$ 6.000,00
Academia+ zumba	120	R\$ 110,00	R\$ 13.200,00
Hidroginásticas	100	R\$ 80,00	R\$ 8.000,00
Massagem	100	R\$ 60,00	R\$ 6.000,00
TOTAL			R\$ 40.200,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.5.1. Elaboração do preço de venda

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

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

Despesas operacionais / faturamento mensal X 100 (percentual).

$$R\$ 27.402,5/40.200,00 \times 100 = 68\%$$

Somando as porcentagens da empresa com impostos de 18%.

Para encontrarmos o mark-up, o seguinte cálculo foi feito:

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

$$18\% + 68\% + 10\% = 96 - 100 / 100 = 0,04$$

Com isso nosso mark-up divisor será 0,04

6.6. Estimativa do custo com materiais/insumos

Por ser uma empresa de prestação de serviços a Espaço Fit Feminino não terá custos com produção.

Tabela 08: Estimativa do custo com materiais/insumos

Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de serviços prestados)	Custo Unitário	CMV
Academia	100	2,80	R\$ 280,00
Zumba	100	2,40	R\$ 240,00
Academia+ zumba	120	4,40	R\$ 528,00
Hidrogenásticas	100	3,20	R\$ 320,00
Massagem	100	2,40	R\$ 240,00
TOTAL			R\$ 1.608,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.7. Estimativa de custos de comercialização

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

Tabela 09: Custo de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
Impostos	118%	R\$ 40.200,00	R\$ 7.236,00
TOTAL			R\$ 7.236,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.8. Estimativa de custos de mão-de-obra

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

Tabela 10: Custo de Mão de Obra

Descrição	Quantidade	Custo Unitário	TOTAL
Personal	2	R\$ 1.900,00	R\$ 3800,00
Treinador de hidroginásticas	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2000,00
Professor de zumba	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2000,00
Atendente	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1200,00
Massagista	1	R\$ 2.200,00	R\$ 2200,00
Agente de limpeza	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1000,00
TOTAL			R\$ 13200,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.9. Despesas com depreciação

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

Tabela 11: Custos com Depreciação

Ativos Fixos	Valor do Bem	Vida Útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Equipamentos	R\$ 42190,00	10	R\$ 4.219,00	R\$ 351,53
Móveis e Utensílios	R\$ 25.317,00	10	R\$ 2.531,70	R\$ 210,97
TOTAL				R\$ 562,50

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.10. Estimativa dos custos fixos mensais

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

Tabela 12: Custos Fixos Mensais

Descrição	Custo Total Mensal	
Aluguel	R\$	3.000,00
Água	R\$	300,00
Energia Elétrica	R\$	2.000,00
Telefone	R\$	80,00
Honorários do Contador	R\$	280,00
Pró-Labore	R\$	7.500,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$	300,00
Material de Limpeza	R\$	180,00
Depreciação	R\$	562,50
TOTAL	R\$	14.202,50

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.11. Demonstrativo de resultados

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

Descrição	Valor	Índice	%
Receita Total com Vendas	R\$ 40.200,00		
Custos Variáveis Totais	R\$ 1.608,00	0,04	4%
Margem de Contribuição	R\$ 38.592,00	0,96	96%
Custos Fixos Totais	R\$ 14.202,50	0,35	35%
Imposto	R\$ 7.236,00	0,18	18%
Pagamento de salários	R\$ 13.200,00	0,33	33%
Lucro do Exercício	R\$ 3.953,50	0,1	10%

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.12. Indicadores de viabilidade

Tabela 14: Indicadores

Ponto de Equilíbrio	R\$36.246,50	
Lucratividade	10%	
Rentabilidade	4%	
Prazo de Retorno do Investimento	24,8	Meses
	2,07	Anos

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.12.1. Ponto de Equilíbrio

O indicador acima, tabela nº 14, demonstra quanto a empresa necessita faturar para que sua receita iguale a suas despesas, ou seja sem nenhum ganho, o ponto de equilíbrio será de R\$36.246,50.

6.12.2. Lucratividade

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

A lucratividade do será de 10%, isso significa que a cada R\$ 100,00 reais vendidos sobrarão R\$ 10,00.

6.12.3. Rentabilidade

A rentabilidade e o retorno do capital investido na abertura da empresa apresentam o indicador de 4%.

6.12.4. Prazo de Retorno do Investimento

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

A tem o prazo de retorno de 24,8 meses e 2,07 anos, ou seja, em um pouco mais de um ano o capital investido retornara aos seus sócios.

CAPÍTULO VII

7. Responsabilidade social

A Espaço Fit Feminino irá proporcionar um dia de entretenimento ao ar livre para mulheres que são integrantes de instituições carentes, isso acontecerá a cada seis meses. Também ficaremos responsáveis por disponibilizar um dia de massagem com um valor mais acessível onde tudo que for arrecadado será doado para alguma instituição mais carente de Fernandópolis.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através deste trabalho podemos concluir com a utilização das ferramentas administrativas, tem sua importância para o bom planejamento de uma empresa. Com suas análises, podemos concluir que a abertura da empresa não será viável na cidade de Fernandópolis, devido a sua baixa demanda e rentabilidade do negócio, que pode demorar pra ter um retorno. Tudo foi comprovado com as pesquisas de campo e com as ferramentas administrativas praticada no decorrer do trabalho.

Entre outro fator que afeta a viabilidade é a concorrência indireta, na qual tem várias na cidade, e também o investimento necessário, o que retarda o retorno do valor investido, que seria por conta da demanda que pode ser baixa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- LACOMBE, Francisco. **Recursos Humanos**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2011.
- LACOMBE, Francisco. **Recursos Humanos: Princípios e Tendências**. 1º Ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- SEBRAE. **Canvas**, disponível em: <https://www.sebraecanvas.com/>.
- DIAS, Marco. **Administração de materiais: uma abordagem logística**. 4º ed. São Paulo: atlas, 2007.
- Artigo 3º, § 2º **Código De Defesa Do Consumidor**
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. 2 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**. 9ªed. Rio de Janeiro: ed. Elsevier, 2009
- CARAVANTES, Geraldo Ronchetti. et al. **Administração: teorias e processos**. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.