



UNICEPLAC
CENTRO UNIVERSITÁRIO

Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos - UNICEPLAC
Curso de Educação Física
Trabalho de Conclusão de Curso

Projeto Empresar: LIVE ACTIVE

Gama-DF
2021

FERNANDO LOPES GUEDES

Projeto Empresar: LIVE ACTIVE

Projeto Empresa apresentado como requisito para
conclusão do curso de Bacharelado em Educação
Física pelo Centro Universitário do Planalto Central
Aparecido dos Santos – Uniceplac.

Orientador: Prof.Dr. Daniel Tavares de Andrade

Gama-DF

2021

FERNANDO LOPES GUEDES

Live Active

Projeto Empresa apresentado como requisito para conclusão do curso de Bacharelado em Educação Física pelo Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac.

Gama, 21 de novembro de 2022.

Banca Examinadora



Prof. Me. Daniel Tavares de Andrade
Orientador



Prof. Dr. Rafael dos Reis Vieira Olher
Examinador

Live Active

Fernando Lopes Guedes

Resumo:

Desenvolvimento para criação de uma empresa que forneça serviços de qualidade de vida e atividades para moradores de condomínios fechados, que buscam uma melhora na sua saúde no estilo de vida.

A busca por segurança domiciliar vem crescendo ao longo dos anos e a procura por um local atrativo e seguro e maior, e devido a pandemia e o isolamento social acarretou vários fatores que fizeram as pessoas não saírem de casa, se alimentarem de forma incorreta e levanto até mesmo ao um alto nível de sedentarismo e uma baixa pratica de atividade física. Em cima disso o trabalho apresentado e benéfico a moradores de condomínios fechado que gostariam de praticar alguma atividade física e buscar por uma orientação e prescrição de exercícios, uma empresa que presta serviços benéfico a moradores e que contem com profissional orientando e promovendo o bem estar e realizando momento de lazer a todos.

Palavras-chave:Atividade físicas, Qualidade de Vida, Empreendimento, Saúde e Bem-estar, Lazer.

Abstract:

Development for the creation of a company that provides quality of life services and activities for residents of gated communities, who seek an improvement in their health and lifestyle.

The search for home security has been growing over the years and the demand for an attractive and safe place is greater, and due to the pandemic and social isolation caused several factors that made people not leave home, eat incorrectly, leading even to a high level of sedentary lifestyle and a low practice of physical activity. On top of this, the work presented is beneficial to residents of gated communities who would like to practice some physical activity and seek guidance and prescription of exercises, a company that provides charitable services to residents and that has a professional guiding and promoting the welfare and performing leisure time for all.

Keywords: Physical activity, quality of life, entrepreneurship, health and well-being, leisure.

1INTRODUÇÃO

A Violência nos centros das cidades brasileiras vem crescendo expressivamente aos longos dos anos. Indicadores epidemiológicos e criminais a parti de evento letais e não letais tem demonstrado uma magnitude e uma intensidade sem precedentes (Souza, Lima, 2006) mostram em observação que o nível de letalidade é maior do que em países em situação de guerra.

A taxa de mortalidade na região do centro-oeste realizada em uma pesquisa em 2006, demonstra que Brasília/DF entre os sexos masculino e feminino causadas por mortes externas por uma taxa de 100 mil habitantes é de 78,6% na região de Brasília ambos os sexos, já em mortes causadas por Homicídios é de 33,8(Souza, Lima, 2006).

Hoje devido a tanta violência o povo brasileiro busca morar em locais seguros ou até mesmo regiões onde a criminalidade e menor. Devido a isso a busca por morar em condomínios fechados ser torna maior, pois os condomínios além de serem fechado traz uma sensação de conforto e segurança para os indivíduos. De acordo com (Godoy, 2018) em seu livro (Técnicas de segurança em condomínios 5º Edição, 2018) que na esperança na busca por uma vida segura e tranquila, muito buscam condomínios fechados, pois dentro a vários outros fatores que ajudam na segurança e na prestação de serviços para os moradores.

Além dos condomínios proporcionar uma segurança, e uma conforto para os moradores, também tem como algo essencial as suas áreas de lazer como; Piscinas infantil e adultas, quadra de esporte, muito dos condomínios de agora tem academia, e equipamento para proporcionar uma qualidade de vida para os moradores. Um dos principais atrativos por uma busca em morar em condomínios fechados são as elaborações de áreas de lazer com estruturas, mobilidade e equipamentos cada vez mais satisfatórios para os moradores, (Martyn, 2008).

Em um estudo feito pela (Garcês, 2021), indicar que a pandemia da COVID-19 gerou impactos negativos no nível de atividade física, sedentarismo e compulsão alimentar afetando a população adulta e indivíduos com exceção de peso e obesidade, indicando também a inatividade física. A pandemia deixou muitas pessoas sem realizar atividade física, é praticar de lazer. Passamos por um processo de adaptação, academia, locais de práticas de atividade físicas e lazer fechados. Muitos que tinha um estilo de vida ativo antes tiveram que ficar em isolamento, tivera que ficar em casa é acabaram entrando no estado de compulsão alimentar devido ao tédio.

De acordo com (Garcês, 2021), estudo recente mostra que houve uma diminuição na prevalência de indivíduos ativos e diminuição na prática de atividades físicas durante o isolamento social da pandemia do COVID-19, ouve também o aumento do comportamento sedentário devido as pessoas estarem passando mais tempo dentro de casa.

Hoje sabemos que a prática de atividades é de extrema importância para melhora do estilo de vida da sociedade, é um papel fundamenta para manutenção da saúde para todas as idades. Além disso, a prática regular de atividades física traz vários benefícios para os indivíduos sendo físico ou mental. (Pasa,2017), a prática de atividade física regular e seus benefícios para a saúde é vista como importante aliada contra as consequências que parecem ser bastante claras e aparece como um dos fatores de maior probabilidade ao desenvolver doenças crônicas degenerativas.

A inatividade física acarreta vários fatores não benéficos para a sociedade, nos últimos tempos a não realização de práticas de atividades físicas proporciona o sedentarismo e outras problematização como doenças cardiovasculares e afeta o bem-estar das pessoas. A traves de uma pesquisa realizada por (Pieron,2003) com estudos epidemiológicos mostram que há uma proporção inversa entre o nível de atividade física habitual e o risco de doença cardiovascular, mostra que a prática de atividade física traz vários benefícios para os praticantes.

Apesar de todos esses fatores, não há profissionais que atuem dentro de condomínios, orientando e prescrevendo exercícios físicos e proporcionando qualidade de vida dos moradores. (Andrade, et al., 2002), realizaram uma pesquisa de campo, onde mostram que não há profissionais que incentive e oriente a prática de atividades físicas em condomínios.

2JUSTIFICATIVA

Tendo em vista dados da CODEPLAN – Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios (PDAD 2013/14), mostra que o número de ocupantes em apartamentos é maior do que indivíduos que moram em casas normais. Número de pessoas que moram em apartamentos é de 27.384 equivalente de 69,57% da população de Águas Claras (DF), sendo maior do que as pessoas que residem em casas que é de 11.198, 28,45% isso no centro de Águas Claras, sendo que temos Águas Claras vertical onde esses números já se alteram, mas a quantidade de pessoas que residem em apartamento ainda é maior.

Usando esses dados fornecidos pela (Codeplan, 2014), e com a carência de profissionais dentro dos condomínios orientando moradores em práticas de atividades físicas e usufruindo dos

atrativos que complementa um condomínio, será desenvolvida uma empresa que atenda essas necessidades, de orientação e prescrição de exercícios e atividades físicas dentro de condomínios fechados.

3 OBJETIVO

Geral:

- Criar uma empresa de prestação de serviços de prescrição de atividades físicas para moradores de condomínios fechados.

4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Serviços**
 - Realizar estudo de mercado da região de Brasília;
 - Identificar público-alvo
 - Estruturar o plano de negócios
 - Estruturar o plano de marketing

5 FERRAMENTAS

5.1 Análise SWOT

Criada por Albert Humphrey, a matriz SWOT é uma análise simples do ambiente usada no planejamento de empresas. É uma ferramenta de fácil manuseio com finalidade de avaliar os ambientes internos e externos criando estratégias para organização com o intuito de ajudar no processo de análise e tomada de decisão (Bovo, 2016).

SWOT é um acrônimo das palavras em inglês: *strengths, weaknesses, opportunities e threats*, que significam respectivamente em português: forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Como demonstra o quadro abaixo:

Figura 1 – Matriz SWOT, Fonte: Humanidades & Inovação, v. 3, n. 3, 2016



No primeiro quadrante, será citado o ponto forte da empresa fatores internos que faz com que a empresa tenha aquilo como atrativo para os clientes e pontos que podem ajudar a empresar a entrar no mercado. Já no segundo quadro, ainda em fatores internos temos a nossa fraqueza, que é algo que pode atrapalhar em certas situações. Agora em fatores externos, temos a nossa oportunidade onde podemos aproveitar certas coisas para melhora a nossa empresa. Na área da ameaça é onde colocaremos algo que pode atrapalhar ou não nos beneficiar.

Quadro 1 – Análise SWOT

| FORÇA | FRAQUEZA |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Atendimento • Boa relação com síndicos locais. • Qualidade de vida, sem precisar buscar academia. • Parcerias. | <ul style="list-style-type: none"> • Quantidade de alunos, por aula. • Deslocamento • Poucos Seguidores da região. |
| OPORTUNIDADE | AMEAÇA |
| <ul style="list-style-type: none"> • Plano de Contrato • Praças na região | <ul style="list-style-type: none"> • Estúdios de treinamento personalizado na região |

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Expansão da empresa | <ul style="list-style-type: none">• Rede de academia |
|---|--|

- **FORÇA**

Atendimento; uma das coisas fundamentais para um bom funcionamento de uma empresa e o bom atendimento, através dele teremos uma boa relação com nossos clientes. A Live Active irá priorizar a qualidade no atendimento aos nossos clientes, assim transformando nossa empresar em um ambiente alegre, saudável e satisfatório por isso ser tornará um ponto forte da empresa.

Boa relação com síndicos da região; essa boa relação ser tornou um ponto importante para a empresar, pois através dela temos acesso a outros síndicos e outros condomínios. Tenho parentes que são síndicos na região, e através dessa relação posso buscar uma amplitude a mais na região onde a empresar será implantada com possibilidades de conhecer novos síndicos e temos indicações.

Qualidade de vida, sem precisar buscar uma academia; uma força que a empresar focará para minimizar a fraqueza, é trazer um estilo de vida ativos para os clientes proporcionando uma qualidade de vida com excelência, sem que eles busquem atividades físicas em locais mais distantes, a empresar estará implantada em condomínio proporcionando um serviço de qualidade e excelência, com um profissional ali orientando e prescrevendo atividades personalizadas.

Parcerias; e empresar terá um forte dentro dos campos de parceiros, algo que beneficiará os moradores, parceiros que ajudaram no crescimento da empresar e ao mesmo tempo terá sua marca divulgada dentro da Live Active. E ambos ajudarão no crescimento e na amplitude da empresa. Parceiras será importante dentro da empresar para que possamos termos um diferencial de outras ao redor.

- **FRAQUEZAS**

Quantidade de alunos, por aula; haverá uma dificuldade em relação a quantidade de alunos, por aula devido a teremos um professor e a quantidade máxima de alunos por horário seria de 8 alunos por aula. Devido a isso tornara-se uma fraqueza pois podemos perder alunos em questão a isso.

Deslocamento; uma fraqueza também que vale ressaltar é a questão da nossa locomoção, devido ao trânsito e por águas claras ter bastante sinais. Podemos sair uma a duas horas com antecedência, mais devido a acidentes outras questões que acontece em trânsito, podemos nos atrasar devido a várias outras questões de trânsito e descolamento.

Poucos seguidores da região; hoje vivemos rodeado de pessoas que utilizar rede sociais, tendo em vista isso, meu perfil pessoas não possui muitos seguidores de águas clara, é ao criar uma para a empresar não teremos um público cheio para fazer as divulgações do trabalho.

- **OPORTUNIDADES**

Plano de contrato; uma das oportunidades externas dentro da nossa empresar é um plano de contrato que podemos oferecer aos clientes, com descontos dependendo os meses que que o cliente escolher. Oferecendo um contrato para mante o vínculo com a empresar e para a empresar ter algo concreto com os clientes.

Praças na região; não pensando em só usar as áreas de lazer dos condomínios, em águas claras temos a oportunidade de utilizar as praças públicas da região para eventuais eventos com todos os moradores e pessoas que moral ao redor para um evento na região, para demonstrar e apresentar a empresa Live Active e proporcionar um lazer diferente para os clientes e moradores do entorno dos condomínios.

Expansão da empresar; uma ótima oportunidade é a expansão da empresar para outros condomínios, e uma oportunidade para adicionar outros tipos de atividades. Atividade que possar atingir outros públicos que a empresar ainda não tenha. Oportunidade pra que a empresar possa crescer, não só em águas clara, mais que ela possa ganhar nome em outras regiões do DF.

- **AMEAÇA**

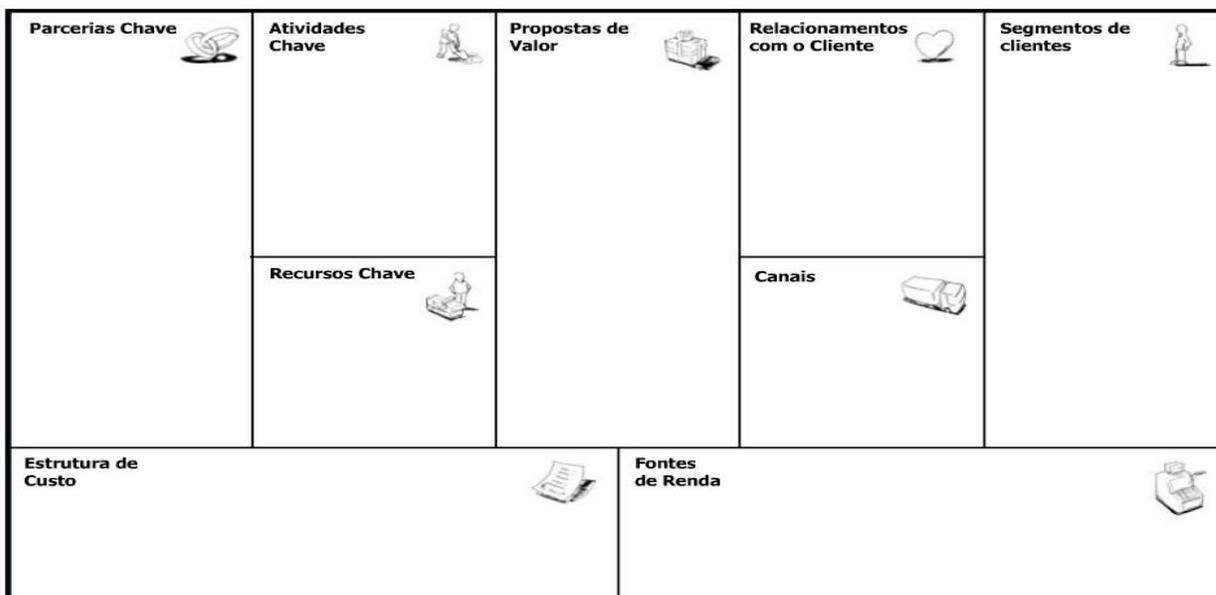
Estúdios de treinamento personalizado na região;a empresar lidara com ameaças de outras empresas de estúdios de traimento funcional na região de Águas Claras, fornecedoras de exercícios personalizados e atividades.

Rede de academia;sem contas estúdios espalhando pela região, também temos as redes de academias implantadas em shoppings e em locais movimentados de Águas Claras.

5.2 Análise Canvas

É preciso considerar que, o *Business Model Canvas* que foi criado por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur é uma maneira interativa de se criar uma ferramenta visual que apresente o modelo de negócio, por ela é possível se ter um auxílio no momento da criação de todo o empreendimento e dinamizar a análise das organizações, por isso tem gerado uma grande inclusão no mercado (Gava 2014).

Quadro 2 – Ferramenta Business Model Canvas Fonte: Osterwalder e Pigneur (2011, p.44)



O Canvas é dividido em nove blocos, onde cada um deles deve ser construído para que se torne uma boa ferramenta para o nicho em que se irá empreender. Na proposta de valor temos como foco descrever quais são os produtos e serviços que irão gerar interesse para aquela clientela. No segmento de clientes deve se pensar qual será o seu público-alvo para quem será oferecido os serviços. No canal será descrito quais serão os meios utilizados para que se mantenha contato com o seu público-alvo (Macedo, *et al.*, 2013).

No relacionamento com os clientes será descrito como e de qual tipo será a relação com os seus clientes. Nos recursos principais será descrito quais serão os recursos e atividades que vão gerar valor para o cliente. Na atividade chave será citada quais as habilidades necessárias para realizar as ações mais importantes para gerar valor aos clientes (Macedo, *et al.*, 2013).

Na parceria chave haverá as redes principais de fornecedores que farão o modelo de negócio funcionar. Na estrutura de custo terá a apresentação de todos os custos que serão necessários na operação no modelo de negócio pretendido e na fonte de receita. Dessa forma, será apresentado a maneira como a organização irá gerar lucro por meio do segmento de clientes (Macedo, *et al.*, 2013).

Sendo assim, deve ser criado um modelo do Método Canvas do Live Active para que se saiba tanto os pontos mais fortes como os mais fracos (tabela 2).

Tabela 2 – Análise Canvas

| | | | | |
|---|---|--|--|---|
| <p>Parceiros</p> <p>Salão de beleza. Loja de suplemento. Nutricionista. Clube águas correntes.</p> | <p>Atividade Chave</p> <p>Treinamento Funcional. Projeto de emagrecimento. Condicionamento, Mobilidade e flexibilidade. Momentos de Lazer.</p> | <p>Proposta de valor</p> <p>Trazer um estilo de vida ativa para sociedade, manter um nível regular de qualidade de vida, ajudando a toda sociedade.</p> | <p>Relacionamento</p> <p>Longo e duradouro, um relacionando com uma ligação direta entre professor dono e aluno. Assistência pessoal.</p> | <p>Clientes</p> <p>Moradores de condomínios fechados, de todas as idades</p> |
| <p>Recurso chave</p> <p>Plano de Negócio. Equipamentos Intelectual</p> | <p>Canal</p> <p>Aulas presenciais Instagram WhatsApp Divulgações externa</p> | <p>Custo</p> <p>Marketing. Matérias de limpeza. Investimento inicial. MEI</p> | <p>Receita</p> <p>Plano Mensal Plano Trimestral Plano Anual</p> | |

Parceiros

A busca por trazer parceiras para a empresa torna-se algo importante, pois queremos proporcionar algo novo para a empresa para que possamos ter algo atrativo na contratação do serviço fornecido pela empresa, algo que faça com que os alunos tenham vontade de nós contratar. A ideia inicia e a buscar por parceiras como salão de beleza, lojas de suplementos e uma assistência nutricional personalizada para os clientes. Como já tenha um vínculo com o clube águas correntes buscaremos uma parceira especial com o clube para que os alunos e familiares tenha um momento de diversão e lazer dentro do clube com descontos especiais.

Atividades chaves

Treinamento funcional, para que possar trazer um condicionamento físico para os moradores, ajudando na prevenção de doenças, fortalecimento de musclas e uns amplo benéficos para as articulações proporcionada pelas nossas aulas de funcional. Realização de projeto de emagrecimento com orientação e prescrição de atividade fornecendo vários outros benéficos em pro a qualidade de vida e mantendo um estilo de vida ativo de cada aluno.

Proposta de valor

De forma geral a Live Active tem o intuito de trazer um estilo de vida ativo para a sociedade, mantendo uma qualidade de vida e bem-estar de forma regular a todos. Não só ajudando os moradores mais sim a sociedade, para que adotem de forma integral a promoção a saúde e bem-estar desenvolvida por nossa empresa.

Cientes

Moradores que residem em condomínios fechados, sendo eles crianças, jovens, adultos e até mesmo idosos. Todos aqueles que queiram participar e usufruir do serviço fornecido pela empresa Live Active promovendo qualidade de vida dos moradores.

Recurso chave

Em relação a recurso a empresa terá como algo essência o plano de negócio, pois através dele teremos uma boa gestão e ajudaram na questão de tomadas de decisões visando a melhora da empresa. Equipamentos para andamentos das aulas e variedades de atividades e o intelectual, onde é um recurso chave pois ele aborda o conhecimento e a comunicação com os clientes.

Canal

De foram diretas utilizaremos as aulas presencias para instruir e comunicar nossas aulas de foram diretas, outras vias que utilizada será uma rede de comunicação que faz parte do nosso dia a dia que é o WhatsApp, será importante para a empresar porque através dele podemos nos comunicar a distância com nossos clientes. Outra plataforma será um Instagram onde terá postagens semanais e propagandas em post promovendo a empresa e a promoção a saúde e bem-estar da sociedade. As divulgações além de serem pelo WhatsApp e Instagram, também será divulgada por meios externos para que possar ser atingido toda a região.

Relacionamento

Manter um bom relacionamento com os clientes é sempre algo muito importante em qualquer prestação de serviço, a Live Active irá manter uma boa relação entre alunos, professores e gestores. Visando a ligação direta entre aluno e professor, para que possam ouvir sugestões e reclamações dos alunos e melhorar a partir desta conversa. Manter uma relação de assistência pessoal a cada cliente e contratante, tratando todos de forma exclusiva em qualquer questionamento e manter um relacionamento longo e duradouro com cada dos alunos.

Receita

A empresa Live Active trabalhara com contratos mensal, trimestral e anual para ter segurança da empresa e manter um vínculo com os clientes.

Recurso chave

Os materiais para as aulas serem desenvolvidas e ser tornaram mais amplas e atrativas com todos os equipamentos cabíveis para as aplicações de cada aula. Curso especializadas para melhorar a cada aula e os clientes sentirem segurança com um profissional especializado na área de atuação e para trazer uma boa aula e melhorar a qualidade de vida de todos os alunos.

Custo

O investimento de extrema importância primeiramente é nos equipamentos para abertura da empresa. Após a compra o foco ficar na questão do marketing da empresa e ser tornara um investimento mensal para manter a apresentação e publicações da empresa e atendimento aos clientes. Custo com materiais de limpeza para higienizar os equipamentos a após cada aula e uma limpeza externa, pagamento mensais dos impostos de Microempreendedor(MEI), para que a empresa fique regularizada para o fornecimento dos serviços. Gasto mensais para rotatividade da empresa em geral, pagamento do investimento inicial.

6 PLANO DE NEGÓCIO

É preciso considerar que, atualmente, existem diversas ferramentas que servem como orientação, entre elas temos o Plano de Negócios que permite acompanhar e analisar o seu negócio, mas antes de criá-lo é de extrema importância que procure conhecer o mercado e o segmento que deseja se inserir. Serve também para demonstrar qual é o produto, quais serão os gastos, quem irá empreender, a quantidade de cliente e qual o público alvo e projeções financeiras que estejam ligadas à custos fixos, variáveis e iniciais (Biagio, et al., 2017). Para que se tenha uma boa administração de seu empreendimento se faz necessário um bom Plano de Negócios,

contendo nele o rumo que seu negócio irá seguir e as suas estratégias necessárias para que o empreendimento possa ter continuidade e êxito (PRADO, 2002).

O Plano de Negócios serve para que o empreendedor consiga ter uma maior facilidade nos momentos em que for necessário tomar uma decisão para ser bem-sucedido, também possa estar informado das ameaças e oportunidades que enfrentará durante o passar dos tempos e ter uma planilha de lucros e gastos. Com tudo isso potencializando o seu empreendimento no mercado, fazendo com que tenha uma boa inserção. O Plano de Negócios também busca fazer que o empreendedor tenha um maior planejamento e não busque abrir algo somente pelo “entusiasmo” (Biagio, et al., 2017).

Deve ser usado no início o Plano de Negócios, por ser uma linguagem de comunicação. Após o momento em que se tem a ideia é importante buscar a elaboração dessa para que o empreendedor busque saber mais do produto e do quanto será necessário para todo esse processo, da mesma forma possa ter consciência do possível sucesso ou fracasso, para que com isso saiba reverter a situação a qual pode se encontrar (Biagio, et al., 2017).

6.1 Descrição da empresa

A empresa Live Active trata-se de uma empresa direcionada para atividades físicas e exercícios físicos dentro de condomínios na região de Águas Claras (DF), trazendo aulas de funcional, alongamento e momentos de lazer. Visando o bem-estar dos moradores com exercícios que ajudaram na mobilidade do dia-dia e em atividades domésticas e no bom funcionamento do corpo em momento de trabalho.

6.2 Estrutura Legal

No momento o Programa Ative Active não tem um condomínio determinado para ser implantada, mas sabemos o quanto é importante e necessário cumprir com as legislações fiscais, trabalhistas, empresariais. Como toda empresa prestadora de serviços a Live Active será registrada tendo CNPJ, com as descrições dos nossos serviços e correspondendo a todas as normas necessárias para o funcionamento da empresa.

6.3 Análise de mercado

Em busca de uma melhora de qualidade de vida da sociedade, visar que após a pandemia o aumento na prática de quaisquer atividades físicas veio crescendo. Usando dados em uma pesquisa feita por (Andrade, et al., 2002), onde realizaram uma pesquisa em condomínios sobre a prática de atividades físicas dos moradores, onde os resultados foram que moradores de

condomínios fechado, não pratica atividades regulamente e querem praticar, mas a buscar por uma academia e uma rotina de trabalho dificultam essas práticas, devida a chegarem do trabalho cansado e ainda terem que ser realocar até uma academia. Em cima disso foi feito a análise dentro do campo de mercado, sobre a visão geral do rumo da empresa.

6.4 Estratégia de Marketing

De acordo com nossa análise de mercado, a buscar por fornece qualidade de vida a moradores de condomínios para promover o bem-estar. A empresa Live Active terá como papel fundamental para promover a empresa a chegar a todos condomínios, visando plataforma como as redes sociais e meios de comunicação. Tais eles como; Instagram por meios de divulgações, WhatsApp um meio de comunicação onde podemos trazer informações e retirada de dúvidas. Outro meio de divulgação será através de eventos públicos para apresentar a empresa e as parceiras que está junto com a Live Active. Promovendo assim a empresa, mostrando a importância da atividade física e os benefícios que a empresa pode fornecer para os clientes. Será criado uma página no Instagram para divulgação do trabalho, parceiras, condôminos que já usufruí destes serviços.

6.5 Plano de Receita

Tabela 3 – Plano de Receita

| PLANO DE RECEITA | | | |
|-------------------------|---------------|-------------------|-----------------|
| | MENSAL | TRIMESTRAL | ANUAL |
| ATIVIDADES | 200 | 450,00 | 1.200,00 |

6.7
Inv
esti
me

ntos

O investimento inicial será todo para a compra de equipamento e outros custos essenciais para abertura da empresa, após a compras parceladas dos equipamento das aulas daremos prioridade para a compras de outros matérias como o de limpeza, custo de programas de marketing e outros custos.

Tabela 4 – Custos fixos mensal

| CUSTO FIXO MENSAL | |
|--------------------------|--------------|
| Produtos | Valor |
| | |

| | |
|--------------------------|------------|
| Descolamento (Gasolina) | R\$280,00 |
| Programa Pro Canvas | R\$34,90 |
| Taxa do MEI | R\$; 65,60 |
| Máquina de Cartão | R\$ 26,90 |
| VALOR: R\$ 407,40 | |

É necessário materiais de limpeza e higiene dos equipamentos e matérias das aulas, e alguns produtos para fazer uma limpeza externa.

Tabela 4– Custos de produtos de limpeza

| CUSTO PRODUTOS DE LIMPEZA DOS MATERIAS | | |
|---|-------------------|----------------|
| Produtos | Quantidade | Valores |
| Álcool 70% 5l | 1 | R\$53,99 |
| Flanelas | 5 | R\$ 10,00 |
| Detergente | 02 | R\$4,38 |
| Esponja | 02 | R\$3,98 |
| VALOR: R\$ 72,55 | | |

Entretanto, se tem os materiais de aulas que serão necessários para que se possa ministrar as aulas, acompanhado dos valores de cada equipamento (tabela 6);

Tabela 6 – Custos matérias e equipamento

| CUSTO DOS MATERIAS DAS AULAS | | | |
|-------------------------------------|---------------------|-----------------------|--------------------|
| Quantidade | Produto | Valor unitário | Valor total |
| 12 | Cone demarcação | R\$; 4,57 | R\$ 54,84 |
| 12 | Cone chapéu | R\$; 2,57 | R\$ 30,84 |
| 1 | Escada de Agilidade | R\$; 76,19 | R\$ 76,19 |
| 2 | Roda Abdominal | R\$; 40,00 | R\$80,00 |
| 8 | Step 90 x 28 14cm | R\$; 159,30 | R\$ 1.274,40 |
| 8 | Colchonetes AG90 | R\$; 85,00 | R\$ 680,00 |

| | | | |
|----------------------------|-----------------------|-------------|------------|
| 4 | Bola Suíça | R\$; 88,00 | R 352,00 |
| 10 | Bastão de Alongamento | R\$; 24,90 | R\$ 249,00 |
| 4 | Par Halteres 2kg | R\$; 30,00 | R\$ 120,00 |
| 4 | Par Halteres 5kg | R\$;46,49 | R\$ 185,96 |
| 4 | Par Halteres 10kg | R\$; 70,74 | R\$ 282,96 |
| 8 | Kettlebell 4kg | R\$;67,20 | R\$ 537,60 |
| 8 | Kettlebell 6kg | R\$; 100,00 | R\$ 800,00 |
| 4 | Kettlebell 8kg | R\$;132,80 | R\$531,20 |
| 4 | Kettlebell 10kg | R\$;152,91 | R\$ 611,64 |
| 4 | Kettlebell 12kg | R\$;198,00 | R\$792,00 |
| 4 | Kettlebell 16kg | R\$;216,58 | R\$ 866,32 |
| 1 | Corda Naval 7 metros | R\$;194,93 | R\$194,93 |
| 4 | Corda de pular | R\$;9,90 | R\$39,60 |
| TOTAL: R\$ 7.759,48 | | | |

6.8 Investimento e viabilidade econômica

O recurso inicial será totalmente vindo de recursos próprios, para realizar as compras dos materiais essenciais para dar início abertura da empresa, os materiais serão comprados de forma parcelada para que possamos pagar com o decorrer do tempo.

A empresa fornecerá o serviço com forma de contrato, para que possamos ter uma segurança econômica com os alunos, contrato simples de serviço. Oferecer uma proposta primeiramente aos responsáveis pela contratação de serviços em condomínio, após isso realizar uma apresentação para os moradores é oferecer nossos planos de contrato para cada cliente que deseja usufruir do serviço.

Tabela 7 – Viabilidade econômica

| VIABILIDADE ECONÔMICA | |
|------------------------------|--|
| OTIMISTA | Condomínios: 3 Quantidade máxima de alunos: 50 alunos |

| | |
|-------------------------|---|
| | Receita de alunos pagantes no mês: 10.000,00 Receita de alunos pagantes no plano anual: 120.000,00 |
| REALISTA | Condomínios: 3 Quantidade mínima de alunos: 40 alunos Receita de alunos pagantes por mês: 8.000,00 Receita de alunos pagantes por ano: 96.000,00 |
| PESSIMISTA | Condomínios: 2 Quantidade abaixo de alunos: 25 alunos Receita de alunos pagantes por mês: 5.000,00 Receita de alunos pagante por ano: 60.000,00 |
| MUITO PESSIMISTA | Condomínios: 2 Quantidade muito abaixo de alunos: 13 alunos Receita de alunos pagantes por mês: 2.600,00 Receita de alunos pagantes por ano: 31.200,00 |

É preciso considerar que para a abertura da Live Active devemos ter o investimento inicial para a compra dos materiais necessários para as aulas.

Tabela 8 – Investimento Total

| INVESTIMENTO TOTAL | |
|-------------------------------|--------------|
| Investimento dos equipamentos | R\$ 7.759,48 |
| Valor: R\$ 7.759,48 | |

Com a criação da Live Active temos o gasto mensal que vai do pagamento fixo de alguns serviços até material de limpeza para sempre termos em uso.

Tabela 9 – Custos mensais

| SOMA TOTAL CUSTOS MENSAIS | |
|----------------------------------|------------|
| Custos matérias de limpeza | R\$ 72,55 |
| Custos fixos mensais | R\$ 407,40 |
| Valor: R\$ 479,95 | |

Os Paybacks da Live Active foram calculados em diversas viabilidades econômicas para que se possa saber o tempo de retorno de cada um deles e que tenhamos conhecimento de quanto tempo irá demorar para que o dinheiro tenha retornado.

Tabela 10 - Paybacks dos meses

| PAYBACK | |
|-------------------------|---------|
| MUITO PESSIMISTA | 4 MESES |
| PESSIMISTA | 2 MESES |
| REALISTA | 2 MESES |
| OTIMISTA | 1 MESES |

No Playback muito pessimista, a quantidade de alunos conseguir realizar o pagamento fixado custo mensal do valor investido no início de R\$ 7.759,48 em um curto prazo, já obtendo resultados positivos em poucos meses de abertura.

Tabela 11 – Payback muito pessimista

| PAYBACK MUITO PESSIMINSTA | | | | | |
|----------------------------------|--------------|----------------|--------------------------|-------------------|--------------------------------------|
| Nº DE ALUNOS | MESES | RECEITA | CUSTO MENSAL FIXO | LUCRO REAL | QUITAÇÃO INVESTIMENTO INICIAL |
| | | | | | R\$ -7.759,48 |
| 13 | 1 | 2.600,00 | 479,95 | 2.120,05 | R\$ - 5.639,43 |
| 13 | 2 | 2.600,00 | 479,95 | 2.120,05 | R\$ - 3.519,38 |
| 13 | 3 | 2.600,00 | 479,95 | 2.120,05 | R\$ - 1.399,33 |
| 13 | 4 | 2.600,00 | 479,95 | 2.120,05 | R\$ 720,72 |
| 13 | 5 | 2.600,00 | 479,95 | 2.120,05 | R\$ 2.840,77 |
| PAYBACK: 4 MESES | | | | | |

O Playback pessimista já temos um retorno em muito pouco tempo, a quantidade de alunos já é o suficiente para equitação do investimento inicial da abertura da empresa, pois 25

alunos sendo dividido em 2 condomínios que a empresar atuar já proporcionar resultados em um prazo muitocurto.

Tabela 12 – Payback Pessimista

| PAYBACK PESSIMISTA | | | | | |
|---------------------------|--------------|----------------|--------------------------|-------------------|--------------------------------------|
| Nº DE ALUNOS | MESES | RECEITA | CUSTO MENSAL FIXO | LUCRO REAL | QUITACÃO INVESTIMENTO INICIAL |
| | | | | | R\$ -7.759,48 |
| 25 | 1 | 5.000,00 | 479,95 | 4.520,05 | R\$ -3.239,43 |
| 25 | 2 | 5.000,00 | 479,95 | 4.520,05 | R\$ 1.280,62 |
| 25 | 3 | 5.000,00 | 479,95 | 4.520,05 | R\$ 5.800,67 |
| 25 | 4 | 5.000,00 | 479,95 | 4.520,05 | R\$ 10.320,72 |
| PAYBACK: 2 MESES | | | | | |

Já no Playback realista o pagamento do investimento inicial vem de maneira mais rápida com uma quantidade de 40 alunos sendo eles dividido em 3 condomínios a dívida de investimento e paga no segundo mês de abertura da empresar, tendo bons resultados ao logo do ano.

Tabela 13 – Payback Realista

| PAYBACK REALISTA | | | | | |
|-------------------------|--------------|----------------|--------------------------|-------------------|--------------------------------------|
| Nº DE ALUNOS | MESES | RECEITA | CUSTO MENSAL FIXO | LUCRO REAL | QUITACÃO INVESTIMENTO INICIAL |
| | | | | | R\$ -7.759,48 |
| 40 | 1 | 8.000,00 | 479,95 | 7.520,05 | R\$ - 239,43 |
| 40 | 2 | 8.000,00 | 479,95 | 7.520,05 | R\$ 7.280,62 |
| 40 | 3 | 8.000,00 | 479,95 | 7.520,05 | R\$ 14.800,67 |

PAYBACK: 2 MESES

No Playback otimista, nua faixa de 50 alunos dividido em 3 condomínios média de 16 ou 17 alunos por condomínios o resultado é imediato, a quitação do investimento inicial vem logo nos primeiros meses de abertura tendo resultados a longo prazo.

Tabela 14 – Payback Otimista.

| PAYBACK OTIMISTA | | | | | |
|-------------------------|--------------|----------------|--------------------------|-------------------|--------------------------------------|
| Nº DE ALUNOS | MESES | RECEITA | CUSTO MENSAL FIXO | LUCRO REAL | QUITAÇÃO INVESTIMENTO INICIAL |
| | | | | | R\$ -7.759,48 |
| 50 | 1 | 10.000,00 | 479,95 | 9.520,05 | R\$ 1.760,57 |
| PAYBACK: 1 MESES | | | | | |

6.9 Logomarca

A logomarca traz a representatividade da atividade física, com uma frase representando o estímulo a saúde. Criada pra ser atrativa e chamativa para os clientes, onde eles possam ver e entender o intuito da empresa em relação aos serviços que ela está disposta a fornecer a cada condomínio e alunos que contratar os nossos serviços.

Imagem 3 – Logomarca



7DIVISÃO INTERNA LIVE ACTIVE

7.1 Aulas

As aulas serão segundas, quarta e sexta três vezes por semana sendo todos os horários disponíveis a noite.

No início da semana daremos aula de alongamento para começar a semana com horários acessíveis para todos os moradores incluso, um horário que dá tempo de todos chegarem do trabalho, na terça teremos o funcional no mesmo horário do alongamento.

Duas vezes no mês, será realizado aulão para todos, onde iremos fazer um evento especial pelo menos uma vez no mês realizando aulas de ritmos, funcional e um momento especial de lazer para todos.

| ALONGAMENTO | | | |
|---|----------------|----------------------------|------------------|
| Aulas condomínio, Segunda – Feira. | | | |
| Aula | Horário | Nº de alunos máximo | Professor |
| 01 | 18:00-19:00 | 8 | Fernando Lopes |
| 02 | 19:20-20:20 | 8 | Fernando Lopes |
| 03 | 20:30-21:30 | 8 | Fernando Lopes |

Tabela 15 – Aulas de Alongamento

Funcional dependendo da demanda sobre as aulas, terá o acréscimo de horários, para que possamos melhorar o atendimento a todos. Mais de início as aulas aconteceram nas terças-feiras.

Tabela 16 – Aulas de Funcional

| TREINAMENTO FUNCIONAL | | | |
|--|----------------|----------------------------|------------------|
| Aulas condomínio, quarta e sexta. | | | |
| Aula | Horário | Nº de alunos máximo | Professor |
| 01 | 18:00-19:00 | 10 | Fernando Lopes |

| | | | |
|----|-------------|----|----------------|
| 02 | 19:20-20:20 | 10 | Fernando Lopes |
| 03 | 20:30-21:30 | 10 | Fernando Lopes |

Duas vezes por mês vamos realizar aula para todos conhecer a empresa, onde teremos convidados para as aulas, para torna algo mais atrativo. Dando kit com as parceiras envolvidas com a empresa, algo diferente das atividades exclusas do condomínio.

Tabela 17 – Aulas Especiais Sábados

| AULÃO SABADO | | | |
|--------------------------|----------------|----------------------------|-----------------------|
| Duas vezes no mês | | | |
| Aula | Horário | Nº de alunos máximo | Professor |
| Sábado 1 | 16:20-19:00 | 15 | Professor + Convidado |
| Sábado 2 | 16:20-19:00 | 15 | Professor + Convidado |

7.2 Mercado Consumidor

O mercado de consumidor são moradores de condomínios fechado que queria praticar atividade física sem precisar sair de casa e ser realocarem até uma academia no centro da cidade, a prática pode ser realizada por crianças, jovens, adultos e idosos. Não tem uma idade especificas para a prática de atividades físicas, todos aqueles que estejam dispostos a participar e contratar o serviço será bem-vindo.

7.3 Localização da empresa

A Live Active não tem fixo, mas iram atuar na região de Águas Claras (DF) atuando em condomínios da região levando o serviço a todos os moradores, que usufruir das atividades e contratar os serviços.

7.4 Infraestrutura

Em questão a infraestrutura será definida de acordo com a estrutura dos locais de atividade dos condomínios. E necessário uma quadra de esporte onde possa ter aulas coletivas de funcional, ou até mesmo um espaço de lazer para que possa ter as aulas, academia dentro dos condomínios para facilitar em alguns exercícios específicos, mais caso não haja academia o professor irá trazer os equipamento e matérias das aulas do dia.

7.5 Atividades

desenvolvidas/Produtos a serem oferecidos

A Live Active será três modalidades especificar para os clientes, sendo elas; Aulas de treinamento funcional coletivo, alongamento (Mobilidade e flexibilidade) e momento de lazer entre todos.

8CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos fatos da elaboração deste trabalho a abertura da Live Active tem total viabilidade, colocando em pratica os pontos positivos e negativos relatado no trabalho e realizando uma boa análise para que a abertura da empresa tenha 100% de probabilidade de dá certo. Colocando em pratica o plano de negócios a população de Águas Claras (DF) terá atividades físicas direcionada para o bem-estar de moradores de condomínios fechados, melhorando os aspectos de estilo de vida ativo, trazendo um bom relacionamento e convívio dos moradores, visando sempre a qualidade de vida.

REFERÊNCIAS

SOUZA, Edinilsa Ramos de; LIMA, Maria Luiza Carvalho de. Panorama da violência urbana no Brasil e suas capitais. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 11, p. 1212-1214, 2007.

GODOY, José Elias de. **TÉCNICAS DE SEGURANÇA EM CONDOMÍNIOS**. 5. ed. São Paulo: Senac, 2018. 248 p.

MARTYN, Margaret Lima. **Estágios do ciclo de vida familiar e utilização de áreas de lazer de condomínios residenciais**. 2008. 164 f. Tese Doutorado - Curso de Engenharia Civil, Programa de Pós- Graduação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

GARCÊS, Caroline Pereira. **EFEITOS NEGATIVOS DO PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL CAUSADO PELA PANDEMIA DE COVID-19 NO COMPORTAMENTO SEDENTÁRIO, NÍVEL DE ATIVIDADE FÍSICA E COMPULSÃO ALIMENTAR EM ADULTOS COM SOBREPESO E OBESIDADE**. 2021. 31 f. TCC (Graduação) - Curso de Fisioterapia, Universidade Federal de Uberlândia – UFU, Uberlândia, 2021.

PASA, Pablo. OS BENEFÍCIOS NA SAÚDE COM ATIVIDADES FÍSICAS. **Biodiversidade**, Mato Grosso, v. 2, n. 21, p. 122-125, 09 abr. 2017.

PIERON, Maurice. Estilo de vida, prática de atividades físicas e esportivas, qualidade de vida. **Fitness & Performance Journal**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 3, p. 11-14, 0 fev. 2004. Mensal.

ANDRADE, Évelyn Mayra de; PIÃO, Flávio Antônio; MINÉ, Carlos Eduardo Cesar; SILVA, Pablo Lopes da; SALES, Ricardo Pombo. **A ATIVIDADE FÍSICA NOS CONDOMÍNIOS**. 3. ed. São Paulo: P&D, 2002. 2 p.

CODEPLAN-DF. Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios - PDAD 2013/2014 –Águas Claras [Internet]. Brasília (DF), Brasil: Governo do Distrito Federal. 2014

COMPANHIA DE PLANEJAMENTO DO DISTRITO FEDERAL – CODEPLAN. Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios. Brasília-DF. **Secretaria de Estado de Planejamento, Orçamento e Gestão – SEPLAG** 2014.

BOVO, Cassiana Klebis. Aplicação da análise ambiental (SWOT) no planejamento de um projeto de construção civil: um estudo de caso. **Humanidades & Inovação**, v. 3, n. 3, 2016

GAVA, Éverton Marangoni. **CONCEPÇÃO E ANÁLISE DE MODELOS DE NEGÓCIOS POR MEIO DO BUSINESS MODEL CANVAS**. 2014. 80 f. Monografia (Especialização) -

Curso de Gestão Empresarial, Pós-Graduação, Universidade do Extremo Sul Catarinense - Unesc, Criciúma, 2014.

MACEDO, Mayara Atherino *et al.* Business Model Canvas: a construção do modelo de negócio de uma empresa de móveis. **X SEGeT–Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, 2013.

BIAGIO, Luís Arnaldo; BOTOCCIO, Antônio. **Plano de Negócio**: estratégia para micro e pequenas empresas. 3. ed. São Paulo: Manole, 2017. 464 p. (3).

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business model Generation: inovação em modelos de negócios**. Alta Books Editora, 2013.

PRADO, Lauro Jorge. Você precisa de um Plano de Negócio? **Biblioteca Interativa SEBRAE, Brasil**, 2002.