



UNICEPLAC

Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos

Curso de Educação Física

Trabalho de Conclusão de Curso

Centro de Treinamento Funcional para Idosos - OldFit

Brasília-DF

2019



UNICEPLAC

Bruno Alves Pereira
Bryan Kevin Barros Nascimento

Centro de Treinamento Funcional para Idosos - OldFit

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



UNICEPLAC

Brasília-DF

2019

Bruno Alves Pereira
Bryan Kevin Barros Nascimento

Centro de Treinamento Funcional para Idosos - OldFit

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, 09 de dezembro de 2019.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Daniel Tavares de Andrade
Orientador

Prof. Dr. Daniel Tavares de Andrade
Examinador

Prof. Me. Alexandre Abdala
Examinador



UNICEPLAC

Centro de Treinamento Funcional para Idosos - OldFit

Bruno Alves Pereira ¹

Bryan Kevin Barros Nascimento²

Resumo:

Este Trabalho de Conclusão de Curso apresenta a criação de uma empresa de treinamento funcional para idosos. Um negócio feito pelos graduandos do curso de Educação Física do Uniceplac, que visa atender a população idosa da cidade do Gama-DF, de forma a garantir uma melhor qualidade de vida para o respectivo público.

Palavras-chave: Treinamento Funcional; Idosos; Saúde; Qualidade de Vida; Sarcopenia; Envelhecimento; Força.

¹Graduando do Curso de Educação Física, do Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac. E-mail: bruno_alves_2009@hotmail.com.

² Graduando do Curso de Educação Física, do Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac. E-mail: bryankevin.6@gmail.com.



UNICEPLAC

1. INTRODUÇÃO

O envelhecimento da população brasileira vem sendo assunto de grande debate nesses últimos tempos. A qualidade de vida é algo também preocupante já que mais da metade da população tem sobrepeso, conforme afirma a Vigitel (Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico). No Brasil, o número de idosos acima de 60 anos de idade passou de 3 milhões, em 1960; 7 milhões em 1975 e 14 milhões em 2002, um aumento de 500%, em 42 anos. Esses são números bem altos em comparação com a Bélgica, que para a população de idosos dobrar, seriam necessários cerca de cem anos (Veras, 2018).

O envelhecimento de uma população de um país traz um desafio para o sistema de saúde e para a previdência social. Envelhecer não é só um número, idade ou amadurecimento. O envelhecimento também está ligado ao nível de saúde (Melo, 2017). Com o avanço no campo da saúde e da tecnologia, foi possível que a população tivesse maior acessibilidade a serviços públicos ou privados, possibilitando uma melhor qualidade de vida nessa fase. Isso mostra o tanto que é fundamental investir em ações de prevenção ao longo da vida, em virtude do seu potencial para resolver os desafios de hoje e, de forma crescente, os de amanhã (Miranda, 2017). Por isso muitos países vêm investindo e tentando entender o processo de envelhecimento da população para manter os idosos, socialmente e economicamente, integrados e independentes. (Miranda, 2016).

Com o aumento da qualidade de vida e de medicações, a expectativa de vida no Brasil aumentou. A expectativa de vida no Brasil, ao nascer, que era de apenas 33.7 anos em 1900 — havia alcançado 43.2 anos, em 1950; 55.0 em 1960; 57.1 em 1970 e; 63.5 anos em 1980. Hoje, estima-se chegar aos 66 anos; podendo alcançar 68.6 anos no ano 2000 e; de 72, no ano 2020 (Kalache, 1987).

A Expectativa de Vida Saudável (EVS) ganhou uma importância no indicador de saúde na população (Camargos, 2019). Uma expectativa de vida total apresenta o número médio de anos de vida que uma pessoa com uma idade avançada pode viver com saúde. Sendo que os anos vividos com saúde fornecem a expectativa de vida saudável (Camargos, 2003).

Ao decorrer do processo de envelhecimento, o pico de força máxima é atingido a partir dos 20 aos 30 anos de idade, e depois desse período ocorre à sua retardação, com perdas mais significativas, após a sexta década de vida (Vieira, 2015). Esse processo é inevitável e irreversível, podendo ser tratado por meio do exercício físico.



UNICEPLAC

Visto o exposto, acidentes indesejados podem ocorrer pelo fato do idoso não ter força suficiente para sustentar seu próprio corpo (Civinski, 2011). A autonomia é um fator bastante significativo, pois o indivíduo não conseguirá realizar suas atividades da vida diária (AVD) com sucesso (Gai, 2010).

Nesse caso a atividade física se mostra de extrema importância, quando praticada regularmente (Zago, 2010). Nesse estudo, concluíram que quando há incapacidade/dificuldade na realização das AVD, o exercício físico, quando prescrito corretamente, pode haver uma evolução na qualidade de vida do idoso (Andreotti, 1999).

Assim, o trabalho de força voltado para o idoso pode atuar positivamente, melhorando suas possibilidades de autonomia, sem se contabilizar os fatores sociais e emocionais (Navarro, 2008). Deve-se ter bastante cuidado à escolha dos exercícios e na atuação da carga, de forma a evitar atividades que realizem um trabalho monótono que podem cercar trabalhos convencionais de força, favorecendo então a inclusão do idoso aos programas de exercícios físicos (Monteiro, 1997).

2. JUSTIFICATIVA

Sabendo desses aspectos, entendemos que o Centro de Treinamento Funcional para Idosos (CTFI) trata-se de uma iniciativa fundamental para promover o retorno a essa rotina de atividades domiciliares que o idoso pode não realizar ao longo dos anos. Compreendemos, também, que um treinamento apropriado e especializado para este perfil de público, excelência a clientela geriátrica.

3. OBJETIVO GERAL

Abrir um CTFI para a população geriátrica do Gama-DF.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Melhorar a qualidade de vida do idoso;
- Desenvolver os aspectos de força;
- Melhorar as capacidades funcionais dos idosos tais como autonomia e independência;



UNICEPLAC

- Proporcionar interatividade social;
- Contribuir no bem-estar psíquico na prevenção de doenças mentais.

5. METODOLOGIA

5.1 Análise *SWOT*

A análise de *SWOT* é uma ferramenta de gestão que serve para fazer o planejamento estratégico de empresas e novos projetos, criada por Kenneth e Roland Cristensen (Silva, 2011). Esse modelo tem quatro variáveis em uma competitividade de uma organização: Strengths (Forças); Weaknesses (Fraquezas); Opportunities (Oportunidades) e; Threats (Ameaças).

No que se referem às variáveis de *Força* e *Fraqueza* são consideradas fatores internos, quanto *Ameaças* e *Oportunidades* são observadas como fatores externos. Destaca-se que os fatores internos da empresa podem interferir no externo, de uma forma direta ou indireta. (Appio, 2009).

Sabendo-se disso pode ser possível ver a *Força* e a *Fraqueza* da empresa e saber qual a *Oportunidade* e *Ameaça*, respectivamente. Quando o ponto forte e os fatores críticos estão alinhados, será possível identificar quais pontos devem ser trabalhados para que o sucesso seja garantido (Rodrigues, 2005).

É importante que os pontos fortes e fracos de uma organização cruzem-se com as oportunidades e as ameaças externas. Uma avaliação estratégica realizada de uma matriz *SWOT* é a ferramenta mais utilizada na gestão estratégica competitiva. Relacionar as oportunidades e ameaças que poderão ocorrer no ambiente externo, junto com as forças e fraquezas da organização. Essas quatro zonas serão os indicadores da situação da organização (Chiavenato e Sapiro, 2003).



UNICEPLAC



Fonte: Silva, 2011.

É uma ferramenta usada para a realização de análise de ambiente e serve de base para planejamentos estratégicos e de gestão de uma organização. Através dela conseguirá uma visão clara e objetiva sobre as quatro zonas, assim o empreendedor conseguiu pensar em uma estratégia para melhorar o desempenho da organização (Silva, 2011).

	Fatores positivos	Fatores negativos
Fatores internos	Forças <ul style="list-style-type: none">• Público único;• Único CTFI no Gama – DF.	Fraquezas <ul style="list-style-type: none">• Especialização Profissional.
Fatores externos	Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Mercado carente na área do CTFI;• Novidade para o Público Geriátrico.	Ameaças <ul style="list-style-type: none">• Academias.• Centro Olimpico

Quadro 1

Atualmente, não podemos deixar de realizar a avaliação e observar o comportamento das empresas no mercado. A utilização dessa ferramenta nos dará o norte necessário para o sucesso organizacional (Fernandes, 2013).



UNICEPLAC

Sujeitamos a Oldfit na Análise SWOT para compreender melhor qual será nossa posição diante do mercado atual, cruzando nossos pontos fortes e fracos. Assim nossa tomada de decisão fica clara e objetiva para que o sucesso seja sucedido.

- **Forças**

1. **Público:** Nosso público-alvo são os idosos, já que não existem estabelecimentos especializados para a população geriátrica;
2. **Único CTFI no Gama – DF:** Foi analisado que a OldFit será o único centro de treinamento funcional voltado para idosos da cidade do Gama-DF.

- **Oportunidades**

1. **Mercado carente na área do CTFI:** Não existe demanda suficiente na área de treinamento funcional e muito menos focada para idosos;
2. **Novidade para o Público idoso:** A OldFit trará a novidade de ter aulas apenas para idosos, demonstrando uma maior preocupação com esse público.

- **Fraquezas**

1. **Especialização Profissional:** Como somos professores recém-formados teremos algumas dificuldades no início das atividades, pela falta de conhecimento empírico.

- **Ameaças**

1. **Academias:** Diversas academias têm atividades de interesse para o idoso como: *jump*, *spinning*, lutas e danças;
2. **Centro Olímpico:** O Centro Olímpico do Gama-DF tem várias atividades gratuitas para o público geriátrico.

5.2 Modelo Canvas

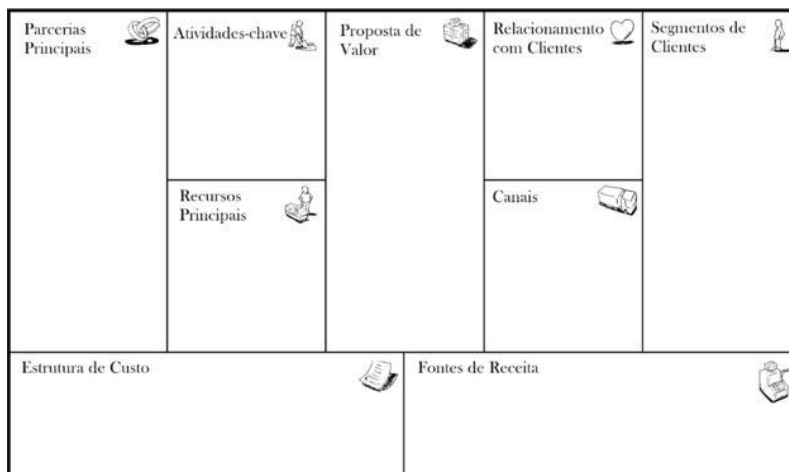
O plano de negócios Canvas foi proposto, inicialmente, pelo suíço Alex Osterwalder, em sua tese de doutorado (Osterwalder, 2004). Canvas é um esquema que possibilita as pessoas criarem modelos de negócios analisando nove elementos que toda empresa ou organização possuem: proposta de valor, parcerias chaves, atividades chaves, recursos chaves, relacionamento com clientes, segmentos de clientes, canais de distribuição, estrutura de custos



UNICEPLAC

e fontes de receitas (Osterwalder, 2013).

Esse método possibilita se descrever e refletir sobre o modelo de negócios do empreendedor, de seus concorrentes ou qualquer outra empresa (Morais, 2017).



Fonte: Osterwalder, 2013

Nesse sentido, o modelo Canvas é um esquema estratégico a ser implantado, por meio dos processos e sistemas organizacionais que descrevem a lógica de criação, entrega e captura de valor da organização (Teixeira, 2016).

O modelo de negócios proposto por Osterwalder é o mais completo, por abordar de maneira detalhada o relacionamento de todos os componentes organizacionais internos e externos, bem como por evidenciar como essas se relacionam para criar e capturar o valor proposto pela organização (Bonazzi, 2014).

Ciente desses aspectos segue um modelo para melhor análise dos pontos fortes e fracos a serem trabalhados (quadro 2).

Parceiros Chave	Atividades Chave	Preposições de Valores	Relacionamento Com Clientes	Segmento de Clientes
Clinica Médica e Nutricional Empresa Farmacêutica	Exercício físico especializado para o público-alvo Avaliações Físicas	Uma melhor qualidade de vida para o idoso Infraestrutura de qualidade	Avaliações com os alunos sobre infraestrutura, equipamentos, professores, aulas e sugestões de Atendimento de qualidade	Adultos-idosos praticantes ou não de atividades físicas



UNICEPLAC

Loja de suplementos	Recursos Chave Equipamentos de treinamento funcional Profissionais com capacidade técnica específica		Canais Aulas Presenciais Divulgação através de redes sociais (WhatsApp, Instagram e Facebook)	
Custos Limpeza e manutenção dos equipamentos Marketing Custos de Funionamento (Água, Luz e Internet) Impostos INSS			Receitas de Proposta Planos mensais Planos trimestrais Planos semestrais Planos anuais	

Quadro 2

Parcerias chave

Para que a empresa possa alcançar uma maior visibilidade e sustentabilidade, os parceiros de negócio são de grande valia. Por isso, iremos a busca de locais que os clientes frequentam com mais frequência, a exemplo: Nutricionistas, Clínicas Médicas, Drogarias e Lojas de Suplementos.

Dessa forma, com o objetivo de aumentar o número de alunos matriculados no OldFit será proposto para os nossos parceiros uma gratificação no valor de R\$60,00, para cada cliente que fechar o plano trimestral em nossa empresa. Essa promoção fará com que os nossos parceiros se sintam motivados em divulgar o nosso serviço para seus clientes, garantindo benefícios para ambas as partes (tabela 1).

Plano de Gratificação		
Indicação	Prêmio	Observação
1 aluno indicado	R\$60,00	Fechar contrato semestral

Tabela 1

Atividades Chave

Apresentar um serviço de excelência e especializado para o nosso público é um prioridade para que possamos alcançar melhorias na vida diária do idoso. Para que isso seja concretizado, serão utilizadas avaliações físicas como: Par-Q; teste de flexibilidade, teste de esforço, aferição de pressão arterial, pré e pós; a atividade física devem ser realizadas. Esses testes serão realizados a cada seis meses, para que possamos ter maior controle da evolução de nossos alunos.

A partir desse princípio, as aulas serão planejadas e executadas de acordo com cada limitação apresentada pelos alunos. É importante mencionar que as aulas ministradas tendem



UNICEPLAC

a ter sempre um estímulo diferenciado para que não seja algo monótono, mas a algo divertido e prazeroso para os estudantes.

Proposta de valor

Garantir uma melhor qualidade de vida e tornar-la mais ativa é o nosso maior objetivo. Sabemos que algumas atividades diárias podem ser difíceis de realizar, no decorrer do envelhecimento, pela falta de força muscular esquelética, por isso o treinamento funcional é fundamental para que o aluno retome a sua rotina de vida com prazer e alegria.

Uma estrutura bem planejada e organizada é de extrema importância para que os nossos clientes sintam segurança e credibilidade no serviço prestado na OldFit.

Relacionamento com Clientes

Entenemos que o primeiro contato com o cliente é a impressão que ele terá sobre o nosso serviço. Nesse sentido, ter modos e educação é imprescindível no atendimento, afim de que o aluno em potencial possa sentir confiança e segurança em nossos serviços.

Assim, o *feedback* dos nossos alunos é importante para que possamos sempre manter um padrão de qualidade e que mais pessoas conheçam o nosso trabalho.

Segmento de Clientes

Nosso foco de público será de adulto-idosos, a partir dos 50 anos de idade, homens e mulheres, praticantes ou não de atividades físicas, com o intuito de se prevenirem de doenças crônicas não transmissíveis.

Recursos Chave

Equipamentos variados serão primordiais para que as aulas possam ter uma gama de possibilidades, mantendo sempre o treinamento diferenciado e diversificado.

Canais de comunicação

Nossa comunicação será diretamente com o cliente, ou seja, nossas aulas serão presenciais para que possam ter um acompanhamento detalhado e personalizado.

Para tal, a divulgação do nosso trabalho também será feita via redes sociais: WhatsApp, Instagram e Facebook para um maior alcance.

Custos



UNICEPLAC

Foram previstos alguns custos mensais que deverão ser pagos para o pleno funcionamento do estabelecimento como: água, luz, internet, limpeza e manutenção dos equipamentos, impostos, entre outros. Detalhamento sobre os valores é apresentado no item 10 na tabela 8.

Para que o nosso trabalho tenha maior reconhecimento, anúncios serão gerados e que nossas redes estejam sempre atualizadas.

Receitas de Propostas

Para que o aluno efetive a matrícula na OldFit será necessário efetuar o pagamento pelo cartão (crédito/débito) ou à vista, para todos os planos: mensal, trimestral, semestral e anual. Detalhamento sobre os valores dos planos é apresentado no item 9.1.

6. PLANO DE NEGÓCIO

A OldFit é uma empresa voltada para a promoção de saúde, ou seja, melhora na qualidade de vida do indivíduo.

O Centro funcionará de segunda-feira a sexta-feira, sendo três dias de treinamento funcional e os outros dois dias com corrida e caminhada, seguindo o seguinte planejamento: às segundas, quartas e sextas serão realizados o treinamento funcional, nos período matutino e vespertino. Às terças e quintas, o treinamento será voltado para caminhada e corrida, também nos períodos matutino e vespertino.

O local de funcionamento da nossa empresa deverá ser amplo, bem arejado, com boa localização e estacionamento na região para que nossos clientes se sintam confortáveis em estar em nosso estabelecimento.

Para que projeto seja implementado será verificado um empréstimo junto à uma empresa bancária para que todos os gastos iniciais sejam efetivados para a abertura e funcionamento do estabelecimento.

7. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

7.1 Mercado Consumidor

O mercado consumidor será o conjunto de indivíduos no qual a OldFit irá atender (tabela 2).



UNICEPLAC

Mercado Consumidor				
Público-Alvo	Idade	Perfil	Sexo	Poder Aquisitivo
Adulto-idoso	Acima de 50 anos	Praticantes ou não praticantes de atividade física	Masculino e feminino	3 salários mínimo

Tabela 2

7.2 Localização da empresa

A OldFit será localizada no Gama, Distrito Federal, onde há uma carência de centro de treinamento funcional especializado para idosos (tabela 3).

Localização da empresa	
Cidade	Gama-DF

Tabela 3

7.3 Infraestrutura

Uma infraestrutura ampla, bem arejada, entrada para a recepção dos alunos, estacionamento é essencial para um bom desempenho das nossas atividades. Também, serão necessários dois banheiros, sendo um masculino, um feminino e ambos adaptados para os portadores de necessidades especiais (PNE), atendendo o padrão legal exigido. Da mesma forma, será necessária uma sala de avaliação física para que possamos realizar as avaliações/acompanhamentos de nossos alunos, periodicamente (tabela 4).

Infraestrutura da empresa				
Ambiente	Sala de aula	Recepção	2 banheiros adaptados	Sala de avaliação

Tabela 4

7.4 Atividades desenvolvidas/Produtos a serem oferecidos

A OldFit terá dois tipos de atividades a serem desenvolvidas nas aulas (tabela 5).

Atividades a serem desenvolvidas	
Treinamento Funcional	Corrida/Caminhada

Tabela 5



UNICEPLAC

7.5 Estrutura Legal

A OldFit ainda não possui um endereço fixo de funcionamento, mas se sabe que as legislações fiscais, trabalhistas, previdenciárias e empresariais devem ser cumpridas, como: Licença de funcionamento, o alvará da vigilância sanitária e do corpo de bombeiros, elaboração do contrato social e registro do CNPJ da empresa. Essas exigências serão cumpridas assim que a empresa tiver o endereço.

8. ANÁLISE DE MERCADO

A população geriátrica é um público em crescimento em nosso país. Segundo a análise feita pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) em 2017, o aumento dessa população irá dobrar até 2042, ou seja, pode ser um dado alarmante, considerando-se que são poucos os profissionais especializados e, principalmente, interessados nesse público. Nas salas de musculação o acompanhamento ao idoso deve ser diferenciado e especializado, com avaliações que observem a evolução física e a obtenção de ganhos significativos na vida diária desse indivíduo.

A Companhia de Planejamento do Distrito Federal (CODEPLAN), nesse ano, relata que do total de habitantes da região administrativa do Gama, 27,19% estão na faixa etária de 40 a 59 anos e; os idosos, acima de 60 anos, representam 19,10%.

Assim, nosso centro de treinamento será direcionado para a população adulto-idosa, sendo assim, com possibilidade de atendimento de até metade da população do Gama (46,29%).

Dentro do mercado fitness existem diversos tipos de serviços a serem prestados. Dentre eles destacamos: os que variam em seus preços entre R\$70,00 e R\$120,00; aonde a infraestrutura é de boa qualidade; há a padronização dos serviços prestados (musculação, aulas coletivas e lutas).

9. ESTRATÉGIA DE MARKETING

O marketing é uma estratégia importante que estimula a pesquisa e idéias inovadoras, obtendo por resultado a oferta de novos e melhores bens e serviços. Além disso, com o marketing, a empresa pode proporcionar aos consumidores a escolha entre muitos produtos. Um sistema de marketing eficaz é importante para o futuro empresarial, sob as óticas econômica e sociocultural (Toledo, 2006).



UNICEPLAC

O marketing empreendedor está relacionado com uma busca por oportunidades de negócios, fazendo com que sejam mais ágeis em monetizar novas oportunidades diante de seus concorrentes. Como o marketing empreendedor é realizado por inovadores, suas características são semelhantes, tais como a de buscar oportunidades e lançá-las no mercado, gerando valor para clientes por meio do emprego, de inovação, criatividade, relacionamentos e flexibilidade (Coelho, 2015).

Dessa forma, o plano de marketing tem como função ser um facilitador no dia a dia, bem como oferecendo uma contribuição valiosa para a estratégia de marketing de uma organização (Toledo, 2014).

A estratégia inicial da OldFit é levar a empresa até o nosso público-alvo que são os idosos. Por se tratarem de pessoas que, em geral, não são muito ligadas à tecnologia, levaremos o conhecimento do nosso trabalho, fisicamente, para o nosso público. A publicidade da nossa empresa será feita, por meio de eventos sociais voltados para o público geriátrico, promovendo a atividade física.

Outra estratégia a ser realizada será a participação em feiras de saúde, aferindo-se pressão e se medindo a glicemia. Ainda, a distribuição de panfletos e a utilização de carros de som também serão estratégias consideradas.

9.1 Pacotes de Vendas

No plano de receita citado no quadro 2, observa-se o pagamento dos clientes, mediante ao serviço prestado. O plano escolhido será de acordo com o perfil e gosto do cliente, podendo optar por quatro tipos de planos: mensal, trimestral, semestral e anual (tabela 6).

PLANOS DE RECEITA			
MENSAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL
R\$ 150,00	R\$ 400,00	R\$ 750,00	R\$ 1.400,00

Tabela 6

10. INVESTIMENTO

Os investimentos iniciais são necessários para que a OldFit preste um atendimento de qualidade para os clientes e os uniformes auxiliarão na identificação dos profissionais (gestores e professores) da nossa empresa. A tabela 7 mostra os valores da confecção dos



UNICEPLAC

uniformes.

UNIFORME			
Quantidade	Tamanho	Valor Unitário	Valor Total
05	GG	R\$40,00	R\$200,00
05	GGG	R\$40,00	R\$200,00
			Total: R\$ 400,00

Tabela 7

Com a abertura do estabelecimento, a cada mês, custos fixos devem ser pagos nos dias já pré-determinados para que não haja nenhum tipo de complicação no funcionamento do mesmo.

CUSTOS FIXOS MENSAIS		
Item	Quantidade	Valor
Aluguel	1	R\$ 800,00
Energia	1	R\$ 400,00
PRO LABORE	2	R\$ 4.000
Água	1	R\$ 250,00
Internet	1	R\$ 120,00
Materiais de limpeza mensal	6	R\$ 119,68
Contador	1	R\$ 600,00
INSS	2	R\$ 50,00
FGTS	2	R\$ 800,00
ISS	1	R\$ 50,00
Manutenção em geral	1	R\$ 500,00
		Total: R\$ 7.689,68

Tabela 8

A recepção de possíveis novos clientes é de extrema relevância para que nosso serviço tenha credibilidade. Para que isso ocorra, alguns itens devem compor a parte de recepção da empresa (tabela 9 e 10).

INVESTIMENTO RECEPÇÃO			
Unidades	Equipamento	Valor unitário	Valor total

**UNICEPLAC**

1	Impressora	R\$ 600,00	R\$ 600,00
1	Grampeador	R\$ 15,00	R\$ 15,00
1	Computador	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
1	Televisão	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
2	Cadeira Longarina	R\$ 100,00	R\$ 200,00
1	Bebedouro Industrial	R\$ 600,00	R\$ 600,00
1	Cadeira escritório	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Total:			R\$ 4.815,00

Tabela 9

CUSTOS FIXOS RECEPÇÃO			
Unidades	Equipamento	Valor unitário	Valor total
2	Chamex	R\$ 25,00	R\$ 50,00
1	Balcão para atendimento	R\$ 431,91	R\$ 431,91
1	Caixa com grampos	R\$ 30,00	R\$ 30,00
5	Saco copos descartáveis	R\$ 5,00	R\$ 25,00
10	Caneta	R\$ 1,00	R\$ 10,00
2	Pasta fichário	R\$ 20,00	R\$ 40,00
Total:			R\$ 586,91

Tabela 10

Portanto, tanto para as aulas de treinamento funcional como as de corrida/caminhada serão necessários equipamentos para a prática das atividades com excelência (tabela 11).

INVESTIMENTO DE MATERIAS PARA AULAS			
Unidades	Equipamento	Valor unitário	Valor total
20	Chapéu Chinês	R\$2,50	R\$50,00
1	Escada de Agilidade 4m	R\$60,00	R\$60,00
10	Corda	R\$26,00	R\$260,00

**UNICEPLAC**

5	Roda Abdominal	R\$44,50	R\$222,50
10	Faixa Elástica	R\$26,08	R\$260,80
10	Colchonete	R\$50,00	R\$500,00
10	Step	R\$78,00	R\$780,00
5	Caneleiras 1KG	R\$30,55	R\$152,75
5	Caneleiras 2KG	R\$40,55	R\$202,75
5	Caneleiras 3KG	R\$50,55	R\$252,75
5	Caneleiras 4KG	R\$56,55	R\$282,75
5	Caneleiras 5KG	R\$63,55	R\$317,75
6	Kettlebell 4KG	R\$49,00	R\$294,00
6	Kettlebell 6KG	R\$73,50	R\$441,00
6	Kettlebell 8KG	R\$96,50	R\$576,00
6	Kettlebell 10KG	R\$120,00	R\$720,00
10	Bastões	R\$26,03	R\$260,31
4	Halteres 1KG	R\$9,88	R\$39,52
4	Halteres 2KG	R\$19,76	R\$79,04
4	Halteres 3KG	R\$29,64	R\$118,56
4	Halteres 4KG	R\$39,52	R\$158,08
4	Halteres 5KG	R\$49,40	R\$197,60
			Total: R\$ 6.226,16

Tabela 11

Materiais de limpeza dos equipamentos e do estabelecimento são fundamentais para que a empresa seja reconhecida pelo trabalho higiênico. As tabelas abaixo mostram detalhadamente os valores gastos inicialmente e mensalmente (tabela 12 e 13).

IVESTIMENTO MATERIAIS DE LIMPEZA			
Quantidade	Produto	Valor unitario	Valor
1	Vassoura	R\$12,90	R\$12,90
1	Rodo	R\$15,90	R\$15,90
1	Pá	R\$9,90	R\$9,90
5	Pano de chao	R\$30,00	R\$30,00
			Total: R\$ 68,70

**UNICEPLAC**

Tabela 12

CUSTO MATERIAIS DE LIMPEZA MENSAL			
Quantidade	Produto	Valor unitario	Valor
3	Álcool em gel	R\$11,00	R\$33,00
5	Desinfetante	R\$4,59	R\$22,95
5	Detergente	R\$1,79	R\$8,95
2	Água sanitária	R\$3,49	R\$6,98
2	Sabonete líquido	R\$10,00	R\$20,00
2	Saco papel higiênico	R\$13,90	R\$27,80
			Total: R\$ 119,68

Tabela 13

Na perspectiva de prevenção, caso ocorra algum acidente, no decorrer das aulas, equipamentos de primeiros socorros devem estar preparados para prestar serviço para nossos clientes (Tabela 14).

INVESTIMENTO PRIMEIROS SOCORROS		
Quantidade	Item	Valor
02	Extintor de pó químico ABC 6 kg	118,98
03	Kit de primeiros socorros	189,91
		Total: R\$ 819,69

Tabela 14

Para que o estabelecimento esteja preparado para uso das aulas, calculamos os custos iniciais onde a detalhado cada item que se é necessário para que a OldFit esteja de fato pronto (tabela 15).

INVESTIMENTO TOTAL	
Produto	Valor
Uniforme	R\$ 400,00
Divulgação	R\$ 400,00
Equipamentos de Treino	R\$ 6.226,16



UNICEPLAC

Materiais recepção	R\$ 5.401,91
Espelhos	R\$ 680,00
Faixa	R\$ 2.000,00
Custos Inicial	R\$ 7.689,68
Primeiros Socorros	R\$ 819,69
CREF	R\$ 723,68
Materiais de limpeza inicial	R\$ 223,77
Total: R\$ 24.564,84	

Tabela 15

10.1 Viabilidade econômica

O recurso inicial da empresa será adquirido por intermédio de empréstimo bancário de ambos os sócios. O capital investido, inicialmente, deverá ser destinado ao aluguel e à organização do estabelecimento, como a compra de todos os custos iniciais necessários (Tabela 14).

Como estratégia a ser adotada, antes de iniciar a abertura da OldFit, realizaremos uma pré-matricula para que se tenha uma referência da média do número de alunos que irão iniciar no treinamento. Caso a viabilidade econômica atingida não seja como esperado, será feito um levantamento sobre o qual seria o desinteresse do público sobre o serviço prestado e faremos ajustes até atingir número de alunos pretendidos. Caso obtenhamos um resultado pessimista, otimista ou realista a OldFit (tabela 16).

VIABILIDADE ECONÔMICA	
OTIMISTA	Máximo de alunos: 96 funcional e 48 corrida Valor alunos pagantes: R\$ 16.704,00
REALISTA	Quantidade mínima de alunos: 64 funcional e 32 corrida Valor alunos pagantes: R\$ 11.136,00
PESSIMISTA	Quantidade abaixo de alunos: 48 funcional e 24 corrida Valor alunos pagantes: R\$ 8.352,00

Tabela 16

10.2 Payback

O *payback* da OldFit calculado, a partir dos cenários indicados, anteriormente (Tabela



UNICEPLAC

17, 18 e 19) seguirá: no quadro otimista, será ressarcido em quatro meses; no realista, oito meses e o valor total investido será pago. E, no pessimista, serão necessários trinta e sete meses para pagar o valor investido.

PAYBACK OTIMISTA DE INVESTIMENTOS			
N. CLIENTES	TEMPO MESES	RECEITA	SALDO DEVEDOR
144	1	R\$ 16.704,00	-R\$ 23.841,00
144	2	R\$ 16.704,00	-R\$ 14.826,00
144	3	R\$ 16.704,00	-R\$ 5.811,00
144	4	R\$ 16.704,00	R\$ 3.204,00

Tabela 17

PAYBACK REALISTA DE INVESTIMENTOS			
N. CLIENTES	TEMPO MESES	RECEITA	SALDO DEVEDOR
96	1	R\$ 11.136,00	-R\$ 23.841,00
96	2	R\$ 11.136,00	-R\$ 20.394,00
96	3	R\$ 11.136,00	-R\$ 16.947,00
96	4	R\$ 11.136,00	-R\$ 13.500,00
96	5	R\$ 11.136,00	-R\$ 10.053,00
96	6	R\$ 11.136,00	-R\$ 6.606,00
96	7	R\$ 11.136,00	-R\$ 3.159,00
96	8	R\$ 11.136,00	R\$ 288,00

Tabela 18

PAYBACK PESSIMISTA DE INVESTIMENTOS			
N. CLIENTES	TEMPO MESES	RECEITA	SALDO DEVEDOR
72	1	R\$ 8.352,00	-R\$ 23.841,00
72	2	R\$ 8.352,00	-R\$ 23.178,00
72	3	R\$ 8.352,00	-R\$ 22.515,00
72	4	R\$ 8.352,00	-R\$ 21.852,00
72	5	R\$ 8.352,00	-R\$ 21.189,00
72	6	R\$ 8.352,00	-R\$ 20.526,00
72	7	R\$ 8.352,00	-R\$ 19.863,00
72	8	R\$ 8.352,00	-R\$ 19.200,00

**UNICEPLAC**

72	9	R\$ 8.352,00	-R\$ 18.537,00
72	10	R\$ 8.352,00	-R\$ 17.874,00
72	11	R\$ 8.352,00	-R\$ 17.211,00
72	12	R\$ 8.352,00	-R\$ 16.548,00
72	13	R\$ 8.352,00	-R\$ 15.885,00
72	14	R\$ 8.352,00	-R\$ 15.222,00
72	15	R\$ 8.352,00	-R\$ 14.559,00
72	16	R\$ 8.352,00	-R\$ 13.896,00
72	17	R\$ 8.352,00	-R\$ 13.233,00
72	18	R\$ 8.352,00	-R\$ 12.570,00
72	19	R\$ 8.352,00	-R\$ 11.906,00
72	20	R\$ 8.352,00	-R\$ 11.241,00
72	21	R\$ 8.352,00	-R\$ 10.575,00
72	22	R\$ 8.352,00	-R\$ 9.908,00
72	23	R\$ 8.352,00	-R\$ 9.240,00
72	24	R\$ 8.352,00	-R\$ 8.571,00
72	25	R\$ 8.352,00	-R\$ 7.901,00
72	26	R\$ 8.352,00	-R\$ 7.230,00
72	27	R\$ 8.352,00	-R\$ 6.558,00
72	28	R\$ 8.352,00	-R\$ 5.885,00
72	29	R\$ 8.352,00	-R\$ 5.211,00
72	30	R\$ 8.352,00	-R\$ 4.536,00
72	31	R\$ 8.352,00	-R\$ 3.860,00
72	32	R\$ 8.352,00	-R\$ 3.183,00
72	33	R\$ 8.352,00	-R\$ 2.505,00
72	34	R\$ 8.352,00	-R\$ 1.826,00
72	35	R\$ 8.352,00	-R\$ 1.146,00
72	36	R\$ 8.352,00	-R\$ 465,00
72	37	R\$ 8.352,00	R\$ 217,00

Tabela 19

11 DIVISÃO DE TAREFAS**11.1 Aulas**

As aulas de treinamento funcional acontecerão três vezes na semana, sendo que cada dia será dividido oito aulas durante o dia e também serão intercalados os professores (tabela 20).

TREINAMENTO FUNCIONAL

As aulas acontecerão na segunda-feira, quarta-feira, sexta-feira.



UNICEPLAC

Aula	Horário	Nº de alunos máximo	Professor
01	8h às 8h50	12	Bryan Kevin
02	9h às 9h50	12	Bruno Alves
03	10h às 10h50	12	Bryan Kevin
04	11h às 11h50	12	Bruno Alves
05	14h às 14h50	12	Bryan Kevin
06	15h às 15h50	12	Bruno Alves
07	16h às 16h50	12	Bryan Kevin
08	17h às 17h50	12	Bruno Alves

Tabela 20

As aulas de corrida/caminhada acontecerão duas vezes na semana, cada dia haverá quatro aulas, as quais também serão intercaladas entre os professores (tabela 21).

CORRIDA E CAMINHADA			
As aulas acontecerão na terça-feira e quinta-feira.			
Aula	Horario	Nº de alunos máximo	Professor
01	7h às 7h50	12	Bryan Kevin
02	9h às 9h50	12	Bruno Alves
03	19h às 19h50	12	Bryan Kevin
04	20h às 20h50	12	Bruno Alves

Tabela 21

11.2 Organograma OlfFit

Para o início das atividades da empresa, alguns aspectos se fazem necessários para mais e melhor organização do negócio, dentre eles, o organograma. O organograma auxiliará em relação aos cargos e na organização da empresa, obtendo uma melhora na divisão dos afazeres. Os primeiros, representam à autoridade e, os últimos, as ações subordinadas. (Vasconcelos, 1981).

Como mostra no organograma 1, o Sócio 1 é a autoridade da OldFit e as ações subordinadas a ele são: planejamento e criação das aulas, movimentar a conta bancária, recepcionar em momentos onde não estará ministrando aula, listagem dos equipamentos que precisam de manutenção, focar na persuasão dos clientes para o sucesso na venda, efetuar a compra de novos equipamentos e/ou objetos necessários e a divulgação da nossa empresa por meio das redes sociais.

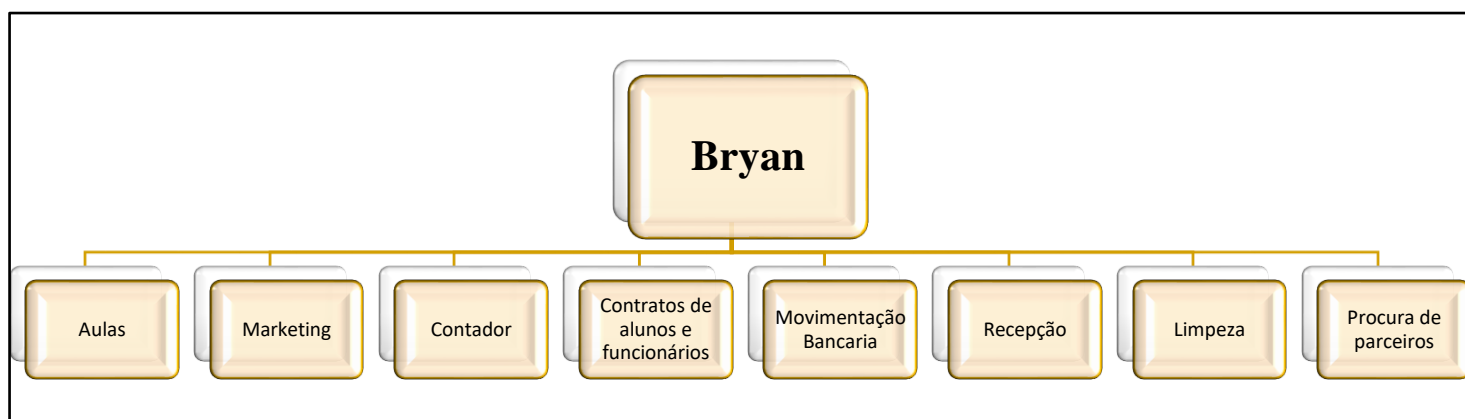


UNICEPLAC



Organograma 1

No organograma 2, o Sócio 2 é a autoridade da OldFit e as ações subordinadas a ele são: planejamento e execução das aulas, estratégias de marketing, manter o contato com o contador e resolução dos assuntos pertinentes, resolução dos contratos de alunos e funcionários, movimentar a conta bancária, recepcionar em momentos onde não estará ministrando aula, manter o local limpo, buscar parcerias com a apresentação do centro de treinamento funcional, e apresentar o plano de gratificação descrito na tabela 3.



Organograma 2

CONCLUSÃO

Diante dos fatos apresentados no projeto, observamos que a abertura da OldFit é viável, porém, demandará de trabalho a ser desenvolvido que observará diversos aspectos relevantes positivos e negativos que devem ser analisados. Por conseguinte, aplicando-se o Plano de Negócios, a população geriátrica do Gama terá um novo conceito de atividade física



UNICEPLAC

que proporcionará melhoras físicas, psicológicas e, em consequência, qualidade de vida, destacando-se como diferencial da empresa, um atendimento humano e um serviço especializado para esse público.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA DE MELO, Laércio et al. **Fatores socioeconômicos, demográficos e regionais associados ao envelhecimento populacional.** Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia, v. 20, n. 4, 2017
- ANDREOTTI, RA. OKUMA, SS. **Validação de uma bateria de testes de atividades da vida diária para idosos fisicamente independentes.** Rev Paul Ed Física 1999;13: 46-66
- APPIO, J. SCHARMACH, ALR. SILVA, AKL. CARVALHO, LC. SAMPAIO, CAC. (2009). **Análise SWOT como Diferencial Competitivo: Um estudo exploratório na Cooperativa Muza Brasil.** Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.3, n.3.
- BONAZZI, FLZ. ZILBER, M. A. **Inovação e Modelo de Negócio: um estudo de caso sobre a integração do Funil de Inovação e o Modelo Canvas.** Revista Brasileira de Gestão de Negócios, v. 16, n. 53, p. 616-637, 2014.
- CAMAGOS, MCS. BOMFIM, WC. GONZAGA, MR. COSTA. JV. **Estimativas de expectativa de vida livre de incapacidade funcional para Brasil e Grandes Regiões, 1998 e 2013.**
- CAMARGOS MCS, RODRIGUES RN, MACHADO CJ. **Expectativa de vida saudável para idosos brasileiros, 2003.** Ciênc Saúde Coletiva 2009; 14:1903-9.
- CHIAVENATO, I. SAPIRO, A. **Planejamento Estratégico: fundamentos e aplicações.** 1. ed. 13° tiragem. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- CIVINSKI, C. MONTIBELLER, A. BRAZ, OLIVEIRA, A. **A importância do exercício físico no envelhecimento.** Revista da Unifebe, Brusque, v. 9, n. 1, p. 163-175, jan./jun. 2011.
- COELHO, RLF. MIRANDA, JR. CAMARGO, A. Fº, FREITAG, MSB. & ALMEIDA, MIS. (2015). **Gestão do marketing em micro e pequenas empresas.** Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 4(2), 219-250
- FERNANDES, I. et al. (2013). **Planejamento Estratégico: Análise SWOT.** Três Lagoas-MS.
- MIRANDA, GMD. MENDES, ADCG. SILVA, ALAD. **O desafio da organização do Sistema Único de Saúde universal e resolutivo no pacto federativo brasileiro.** Saúde Soc 2017; 26:329-35.



UNICEPLAC

- GAI, J. GOMES, L. NÓBREGA, OT. RODRIGUES, MP. **Fatores associados a quedas em mulheres idosas residentes na comunidade.** Rev Assoc Med Bras (1992). 2010;56(3):327-32.
- KALACHE, A. **Envelhecimento populacional no Brasil: uma realidade nova.** Cad de Saúde Pública. 1987;3(3):217-20.
- MIRANDA, GMD. MENDES, ACG. SILVA, ALA. **O envelhecimento populacional brasileiro: desafios e consequências sociais atuais e futuras.** Rev Bras Geriatr Gerontol. 2016;19(3):507-19.
- MONTEIRO, WD. **Força muscular: uma abordagem fisiológica em função do sexo, idade e treinamento.** Revista Brasileira de Atividade Física e Saúde 1997;2:50-66.
- MORAIS, MO. GLÓRIA, I Jr. COSTA, PLO. NETO. Gonçalves, RF. (2017). **Análise de um projeto de inovação tecnológica e o uso da abordagem Canvas.** Iberoamerican Journal of Project Management, 8(1), 14-26
- NAVARRO, FM. RABELO, JF. FARIA, ST. LOPES, MCL. Marcon, SS. **Percepção de idosos sobre a prática e a importância da atividade física em suas vidas.** Rev Gaúcha Enferm. 2008; 29(4):596-603.
- OSTERWALDER, A. (2004). **The Business Model Ontology - a Proposition in a Design Science Approach.** Dissertation, University of Lausanne, Switzerland: 173.
- OSTERWALDER, A. PIGNEUR, Y. **Business model generation: inovação em modelos de negócios.** Alta Books Editora, 2013.
- RODRIGUES, JN. et al. **50 Gurus Para o Século XXI.** 1. ed. Lisboa: Centro Atlântico.PT, 2005.
- SILVA, AA. SILVA, NS. BARBOSA, VA. Henrique, MR. Baptista, J. A. **A utilização da matriz Swot como ferramenta estratégica: Um estudo de caso em uma escola de idioma em São Paulo.** In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 8., 2011.
- TEIXEIRA, L. C. M.; LOPES, H. E. G. **Aplicação do modelo canvas para o modelo de negócios do Banco do Brasil e da Caixa Econômica Federal.** Revista Gestão & Tecnologia, v. 16, n. 2, p. 73-99, 2016.
- TOLEDO, LA. CAMPOMAR, MC. TOLEDO, GL. (2006, abril/junho). **Planejamento em marketing e confecção do plano de marketing: uma análise crítica.** Organizações e Sociedade, 13(37), 47-68.
- TOLEDO, L. MADEIRA, B. SHIRAIISHI, G. GABER, M. (2014). **Estrutura do Planejamento de Marketing: Uma análise reflexiva.** Future Studies Research Journal, 48-73.
- VASCONCELLOS, E; KRUGLIANSKAS, I; SBRANGIA, R. **Organograma linear: um instrumento para delineamento da estrutura.** São Paulo: FEA/USP. Revista de



UNICEPLAC

Administração, v. 16, pp. 8-20. Out-dez, 1981.

VIEIRA, LACS. GRANJA, BSK. EXEL, LA. CALLES, NCA. **A força muscular associada ao processo de envelhecimento.** Ciênc Biológicas Saúde 2015;3(1):93-102.

VERAS, RP. OLIVEIRA, M. **Envelhecer no Brasil: a construção de um modelo de cuidado.** Cien Saude Colet 2018; 23(6):1929-1936.

ZAGO, AS. **Exercício físico e o processo saúde-doença no envelhecimento.** Rev Bras Geriatr Gerontol 2010;13(1):153-8

Agradecimentos

O desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso contou com a ajuda de várias pessoas, dentre elas agradecemos: Aos professores do curso de Educação Física da Uniceplac, que através dos seus ensinamentos contribuíram para que pudéssemos hoje estar concluído este trabalho. Ao nosso orientador, o professor Daniel Tavares, que durante esse semestre nos acompanhou pontualmente, dando todo o auxílio necessário para elaboração do mesmo. E aos nossos familiares, que proporcionaram nossos estudos e apoiaram cada momento durante todo o curso.