



**DENIS EVARISTO DA CRUZ**

## **UPLAY FITNESS ACADEMIA DE MUSCULAÇÃO - SÃO BRAZ**

Trabalho apresentado ao curso MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Pós-Graduação *lato sensu*, Nível de Especialização, do Programa FGV Management da Fundação Getulio Vargas, como pré-requisito para a obtenção do Título de Especialista.

**Jose Carlos Franco de Abreu Filho**

**Coordenador Acadêmico Executivo**

**Gianfranco Muncinelli**

**Orientador**

**CURITIBA –**

**PR 2017**

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

PROGRAMA FGV MANAGEMENT

MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

O Trabalho de Conclusão de Curso, **UPLAY FITNESS ACADEMIA DE MUSCULAÇÃO - SÃO BRAZ**, elaborado por Denis Evaristo da Cruz e aprovado pela Coordenação Acadêmica, foi aceito como pré-requisito para a obtenção do certificado do Curso de Pós-Graduação *lato sensu* MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Nível de Especialização, do Programa FGV Management.

Data da Aprovação: Curitiba, 01 de Agosto de 2017.

---

Jose Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

---

Gianfranco Muncinelli

Orientador

## DECLARAÇÃO

A empresa UPLAY FITNESS representada neste documento pelo Senhor DENIS EVARISTO DA CRUZ, sócio-proprietário, autoriza a divulgação das informações e dados coletados em sua organização, na elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Uplay Fitness Academia de Musculação, realizados pelo aluno Denis Evaristo da Cruz, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, do Programa FGV Management, com o objetivo de publicação e/ ou divulgação em veículos acadêmicos.

Curitiba, 01 de Agosto de 2017.

---

Denis Evaristo da Cruz

Sócio

Uplay Fitness Academia de Musculação

## **TERMO DE COMPROMISSO**

O aluno Denis Evaristo da Cruz, abaixo assinado, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Turma GEE 1/16 do Programa FGV Management, realizado nas dependências da instituição conveniada ISAE CURITIBA, no período de 01/01/2016 a 01/01/2018, declara que o conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Uplay Fitness Academia de Musculação, é autêntico e original.

Curitiba, 01 de Agosto de 2017.

---

Denis Evaristo da Cruz

Dedico aos meus pais,  
que sempre me estimularam a estudar e a  
empreender, criando em mim um  
desejo latente para isso.

Agradecimentos

Agradeço a Deus por ter me dado saúde e  
sabedoria para estudar.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01 – POPULAÇÃO ENTRE 16 E 55 ANOS EM UM RAIO DE 5KM.....	10
FIGURA 02 – LEIAUTE DA CADEMIA.....	19
FIGURA 03 – PLANTA BAIXA DA ACADEMIA.....	20
FIGURA 04 – DESCRIÇÃO DOS INVESTIMENTOS.....	26
FIGURA 05 – FONTE DE RECURSOS.....	26
FIGURA 06 – PROJEÇÃO DE RECEITAS.....	27
FIGURA 07 – CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO.....	30
FIGURA 08 – APURAÇÃO DE CUSTOS MD/MV.....	31
FIGURA 09 – CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS .....	34
FIGURA 10 – DEMONSTRATIVOS DE RESULTADOS.....	36

## 1 - Sumário Executivo

1.1	– Resumo.....	9
2	– A Empresa.....	9
2.1	- Missão da empresa.....	9
2.2	– Informações Gerais.....	9
3	– Análise de Mercado.....	10
3.1	– Análise Setorial.....	10
3.2	– Análise da Demanda.....	11
3.3	– Análise das Concorrências.....	12
3.4	– Análise dos fornecedores.....	14
4	– Ofertas da Empresa .....	17
4.1	- Produtos e serviços.....	17
4.2	- Preço.....	17
4.3	- Estratégias promocionais.....	18
4.4	- Estrutura de comercialização.....	18
4.5	- Localização do negócio .....	18
5	- Plano operacional (Leiaute).....	20
5.1	- Capacidade instalada.....	21
5.2	- Processos operacionais.....	21
5.3	- Necessidade de pessoal .....	22
6	- Plano financeiro.....	23
6.1	- Investimentos fixos.....	23
6.2	- Estoque inicial.....	24
6.3	- Caixa mínimo.....	25
6.4	- Investimentos pré-operacionais.....	26
6.5	- Investimento total.....	26
6.6	- Faturamento mensal.....	27
6.7	- Custo unitário.....	29
6.8	- Custos de comercialização.....	30
6.9	- Apuração do custo de MD e/ou MV.....	31
6.10	- Custos de mão de obra.....	32
6.11	- Custos com depreciação.....	33
6.12	- Custos fixos operacionais mensais.....	34
6.13	- Demonstrativo de resultados.....	36
6.14	- Indicadores de viabilidade .....	37
7	- Construção de cenário.....	38
7.1	- Ações preventivas e corretivas .....	38
8	- Avaliação estratégica.....	39
8.1	- Análise da matriz F.O.F.A.....	39
9	- Conclusão.....	40
10	– Anexos.....	42
10.1	– Lista de Equipamentos importados utilizados.....	42

# 1 - Sumário Executivo

## 1.1 - Resumo

Tratar-se-á da abertura de uma Unidade de Academia Uplay Fitness (franquias de academia), na av. Toaldo Túlio, 4595, Curitiba, Paraná. Ofertaremos serviços de musculação e spinning. A região é deveras populosa, com um público carente de boas academias na vizinhança, e nesse sentido nosso escopo será ofertar o melhor custo-benefício na região, com estrutura de equipamento importado, atendimento diferenciado (prestação de serviço por profissionais), preço e condições acessíveis.

Previsão de investimento de R\$ 711.694,08, prazo de abertura de 3 meses, e retorno de investimento de 13 meses. Faturamento previsto para o primeiro ano será de R\$1.628.738,33 com um lucro líquido de R\$696.147,56.

Projeto completamente viável e aplicável ao mercado em questão em nosso momento econômico atual.

Indicadores	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Ponto de Equilíbrio	R\$ 745,237.86	R\$ 789,336.66	R\$ 831,657.89
Lucratividade	42.74 %	44.73 %	47.04 %
Rentabilidade	97.82 %	114.66 %	135.04 %
Prazo de retorno do investimento	1 ano e 1 mes		

## 2 – A Empresa

### 2.1 - Missão da empresa

Promover um ambiente agradável e descontraído, buscando a integração de pessoas através da prática de exercícios físicos regulares, sempre buscando oferecer a melhor relação custo-benefício ao nosso cliente, aumentando a saúde e qualidade de vida de nossos Clientes.

Busca-se o meio pelo qual o Cliente encontre seu equilíbrio, social, físico e mental. Valorizando o Cliente, respeitando seus costumes e tornando a Academia um ambiente de descontração e um momento de lazer.

Entende-se que o momento da atividade física é mais um momento de descontração, como em um happy hour entre amigos, mas onde podemos além de nos divertir, podemos também melhorar nossa saúde física, fazer novos amigos, novos negócios e aumentar nossa rede de relacionamento, assim beneficiando tanto a saúde física, financeira e social dos que ali frequentam.

Busca-se isso principalmente com a programação musical, volume musical, integração de ambientes internos, programação visual (cores, imagens, vídeos etc), envolvimento da unidade em festas e eventos regionais (através de parceria e patrocínios) e treinamento de todos os funcionários para que possam tratar cada aluno como um amigo quando chega e não como apenas mais um cliente.

### 2.2 – Informações Gerais

O setor de atividade é no âmbito da prestação de serviços, através de uma Sociedade Limitada com enquadramento tributário no regime Simples Nacional.

O Capital Social necessário será de R\$ 711.694,08, totalmente integralizado através de recursos próprios dos sócios proprietários.

## **3 - Análise de mercado**

### **3.1 – Análise Setorial**

#### **Público-alvo (perfil dos clientes)**

O público-alvo esta compreendido entre homens e mulheres de 16 a 55 anos, economicamente ativos, que residam em um raio de até 5 km do endereço da academia ou trabalham até um raio de 3 km da mesma. Abrange as classes sociais A, B e C, devido a oferecer excelente custo-benefício com preço acessível em conjunto com equipamentos importados de excelente qualidade em um ambiente moderno e agradável. O número máximo possível de alunos para essa região seria 6.178 alunos, ou seja essa é a demanda de mercado atual da região, conforme será demonstrado abaixo.

#### **Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)**

O preço em relação aos serviços oferecidos (relação custo-benefício) é um grande fator decisório de compra. A possibilidade de poder treinar todos os dias, inclusive sábados, domingos e feriados, atrai muitos clientes. O ambiente visual diferenciado, bem como a sonorização (utiliza-se no mínimo 80 decibéis de volume após as 17h00mi e todo o playlist musical é oferecido pela franquia e 100% eletrônico) é muito importante para a decisão de compra dos clientes. A facilidade de pagamentos em varias parcelas com o cartão de crédito em planos anuais (que são os que possuem o melhor custo-benefício) atraem clientes para compra.

A maioria do público Fitness busca uma Academia que possua a melhor relação Custo-Benefício no momento da escolha do local de suas atividades físicas, sempre no raio de até 5km do seu endereço de residência.

A academia foi idealizada por quem treina, e conhece todas as necessidades dos alunos para que se atinjam os resultados almejados com mais rapidez, assim, desde a disposição física dos aparelhos na academia, bem como as cores, as músicas, os profissionais etc foram pensados em cada detalhe utilizando-se técnicas como, PNL (programação neuro linguística), RAPPORT (capacidade de entrar no mundo de alguém, fazê-lo sentir que você o entende e que vocês têm um forte laço em comum; de ir totalmente do seu mapa do mundo para o mapa do mundo dele), bem como o estudo e utilização das cores, onde o Amarelo e Preto foram escolhidos. A cor amarela traz exatamente o sentimento que deseja-se que os alunos tenham e percebam ao entrar na academia. O amarelo é a mais energizante dentre as cores quentes, é feliz, acolhedor e estimulante, torna as pessoas mais falantes, estimula o otimismo e a esperança, ajuda a concentrar a atenção e a estimular o intelecto. Sendo que o preto, neutraliza qualquer efeito de cores anteriores que o cliente tenha sido submetido, e inclusive potencializa a sua cor parceira, quando é exibida em conjunto. Sabe-se que em 90 segundos uma pessoa faz um julgamento subconsciente sobre algo que foi exposta, e que as cores são responsáveis por 60% da aceitação ou rejeição de um produto ou serviço, assim, a escolha das cores e musicas são extremamente importantes no processo decisório do cliente.

Um cliente com contrato anual (12 meses) vem em média 5 meses na academia (ou seja, tenho 7 meses de lucro extra). Foca-se as vendas em planos Anuais (Black) e Mensais Recorrentes (Gold Recorrentes), pois nesse último a mensalidade vem de forma automática no cartão do Cliente (como fazem o Netflix, Spotify etc), trazendo assim uma grande retenção de alunos pagantes.

#### **Motivo de escolha da Franquia Uplay Fitness**

A Uplay Fitness fornece todo o know-how para o negócio, mas principalmente, o custo dos aparelhos importados são subsidiados pela franqueadora, o que torna pelo menos 2 vezes mais barato comprar os equipamentos diretamente deles ao invés de comprar de fornecedores diversos, esse subsidio tem razão em ser pois a Franqueadora Uplay Fitness receberá Royalts durante todo o tempo de contrato e utilização de sua marca e know-how. Assim é muito mais econômico abrir uma Academia franqueada Uplay Fitness do que qualquer outra.

### 3.2 - Análise da Demanda

#### Área de abrangência (onde estão os clientes?)

Moram em um raio de até 5 km do local ou trabalham até um raio de 3 km do local. Muito importante essa constatação, pois focaremos o plano de marketing somente nessa região. Fica fácil determinar a quantidade de pessoas que praticam atividade física naquela região, pois se sabe que apenas 5% das pessoas treinam em academias, sendo assim, se considerarmos o número total de habitantes em determinado raio de ação, poderemos estimar o público disponível para as futuras unidades. (conforme figura 01)

O endereço proposto possui de 123.560 pessoas nesse raio de atuação com as características desejadas (informações obtidas com a ferramenta face book business). Considerando que apenas 5% desse público treinem em academias, se tem um universo mínimo de 6.178 alunos em potencial para essa região.

FIGURA 01



### 3.3 – Análise de concorrência

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes
SMART FIT	EXCELENTES EQUIPAMENTOS E ESPAÇO FÍSICO.	PREÇO BAIXO.	PAGAMENTO APENAS EM CARTÃO OU DINHEIRO DE FORMA QUE LIMITA DE CERTA FORMA OS CLIENTES. OS CONTRATOS SÃO APENAS ANUAIS E PLANOS APENAS RECORRENTES NO CARTÃO DE CRÉDITO.	...	ATENDIMENTO DE BAIXA QUALIDADE E SEM PERSONALIZAÇÃO.	SERVIÇOS PRESTADOS EM MASSA DE FORMA QUE NAO INDIVIDUALIZAM AS PESSOAS. REGRAS MUITO RÍGIDAS PARA UTILIZAÇÃO DO ESPAÇO ACABA AFASTANDO OS CLIENTES, BEM COMO A PROIBIÇÃO DE PERSONAL TRAINERS.
BLUE FIT	BONS EQUIPAMENTOS E ESPAÇO FÍSICO.	PREÇO BAIXO.	PAGAMENTO APENAS EM CARTÃO OU DINHEIRO DE FORMA QUE LIMITA DE CERTA FORMA OS CLIENTES. OS CONTRATOS SÃO APENAS ANUAIS E PLANOS APENAS RECORRENTES NO CARTÃO DE CRÉDITO.	..	ATENDIMENTO DE BAIXA QUALIDADE E SEM PERSONALIZAÇÃO.	SERVIÇOS PRESTADOS EM MASSA DE FORMA QUE NAO INDIVIDUALIZAM AS PESSOAS.
EVERFIT	BAIXA	RAZOAVÉL	SEMELHANTES	2KM	BOM	BOM

## **Conclusões**

É necessário oferecer uma qualidade de serviço acima da média para o aluno, pois os principais concorrentes possuem excelentes espaços e equipamentos, mas com um péssimo atendimento. Permitir-se-á a utilização dessa unidade por Personais Trainers externos gratuitamente, para que possam trazer seus alunos e conquistar novos na própria academia, que somente ganha com isso, pois acaba dando maior resultado para o aluno e possibilita com que o professor contratado tenha mais tempo para outros alunos.

É muito importante o ambiente amistoso que será oferecido, um ambiente que promova a interação humana e a socialização, assim como em Casas Noturnas, onde o objetivo principal é a socialização.

Busca-se nas unidades Uplay Fitness esse tipo de ambiente, de forma que a prática de exercícios físicos se torna, de certa forma, "acessória".

### 3.4 – Análise dos fornecedores

Nº	Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	APARELHOS DE MUSCULAÇÃO DIVERSOS (90%)	FORNECEDOR CHINES 01	R\$ 350.000,00	A VISTA	120 DIAS.	CHINA
2	- PISO DE BORRACHA - COLCHONETES - ACESSÓRIOS DIVERSOS - BARRAS - ETC	TrendsFit - 41.3010.5151	a negociar.	Boleto 15/30/45 dias.	30 dias.	Rua Padre Germano Mayer, 155 - Cristo Rei, Curitiba - PR, 80050-270
3	Uniformes.	Oceânica Uniforme - 41.3277.3000	kit padrão uplay r\$2.500,00.	Boleto 15/30 dias.	45 dias.	Rua Carlos de Laet, 1091 - Hauer, Curitiba - PR 81610-050, Brasil contato@malhariaoceanica.com.br
4	Adesivos internos e fachada, Paineis com plotagens etc.	Jonny Adesivos e Programação Visual - 41.xxxx.xxxx	A negociar.	A vista.	30 dias.	Curitiba.
5	Serviços de Arquiteto e Design de Interiores.	Alexandre Neves Arquitetura - 41.99997.6717	R\$ 15.000,00	1 + 2 no cheque.	30 dias.	Curitiba.
6	Serviços de Design e desenvolvimento de Marca, folders, panfletos, mídia social.	Bruno Kubiak Desing Gráfico - 41.99911.3933	A combinar.	A vista.	A negociar.	Curitiba.

7	Copos e Brindes diversos.	NeoPlas - 47.3438.6970	R\$ 2.200,00 para 1000 unidades de copo padrão.	0/10/20/30 - boletos.	20 dias.	BR-101, Km 53,5, s/n - Santa Catarina, Joinville - SC
8	Televisores, computadores, impressoras e acessórios informática.	Ponto Frio Barigui - 41.3317.9400	a negociar.	Cartão de crédito.	Imediato.	R. Prof. Pedro Viriato Parigot de Souza, 600 - Mossunguê, Curitiba - PR, 81200-100 Telefone: (41) 3317-9400
9	Sistema de controle administrativo de academias.	Tecnofit Tecnologia ERP - 41.3086.2366	Incluso no pagamento de Licença de uso da Marca Uplay.	isento.	5 dias.	Shopping Itália - Praça San Marco (Polvo), R. Mal. Deodoro, 630 - Centro, PR, 80010-912  Telefone: (41) 3086-2366
10	Impressora térmica, leitor digital, impressoras, roteadores, câmeras de segurança, etc	Mercado Livre	-	-	15 dias	www.mercadolivre.com.br
11	Escada Rolante, Remo, Esteiras etc.	Matrix Equipamentos Fitness - 19. 2107.5300	Escada aproximadamente r\$15.000,00.	0/20/40/60.	40 dias.	Johnson Health Tech Brasil Estrada Municipal, 200 - Chácara Alvorada Condomínio Empresarial CLIN - Módulos 14 e 15 - Gleba 3 Indaiatuba - SP -

12	catracas biométricas.	Henry Automação 41.3661.0100	a negociar. aprox 5000,00 kit	0/30/60	30 dias.	Henry Equipamentos Eletrônicos e Sistemas Ltda. Rua Rio Piquiri, 400 - Jardim Weissópolis Código Postal 83.322- 010 Pinhais - Paraná - Brasil  Fone 0800 646 6661 +55 41 3661-0100
----	-----------------------	---------------------------------	----------------------------------	---------	----------	---

## 4 – Oferta da Empresa

### 4.1 - Produtos e serviços

O principal produto é a utilização do espaço físico e equipamentos da academia pelo aluno juntamente com o acompanhamento compartilhado de um profissional de educação física capacitado. Existem pacotes diários, mensais e anuais para que o aluno tenha um desconto progressivo em razão do tempo em que contratar os serviços.

É ofertado aulas de modalidades, spinning e serviço de avaliação física opcional.

Nº	Produtos / Serviços
1	Plano Weekend Recorrente
2	AVALIAÇÃO FÍSICA
3	Plano Black Anual
4	Plano Gold
5	Plano Gold Recorrente
6	Aula Avulsa
7	Adesão Gold Recorrente
8	Adesão Gold Normal

### 4.2 - Preço

A) ADESÃO R\$ 199,90 - Parcelado em 6x no cartão de crédito, para que o aluno lembre todo mês que faz parte da Academia, quando do pagamento do seu cartão de crédito.

B) GOLD MENSAL RECORRENTE R\$ 109,90 - Plano número 2 em esforços de venda, pois gera retenção por natureza, pois o débito da mensalidade fica diretamente no cartão de crédito do cliente, e dessa forma o risco de abandono é 2x menor do que em um plano igual sem recorrência, assim consegue-se aumentar a taxa de retenção de alunos na Academia, conseqüentemente o número de ativos e faturamento. Com isso também se diminui o trabalho da recepção, deixando as atendentes com maior tempo para telemarketing e novos prospects.

C) BLACK ANUAL R\$ 1.199,90 - Plano número 1 em esforços de venda, proporcionamos benefícios extras para o aluno que escolhe esse plano, como treinar em todas as unidades (limitado a 7x no mês para outras unidades), trazer 1 amigo para treinar por até 5 vezes no mês, trazer um amigo para treinar toda Sexta feira (SextaFriend), Avaliação física, e um copo personalizado para whey. Parcelamento em 10 vezes sem juros. Normalmente representa 65% do faturamento.

D) BLACK WEEKEND RECORRENTE R\$ 29,90 - Plano para oferecer para alunos de outras academias que desejam fazer aulas avulsas em feriados ou fins de semana, sendo que tem por objetivo permitir que o aluno migre para outro plano, após conhecer os diferenciais da Academia. Da mesma forma como o plano (B – GOLD MENSAL RECORRENTE), é um plano recorrente que exige o cartão de crédito, trazendo conseqüentemente a retenção dos alunos.

E) GOLD MENSAL R\$ 129,90 - pagamento diretamente no balcão, é o plano que não há esforço de vendas, pois não traz retenção de alunos;

F) AULA AVULSA R\$ 29,90 - qualquer meio de pagamento;

G) AVALIAÇÃO FÍSICA R\$ 29,90 - Qualquer forma de pagamento, feita diretamente a um dos professores, em horário de trabalho. Possibilidade de fechar parceria com algum nutricionista regional, de forma que 50% do faturamento fique com ele, e ele nessa consulta venda o seu plano nutricional, onde 10% da receita fica para a Academia;

OS ESFORÇOS DE VENDA ESTARÃO NO PLANO ANUAL BLACK, PARA FIDELIZAR O ALUNO. PARA PROMOVER ESSA VENDA, OS ALUNOS BLACK ANUAL SERÃO ISENTOS DA TAXA DE ADESÃO, COBRADA NO PLANO GOLD MENSAL.

NO PLANO GOLD MENSAL, A TAXA DE ADESÃO SERÁ COBRADA EM 6 PAGAMENTOS NO CARTÃO DE CRÉDITO OU A VISTA COM 50% DE DESCONTO. O OBJETIVO É MANTER O ALUNO ATIVO NA MENSALIDADE ATRAVÉS DO COMPROMISSO MENSAL DA ADESÃO EM SEU CARTÃO DE CRÉDITO, TRAZENDO A SENSAÇÃO DE PERDA AO ALUNO CASO ELE NÃO COMPARECE NAQUELE MÊS.

NO PLANO GOLD MENSAL RECORRENTE, O ALUNO RECEBERÁ UM DESCONTO DE 70% DA TAXA DE ADESÃO E UMA AVALIAÇÃO FÍSICA, PARA QUE CADASTRE SEU CARTÃO DE CRÉDITO DE FORMA RECORRENTE SEM DATA PARA FINALIZAÇÃO, ASSIM COMO OS SERVIÇOS NETFLIX, SPOTFY ETC.

### 4.3 - Estratégias promocionais

O principal canal de mídia escolhido é o digital, como Instagram, Face book, Google etc, focando em um raio de até 5km do endereço da academia, segmentando apenas por idade, dos 16 aos 55 anos.

Participação ativa também em festas locais para o público jovem, atraindo esse público e trazendo identificação com a Marca e senso de pertencimento.

Escolha de alunos VIP (não tem custos para utilizar a academia), especialmente do sexo feminino, de forma que essas alunas façam uma divulgação espontânea em suas redes sociais, e acabem atraindo novos alunos para a academia, assim como ocorre em casas noturnas frequentadas por esse público.

Estimulo com brindes e premiações aos alunos que postarem fotos na academia em suas redes sociais, alcançando assim de forma orgânica um maior número de pessoas e futuros clientes e consolidando cada vez mais o senso de pertencimento desse aluno e reconhecimento da marca.

### 4.4 - Estrutura de comercialização

O serviço será comercializado exclusivamente no endereço da academia através de seus consultores internos, e através de uma loja virtual no site da Franqueadora, onde o aluno pode fazer a adesão ao plano em quaisquer unidades que desejar com benefícios exclusivos.

### 4.5 - Localização do negócio

Endereço:	AV VEREADOR TOALDO TULIO 4595
Bairro:	SÃO BRAZ
Cidade:	CURITIBA
Estado:	Paraná

**Considerações sobre o ponto (localização)**

Em um raio de 5km da academia encontram-se mais de 123.560 pessoas entre 16 e 55 anos. Com apenas 5% desse público possui-se 6.178 potenciais alunos da academia que serão atraídos pelos benefícios oferecidos. Sendo a capacidade instalada de 2500 alunos, percebe-se mais que o dobro de clientes em potencial, ou seja, percebe-se uma forte demanda local para essa unidade.

Local com alto tráfego de veículos e pedestres, com estacionamento próprio nos fundos do imóvel, proporcionando maior segurança aos alunos.

Apenas 50 metros de um posto de combustível e uma farmácia, e em frente a um ponto de ônibus, facilitando o acesso e trazendo conveniência para os alunos que necessitem de serviços acessórios a academia sem grande deslocamento.

## 5 - Plano operacional

- Leiaute - FIGURA 02

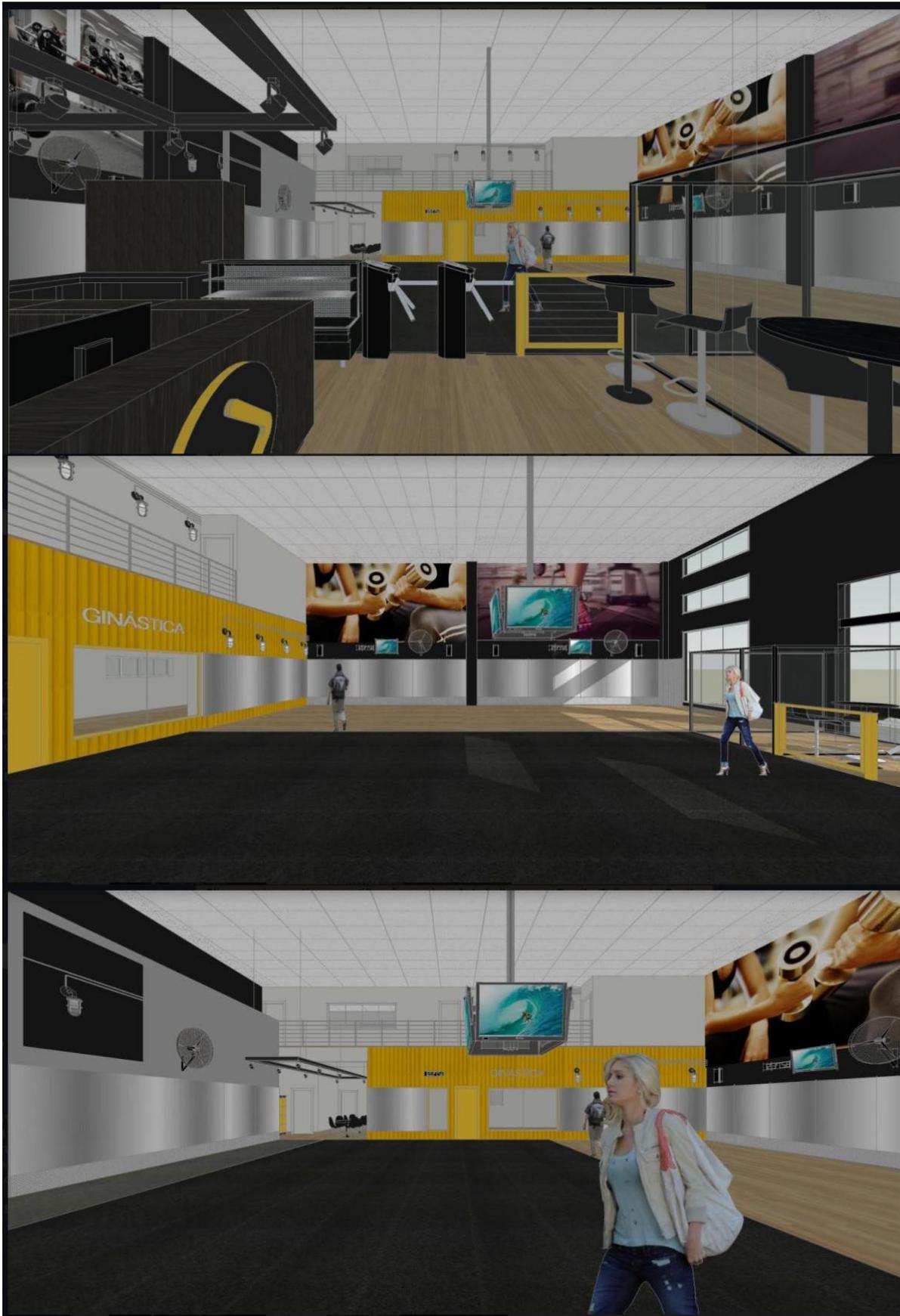
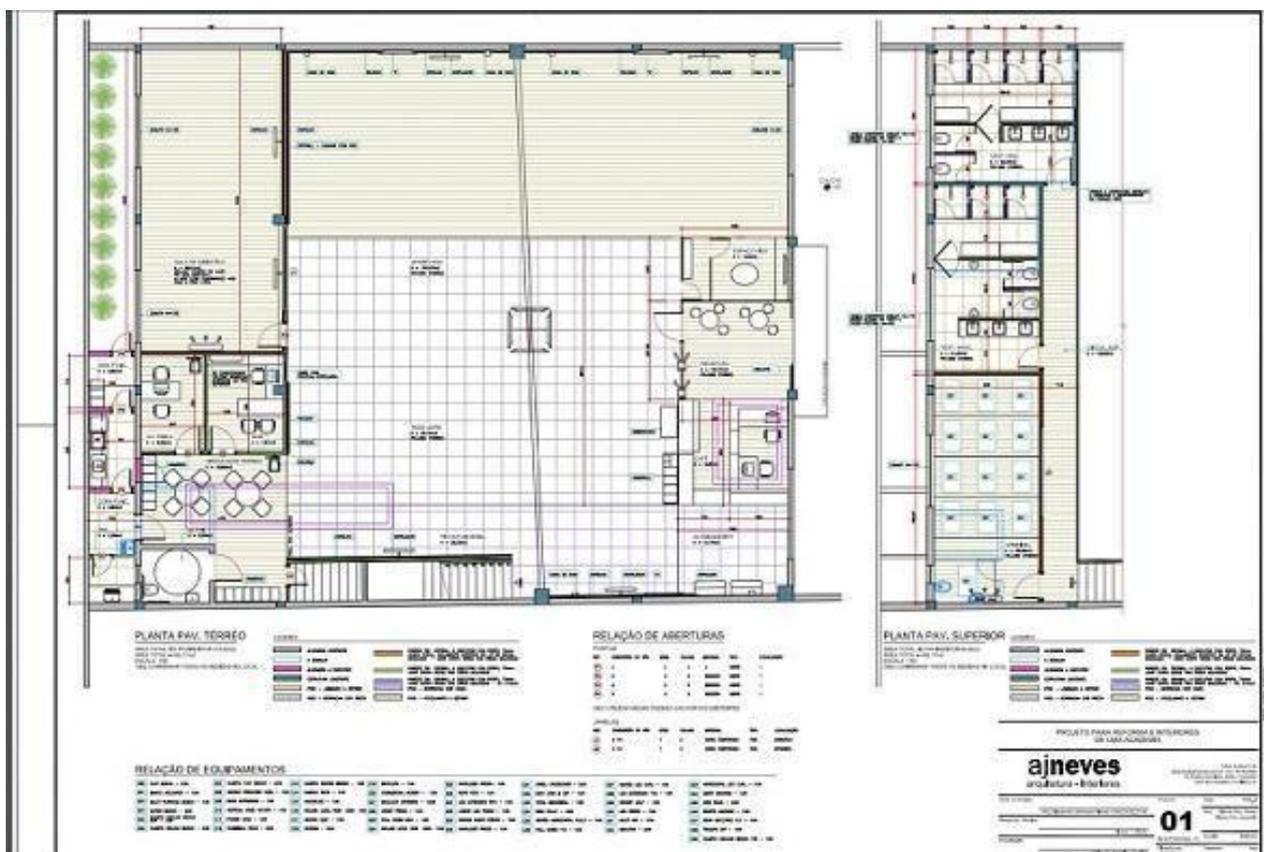


FIGURA 03



## 5.1 - Capacidade instalada

### Qual a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?

A capacidade máxima de alunos é de 2500 alunos ativos, considerando 1200 metros quadrados de área, ou aproximadamente 600 alunos por dia, e aproximadamente 100 alunos por hora. O movimento é variável, com picos de movimentos das 06h30min às 08h30min e das 17h30min às 20h30min, com maior número de alunos nas segundas feiras e terças feiras.

## 5.2 - Processos operacionais

O potencial cliente (prospect) chega à recepção, onde uma recepcionista o recebe, primeiramente mostra a academia e todos os seus benefícios e facilidades, integra o prospect ao ambiente, em seguida ela retorna para a recepção, onde explica detalhadamente os planos e opções de adesão e mensalidades. Promove a conversão do prospect, e já agenda a sua avaliação física, e o apresenta ao professor responsável naquele período. Nesse momento o professor o direciona para a criação de um treino padrão para que ele possa dar início às atividades na academia.

É solicitado a todos os alunos uma avaliação médica, sendo que o aluno que não a trouxer pode ser impedido de entrar na unidade.

No fim de cada dia de trabalho, a responsável pela recepção leva todos os fechamentos de caixa de todas as recepcionistas para o escritório administrativo, onde será conferido e arquivado pelo gestor.

As avaliações físicas são agendadas na recepção no horário desejado pelo aluno, e no horário confirmado, o professor responsável pelo horário promove a avaliação ou designa algum colaborador para fazê-la.

Os contratos são impressos juntamente com os recibos e declaração de saúde de cada aluno e são arquivados em ordem cronológica, juntamente com os recibos.

A academia franqueada trabalha sob um contrato de Licença de uso de Marca, e paga uma taxa mensal proporcional ao número de alunos ativos mensalmente.

### 5.3 - Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Professor Período 1 (06:00 as 12:00) 180hs	180h mensais. Bacharel em Educação Física, devidamente registrado no CREFI regional, com experiência em academias, prescrição de treinos.
2	Zelador (a) Noturno (14h00min as 23h00min) 220hs	Experiência com zeladoria, de preferência em academias. 8h por dia. 44 semanais. 14h00min as 23h00min. Sábado das 12h00min as 16h00min.
3	Zelador (a) Diurno (07h00min as 16h00min) 220hs	Experiência com zeladoria, de preferência em academias. 8h por dia. 44 semanais. 07h00min as 16h00min. Sábado das 10h00min as 14h00min.
4	Recepcionista Período 3 (18h00min as 23h00min) 180hs	180hs mensais. Experiência com Vendas, Ensino médio, Conhecimento básico em informática, sexo Feminino.
5	Recepcionista período 2 (12h00min as 21h00min) 220hs	220 h Mensais. Experiência com Vendas, Ensino médio, Conhecimento básico em informática, sexo Feminino.
6	Recepcionista Período 1 (06h00min as 12h00min) 180hs	180hs Mensais. Experiência com Vendas, Ensino médio, Conhecimento básico em informática, sexo Feminino.
7	Estagiário Período 3 (18h00min as 23h00min) 180hs	Cursando Educação Física no quinto período ou superior.
8	Estagiário Período 2 (12h00min as 18h00min) 180hs	Cursando Educação Física no quinto período ou superior.
9	Estagiário Período 1(06h00min as 12h00min) 180hs	Cursando Educação Física no quinto período ou superior.
10	Professor Período 3 (18h00min as 23h00min) 180hs	180hs mensais. Bacharel em Educação Física, devidamente registrado no CREFI regional, com experiência em academias, prescrição de treinos.

## 6 - Plano financeiro

### 6.1 - Investimentos fixos

#### A – Imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
<b>SUB-TOTAL (A)</b>				<b>R\$ 0.00</b>

#### B – Máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Esteiras Movement ou similar	8	R\$ 12,000.00	R\$ 96,000.00
2	Equipamentos fitness importados da China (Conforme P.I. Anexa - aproximadamente USD50.000,00)	1	R\$ 350,000.00	R\$ 350,000.00
3	Televisores para Ilhas	8	R\$ 1,100.00	R\$ 8,800.00
4	Leitor Biométrico Impressão Digital Persona U4000b	3	R\$ 235.00	R\$ 705.00
5	Caixa Som Ambiente Jbl C621P Preta (par)	5	R\$ 559.00	R\$ 2,795.00
6	Amplificador NCA SA-20	1	R\$ 749.00	R\$ 749.00
7	Frigobar Sala dos professores	1	R\$ 539.00	R\$ 539.00
8	Microondas Sala dos Professores	1	R\$ 250.00	R\$ 250.00
9	Aparelhos de Telefone sem fio com ramal ts313 intelbrasl	1	R\$ 300.00	R\$ 300.00
10	Escada Matrix	1	R\$ 14,000.00	R\$ 14,000.00
11	Catraca Biométrica Henry Lumen Advance	1	R\$ 3,300.00	R\$ 3,300.00
12	Catraca simples Henry Lumen Advance	1	R\$ 1,000.00	R\$ 1,000.00
<b>SUB-TOTAL (B)</b>				<b>R\$ 478,438.00</b>

#### C – Equipamentos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
<b>SUB-TOTAL (C)</b>				<b>R\$ 0.00</b>

#### D – Móveis e Utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Balcão Recepção e área de vendas	1	R\$ 7,000.00	R\$ 7,000.00
2	Móveis Área administrativa	1	R\$ 4,000.00	R\$ 4,000.00
3	Armários Alunos (nilko - 9 portas)	4	R\$ 700.00	R\$ 2,800.00
4	Kit de Copos Uplay by Neoplas para Promoção	500	R\$ 2.20	R\$ 1,100.00
5	Kit Uniformes Uplay (oceânica)	1	R\$ 2,500.00	R\$ 2,500.00
<b>SUB-TOTAL (D)</b>				<b>R\$ 17,400.00</b>

#### E – Veículos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
<b>SUB-TOTAL (E)</b>				<b>R\$ 0.00</b>

#### F – Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Computadores All in one simples com wifi	6	R\$ 2,000.00	R\$ 12,000.00
2	Impressora Térmica 80mm	1	R\$ 539.00	R\$ 539.00
3	Impressora Multifuncional	1	R\$ 299.00	R\$ 299.00
4	Roteador Wifi padrão Intelbrass Hotspot 300	1	R\$ 269.00	R\$ 269.00
5	Kit 16 Câmeras 720p Dvr Multi Hd 1016 Intelbras 16 Canais	1	R\$ 3,016.00	R\$ 3,016.00
<b>SUB-TOTAL (F)</b>				<b>R\$ 16,123.00</b>

#### TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

<b>TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F):</b>				<b>R\$ 511,961.00</b>
---	--	--	--	-----------------------

#### 6.2 - Estoque inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	0	0	R\$ 0.00	R\$ 0.00
<b>TOTAL (A)</b>				<b>R\$ 0.00</b>

### 6.3 - Caixa mínimo

1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Venda Cartão crédito vencimento (30dias)	35.00	30	10.50
Vendas Dinheiro	10.00	1	0.10
Vendas Cartão de Crédito 10x - considerando a adiantamento do cartão mediante taxa bancária	45.00	30	13.50
Venda com Cheques em 10x	10.00	150	15.00
<b>Prazo médio total</b>			<b>40</b>

2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Pagamento da Folha	40.00	30	12.00
Pagamento Aluguel	40.00	30	12.00
Outras despesas	20.00	15	3.00
<b>Prazo médio total</b>			<b>27</b>

3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque	
Numero de dias	1

4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	40
2. Estoques – necessidade média de estoques	1
Subtotal Recursos fora do caixa	41
<b>Recursos de terceiros no caixa da empresa</b>	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	27
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	27
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	14

#### Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 46,300.37
2. Custo variável mensal	R\$ 21,699.08
3. Custo total da empresa	R\$ 67,999.45
4. Custo total diário	R\$ 2,266.65
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	14
<b>Total de B – Caixa Mínimo</b>	<b>R\$ 31,733.08</b>

#### Capital de giro (Resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 0.00
B – Caixa Mínimo	R\$ 31,733.08
<b>TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)</b>	<b>R\$ 31,733.08</b>

### 6.4 - Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 2,000.00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 70,000.00
Divulgação de Lançamento	R\$ 0.00
Cursos e Treinamentos	R\$ 1,000.00
Outras despesas	R\$ 10,000.00
400m2 de piso de Borracha mínimo 10 mm	R\$ 40,000.00
400m2 de piso laminado de madeira alto tráfego	R\$ 20,000.00
Projeto Arquitetônico Padrão	R\$ 10,000.00
Taxa de Licença uso da Marca + Publicidade Inicial	R\$ 15,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 168,000.00</b>

### 6.5 - Investimento total

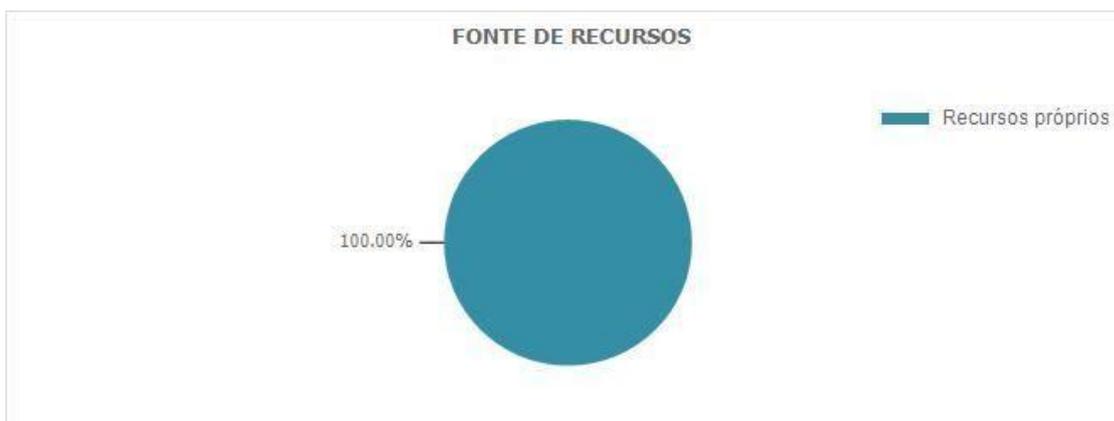
Descrição dos investimentos (fig 04)	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 511,961.00	71.94
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 31,733.08	4.46
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 168,000.00	23.61
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 711,694.08</b>	<b>100,00</b>

FIGURA 04



Fontes de recursos (fig 05)	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 711,694.08	100.00
Recursos de terceiros	R\$ 0.00	0.00
Outros	R\$ 0.00	0.00
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 711,694.08</b>	<b>100,00</b>

FIGURA 05



## 6.6 - Faturamento mensal

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Plano Weekend Recorrente	5	R\$ 29.90	R\$ 149.50
2	AVALIAÇÃO FÍSICA	50	R\$ 29.90	R\$ 1,495.00
3	Plano Black Anual	70	R\$ 1,199.90	R\$ 83,993.00
4	Plano Gold	30	R\$ 119.90	R\$ 3,597.00
5	Plano Gold Recorrente	40	R\$ 109.90	R\$ 4,396.00

6	Aula Avulsa	10	R\$ 29.90	R\$ 299.00
7	Adesão Gold Recorrente	40	R\$ 60.00	R\$ 2,400.00
8	Adesão Gold Normal	30	R\$ 199.90	R\$ 5,997.00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 102,326.50</b>

### Projeção das Receitas:

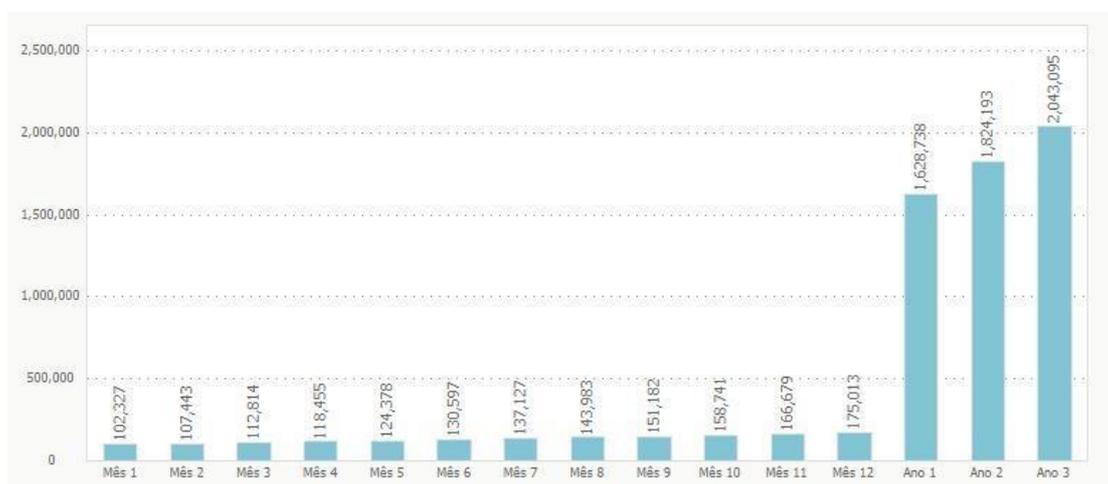
Crescimento a uma taxa constante:

5.00 % ao mês para os 12 primeiros meses

12.00 % ao ano a partir do 2º ano

Período	Faturamento Total (fig 06)
Mês 1	R\$ 102,326.50
Mês 2	R\$ 107,442.83
Mês 3	R\$ 112,814.00
Mês 4	R\$ 118,455.00
Mês 5	R\$ 124,378.00
Mês 6	R\$ 130,597.00
Mês 7	R\$ 137,127.00
Mês 8	R\$ 143,983.00
Mês 9	R\$ 151,182.00
Mês 10	R\$ 158,741.00
Mês 11	R\$ 166,679.00
Mês 12	R\$ 175,013.00
Ano 1	R\$ 1,628,738.33
Ano 2	R\$ 1,824,193.00
Ano 3	R\$ 2,043,095.00

FIGURA 06



## 6.7 - Custo unitário

Produto: Plano Weekend Recorrente

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0.00

Produto: AVALIAÇÃO FÍSICA

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0.00

Produto: Plano Black Anual

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
taxa adiantamento cartão 10x	1	R\$ 102.00	R\$ 102.00
TOTAL			R\$ 102.00

Produto: Plano Gold

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0.00

Produto: Plano Gold Recorrente

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0.00

Produto: Aula Avulsa

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0.00

Produto: Adesão Gold Recorrente

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0.00

Produto: Adesão Gold Normal

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 0.00</b>

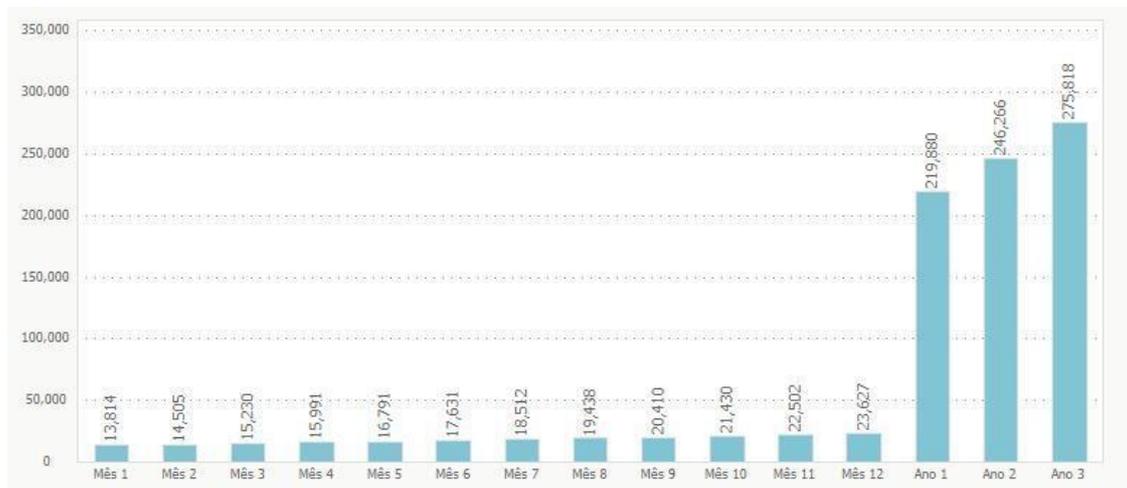
## 6.8 - Custos de comercialização

<b>Descrição</b>	<b>(%)</b>	<b>Faturamento Estimado</b>	<b>Custo Total</b>
SIMPLES (Imposto Federal)	7.00	R\$ 102,326.50	R\$ 7,162.86
Comissões (Gastos com Vendas)	1.00	R\$ 102,326.50	R\$ 1,023.27
Propaganda (Gastos com Vendas)	2.00	R\$ 102,326.50	R\$ 2,046.53
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	3.50	R\$ 102,326.50	R\$ 3,581.43

<b>Total Impostos</b>	<b>R\$ 7,162.86</b>
<b>Total Gastos com Vendas</b>	<b>R\$ 6,651.22</b>
<b>Total Geral (Impostos + Gastos)</b>	<b>R\$ 13,814.08</b>

<b>Período</b>	<b>Custo Total (fig 07)</b>
Mês 1	R\$ 13,814.08
Mês 2	R\$ 14,504.78
Mês 3	R\$ 15,229.89
Mês 4	R\$ 15,991.43
Mês 5	R\$ 16,791.03
Mês 6	R\$ 17,630.60
Mês 7	R\$ 18,512.15
Mês 8	R\$ 19,437.71
Mês 9	R\$ 20,409.57
Mês 10	R\$ 21,430.04
Mês 11	R\$ 22,501.67
Mês 12	R\$ 23,626.76
Ano 1	R\$ 219,879.68
Ano 2	R\$ 246,266.06
Ano 3	R\$ 275,817.83

FIGURA 07



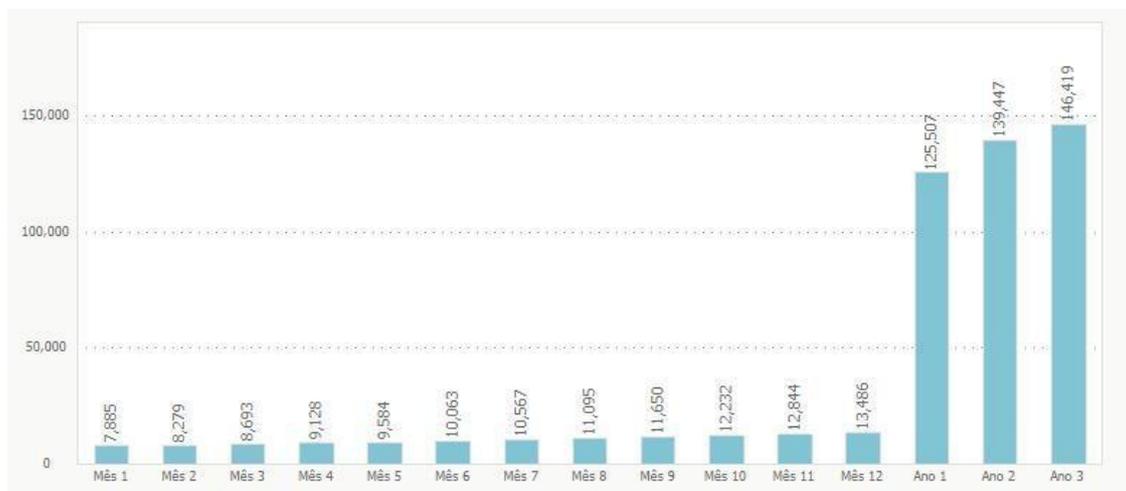
### 6.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
1	Plano Weekend Recorrente	5	R\$ 0.00	R\$ 0.00
2	AVALIAÇÃO FÍSICA	50	R\$ 14.90	R\$ 745.00
3	Plano Black Anual	70	R\$ 102.00	R\$ 7,140.00
4	Plano Gold	30	R\$ 0.00	R\$ 0.00
5	Plano Gold Recorrente	40	R\$ 0.00	R\$ 0.00
6	Aula Avulsa	10	R\$ 0.00	R\$ 0.00
7	Adesão Gold Recorrente	40	R\$ 0.00	R\$ 0.00
8	Adesão Gold Normal	30	R\$ 0.00	R\$ 0.00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 7,885.00</b>

Período	CMD/CMV (fig 08)
Mês 1	R\$ 7,885.00
Mês 2	R\$ 8,279.25
Mês 3	R\$ 8,693.21
Mês 4	R\$ 9,127.87
Mês 5	R\$ 9,584.26
Mês 6	R\$ 10,063.48
Mês 7	R\$ 10,566.65
Mês 8	R\$ 11,094.98
Mês 9	R\$ 11,649.73
Mês 10	R\$ 12,232.22

Mês 11	R\$ 12,843.83
Mês 12	R\$ 13,486.02
Ano 1	R\$ 125,506.50
Ano 2	R\$ 139,447.00
Ano 3	R\$ 146,419.00

FIGURA 08



### 6.10 - Custos de mão de obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
Coordenador/gere rente	1	R\$ 2,500.00	R\$ 2,500.00	8.00	R\$ 200.00	R\$ 2,700.00
Professor Período 2 (12h00min as 18h00min) 180hs	1	R\$ 2,100.00	R\$ 2,100.00	33.00	R\$ 693.00	R\$ 2,793.00
Professor Período 3 (18h00min as 23h00min) 180hs	1	R\$ 2,100.00	R\$ 2,100.00	33.00	R\$ 693.00	R\$ 2,793.00
Estagiário Período 1(06h00min as 12h00min) 180hs	1	R\$ 500.00	R\$ 500.00	33.00	R\$ 165.00	R\$ 665.00
Estagiário Período 2 (12h00min as	1	R\$ 500.00	R\$ 500.00	33.00	R\$ 165.00	R\$ 665.00

18h00min) 180hs						
Estagiário Período 3 (18h00min as 23h00min) 180hs	1	R\$ 500.00	R\$ 500.00	33.00	R\$ 165.00	R\$ 665.00
Recepcionista Período 1 (06h00min as 12h00min) 180hs	1	R\$ 900.00	R\$ 900.00	33.00	R\$ 297.00	R\$ 1,197.00
Recepcionista período 2 (12h00min as 21h00min) 220hs	1	R\$ 1,200.00	R\$ 1,200.00	33.00	R\$ 396.00	R\$ 1,596.00
Recepcionista Período 3 (18h00min as 23h00min) 180hs	1	R\$ 900.00	R\$ 900.00	33.00	R\$ 297.00	R\$ 1,197.00
Zelador (a) Diurno (07h00min as 16h00min) 220hs	1	R\$ 1,500.00	R\$ 1,500.00	33.00	R\$ 495.00	R\$ 1,995.00
Zelador (a) Noturno (14h00min as 23h00min) 220hs	1	R\$ 1,500.00	R\$ 1,500.00	33.00	R\$ 495.00	R\$ 1,995.00
Professor Período 1 (06h00min as 12h00min) 180hs	1	R\$ 2,100.00	R\$ 2,100.00	33.00	R\$ 693.00	R\$ 2,793.00
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>		<b>16,300.00</b>		<b>R\$ 4,754.00</b>	<b>R\$ 21,054.00</b>

## 6.11 - Custos com depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	R\$ 478,438.00	10	R\$ 47,843.80	R\$ 3,986.98
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	R\$ 17,400.00	10	R\$ 1,740.00	R\$ 145.00
COMPUTADORES	R\$ 16,123.00	5	R\$ 3,224.60	R\$ 268.72
<b>Total</b>			<b>R\$ 52,808.40</b>	<b>R\$ 4,400.70</b>

## 6.12 - Custos fixos operacionais mensais

Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 12,000.00
Condomínio	R\$ 0.00
IPTU	R\$ 500.00
Energia elétrica	R\$ 2,000.00
Telefone + internet	R\$ 200.00
Honorários do contador	R\$ 500.00
Pró-labore	R\$ 0.00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 1,000.00
Salários + encargos	R\$ 21,054.00
Material de limpeza	R\$ 500.00
Material de escritório	R\$ 200.00
Taxas diversas	R\$ 0.00
Serviços de terceiros	R\$ 0.00
Depreciação	R\$ 4,400.70
Contribuição do Microempreendedor Individual – MEI	R\$ 0.00
Outras taxas	R\$ 0.00
Ecad - licença para sonorização	R\$ 350.00
Sanepar	R\$ 300.00
Tarifas Bancárias	R\$ 150.00
Aluguel máquina do cartão	R\$ 90.00
Serviço de Assistência Médica 24h	R\$ 250.00
Serviço de Sonorização de Ambiente (listenx)	R\$ 189.00
Serviço de Alarme e Monitoramento	R\$ 90.00
1/12 da Anuidade do Crefi Regional	R\$ 60.00
1/12 Seguro de Responsabilidade Civil	R\$ 166.67
Licença do uso da Marca Uplay e Software Administrativo	R\$ 2,000.00
Net ou Sky (TV a cabo)	R\$ 300.00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 46,300.37</b>

### Projeção dos Custos:

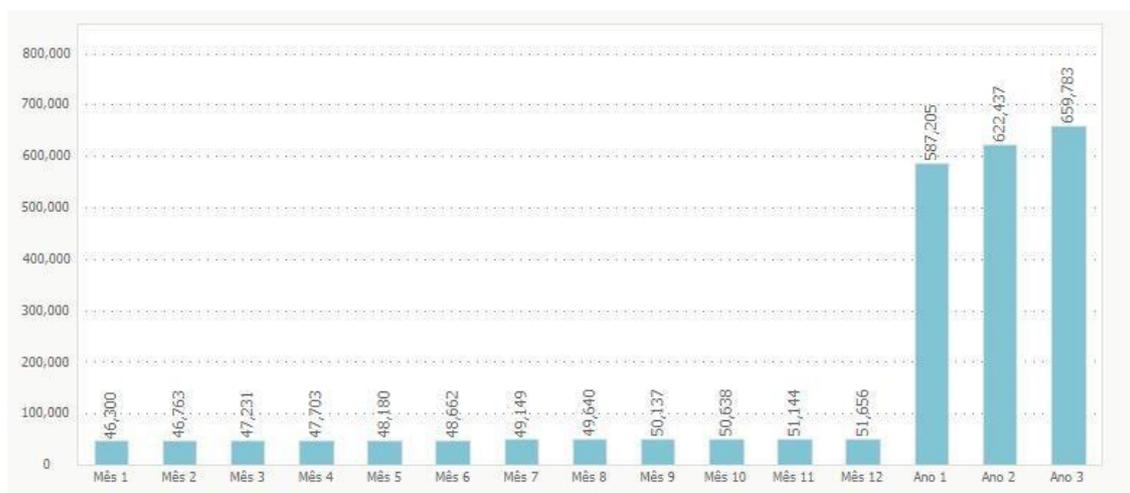
Crescimento a uma taxa constante:

1.00 % ao mês para os 12 primeiros meses

6.00 % ao ano a partir do 2º ano

Período	Custo Total (fig 09)
Mês 1	R\$ 46,300.37
Mês 2	R\$ 46,763.37
Mês 3	R\$ 47,231.01
Mês 4	R\$ 47,703.32
Mês 5	R\$ 48,180.35
Mês 6	R\$ 48,662.15
Mês 7	R\$ 49,148.78
Mês 8	R\$ 49,640.26
Mês 9	R\$ 50,136.67
Mês 10	R\$ 50,638.03
Mês 11	R\$ 51,144.41
Mês 12	R\$ 51,655.86
Ano 1	R\$ 587,204.58
Ano 2	R\$ 622,436.86
Ano 3	R\$ 659,783.07

FIGURA 09



### 6.13 - Demonstrativo de resultados

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 102,326.50	R\$ 1,628,738.33	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 7,885.00	R\$ 125,506.50	7.71
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 7,162.86	R\$ 114,011.76	7.00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 6,651.22	R\$ 105,867.95	6.50
Total de custos Variáveis	R\$ 21,699.08	R\$ 345,386.21	21.21
3. Margem de Contribuição	R\$ 80,627.42	R\$ 1,183,352.12	78.79
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 46,300.37	R\$ 587,204.58	45.25
<b>5. Resultado Operacional: LUCRO</b>	<b>R\$ 34,327.05</b>	<b>R\$ 696,147.56</b>	<b>33.55</b>

Período	Resultado (fig 10)
Mês 1	R\$ 34,327.05
Mês 2	R\$ 37,895.42
Mês 3	R\$ 41,659.89
Mês 4	R\$ 45,632.39
Mês 5	R\$ 49,822.36
Mês 6	R\$ 54,240.77
Mês 7	R\$ 58,899.43
Mês 8	R\$ 63,810.05
Mês 9	R\$ 68,986.03
Mês 10	R\$ 74,440.71
Mês 11	R\$ 80,189.09
Mês 12	R\$ 86,244.37
Ano 1	R\$ 696,147.57
Ano 2	R\$ 816,043.09
Ano 3	R\$ 961,075.11

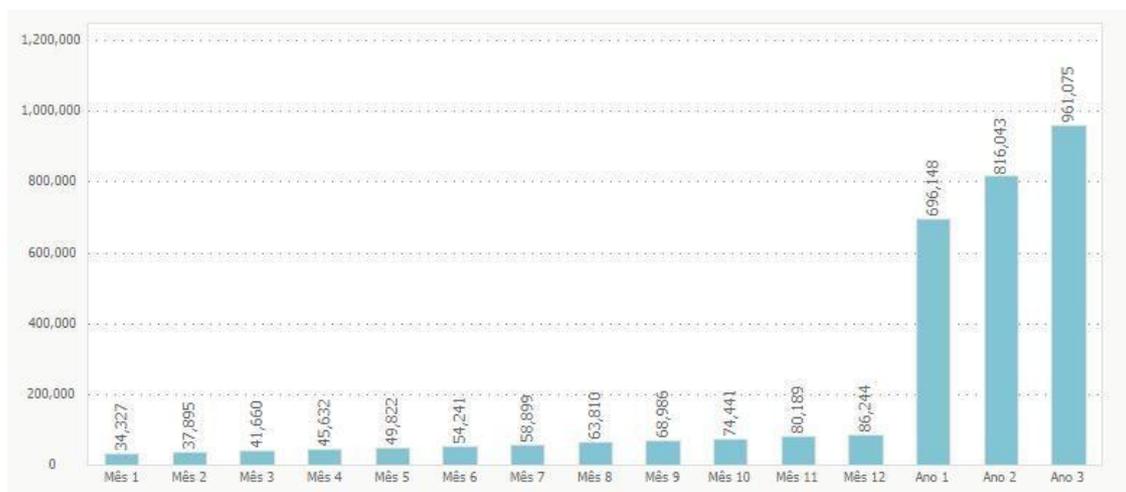


FIGURA 10

### 6.14 - Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Ponto de Equilíbrio	R\$ 745,237.86	R\$ 789,336.66	R\$ 831,657.89
Lucratividade	42.74 %	44.73 %	47.04 %
Rentabilidade	97.82 %	114.66 %	135.04 %
Prazo de retorno do investimento	1 ano e 1 mês		

## 7 - Construção de cenário

### 7.1 - Ações preventivas e corretivas

<b>Receita (pessimista)</b>	20.00 %	<b>Receita (otimista)</b>	20.00 %
-----------------------------	---------	---------------------------	---------

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	R\$ 102,326.50	100.00	R\$ 81,861.20	100.00	R\$ 122,791.80	100.00
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 7,885.00	7.71	R\$ 6,308.00	7.71	R\$ 9,462.00	7.71
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 7,162.86	7.00	R\$ 5,730.29	7.00	R\$ 8,595.43	7.00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 6,651.22	6.50	R\$ 5,320.98	6.50	R\$ 7,981.46	6.50
Total de Custos Variáveis	R\$ 21,699.08	21.21	R\$ 17,359.26	21.21	R\$ 26,038.90	21.21
3. Margem de contribuição	R\$ 80,627.42	78.79	R\$ 64,501.94	78.79	R\$ 96,752.90	78.79
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 46,300.37	45.25	R\$ 46,300.37	56.56	R\$ 46,300.37	37.71
<b>Resultado Operacional</b>	R\$ 34,327.05	33.55	R\$ 18,201.57	22.23	R\$ 50,452.53	41.09

#### Ações corretivas e preventivas:

Acompanhar a taxa de conversão dos consultores, para ficar superior a 80%, caso contrario, trocar imediatamente os consultores de vendas. Conseguir nos primeiros 3 meses 50 vip femininos de 16 a 29 anos que provavelmente morem a mais de 3 km da unidade.

Atenção ao treinamento dos colaboradores em chamar os alunos pelo nome.

Muita atenção à programação musical correta conforme orientação do consultor, e altura do som em 80 decibéis.

## 8 - Avaliação estratégica

### 8.1 - Análise da matriz F.O.F.A

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
<b>PONTOS FORTES</b>	<b>FORÇAS</b> Equipamentos importados Professores Ambiente Moderno e amigável Programação musical diferenciada Publicidade digital Estacionamento interno próprio gratuito Entrada Livre de Personal Trainer Treinamento multi unidades	<b>OPORTUNIDADES</b> Região com carência de academias boas Região populosa Marca reconhecida na cidade
<b>PONTOS FRACOS</b>	<b>FRAQUEZAS</b> Ambiente sem ar condicionado	<b>AMEAÇAS</b> Surgimento de uma Smartfit em menos de 5 km Surgimento de uma Bluefit em menos de 5 km

#### Ações:

Caso surja alguma dessas grandes redes como Smartfit ou Bluefit, será necessário contratar um número maior de estagiários e focar em treinos mais personalizados e atendimento focado no resultado do aluno.

Possibilidade de oferecer serviço de personal trainers internos da própria academia, onde o aluno compra pacotes de aulas pessoais diretamente na recepção e os professores da própria academia que fazem o atendimento conforme escala previamente estabelecida.

Promoção e incentivo aos pessoais que mais tiverem alunos na academia.

## 9 - Conclusão

Após analisar os indicadores e contrapor com os investimentos necessários e com base na lucratividade, mesmo em um cenário pessimista, concluiu-se que **é viável a implementação de uma unidade de academia Uplay Fitness** no endereço escopo desse plano de negócios.

Com **123.560 pessoas em um raio de 5 km** do endereço em foco, considerando que **apenas 5%** dessas pessoas utilizem academias, tem-se **6.178 potenciais clientes**, que precisam treinar em algum lugar, e escolherão essa unidade principalmente pelo melhor custo-benefício oferecido, bem como pela alta qualidade dos serviços prestados e todos esses clientes continuarão ativos na mesma pelo fortalecimento do senso de pertencimento que será proporcionado a eles, e pela energia e alto astral que fazem parte da assinatura da Marca Uplay Fitness.

Em um cenário provável e conservador, foi considerado um número máximo de 1200 alunos ativos, mesmo com **capacidade instalada de 2500 alunos** e um potencial de consumo de 6.178 alunos, tem-se o retorno do investimento em 13 meses, com uma Lucratividade de 43,74% (é o % do faturamento do primeiro ano que fica como lucro) e com uma rentabilidade de 97,82% (é o percentual do retorno do investimento no prazo de 1 (um) ano).

Indicadores	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Ponto de Equilíbrio	R\$ 745,237.86	R\$ 789,336.66	R\$ 831,657.89
Lucratividade	42.74 %	44.73 %	47.04 %
Rentabilidade	97.82 %	114.66 %	135.04 %
Prazo de retorno do investimento	1 ano e 1 mês		

Assim, em 12 meses após o **investimento inicial de R\$ 711.694,08**, foi obtido um **lucro líquido de R\$ 696.179,14**. Considerado um **faturamento no primeiro ano de R\$ 1.628.738,33** e **custos conservadores em R\$ 587.204,58**.

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 511,961.00	71.94
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 31,733.08	4.46
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 168,000.00	23.61
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 711,694.08</b>	<b>100,00</b>

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 102,326.50
Mês 2	R\$ 107,442.83
Mês 3	R\$ 112,814.00
Mês 4	R\$ 118,455.00
Mês 5	R\$ 124,378.00
Mês 6	R\$ 130,597.00
Mês 7	R\$ 137,127.00
Mês 8	R\$ 143,983.00
Mês 9	R\$ 151,182.00

Mês 10	R\$ 158,741.00
Mês 11	R\$ 166,679.00
Mês 12	R\$ 175,013.00
Ano 1	R\$ 1,628,738.33
Ano 2	R\$ 1,824,193.00
Ano 3	R\$ 2,043,095.00

<b>Período</b>	<b>Custo Total</b>
Mês 1	R\$ 46,300.37
Mês 2	R\$ 46,763.37
Mês 3	R\$ 47,231.01
Mês 4	R\$ 47,703.32
Mês 5	R\$ 48,180.35
Mês 6	R\$ 48,662.15
Mês 7	R\$ 49,148.78
Mês 8	R\$ 49,640.26
Mês 9	R\$ 50,136.67
Mês 10	R\$ 50,638.03
Mês 11	R\$ 51,144.41
Mês 12	R\$ 51,655.86
Ano 1	R\$ 587,204.58
Ano 2	R\$ 622,436.86
Ano 3	R\$ 659,783.07

# 10 – Anexos

## 10.1 – Lista de Equipamentos importados utilizados



### PROFORMA INVOICE

No.	Code	Machine Name	Unit Price (US\$)	Picture	Machine Size LxWxH (mm)	Weight (KG)	Qty(PC)	Amount (US\$)
1	T01	Seated Chest Press	US\$785		1530x1500x1640	260	1	US\$785
2	T03	Shoulder Press	US\$745		1600x1500x1520	270	1	US\$745
3	T06	Cable Crossover	US\$1.220		3700x890x2250	368	2	US\$2.440
4	T09	Easy Chin & Dip	US\$1.120		1780x1520x2630	338	1	US\$1.120
5	T12	Total Abdominal	US\$760		1350x1100x1500	260	1	US\$760

6	T14	High Pully	US\$790		1600x1150x1850	265	2	US\$1.580
---	-----	------------	---------	--	----------------	-----	---	-----------

7	T15	Seated Horizontal Pully	US\$790		1860x1050x1890	250	1	US\$790
8	T16	Pull Down	US\$755		1300x800x1870	265	1	US\$755
9	T17	Seated Leg Curl	US\$765		1550x1480x1600	265	1	US\$765
10	T18	Leg Extension	US\$745		1200x1080x1530	260	1	US\$745
11	T18-A	Rotary Calf	US\$750		1385x945x1500	240	1	US\$750
12	T19	Leg Press	US\$1.250		1760x1060x1530	345	1	US\$1.250
13	T20	Multi Hip	US\$780		1200x1080x1530	268	1	US\$780



14	T23-A	Adductor/ Abductor	US\$795		1430x1400x1530	265	2	US\$1.590
15	T24	Horizontal Leg Curl	US\$765		1550x1480x1600	255	1	US\$765
16	T25	Smith Machine	US\$1.120		2300x1400x2500	240	1	US\$1.120
17	T35	Disk Rack	US\$175		700x740x1150	54	3	US\$525
18	T41	Biceps Machine	US\$750		1400x1600x1450	250	1	US\$750
19	T42	Rear Delt/ Pec Fly	US\$785		1450x1270x1890	260	1	US\$785
20	T44	Triceps Dip	US\$745		1300x1130x1450	255	1	US\$745
21	M15	Linear Leg Press	US\$835		2695x1568x1500	245	1	US\$835

22	F1-1005	Iso-Lateral Front Lat Pulldown	US\$585		1600x1050x2050	125	1	US\$585
23	F1-1011	Iso-Lateral Rowing	US\$590		1500x1270x1300	118	1	US\$590
24	F1-1012	Iso-Lateral Shoulder Press	US\$565		1300x1450x1855	126	1	US\$565
25	F1-1014	Iso-Lateral Wide Chest	US\$595		1140x1700x1750	125	1	US\$595
26	F1-1022	Iso-Lateral Leg Extension	US\$565		1350x1430x1400	115	1	US\$565
27	F1-1031	Iso-Lateral Kneeling Leg Curl	US\$565		1080x1260x1200	105	1	US\$565
28	F1-3030	Linear Hack Press	US\$785		2050x1580x1280	168	1	US\$785
29	F1-3033A	Pro Vertical Leg Press	US\$770		1676x1600x1982	135	1	US\$770

30	D20	Flat Bench	US\$120		1350×760×430	30	2	US\$240
31	D21	Adjustable Decline Bench	US\$235		1620×760×810	61	1	US\$235
32	D23	Super Bench	US\$240		1620×760×810	61	2	US\$480
33	D24	Olympic Decline Bench	US\$265		2060×1780×1090	98	1	US\$265
34	D25	Olympic Incline Bench	US\$265		2010×1780×1400	127	2	US\$530
35	D26	Olympic Flat Bench	US\$245		1730×1780×1220	82	2	US\$490
36	D27	Seated Preacher Curl	US\$215		1320×840×970	55	1	US\$215
37	D28	Back Extension	US\$215		1220×860×960	57	1	US\$215

38	D29	Vertical Knee Up/Dip	US\$260		1270×710×1600	86	1	US\$260
39	D30	Power Cage	US\$350		1570×1240×2340	164	1	US\$350
40	D33	Olympic Seated Bench	US\$355		1550×1780×1800	142	1	US\$355
41	D34	Handle Rack	US\$190		940×760×1040	61	1	US\$190
42	D38	Incline Level Row	US\$235		1850×790×1190	66	1	US\$235
43	D39	Seated Calf	US\$225		1500×710×990	49	1	US\$225
44	K-801	Commercial Cross Trainer (Self generating motor inside)	US\$995		2100×760×1630	90/110	4	US\$3.980
45	K-802	Commercial Recumbent Bike (Self generating motor inside)	US\$698		1510x660x1280	58/65	1	US\$698

46	K-1000	Commercial Rower (Magnetic control)	US\$895		1720x595x1220	55/60	1	US\$895
47	K-6019C	Commercial Spinning Bike (Belt driving system) Les Mills RPM brand	US\$298		1050x600x1140	69/74	15	US\$4.470
48	A02-B	Pro Style Rubber Dumbbell	US\$1.9/KG		From 2.5kg to 50kg in 2.5kg increments	1480	1480KG	US\$2.812
49	A02-C	Dumbbell Rack	US\$235		2150x600x810mm; Weight: 60KG	60	2	US\$470
50	A04-C	Vinyl Dumbbell Rack	US\$68		900x700x1600mm Weight: 20kg Color: Black Can put 10 pairs	20	2	US\$136
51	A06-A	3 Holes Round Weight Plate	US\$1.8/KG		2.5kg,5kg, 10kg, 15kg,20kg, 25kg	1500	1500KG 32PCS x 2.5KG 40PCS x 5KG 50PCS x 10KG 36PCSx 20KG	US\$2.700
52	A10	Fixed Straight Rubber Barbell	US\$2.4/KG		From 10kg to 55kg in 5kg increments	275	275KG	US\$660
53	A10-A	Fixed Rubber Barbell Rack	US\$165		800x950x1450mm Weight:40kg	40	1	US\$165
54	A11	Olympic Chrome	US\$40		1500mm(60") length with 50mm(2") end; Weight: 13KG	13	1	US\$40

		Bar	US\$56		2200mm(86") length with 50mm(2") end; Weight: 20KG	20	7	US\$392
55	A12	EZ Curl Bar	US\$32		1200mm(47") length with 50mm(2") end		1	US\$32
56	A12-A	Deadlift Bar	US\$115		2150mm(84") length with 50mm(2") end		1	US\$115
57	A13	Spring Collar	US\$3		50mm(2") circle; Price by pair		20	US\$60
58	A16	Grips	US\$26		PB06	5.5	2	US\$52
			US\$22		PB08	5	1	US\$22
			US\$27		PB09	8	1	US\$27
			US\$17		PB14	3.5	1	US\$17
			US\$8		PB15	1	2	US\$16
			US\$9		PB17	1.2	2	US\$18
			US\$13		PB20	2	1	US\$13
			US\$18		PB23	3.5	1	US\$18
			US\$35		B29	12	1	US\$35
			US\$12		PB34	3	2	US\$24
59	A17-A	Fitness Ball	US\$7,5		75cm,1.2KG	1,2	25	US\$187,5
60	A17-B	Fitness Ball Rack	US\$85		910x910x1800mm Weight:15kg	15	1	US\$85
61	A17-C	Bosu Ball	US\$68		61cm x 11cm, Ball diameter 58cm Net weight 5.5kg Price with pump	5,5	1	US\$68

62	A19-A	Aerobic Step	US\$26		720x320x230mm; Weight: 8KG	8	30	US\$780
63	A22-A	Medicine Ball	US\$11,5		1kg	1	1	US\$11,5
			US\$13,5		2kg	2	1	US\$13,5
			US\$14,5		3kg	3	1	US\$14,5
			US\$16,5		4kg	4	1	US\$16,5
			US\$17,5		5kg	5	1	US\$17,5
			US\$19,5		6kg	6	1	US\$19,5
			US\$20,5		7kg	7	1	US\$20,5
			US\$22,5		8kg	8	1	US\$22,5
			US\$27,5		9kg	9	1	US\$27,5
			US\$33,5		10kg	10	1	US\$33,5
64	A22-B	Medicine Ball Rack	US\$62		14KG/set	14	1	US\$62
65	A23-A	Cast Iron Kettlebell	US\$1.4/KG		4kg,6kg,8kg,10kg,12kg,16kg,20kg,24kg, 28kg,32kg	76	<b>76KG</b> 4kg,6kg,8kg,10kg,12kg,16kg,20kg (1pc each weight)	US\$106,4
66	A23-B	Kettlebell Rack	US\$165		1220x530x840mm Weight:70kg Normally 12 kettlebell each rack	70	1	US\$165
67	A24-A	TRX Suspension Trainer	US\$39		Weight:1.45kg	1,45	2	US\$78
68	A25	Power Gym Wheel	US\$26		Wheel diameter 36cm Handle length 25cm Weight: 15.7KG	15,7	1	US\$26

69	A25-A	Abdominal Wheel	US\$9		Wheel diameter 18cm Handle length 25cm Weight: 12.7KG	12,7	1	US\$9
----	-------	-----------------	-------	---	---	------	---	-------

<b>TOTAL</b>							<b>US\$49.315,90</b>
--------------	--	--	--	--	--	--	----------------------



*All the bank transfer charges will be **PAID** by the buyer*

1. Place of delivery: FOB Tianjin Port,China
2. Devlivery time: Within 35 days after receiving 40% deposit
3. Payment terms: T/T 40% deposit and the balance(60%) before shipment
4. Colors:
  - 1) M-Line: Matt black frame,black seat and yellow arm
  - 2) Other machines: Matt black frame and black seat
5. Logo with white background

