

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

CASSIO LITSUO KOGA

**PLANO DE NÉGOCIO PARA IMPLANTAÇÃO DE UM ESTÚDIO DE PILATES EM  
CURITIBA**

CURITIBA

2016

CASSIO LITSUO KOGA

**PLANO DE NÉGOCIO PARA IMPLANTAÇÃO DE UM ESTÚDIO DE PILATES EM  
CURITIBA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obter o grau de MBA, no curso de Gestão Estratégica da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Professor Gustavo Abib

CURITIBA  
2016

## **RESUMO**

O plano de negócio apresentado neste trabalho tem como objetivo demonstrar que é possível implantar um estúdio de pilates de qualidade na cidade de Curitiba. Para criar o plano de negócio foram realizadas pesquisas de mercado, levantamento de custos, verificação de riscos e criação de um plano financeiro para que o empreendimento seja sustentável.

Palavras chaves: Plano de negócio, implantação de estúdio de pilates, viabilidade de negócio, estudo de mercado.

## **ABSTRACT**

The business plan presented in this study aims to demonstrate that is possible to implant a quality Pilates studio in Curitiba. To develop this business plan marketing research, costing, risk verification and creation of a financial plan were carried out to make a sustainable venture.

Key words: Business Plan. Pilates studio implantation. Viability of the business. Market Study.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 - CÁLCULO DE IMPOSTO A SER INCLUÍDO NA NOTA FISCAL . 31

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - RENDIMENTO MÉDIO MENSAL DOS DOMICÍLIOS PARTICULARES SEGUNDO AS REGRAS REGIONAIS DE CURITIBA.....	19
TABELA 2 - EMPRESAS DE ATIVIDADE DE CONDICIONAMENTO FÍSICO EM CURITIBA.....	21
TABELA 3 - POPULAÇÃO DE CURITIBA SEPARADA POR BAIROS .....	23
TABELA 4 - DADOS COMPILADOS.....	25
TABELA 5 - PREÇO DOS CONCORRENTES NA REGIÃO DE ATUAÇÃO (BIGORRILHO) .....	26
TABELA 6 - INVESTIMENTOS INICIAIS .....	29
TABELA 7 - DESPESAS COM QUADRO FUNCIONAL .....	30
TABELA 8 - CUSTOS FIXOS MENSAS.....	31
TABELA 9 - PREVISÃO DE IMPOSTOS .....	32
TABELA 10 - PREVISÃO DE FATURAMENTO MENSAL .....	32
TABELA 11 - PREVISÃO DE FLUXO DE CAIXA.....	34
TABELA 12 - PAYBACK E TAXA DE RETORNO DO INVESTIMENTO.....	36

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - MATRIZ SWOT .....	17
------------------------------	----

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	8
1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA .....	8
1.2 PROBLEMA .....	8
1.3 JUSTIFICATIVA.....	8
1.4 OBJETIVOS DA PESQUISA.....	9
1.4.1 Objetivos Específicos.....	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	11
3 METODOLOGIA .....	14
4 PLANO DE NEGÓCIOS.....	15
4.1 SUMÁRIO EXECUTIVO.....	15
4.1.1 Enunciado do Projeto.....	15
4.1.2 Visão.....	16
4.1.3 Objetivo.....	16
4.1.4 Missão .....	16
4.1.5 Estratégia.....	16
4.2 PLANOS DE MARKETING .....	18
4.2.1 Estratégia de Produto .....	18
4.2.2 Estratégia de Localização e Preço .....	18
4.2.3 ESTRATÉGIA DE PROMOÇÃO E DIVULGAÇÃO .....	27
4.2.4 DIFERENCIAL COMPETITIVO .....	27
4.3 PLANO OPERACIONAL.....	28
4.3.1 CAPACIDADE INSTALADA.....	28
4.4 PLANO FINANCEIRO.....	29
4.5 PLANO JURÍDICO.....	36
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	37
REFERÊNCIAS.....	38
ANEXO – ANÁLISE SWOT .....	39

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo estudar a viabilidade de implementação de um estúdio de pilates na cidade de Curitiba, Paraná.

### 1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA

Realizar um estudo para elaborar um plano de negócios no ramo de prestação de serviços especificamente voltados a prática de pilates na cidade de Curitiba, Paraná. O estudo contemplará estudo demográfico, socioeconômico, viabilidade econômica, análise de concorrentes, e público alvo do negócio.

### 1.2 PROBLEMA

Atualmente existem vários estúdios de pilates na cidade e com o estudo a ser realizado será possível verificar a viabilidade econômica, os riscos e ações necessárias para implantação de um estúdio de pilates em Curitiba.

### 1.3 JUSTIFICATIVA

A busca por qualidade de vida através da prática de atividades físicas vem crescendo nos últimos anos no Brasil. Conforme pesquisa realizada pela VIGITEL - Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônica, houve um crescimento de 11% de pessoas que praticam atividades físicas nos horários vagos entre 2009 e 2013 (PORTAL BRASIL, 2014).

Segundo a presidente da Associação Brasileira de Pilates Solaine Perine, devido à rápida percepção dos resultados, o pilates é a modalidade que mais ganha adeptos no mundo. As principais razões que motivam as pessoas a procurarem o pilates são variadas, que vão desde a busca por atividades físicas para obter um corpo saudável até a prática para ajudar a prevenção e tratamentos de lesões, segundo Inelia Garcia, que é uma das primeiras instrutoras do método Pilates no Brasil. (COSTA, 2011)

Com o aumento da prática de atividades físicas no Brasil e com a velocidade com que o pilates vem ganhando adeptos que surgimento de vários estúdios de pilates por todo o país. Especificamente na cidade de Curitiba, que é o objetivo deste estudo, verificamos através das análises dos dados do Sebrae nos últimos anos houve um crescimento considerável de empresas com foco em atividades de condicionamento físico, que é a categoria que se enquadram os estúdios de pilates, na cidade. Analisando os dados dos bancos de dados do Sebrae é possível, por exemplo, verificar um aumento 48% de empresas enquadradas nesta categoria em Curitiba com os dados obtidos do banco de dados do SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

O IBPT – Instituto Brasileiro de Planejamento Estratégico realizou um estudo e concluiu que a maior causa de mortalidade precoce de microempresas, que é o caso da maioria dos estúdios de pilates, é a falta de planejamento e informações do mercado. Segundo a pesquisa realizada em 2013, 41,64% das empresas encerram as atividades por este motivo. (IBPT, 2013)

Após analisar o cenário apresentado, o trabalho consiste em criar um plano de negócio para implantação de um estúdio de pilates na cidade de Curitiba para que a decisão seja tomada de forma a mitigar os riscos de um encerramento precoce das atividades.

#### 1.4 OBJETIVOS DA PESQUISA

Desenvolver um plano de negócios para implantação de um estúdio de pilates em Curitiba.

#### 1.4.1 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos para realização do plano de negócios são os seguintes listados abaixo:

- a) Identificar na necessidade e potencial do negócio;
- b) Definir a estrutura necessária;
- c) Identificar os custos para implantação de um novo estúdio de pilates em Curitiba;
- d) Identificar os riscos da implantação de um novo estúdio de pilates em Curitiba;
- e) Definir o público alvo desejado;
- f) Analisar os custos e riscos e apresentar um estudo de viabilidade econômica;
- g) Analisar os dados e descrever os resultados obtidos.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Antes de entender e criar um plano de negócio, segundo Wildauer (2011, p. 24) é fundamental o entendimento do motivo que dá origem a necessidade de criar ou desenvolver um plano de negócio, e esta origem é o empreendedorismo.

“Empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa possui de formular uma ideia sobre um determinado produto ou serviço em um mercado, seja essa ideia nova ou não”. (WILDAUER, 2011, p. 25).

Pela visão de Dornelas (2008, p. 51) existem o empreendedorismo corporativo e o empreendedorismo de startup e muitas semelhanças entre elas tais como a capacidade visualizar uma oportunidade, fazer uma avaliação dos ganhos que podem ser obtidos e criar um plano para explorar a oportunidade. Neste estudo será explorado a visão de empreendedorismo de startup de Dornelas (2008, p. 52) que está relacionado à criação de um novo negócio.

Uma etapa importante, segundo Dornelas (2008, p. 88), antes de criar um plano de negócio é avaliar a oportunidade e identificar qual o potencial desta oportunidade considerando o mercado que será atendido, o quanto a oportunidade pode ser rentável, as vantagens competitivas e os recursos humanos necessários.

Após a realização da análise inicial segundo os aspectos mencionados acima e caso seja tomada a decisão avançar com a oportunidade, com objetivo de criar um negócio, é o momento de criar um plano de negócios, segundo Dornelas (2008, p. 101).

De acordo com Wildauer (2011, p. 39) o plano de negócio pode ser definido como:

“um documento no qual o empreendedor apresenta, em linguagem formal e objetiva, o negócio que quer conceber e propor para seus parceiros, sócios, e futuros investidores, expondo-lhes a visão, a missão e os objetivos do empreendimento, bem como o plano operacional (como irão funcionar as ideias), plano de marketing (para divulgação das ideias), plano financeiro (para captação, manutenção e distribuição de verbas) e plano jurídico (como respeitará e observará as leis e regulamentos do setor), de modo a

facilitar o entendimento e a aceitação do negócio por parte dos interessados.”

Existem vários modelos, de vários autores, de plano de negócios. Segundo Wildauer (2011, p. 56) um plano de negócios pode utilizar a abaixo, além dos planos de marketing, financeiro e jurídico.

- a) Sumário Executivo
  - i. Enunciado do projeto
  - ii. Apresentação da empresa
  - iii. Informação dos integrantes da empresa
  - iv. Visão da empresa
  - v. Planejamento
  - vi. Objetivos
  - vii. Missão
  - viii. Estratégias
  - ix. Produtos e tecnologia
  - x. Capital e investimentos da empresa
  - xi. Análise contextual
- b) Análise de Mercado

Dorneles (2008, p.105) apresenta várias estruturas de plano de negócios inclusive com exemplos de outros autores, e defende que não existe uma estrutura fixa e que o plano de negócios deve ser adaptado a cada oportunidade a ser analisada, mas ressalta que um plano deve possuir informações mínimas para entendimento do cenário, ou mercado, no qual a empresa atuará, assim como apresentar a estratégia do negócio, como a empresa será organizada operacionalmente, os objetivos a serem alcançados e os planos de marketing e financeiro.

Em um dos exemplos de estrutura apresentado por Dorneles (2008, p.106) são importantes como a análise estratégica, que possibilita identificar, em ambientes internos e externos, os riscos, forças e fraquezas que definem as ações e decisões do plano de negócios. Produtos e serviços e a análise de mercado devem definir o produto ou serviço adequado ao mercado definido. Na definição do produto e serviço

é apresentada a definição do negócio e identificação da oportunidade, ao passo que na análise de mercado deve apresentar informações de mercado obtidas através de pesquisas do mercado consumidor e a oportunidade que será explorada no plano de negócios. O plano financeiro é outro ponto importante apresentado por Dornelas (2008, p.108) por apresentar dentro da estrutura do plano de negócios o investimento necessário, o resultado planejado, o *payback* e taxa de retorno do investimento previstos para negócio.

Porter (2004, p.31) define como parte de uma estratégia competitiva a definição de como a empresa se posicionará perante os concorrentes e como definirá as ações para defender os seus interesses e buscar o seu espaço no mercado.

Existem três estratégias genéricas a estratégia de liderança no custo total, estratégia de diferenciação e estratégia de enfoque de acordo com Porter (2004, p. 36) e a adoção de qualquer uma das três estratégias é uma forma de obter uma vantagem em relação aos concorrentes.

Segundo Porter (2004, p.39) uma empresa pode obter várias vantagens competitivas quando tem um posicionamento estratégico baseado na diferenciação. A empresa pode obter maior nível de fidelização e a possibilidade de aplicar preços que permitam maiores margens.

Porter (2004, p.40) apresenta a estratégia do enfoque como uma maneira de atingir seu público alvo de maneira mais efetiva, pois com o enfoque pode também obter maiores ganhos por atender os clientes com um custo baixo, mas com alto nível de diferenciação.

Existe um complicador em atuar no meio termo, de acordo com Porter (2004, p.44), pois não ter uma estratégia genérica definida pode acarretar em perda de clientes por não ter um enfoque definido, ou seja, não ter o preço necessário para buscar a liderança no custo ou não possuir o diferencial necessário para buscar preços superiores.

### **3 METODOLOGIA**

As informações e dados de mercado para elaborar o Plano de Negócio foram baseados em pesquisas na cidade de Curitiba no período do mês de junho a agosto de 2016. As coletas de informações foram realizadas através dos canais listados abaixo:

- a) Consulta por telefone e e-mail;
- b) Consulta em banco de dados de instituições de pesquisas através de acesso web;
- c) Busca de informações através da web;

## 4 PLANO DE NEGÓCIOS

Após as primeiras pesquisas e levantamento de potencial de negócio justificado através verificação de um crescimento pela procura de atividades relacionadas ao bem-estar e saúde no Brasil é necessário à elaboração de um plano de negócio. Com a elaboração de um plano de negócio será possível ter uma visão da viabilidade do empreendimento, os riscos, o melhor posicionamento no mercado, os recursos necessários e a estratégia adotada para buscar maior lucratividade e longevidade ao negócio proposto. O objetivo deste plano de negócio é auxiliar na análise e na tomada de decisão da melhor forma de investir os recursos disponíveis minimizando os riscos.

### 4.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

O estudo e elaboração do plano de negócio baseado em um potencial de negócio em implementar uma empresa para atendimento ao público ofertando serviço no ramo de atividade de condicionamento físico, através de um estúdio de pilates, na cidade de Curitiba no estado do Paraná.

Serão apresentados cenários para elaboração do plano de negócios considerando e trabalhando com variáveis como localização, investimentos, estratégia e estrutura necessária.

#### 4.1.1 Enunciado do Projeto

A empresa proposta no estudo é um estúdio de pilates que proverá serviços à comunidade na cidade de Curitiba. O estúdio contará com seis instrutores qualificados e uma secretária, uma sala ampla com dois conjuntos de equipamentos e com estacionamento para até 4 carros para os clientes.

#### 4.1.2 Visão

Ser uma referência na cidade Curitiba na prestação de serviços especializados relacionados à prática de pilates à comunidade.

#### 4.1.3 Objetivo

Ter o reconhecimento do mercado e dos clientes como um prestador de serviço relacionado a prática de pilates, diferenciado através de mão de obra especializada, atendimento personalizado e qualificado.

#### 4.1.4 Missão

Atender os clientes em um espaço adequado com a estrutura necessária para prática de pilates de forma personalizada e com instrutores altamente capacitados para prover um serviço de excelência e qualidade.

#### 4.1.5 Estratégia

A estratégia da empresa foi definida através da análise SWOT – *Streight, Weakness, Opportunity and Threat*, após preenchimento da matriz Swot conforme Quadro 1 foram realizadas as seguintes análises: ameaça com pontos fracos, ameaça com pontos fortes, oportunidade com pontos fracos e oportunidade com pontos fortes e foram definidas as seguintes ações estratégicas.

- a) Criar um plano de marketing adequado contemplando a divulgação e promoção da empresa;
- b) Criar um plano de desenvolvimento a médio prazo para diversificar as atividades de condicionamento físico ofertada pela empresa;
- c) Manter o foco no atendimento personalizado e altamente qualificado;
- d) Diversificar os serviços ofertados para atender um público variado;
- e) Criar um plano de desenvolvimento para sempre prover serviço diferenciado mantendo uma baixa rotatividade de profissionais;
- f) Manter uma rotina de treinamento aos profissionais da empresa e manter a estrutura física necessária para fidelizar os clientes

As ações foram definidas para atender a estratégia baseada na diferenciação na prestação do serviço e enfoque em um público com elevada renda na cidade de Curitiba.

<b>S - STREIGHT - PONTOS FORTE</b>	<b>W - WEAKNESS - PONTO FRACOS</b>
A empresa terá profissionais qualificados e treinados A empresa proverá atendimento mais personalizado	A empresa precisa conquistar espaço no mercado Possibilidade de não aceitação de um novo estúdio no bairro A empresa inicialmente proverá apenas atividades de pilates Preço alto a ser cobrado pelo serviço personalizado
<b>O - OPPORTUNITY - OPORTUNIDADE</b>	<b>T - THREAT - AMEAÇA</b>
Aumento da busca por atividades físicas Bairro com alto poder aquisitivo	Já existem estúdios de pilates na região Concorrência com outros tipos de atividades (academias, <i>Crossfit</i> e treinos funcionais)

QUADRO 1 - MATRIZ SWOT

FONTE: Elaborado pelo autor, 2016

## 4.2 PLANOS DE MARKETING

No plano de marketing serão definidas as estratégias de mercado como posicionamento da empresa com relação ao produto e preço, localização física da empresa, a forma como serão realizadas as ações promocionais e de divulgação, e qual será o diferencial competitivo da empresa.

### 4.2.1 Estratégia de Produto

O produto, que no caso da empresa, é um serviço de atividade de condicionamento físico especificamente para realização de pilates. O serviço pode ser definido como prover aos clientes a prática de pilates realizadas na estrutura da empresa.

### 4.2.2 Estratégia de Localização e Preço

O preço do serviço prestado deve ser definido considerando várias análises de mercado, tais como: análise da região com foco de atuação enfatizando aspectos como a renda média familiar da região, a quantidade de empresas com atividades semelhantes que tem foco de atuação semelhante e o preço médio aplicado na região.

A análise de renda média familiar apresentada abaixo é separada por bairro da cidade de Curitiba pode ser verificada na Tabela 1 que apresenta o rendimento nominal médio mensal dos domicílios particulares segundo as regras regionais de Curitiba com os dados de pesquisa realizada pelo IBGE em 2010.

TABELA 1 - RENDIMENTO MÉDIO MENSAL DOS DOMICÍLIOS PARTICULARES SEGUNDO AS REGRAS REGIONAIS DE CURITIBA

Bairro	Rendimento Médio
Ganchinho	R\$ 1.735,16
Sítio Cercado	R\$ 2.013,23
Umbará	R\$ 2.169,10
Abranches	R\$ 3.295,45
Atuba	R\$ 3.280,97
Bacacheri	R\$ 5.762,04
Bairro Alto	R\$ 3.034,15
Barreirinha	R\$ 3.129,40
Boa Vista	R\$ 4.149,14
Cachoeira	R\$ 2.239,10
Pilarzinho	R\$ 3.506,25
Santa Cândida	R\$ 2.833,64
São Lourenço	R\$ 7.244,00
Taboão	R\$ 3.572,31
Tarumã	R\$ 6.009,70
Tingui	R\$ 3.611,39
Alto Boqueirão	R\$ 2.370,93
Boqueirão	R\$ 3.006,22
Hauer	R\$ 3.489,15
Xaxim	R\$ 2.891,03
Cajuru	R\$ 2.418,71
Capão da Imbuia	R\$ 3.445,91
Guabirota	R\$ 4.858,80
Jardim das Américas	R\$ 6.206,01
Uberaba	R\$ 3.051,02
Augusta	R\$ 2.068,47
Cidade Industrial	R\$ 2.163,42
Riviera	R\$ 2.109,09
São Miguel	R\$ 1.653,45
Ahú	R\$ 7.567,00
Alto da Glória	R\$ 6.700,05
Alto da Rua XV	R\$ 6.547,17
Batel	R\$ 9.821,57
Bigorrião	R\$ 8.308,47
Bom Retiro	R\$ 5.749,42
Cabral	R\$ 7.967,49
Centro	R\$ 4.695,13
Centro Cívico	R\$ 6.688,50
Cristo Rei	R\$ 6.211,52
Hugo Lange	R\$ 8.258,53
Jardim Botânico	R\$ 4.697,32
Jardim Social	R\$ 9.522,12
Juvevê	R\$ 7.616,93
Mercês	R\$ 5.718,82
Prado Velho	R\$ 1.874,30
Rebouças	R\$ 4.866,91
São Francisco	R\$ 5.161,28
Capão Raso	R\$ 2.927,51

Fanny	R\$ 3.674,26
Lindóia	R\$ 2.693,90
Novo Mundo	R\$ 3.319,79
Pinheirinho	R\$ 2.340,63
Água Verde	R\$ 7.594,76
Fazendinha	R\$ 2.644,39
Guaira	R\$ 3.258,40
Parolin	R\$ 3.320,32
Portão	R\$ 4.694,84
Santa Quitéria	R\$ 4.084,94
Seminário	R\$ 8.201,75
Vila Izabel	R\$ 5.777,34
Butiatuvinha	R\$ 3.422,94
Campina do Siqueira	R\$ 5.879,98
Campo Comprido	R\$ 4.568,03
Cascatinha	R\$ 6.198,31
Lamenha Pequena	R\$ 2.218,32
Mossunguê	R\$ 9.325,32
Orleans	R\$ 3.708,93
Santa Felicidade	R\$ 4.591,47
Santo Inácio	R\$ 5.074,82
São Braz	R\$ 3.762,23
São João	R\$ 5.139,76
Vista Alegre	R\$ 5.612,85
Campo de Santana	R\$ 1.713,77
Caximba	R\$ 1.613,24
Tatuquara	R\$ 1.657,30
<b>Total CURITIBA</b>	<b>R\$ 3.776,22</b>

FONTE:IBGE - Censo Demográfico 2010 / IPPUC - Banco de Dados / Monitoração

Outro ponto importante para definição do preço é avaliar a concorrência, para o estudo foram analisados dois pontos importantes relacionados a concorrência e mercado. Com uma consulta ao banco de dados do IPPUC – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba, foi possível verificar e mapear onde estão localizados os empreendimentos que oferecem serviços de atividade de condicionamento físico para população da cidade de Curitiba, o instituto considera que todos os empreendimentos como academias, espaços para prática de yoga, hidroginástica, serviços de fisioterapia e instrutores como *personaltrainers* se enquadram nesta categoria que também fazem parte os estúdios de pilates.

O Tabela 2 mostra como as empresas de atividade de condicionamento físico estão distribuídas pela cidade de Curitiba.

TABELA 2 - EMPRESAS DE ATIVIDADE DE CONDICIONAMENTO FÍSICO EM CURITIBA

<b>BAIRRO</b>	<b>Nº DE ESTABELECIMENTOS</b>
Centro	39
São Francisco	8
Centro Cívico	1
Alto da Glória	10
Alto da Rua XV	8
Cristo Rei	12
Jardim Botânico	2
Rebouças	22
Água Verde	49
Batel	18
Bigorriho	27
Mercês	20
Bom Retiro	9
Ahú	10
Juvevê	20
Cabral	18
Hugo Lange	9
Jardim Social	4
Tarumã	9
Capão da Imbuia	10
Cajuru	25
Jardim das Américas	17
Guabirota	7
Prado Velho	2
Parolin	2
Guaíra	4
Portão	29
Vila Izabel	6
Seminário	15
Campina do Siqueira	7
Vista Alegre	5
Pilarzinho	11
São Lourenço	7
Boa Vista	15
Bacacheri	24
Bairro Alto	10
Uberaba	9
Hauer	10
Fanny	4
Lindóia	1
Novo Mundo	28
Fazendinha	9

Santa Quitéria	6
Campo Comprido	8
Mossunguê	6
Santo Inácio	3
Cascatinha	0
São João	0
Taboão	0
Abranches	6
Cachoeira	3
Barreirinha	2
Santa Cândida	14
Tinguí	2
Atuba	5
Boqueirão	36
Xaxim	19
Capão Raso	14
Orleans	7
São Braz	10
Butiatuvinha	1
Lamenha Pequena	0
Santa Felicidade	17
Alto Boqueirão	12
Sítio Cercado	30
Pinheirinho	9
São Miguel	0
Augusta	0
Riviera	0
Caximba	0
Campo de Santana	5
Ganchinho	1
Umbará	2
Tatuquara	7
Cidade Industrial	28
Indefinido	0
TOTAL	805

Fonte: SMF / Cadastro de Liberação de Alvarás - 2015

O terceiro ponto da análise de mercado para definição da região de foco do negócio é como a população de Curitiba está distribuída nos bairros da cidade. Desta forma, foi realizado uma pesquisa no bando de dados do IBGE referente ao senso de 2010. A distribuição da população da Curitiba está distribuída conforme Tabela 3 apresentado na sequência.

TABELA 3 - POPULAÇÃO DE CURITIBA SEPARADA POR BAIRROS

<b>Bairro</b>	<b>População</b>
Cidade Industrial de Curitiba	172.669
Sítio Cercado	115.525
Cajuru	96.200
Boqueirão	73.178
Uberaba	72.056
Xaxim	57.182
Alto Boqueirão	53.671
Tatuquara	52.279
Água Verde	51.425
Pinheirinho	50.401
Bairro Alto	46.106
Novo Mundo	44.063
Portão	42.662
Centro	37.283
Capão Raso	36.065
Santa Cândida	32.808
Santa Felicidade	31.572
Boa Vista	31.052
Campo Comprido	28.969
Pilarzinho	28.480
Bigorriho	28.336
Fazendinha	28.074
Campo de Santana	27.158
Bacacheri	23.734
São Braz	23.559
Capão de Imbuia	20.473
Umbará	18.730
Barreirinha	18.017
Atuba	15.935
Jardim das Américas	15.313
Guaíra	14.904
Rebouças	14.888
Cristo Rei	13.795
Hauer	13.315
Abranches	13.189
Cabral	13.060
Mercês	12.907
Botiatuvinha	12.876
Tingú	12.319
Santa Quitéria	12.075
Vila Izabel	11.610
Juveve	11.582
Parolin	11.554

Ahu	11.506
Guabirota	11.461
Vista Alegre	11.199
Ganchinho	11.178
Batel	10.878
Mossungue	9.664
Cachoeira	9.314
Lindóia	8.584
Alto de Rua Xv	8.531
Fanny	8.415
Orleans	8.105
Tarumã	8.072
Campina de Siqueira	7.326
Seminário	6.851
Augusta	6.598
Santo Inácio	6.494
São Lourenço	6.276
Jardim Botânico	6.172
São Francisco	6.130
Prado Velho	6.077
Jardim Social	5.698
Alto de Glória	5.548
Bom Retiro	5.156
Centro Cívico	4.783
São Miguel	4.773
Taboão	3.396
Hugo Lange	3.392
São João	3.253
Caximba	2.522
Cascatinha	2.161
Lamenha Pequena	1.056
Riviera	289

FONTE: IBGE – Senso 2010

Os próximos pontos observados foram a questão do custo médio por metro quadrado considerando o custo para locação de um espaço para implantação do estúdio e atendimento aos clientes. O meio de busca foi através de pesquisas na internet em sites de imobiliárias de Curitiba. Para esta pesquisa foram considerados os seis bairros com maior renda média familiar de Curitiba: Batel, Bigorriho, Jardim Social, Hugo Langue, Seminário e Mossunguê.

Os dados obtidos na pesquisa foram compilados na Tabela 4, neste quadro está sendo apresentado também a relação de habitantes por empreendimentos com foco em prestação de serviços voltados a realização de atividades de condicionamento físico nos cinco bairros selecionados, além do custo médio do aluguel por metro quadrado como mencionado anteriormente.

TABELA 4 - DADOS COMPILADOS

Bairro	Rendimento	Empreend.	População	Hab/Empreend.	Custo por m <sup>2</sup>
Batel	R\$ 9.821,57	18	10.878	604	R\$ 36,73
Bigorriho	R\$ 8.308,47	27	28.336	1.049	R\$ 34,96
Hugo Languê	R\$ 8.258,53	9	3.392	377	R\$23,36
Jardim Social	R\$ 9.522,12	4	5.698	1.425	R\$ 26,16
Seminário	R\$ 8.201,75	15	6.851	457	R\$ 15,07
Mossunguê	R\$ 9.325,32	6	9.664	1.611	R\$35,18

FONTES: IBGE – Senso 2010, SMF/Cadastro de Liberação de Alvarás – 2015 e Imóveis Curitiba (www.imoveiscuritiba.com.br)

Através da análise dos dados obtidos verificou se que o bairro com maior potencial de negócio, apesar da grande quantidade de empreendimentos existentes, é o bairro Bigorriho pelos seguintes motivos:

- a) Maior população;
- b) Proximidade com bairros com alta renda familiar média e com grande população como o Batel, Seminário e Mossunguê;
- c) Entre os três bairros mais populosos, apresentado na Tabela 4, é o que possui o melhor preço médio por metro quadrado para locação de imóvel.

Após a definição do bairro, foram realizadas pesquisas de preço dos concorrentes existentes como outros estúdios de pilates e aulas de pilates ministradas em academias da região definida a região foco do empreendimento que é o bairro do Bigorriho em Curitiba. Para a pesquisa de preço dos concorrentes foram considerados duas aulas semanais e verificado o diferencial de cada concorrente, caso exista. A Tabela 5 apresenta a pesquisa de preços realizada.

TABELA 5 - PREÇO DOS CONCORRENTES NA REGIÃO DE ATUAÇÃO (BIGORRILHO)

Estúdio	Preço (2 vezes por semana)
ESTÚDIO A	R\$ 424,00
ESTÚDIO B	R\$260,00
ESTÚDIO C	R\$320,00
ESTÚDIO D	R\$250,00
ESTÚDIO E	R\$ 1.032,00
ESTÚDIO F	R\$272,00
ESTÚDIO G - individual	R\$ 520,00
ESTÚDIO G - dupla	R\$410,00
ESTÚDIO H - individual	R\$540,00
ESTÚDIO H - dupla	R\$497,00
ESTÚDIO I	R\$ 240,00
ESTÚDIO J - até 4 alunos	R\$ 445,00
ESTÚDIO J – individual	R\$ 960,00
ESTÚDIO K - dupla	R\$ 499,00
ESTÚDIO K – individual	R\$ 829,00

Fonte: Pesquisa realizada por telefone e e-mail no período de julho a agosto de 2016.

Todos os estúdios oferecem estacionamento, próprio ou através de convênios, aos clientes e apenas dois dos estúdios entrevistados cobram taxa de matrícula aos novos alunos. Todos os estúdios afirmaram que os instrutores são fisioterapeutas ou educadores físicos. Desta forma, verificou se que a diferença entre preços é significativa e que baseia na estrutura oferecida e o quanto a aula de pilates é personalizada, pois os estúdios com maiores preços são que atendem dentro de estruturas de academias e que ofertam também a possibilidade de aulas individuais.

Com as informações levantadas é possível definir uma estratégia de preço, que seria ter um preço intermediário, oferecendo aos clientes um nível alto de exclusividade com as opções de aulas individuais ou no máximo em dupla. Outro ponto para definição do preço é a estrutura física disponibilizada aos clientes, o estúdio deverá possuir dois conjuntos de equipamentos, esta estrutura será descrita no diferencial competitivo possibilitará um alto nível de personalização da atividade mesmo sendo realizada em duplas. Com isso será possível ofertar um serviço mais personalizado que a maioria dos estúdios da região podendo aplicar preços superiores.

#### 4.2.3 Estratégia de Promoção e Divulgação

Devido à grande concorrência na região foco do negócio, será necessário um investimento inicial em promoções e divulgação da empresa. Para início das atividades ações promocionais voltadas a captar e fidelizar novos clientes. As ações devem incluir promoções de desconto para matrícula e adesão de planos trimestrais e semestrais nos primeiros 6 meses de operação e um foco grande em divulgação da marca com distribuição de materiais promocionais e investimento em propaganda digital em meios de pesquisa pela internet.

#### 4.2.4 Diferencial Competitivo

O diferencial competitivo do estúdio proposto é um investimento contínuo em ter profissionais qualificados para ministrar as aulas de pilates no estúdio provendo aos clientes o método clássico de pilates com professores sempre atualizados.

O estúdio possuirá dois conjuntos de equipamentos para manter um nível alto relacionado a personalização do serviço mesmo com a aula sendo ministrada a dois clientes simultaneamente com equipamentos idênticos. Desta forma o instrutor, ou professor, poderá acompanhar os dois clientes fazendo a mesma atividade orientando e acompanhando os mesmos durante todo o período da atividade. Este é um dos grandes diferenciais pois poucos estúdios na cidade oferecem esta estrutura para possibilitar o acompanhamento das atividades.

O estúdio limitará a quantidade máxima de dois alunos por instrutor, e os alunos terão horário reservado, conforme opção realizada no momento da matrícula se em dupla ou individual, e sempre serão atendidos pelo mesmo instrutor que fará um acompanhamento criterioso na evolução do cliente.

Avaliações posturais serão oferecidas gratuitamente aos clientes a cada semestre para acompanhamento da evolução e planejamento das atividades futuras.

### 4.3 PLANO OPERACIONAL

O estúdio terá dois conjuntos de equipamentos, cada conjunto é constituído pelos seguintes equipamentos:

- a) *Reformer*;
- b) *Cadillac*
- c) *Chair*

O atendimento será dividido em dois períodos: período da manhã e período da tarde conforme os horários abaixo:

- a) Período da manhã: Início às 07:00 e término às 13:00;
- b) Período da tarde: Início às 14:00 e termino às 20:00;

Com estes equipamentos será possível atender até seis clientes por hora/aula considerando que sempre teremos três instrutores disponíveis. Os clientes poderão optar por duas ou três aulas semanais e também terão a opção por aulas individuais ou em duplas. Para clientes que optem por uma aula semanal, será disponibilizado somente na sexta-feira, com as opções de individual ou em dupla.

A contratação dos instrutores será realizada gradativamente conforme o aumento da demanda e aumento dos clientes ao decorrer do início das atividades da empresa e principalmente com as ações de marketing planejadas.

#### 4.3.1 Capacidade Instalada

A capacidade máxima de atendimento será atingida considerando os horários de todos instrutores preenchidos com aulas duplas. Desta forma a capacidade máxima de atendimento do estúdio seria de 360 horas aulas por semana.

#### 4.4 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro foi elaborado de acordo com os levantamentos realizados relacionados com os custos para iniciar as atividades e projeções para que sejam analisadas as condições necessárias para que no negócio se torne viável. Neste plano serão considerados todos os investimentos necessários e a projeção para se calcular o *payback* e retorno sobre o investimento. O investimento inicial necessário pode ser verificado na Tabela 6 considerando a locação de um espaço de oitenta metros quadrados, aquisição de equipamentos e estrutura necessária para início das atividades.

TABELA 6 - INVESTIMENTOS INICIAIS

<b>Despesas</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Custo</b>	<b>Total</b>
<b>Aspectos Legais</b>			<b>R\$ 2.000,00</b>
Abertura de empresa	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
<b>Tecnologia da Informação</b>			<b>R\$ 8.500,00</b>
Notebook e softwares necessários	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
Infraestrutura de rede e telecomunicações	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Criação de Website e compra de domínio	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
<b>Reformas e móveis</b>			<b>R\$ 2.000,00</b>
Móveis de escritório	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
<b>Equipamentos</b>			<b>R\$ 38.800,00</b>
<i>Reformer</i>	2	R\$ 6.600,00	R\$ 13.200,00
<i>Cadillac</i>	2	R\$ 8.900,00	R\$ 17.800,00
<i>Chair</i>	2	R\$ 3.400,00	R\$ 6.800,00
Equipamentos Diversos (bolas, tapetes, etc)	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
<b>Total - Investimento Inicial</b>			<b>R\$ 51.300,00</b>

FONTE: Elaborado pelo autor (2016)

Conforme o plano operacional, a empresa contará com seis profissionais, que tenham autorização legal para trabalhar como instrutor de pilates, para fazer parte do quadro funcional, além de uma secretária com carga horária superior aos instrutores. Os instrutores terão carga horária de seis horas diárias e a secretária terá carga horária de oito horas.

Todos os funcionários terão contrato de trabalho e desta forma foram considerados os encargos e provisões para décimo terceiro salário e férias para

todos os colaboradores. A previsão de folha de pagamento pode ser verificada na Tabela 7.

TABELA 7 - DESPESAS COM QUADRO FUNCIONAL

Salários						
Quadro Funcional	Remuneração			Encargos		
	Quantidade	Salário	Total	FGTS (8%)	INSS (20%)	Total
				R\$	R\$	
Instrutores	6	R\$ 2.350,00	R\$ 14.100,00	1.128,00	2.820,00	R\$ 3.948,00
Secretária	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 72,00	R\$ 180,00	R\$ 252,00
			<b>R\$ 15.000,00</b>			<b>R\$ 4.200,00</b>

  

Benefícios						
Quadro Funcional	Remuneração			Benefícios		
	Quantidade	Salário	Total	Seguro de Vida	Vale Transporte	Total
Instrutores	6	R\$ 2.350,00	R\$ 14.100,00	R\$ 15,00	R\$ 57,00	R\$ 432,00
Secretária	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 15,00	R\$ 57,00	R\$ 72,00
						<b>R\$ 504,00</b>

  

Provisões						
Quadro Funcional	Remuneração			Provisões		
	Quantidade	Salário	Total	13º salário (10,86%)	Férias (12,67%)	Total
				R\$	R\$	
Instrutores	6	R\$ 2.350,00	R\$ 14.100,00	1.531,26	1.786,47	R\$ 3.317,73
Secretária	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 97,74	R\$ 114,03	R\$ 211,77
						<b>R\$ 3.529,50</b>

  

<b>Total</b>						<b>R\$ 23.233,50</b>
--------------	--	--	--	--	--	----------------------

FONTE: Elaborado pelo autor (2016)

Para realizar uma análise de fluxo de caixa será necessário considerar e mapear todos os custos fixos mensais. Neste estudo foram considerados custos fixos mensais despesas como aluguel do imóvel, custos de infraestrutura, ações de marketing conforme planejamento de marketing, serviços como contador e provisionamento para realização de treinamento aos funcionários. A Tabela 8 apresenta os custos para melhor visualização.

TABELA 8 - CUSTOS FIXOS MENSAIS

Custos Fixos - Mensal			
Descrição	Quantidade	Custo	Total
<b>Infraestrutura</b>			<b>R\$ 5.440,00</b>
Aluguel do Espaço	1	R\$2.800,00	R\$ 2.800,00
Estacionamento	4	R\$ 200,00	R\$ 800,00
Luz	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Água	1	R\$ 70,00	R\$ 70,00
Internet	1	R\$ 130,00	R\$ 130,00
Telefone	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Diarista	8	R\$ 130,00	R\$ 1.040,00
Materiais de limpeza	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
<b>Marketing</b>			<b>R\$ 1.500,00</b>
Marketing de otimização de buscadores	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
<b>Serviços</b>			<b>R\$ 800,00</b>
Treinamentos	6	R\$ 100,00	R\$ 600,00
Contador	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 7.740,00</b>

FONTE: Elaborado pelo autor (2016)

O último ponto para elaborar uma previsão de fluxo de caixa é a verificação dos encargos atrelados ao negócio. Para o cálculo dos encargos consideramos que a empresa será classificada ou enquadrada no simples nacional conforme orientação obtida em consulta uma planilha do Sebrae apresentada na Figura 1.

#### Cálculo do Imposto a ser incluído na Nota Fiscal



Dados sobre a Empresa		Cálculo Imposto	
UF:	PR	União - IRPJ, CSLL, CPP, PIS, COFINS (tributos federais incluídos no Simples)	10,65%
Segmento de Atividade:	Serviços Simples Nacional - Tabela V	Estado - ICMS (não aplica para Serviços)	0,00%
Setor:	Serviços	Estado - Substituição Tributária do ICMS (não aplica para Serviços)	0,00%
Regime Tributação:	Simple Nacional	Estado - Total	0,00%
Faixa de Receita Bruta Anual:	De 180.000,01 a 360.000,00	Município - ISS (tributo municipal incluído no Simples)	2,79%
		Total	13,44%

FIGURA 1 - CÁLCULO DE IMPOSTO A SER INCLUÍDO NA NOTA FISCAL

Fonte: SEBRAE (2016)

Com os valores apresentados na Figura 1 foi elaborado a previsão de impostos a serem recolhidos ou pagos considerando o faturamento planejado. A Tabela 9 apresenta a previsão dos impostos a serem pagos e incluídos na Nota Fiscal e a Tabela 10 a previsão de faturamento mensal.

TABELA 9 - PREVISÃO DE IMPOSTOS

Impostos	
ISS (2,79%) - Município de Curitiba	R\$ 1.238,43
PIS/COFINS e demais tributos federais incluídos no Simples (10,65%)	R\$4.727,32
<b>Total Tributos</b>	<b>R\$ 5.965,75</b>

FONTE: Elaborado pelo autor (2016)

TABELA 10 - PREVISÃO DE FATURAMENTO MENSAL

Preços	Hora/Aula
Individual	R\$ 100,00
Dupla	R\$ 65,00
Tipo de Aula	
Individual	10%
Dupla	90%
Agenda	
Individual	45%
Dupla	45%
Faturamento	
Individual	R\$ 6.480,00
Dupla	R\$ 37.908,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 44.388,00</b>

FONTE: Elaborado pelo autor (2016)

Para a previsão de faturamento mensal foram considerados que 10% dos clientes optarão por aulas individuais e 90% dos clientes optarão por aulas em duplas. Outro ponto considerado para previsão de faturamento é que todos os seis instrutores terão 45% da agenda com clientes, ficando 55% da agenda disponível para novos clientes. Serão três instrutores por período e cada instrutor poderá atender até 60 horas/aulas semanais. Desta forma o estúdio terá capacidade de atender até 360 horas semanais considerando os dois períodos. Com os preços definidos na estratégia de preços é possível fazer uma previsão de faturamento mensal que é de R\$ 44.388,00. Para os três primeiros meses foram considerados que o estúdio operará com 50% do faturamento mensal previsto e com 50% dos funcionários previstos, da mesma forma para o quarto e quinto mês que foram consideradas 75% do faturamento mensal e com 75% dos funcionários previstos.

Desta forma é possível criar uma previsão de demonstrativo de resultados e o fluxo de caixa com todas as despesas e receitas mapeadas, Tabela 11 e 12, consideramos que todos os seis profissionais serão contratados a partir do sexto mês e que já existem os clientes conforme descrito anteriormente.

TABELA 11- PREVISÃO DE DEMONSTRATIVO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO

DRE	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
Receita com aulas	R\$ 22.194,00	R\$ 22.194,00	R\$ 22.194,00	R\$ 33.291,00	R\$ 33.291,00	R\$ 44.388,00	R\$ 44.388,00	R\$ 44.388,00	R\$ 44.388,00	R\$ 44.388,00	R\$ 44.388,00	R\$ 44.388,00
<b>(-)</b> Deduções	<b>R\$ 2.982,87</b>	<b>R\$ 2.982,87</b>	<b>R\$ 2.982,87</b>	<b>R\$ 4.474,31</b>	<b>R\$ 4.474,31</b>	<b>R\$ 5.965,75</b>	<b>R\$ 5.965,75</b>	<b>R\$ 5.965,75</b>	<b>R\$ 5.965,75</b>	<b>R\$ 5.965,75</b>	<b>R\$ 5.965,75</b>	<b>R\$ 5.965,75</b>
ISS	R\$ 619,21	R\$ 619,21	R\$ 619,21	R\$ 928,82	R\$ 928,82	R\$ 1.238,43	R\$ 1.238,43	R\$ 1.238,43	R\$ 1.238,43	R\$ 1.238,43	R\$ 1.238,43	R\$ 1.238,43
Pis/Cofins e outros	R\$ 2.363,66	R\$ 2.363,66	R\$ 2.363,66	R\$ 3.545,49	R\$ 3.545,49	R\$ 4.727,32	R\$ 4.727,32	R\$ 4.727,32	R\$ 4.727,32	R\$ 4.727,32	R\$ 4.727,32	R\$ 4.727,32
<b>(=)</b> Receita Líquida	<b>R\$ 19.211,13</b>	<b>R\$ 19.211,13</b>	<b>R\$ 19.211,13</b>	<b>R\$ 28.816,69</b>	<b>R\$ 28.816,69</b>	<b>R\$ 38.422,25</b>	<b>R\$ 38.422,25</b>	<b>R\$ 38.422,25</b>	<b>R\$ 38.422,25</b>	<b>R\$ 38.422,25</b>	<b>R\$ 38.422,25</b>	<b>R\$ 38.422,25</b>
<b>(-)</b> Despesas	<b>R\$ 19.356,75</b>	<b>R\$ 19.356,75</b>	<b>R\$ 19.356,75</b>	<b>R\$ 25.165,13</b>	<b>R\$ 25.165,13</b>	<b>R\$ 30.973,50</b>	<b>R\$ 30.973,50</b>	<b>R\$ 30.973,50</b>	<b>R\$ 30.973,50</b>	<b>R\$ 30.973,50</b>	<b>R\$ 30.973,50</b>	<b>R\$ 30.973,50</b>
Pessoal	R\$ 11.616,75	R\$ 11.616,75	R\$ 11.616,75	R\$ 17.425,13	R\$ 17.425,13	R\$ 23.233,50	R\$ 23.233,50	R\$ 23.233,50	R\$ 23.233,50	R\$ 23.233,50	R\$ 23.233,50	R\$ 23.233,50
Infraestrutura	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00
Marketing	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Serviços	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00
<b>(=)</b> Lucro Operacional	<b>-R\$ 145,62</b>	<b>-R\$ 145,62</b>	<b>-R\$ 145,62</b>	<b>R\$ 3.651,56</b>	<b>R\$ 3.651,56</b>	<b>R\$ 7.448,75</b>	<b>R\$ 7.448,75</b>	<b>R\$ 7.448,75</b>	<b>R\$ 7.448,75</b>	<b>R\$ 7.448,75</b>	<b>R\$ 7.448,75</b>	<b>R\$ 7.448,75</b>

FONTE: Elaborado pelo autor (2016)

TABELA 12 - PREVISÃO DE FLUXO DE CAIXA

DESPESAS	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
<b>Folha de Pagamento</b>												
Salários	R\$ 9.600,00	R\$ 9.600,00	R\$ 9.600,00	R\$ 14.400,00	R\$ 14.400,00	R\$ 19.200,00	R\$ 19.200,00	R\$ 19.200,00	R\$ 19.200,00	R\$ 19.200,00	R\$ 19.200,00	R\$ 19.200,00
Benefícios	R\$ 252,00	R\$ 252,00	R\$ 252,00	R\$ 378,00	R\$ 378,00	R\$ 504,00	R\$ 504,00	R\$ 504,00	R\$ 504,00	R\$ 504,00	R\$ 504,00	R\$ 504,00
Provisões	R\$ 1.764,75	R\$ 1.764,75	R\$ 1.764,75	R\$ 2.647,13	R\$ 2.647,13	R\$ 3.529,50	R\$ 3.529,50	R\$ 3.529,50	R\$ 3.529,50	R\$ 3.529,50	R\$ 3.529,50	R\$ 3.529,50
<b>Total</b>	<b>R\$ 11.616,75</b>	<b>R\$ 11.616,75</b>	<b>R\$ 11.616,75</b>	<b>R\$ 17.425,13</b>	<b>R\$ 17.425,13</b>	<b>R\$ 23.233,50</b>	<b>R\$ 23.233,50</b>	<b>R\$ 23.233,50</b>	<b>R\$ 23.233,50</b>	<b>R\$ 23.233,50</b>	<b>R\$ 23.233,50</b>	<b>R\$ 23.233,50</b>
<b>Custos Fixos</b>												
Infraestrutura	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00	R\$ 5.440,00
Marketing	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Serviços	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 7.740,00</b>	<b>R\$ 7.740,00</b>	<b>R\$ 7.740,00</b>	<b>R\$ 7.740,00</b>	<b>R\$ 7.740,00</b>	<b>R\$ 7.740,00</b>	<b>R\$ 7.740,00</b>	<b>R\$ 7.740,00</b>	<b>R\$ 7.740,00</b>	<b>R\$ 7.740,00</b>	<b>R\$ 7.740,00</b>	<b>R\$ 7.740,00</b>
<b>Tributos</b>												
ISS	R\$ 619,21	R\$ 619,21	R\$ 619,21	R\$ 928,82	R\$ 928,82	R\$ 1.238,43	R\$ 1.238,43	R\$ 1.238,43	R\$ 1.238,43	R\$ 1.238,43	R\$ 1.238,43	R\$ 1.238,43
PIS/COFINS e outros	R\$ 2.363,66	R\$ 2.363,66	R\$ 2.363,66	R\$ 3.545,49	R\$ 3.545,49	R\$ 4.727,32	R\$ 4.727,32	R\$ 4.727,32	R\$ 4.727,32	R\$ 4.727,32	R\$ 4.727,32	R\$ 4.727,32
<b>Total</b>	<b>R\$ 2.982,87</b>	<b>R\$ 2.982,87</b>	<b>R\$ 2.982,87</b>	<b>R\$ 4.474,31</b>	<b>R\$ 4.474,31</b>	<b>R\$ 5.965,75</b>	<b>R\$ 5.965,75</b>	<b>R\$ 5.965,75</b>	<b>R\$ 5.965,75</b>	<b>R\$ 5.965,75</b>	<b>R\$ 5.965,75</b>	<b>R\$ 5.965,75</b>
<b>Total Despesas</b>	<b>R\$ 22.339,62</b>	<b>R\$ 22.339,62</b>	<b>R\$ 22.339,62</b>	<b>R\$ 29.639,44</b>	<b>R\$ 29.639,44</b>	<b>R\$ 36.939,25</b>	<b>R\$ 36.939,25</b>	<b>R\$ 36.939,25</b>	<b>R\$ 36.939,25</b>	<b>R\$ 36.939,25</b>	<b>R\$ 36.939,25</b>	<b>R\$ 36.939,25</b>
<b>RECEITAS</b>												
Mensalidades	R\$ 22.194,00	R\$ 22.194,00	R\$ 22.194,00	R\$ 33.291,00	R\$ 33.291,00	R\$ 44.388,00	R\$ 44.388,00	R\$ 44.388,00	R\$ 44.388,00	R\$ 44.388,00	R\$ 44.388,00	R\$ 44.388,00
<b>Resultado Previsto</b>	<b>-R\$ 145,62</b>	<b>-R\$ 145,62</b>	<b>-R\$ 145,62</b>	<b>R\$ 3.651,56</b>	<b>R\$ 3.651,56</b>	<b>R\$ 7.448,75</b>	<b>R\$ 7.448,75</b>	<b>R\$ 7.448,75</b>	<b>R\$ 7.448,75</b>	<b>R\$ 7.448,75</b>	<b>R\$ 7.448,75</b>	<b>R\$ 7.448,75</b>
Capital de Giro	R\$ 1.500,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
<b>Saldo do Caixa</b>	<b>R\$ 1.354,38</b>	<b>R\$ 1.208,75</b>	<b>R\$ 1.063,13</b>	<b>R\$ 4.714,69</b>	<b>R\$ 8.366,26</b>	<b>R\$ 15.815,01</b>	<b>R\$ 23.263,76</b>	<b>R\$ 30.712,52</b>	<b>R\$ 38.161,27</b>	<b>R\$ 45.610,02</b>	<b>R\$ 53.058,78</b>	<b>R\$ 60.507,53</b>

FONTE: Elaborado pelo autor (2016)

Através do resultado previsto e com o valor do investimento inicial é possível fazer uma projeção do *Payback* e da Taxa de Retorno do Investimento – TIR conforme a Tabela 13. O *Payback* apresentado foi de 11 meses e a taxa de retorno do investimento foi de 1,32% considerando os doze primeiros meses.

TABELA 13 - PAYBACK E TAXA DE RETORNO DO INVESTIMENTO

Investimento Inicial	R\$ 51.300,00
Capital de Giro	R\$ 1.500,00
Pay Back	11 meses
Taxa Retorno Investimento	1,32%
0	-R\$ 52.800,00
1	-R\$ 145,62
2	-R\$ 145,62
3	-R\$ 145,62
4	R\$ 3.651,56
5	R\$ 3.651,56
6	R\$ 7.448,75
7	R\$ 7.448,75
8	R\$ 7.448,75
9	R\$ 7.448,75
10	R\$ 7.448,75
11	R\$ 7.448,75
12	R\$ 7.448,75

FONTE: Elaborado pelo autor (2016)

#### 4.5 PLANO JURÍDICO

A empresa será enquadrada no simples nacional conforme tabela V no setor de serviços com receita bruta anual entre R\$180.000,01 a R\$360.000,00. Em atendimento a Lei 12.741/2012 – Lei do Imposto na Nota Fiscal os impostos federais considerados totalizam 10,65% e o imposto municipal 2,79% totalizando 13,44%.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração de um plano de negócio é fundamental para definição do negócio e verificação da viabilidade econômica de transformar uma ideia em um negócio rentável. As análises necessárias para compor um plano de negócio são variadas, contemplam desde análise de ambiente e estratégia de mercado até análises financeiras definindo recursos necessários para implantação do negócio.

Após a elaboração deste plano foi possível verificar que ainda há possibilidade de implantação de estúdios de pilates na cidade de Curitiba, porém existem análises a serem realizadas tais como as análises realizadas neste trabalho. A correta escolha da localização, a definição do preço e a estratégia da empresa é fundamental para que tenha uma possibilidade do empreendimento ter sucesso.

As decisões localização e definição de preço demandam uma pesquisa de mercado como busca dos empreendimentos existentes, renda familiar média, população total e custo médio de implantação de cada bairro da cidade. Com todos estes dados será possível tomar uma decisão de onde será possível implementar um estúdio com possibilidade de obter um negócio lucrativo.

O estudo de criação de um plano de negócio se torna interessante para entender as diversas análises necessárias antes de decidir transformar uma ideia em um empreendimento, com este estudo é possível entender o motivo pelo qual existe um grande número de empresas que encerram as atividades nos primeiros anos, que é a taxa de mortalidade das empresas como mencionado na justificativa do estudo.

## REFERÊNCIAS

PORTAL BRASIL. **Pesquisa revela aumento na prática de atividades físicas.**

Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/saude/2014/05/pesquisa-revela-aumento-na-pratica-de-atividades-fisicas>. Acesso em 09/07/2016.

COSTA, R. **A Força do Pilates.** Disponível em:

[http://istoe.com.br/164519\\_A+FORCA+DO+PILATES/](http://istoe.com.br/164519_A+FORCA+DO+PILATES/). Acesso em 10/07/2016.

IBPT. **Causas de Desaparecimento das Micro e Pequenas Empresas.** Disponível em:

<http://www.ibpt.com.br/img/uploads/novelty/estudo/701/CausasDeDesaparecimentoDasMicrosEPequenasEmpresas.pdf>. Acesso em 15/07/2016.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=410690&search=parana|curitiba>>. Acesso em 14/08/2016.

SEBRAE. Cálculo de Imposto a Ser Incluído na Nota Fiscal. Disponível em: <<http://www.impostonanota.sebrae.com.br/index.php/tributacao/calculo>>. Acesso em 28/08/2016.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo:** como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

WILDAUER, E. **Plano de negócios:** elementos constitutivos e processo de elaboração. Curitiba: Ibpex, 2011.

PORTER, M. **Estratégia competitiva:** técnicas para análise de indústrias. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

## ANEXO – ANÁLISE SWOT

<b>S - STREIGHT - PONTOS FORTE</b>	<b>W - WEAKNESS - PONTO FRACOS</b>
<p>A empresa terá profissionais qualificados e treinados</p> <p>A empresa proverá atendimento mais personalizado</p>	<p>A empresa precisa conquistar espaço no mercado</p> <p>Possibilidade de não aceitação de um novo estúdio no bairro</p> <p>A empresa inicialmente proverá apenas atividades de pilates</p> <p>Preço alto a ser cobrado pelo serviço personalizado</p>
<b>O - OPPORTUNITY - OPORTUNIDADE</b>	<b>T - THREAT - AMEAÇA</b>
<p>Aumento da busca por atividades físicas</p> <p>Bairro com alto poder aquisitivo</p>	<p>Já existem estúdios de pilates na região</p> <p>Concorrência com outros tipos de atividades (academias, Crossfit e treinos funcionais)</p>

<b>AMEAÇA COM PONTOS FRACOS</b>	<b>AMEAÇA COM PONTOS FORTES</b>
<p>Já existem estúdios de pilates na região e a empresa precisa conquistar espaço no mercado com a possibilidade de não aceitação de um novo estúdio de pilates na região.</p> <p>Concorrência com outros tipos de atividade e o estúdio inicialmente proverá apenas atividades de pilates</p>	<p>Já existem estúdios de pilates na região e a empresa terá profissionais qualificados e treinados e atendimento personalizado</p> <p>Concorrência com outros tipos de atividades (academias, Crossfit e treinos funcionais) e a empresa terá atendimento personalizado</p>
<b>OPORTUNIDADE COM PONTOS FRACOS</b>	<b>OPORTUNIDADE COM PONTOS FORTES</b>
<p>Aumento da busca por atividades físicas e a empresa precisa conquistar seu espaço no mercado e inicialmente a empresa proverá apenas atividades de pilates</p> <p>Bairro com alto poder aquisitivo e preço alto a ser cobrado pelo serviço personalizado</p>	<p>Aumento pela busca por atividades físicas e a empresa terá profissionais qualificados e treinados</p> <p>Bairro com alto poder aquisitivo e a empresa proverá atendimento mais personalizado</p>

<b>AMEAÇA COM PONTOS FRACOS</b>	<b>AMEAÇA COM PONTOS FORTES</b>
<p>Criar um plano de marketing adequado para divulgar a empresa</p> <p>Criar um plano de desenvolvimento a médio prazo para ofertar mais serviços de atividades de condicionamento físico na empresa</p>	<p>Manter o foco no diferencial de atendimento personalizado com profissionais altamente qualificados</p> <p>Diversificar os serviços ofertados</p>
<b>OPORTUNIDADE COM PONTOS FRACOS</b>	<b>OPORTUNIDADE COM PONTOS FORTES</b>
<p>Diversificar serviços ofertados para atender um público variado</p> <p>Criar um plano para sempre prover um serviço diferenciado aos clientes</p>	<p>Manter uma rotina de treinamento aos profissionais da empresa para sempre prover um atendimento qualificado e diferenciado mantendo uma baixa rotatividade de profissionais</p> <p>Manter o plano de desenvolvimento de funcionários e a estrutura física necessária fidelizar os clientes</p>