

**COMO
MONTAR**

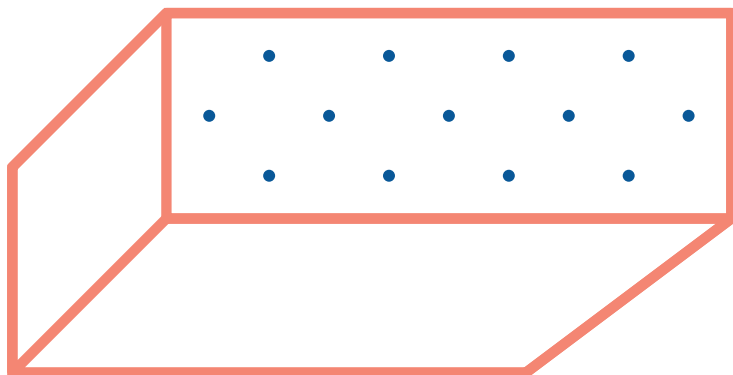
**UMA
ACADEMIA
DE GINÁSTICA**



www.sebraeatende.com.br

SUMÁRIO

Apresentação do Negócio	6
Localização	7
Estrutura e pessoal (equipe e equipamentos)	9
Matéria-prima e mercadorias	13
Investimento e Capital de Giro	14
Canal de Distribuição	15
Agregação de valor	16
Divulgação	18
Informações tributárias	19
Dicas de Negócios	21
Bibliografia	22



IDEIAS E OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

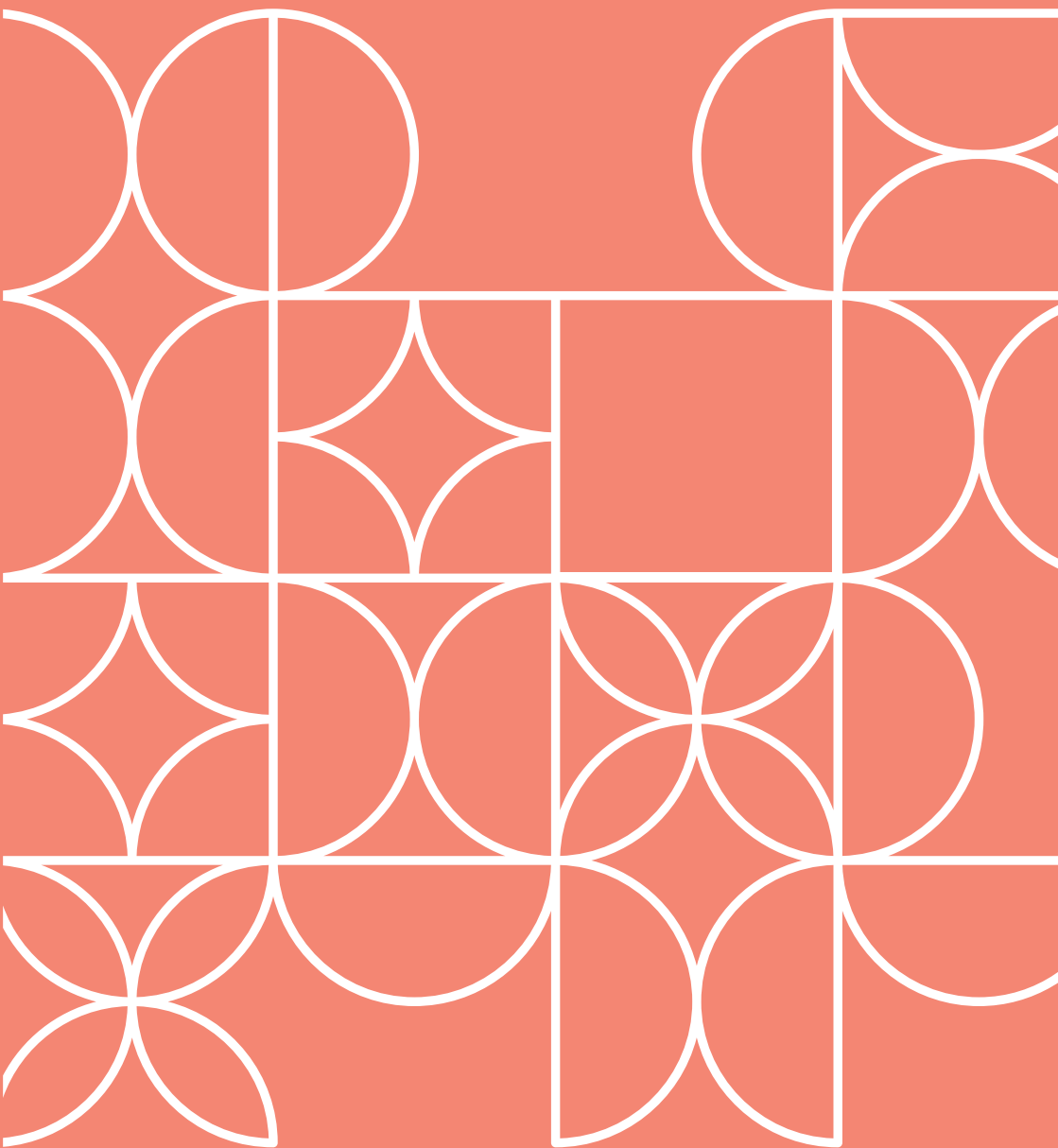
Quer se tornar um empreendedor mas não sabe por onde começar?

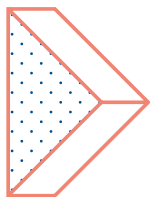
Esta Série é para quem quer descobrir as melhores ideias de negócios lucrativos.

A Série Como Montar traz um perfil de diversos ambientes de negócios para quem está em busca de oportunidades para empreender, apresentando uma visão geral de como cada segmento se posiciona no mercado, quais as variáveis que os afetam, como elas se comportam, qual a estrutura, equipamentos e pessoal para composição do negócio, oferecendo as informações necessárias sobre como fazer o seu empreendimento acontecer na prática.

Mas atenção, futuros empresários: as cartilhas desta Série não substituem o Plano de Negócio. Para elaborá-lo, procure o Sebrae. Dispomos de uma grande variedade de soluções em apoio ao pequeno empreendedor.

Consulte regularmente o site www.sebrae.com.br, descubra quais programas podem atender melhor às necessidades do seu negócio e comece hoje mesmo a colocar em prática tudo que aprendeu.

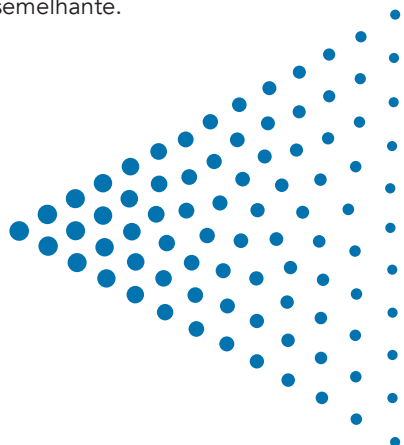




APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO

O mercado para as academias de ginástica é grande e apresenta crescimento constante. Diferente do que acontecia anteriormente, busca-se atualmente nas academias, muito mais do que força física ou capacidades atléticas. O objetivo passa a ser a melhoria da qualidade de vida, busca por mais saúde, investimento na beleza, além do vislumbre de um convívio com pessoas que agem e pensam de forma semelhante.

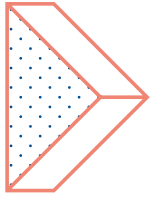
As academias, ou centros de "fitness", passaram a ter uma estrutura que alia tecnologia dos equipamentos, profissionais capacitados e habilitados, espaços confortáveis, ambiente alegre e descontraído, além de serviços que facilitam a vida agitada e corrida das pessoas, principalmente nos grandes centros urbanos.



O público alvo é também amplo e diversificado. São executivos e empresários, trabalhadores e estudantes, jovens e terceira idade, homens e mulheres de diferentes classes sociais, que investem seu tempo e dinheiro em atividades físicas, lazer e qualidade de vida. Isso transformou o "negócio" academia de ginástica num excelente empreendimento, com possibilidades de crescimento e sofisticação, oferecendo grandes oportunidades de investimento nos seus vários segmentos e nichos de mercado.

A profissionalização do setor é uma realidade, e a sofisticação das academias e dos serviços prestados é uma tendência. Nesse cenário, especialistas acreditam que as academias deverão oferecer cada vez mais equipamentos modernos, várias modalidades de atividades esportivas e tecnologia atualizada, profissionais qualificados e habilitados e com público alvo bem definido, tais como feminino, terceira idade, yoga, pilates, entre outros.

Embora já comecem a despontar no mercado brasileiro as primeiras grandes redes de academias, trata-se de um mercado bastante pulverizado, que oferece oportunidades para empreendedores individuais ou micro e pequenas empresas em todas as regiões do país.



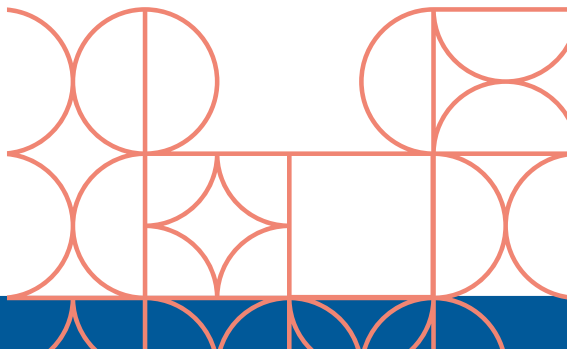
LOCALIZAÇÃO

A escolha do local de instalação da academia é, seguramente, um dos aspectos mais importantes para o sucesso de um empreendimento deste tipo. Para a definição do local o empreendedor deverá considerar alguns fatores relevantes, dentre eles: concentração e poder aquisitivo dos potenciais frequentadores, e concorrência de clubes e outras academias que exploram o mesmo segmento de público.

Conhecer bem o local, seja a cidade, bairro ou microrregião onde se pretende abrir a academia, incluindo o perfil econômico dos potenciais clientes, seus hábitos, cultura, locais de concentração ou movimentação de pessoas, assim como as opções de lazer e esporte já existentes, podem ajudar a definir o tipo de serviço ou atividade física que se vai oferecer.

Assim, antes de se definir por um imóvel para abertura e montagem de uma Academia de Ginástica, deve-se observar os seguintes detalhes:

- *Certifique-se de que o imóvel em questão atende as suas necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, características da vizinhança, e se é atendido por serviços de água, luz, esgoto, telefone, etc.;*
- *Avalie as comodidades que possam tornar mais atrativa e conveniente à presença dos frequentadores, tais como facilidade de acesso e estacionamento para clientes;*
- *Cuidado com imóveis situados em locais sujeitos a inundações ou próximos às zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito.*
- *Atente para os aspectos de acesso e acessibilidade dos clientes;*
- *Avalie as condições de conservação e segurança do imóvel, bem como os aspectos legais e de zoneamento urbano junto à prefeitura.*

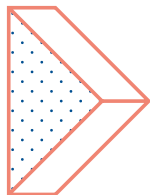


É necessário contratar um contador profissional para legalizar a empresa nos seguintes órgãos:

- *Junta Comercial;*
- *Secretaria da Receita Federal (CNPJ);*
- *Secretaria Estadual de Fazenda;*
- *Prefeitura Municipal, para obter o alvará de funcionamento;*
- *Enquadramento na Entidade Sindical Patronal em que a empresa se enquadra - é obrigatório o recolhimento da Contribuição Sindical Patronal por ocasião da constituição da empresa e até o dia 31 de janeiro de cada ano;*
- *Caixa Econômica Federal, para cadastramento no sistema "Conectividade Social – INSS/FGTS";*
- *Corpo de Bombeiros Militar.*

Além do cumprimento das exigências anteriores, é necessário pesquisar na Prefeitura Municipal a legislação aplicada ao negócio de Academia de Ginástica.





ESTRUTURA E PESSOAL (EQUIPE E EQUIPAMENTOS)

A estrutura de uma academia de ginástica deve compreender um imóvel com área não inferior a 250 m², e sugere-se que seja composta basicamente pelas seguintes áreas:

- *Recepção;*
- *Sala de Administração;*
- *Sala de Avaliação física / Depto. Médico;*
- *Espaço polivalente para aquecimentos, condicionamento, alongamento, etc.;*
- *Salas para aulas de ginástica;*
- *Ambiente para musculação com aparelhos;*
- *Lanchonete;*
- *Loja para venda de produtos do ramo;*
- *Vestiário masculino e feminino com duchas;*
- *Armários.*

Além desses espaços considerados básicos, a diferenciação da academia vem com outros serviços e conveniências que podem ser oferecidos, tais como:

- *Salão de beleza e estética;*
- *Sala de descanso e de visitas;*
- *Salão para recreação de crianças;*
- *Espaço wifi.*

Importante ressaltar que o conjunto de serviços a ser oferecido, e conseqüentemente o espaço e estrutura requeridos, dependem do público alvo e da proposta de valor da academia, implicando diretamente no investimento a ser realizado.

A quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento.

Dependendo da quantidade de alunos atendidos, bem como, dos horários, das modalidades de maior fluxo e dos serviços oferecidos, será necessário um número adequado de pessoas para atender esta demanda. Para uma academia de ginástica de pequeno porte pode-se começar com seis empregados, sendo um gerente, um atendente, um professor de ginástica, um professor de dança, um professor de musculação e um auxiliar de serviços gerais.

Por exigência legal, os professores de ginástica devem ter formação de nível superior em educação física.

Tão ou mais importante que a quantidade, é a qualificação dos profissionais a serem contratados. Para isso, o empresário deverá considerar questões essenciais no atendimento aos clientes, tais como: agilidade e presteza no atendimento, capacidade de identificar as necessidades dos clientes, cortesia, demonstrar interesse, ter habilidade para tratar a diversidade, conhecer o ramo de atividade.

Os colaboradores que atenderão o público devem ter as seguintes competências, que devem ser focadas durante o processo de seleção e contratação:

Atendente

Além de conhecer muito bem os serviços e a empresa, o atendente deve também conhecer as necessidades e os hábitos dos clientes, ter uma postura consultiva oferecendo soluções que atendam essas necessidades, ter facilidade de comunicação, empatia e bom humor.

Professores

Além de terem conhecimento sobre a fisiologia humana e atividades físicas devem também conhecer as novas tecnologias aplicadas ao ensino dos exercícios físicos e ser capaz de estabelecer diferentes níveis de objetivos na programação das atividades. Cada um deve conhecer bem as suas atividades específicas e gostar de trabalhar com pessoas.

O empreendedor deverá participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor, pois esse é um negócio especial que interfere diretamente na vida das pessoas, o que requer conhecimentos, habilidade e atitudes capazes de agregar valor real ao ser humano. Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato da categoria, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, consequências desagradáveis. O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e o treinamento adequado.

Quanto aos equipamentos, podemos dividi-los em Administrativos e Esportivos. Os equipamentos administrativos são aqueles de uso geral, utilizados para a gestão do empreendimento e conveniência dos clientes. Destacamos entre eles os principais:

- *Microcomputadores*
- *Equipamentos de rede e WIFI*
- *Impressoras;*
- *Telefones;*
- *Mesas;*
- *Cadeiras;*
- *Armários;*
- *Equipamentos de som, TV, etc.*

Os equipamentos esportivos da academia também estão sujeitos às variações de qualidade e sofisticação dos mesmos. Devemos lembrar que as tecnologias associadas ao fitness e saúde vem evoluindo constantemente, e podem ser um fator diferenciador do empreendimento.

Um cuidado especial deve ser dado à questão da “robustez”, pois esses equipamentos estarão sujeitos ao uso contínuo e prolongado, requerendo que os mesmos sejam desenvolvidos e construídos para a finalidade de uso profissional, muito diferente dos equipamentos para uso doméstico ou condominial.

Os preços dos equipamentos variam muito, seja pela qualidade, quantidade e estilo dos mesmos, ou até mesmo pela localização do empreendimento.

Os equipamentos básicos de uma academia são:

Equipamentos de Ginástica:

- *Cross trainers*
- *Esteiras*
- *Bicicleta ergométrica*
- *Banco supino*
- *Pull Over*
- *Peitoral Dorsal*
- *Pec-Deck*
- *Máquina flexora*
- *Adutor/abdutor*
- *Abdominal com carga*
- *Remada com carga*
- *Leg press*
- *Cadeira Romana*
- *Halteres*
- *Barras*
- *Kit anilhas*
- *Porta barras*
- *Step*
- *Colchonetes*
- *Cordas*
- *Bebedouros*
- *Aparelhagem de som*
- *Balcão de atendimento*

Área administrativa:

- *Microcomputador completo*
- *Impressora*
- *Telefone*
- *Mesas*
- *Cadeiras*
- *Armário para o escritório*

Os equipamentos mais caros, e também os mais utilizados, são os de exercícios aeróbios como as esteiras, escadas, elípticos e bicicletas ergométricas. Devem ser equipamentos robustos, profissionais e em quantidade suficiente para atender a demanda esperada.

Seus valores variam muito de acordo com a qualidade e sofisticação. Estimamos que o valor total do investimento necessário em equipamentos seja da ordem de R\$100.000,00 (Cem mil reais), ressaltando mais uma vez a significativa variação em preços e qualidade dos mesmos. Portanto, consulte vários fornecedores e busque promoções especiais.



MATÉRIA-PRIMA E MERCADORIAS

Como se trata de uma prestação de serviços, as mercadorias ou matérias-primas envolvidas na atividade não são muito relevantes em termos de volume e custo, mas são muito importantes nos aspectos de higiene e conforto para os clientes.

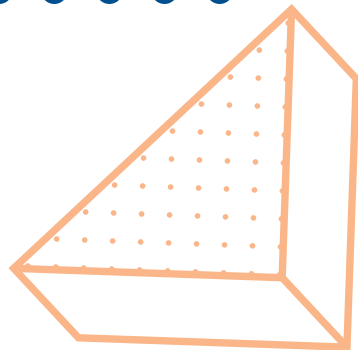
Atenção para:

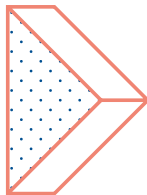
- *Materiais de banheiro;*
- *Toaleta;*
- *Higienização pelo uso dos equipamentos;*
- *Limpeza geral das instalações.*

Uma academia de Ginástica requer do empresário acompanhamento constante e seleção adequada de fornecedores, ambiente e local adequado para armazenamento de materiais, além controle de uso e reposição.

Se a academia possui uma lanchonete, mesmo que terceirizada, a disponibilidade, armazenamento e manipulação dos alimentos, requerem atenção redobrada, pois podem comprometer a saúde dos clientes, além de estarem sujeitas à fiscalização da ANVISA e das Secretarias Municipais de Vigilância Sanitária.

Para a definição do mix dos produtos/serviços a serem oferecidos, o empresário deverá visitar concorrentes, ouvir permanentemente seus clientes e ir fazendo adaptações ao longo do tempo.





INVESTIMENTO E CAPITAL DE GIRO

O investimento compreende todo o capital empregado para iniciar e viabilizar o negócio até o momento de sua autossustentação. Pode ser caracterizado como:

Investimento fixo

Compreende o capital empregado na compra de imóveis, equipamentos, móveis, utensílios, instalações, reformas etc.;

Investimentos pré-operacionais

São todos os gastos ou despesas realizadas com projetos, pesquisas de mercado, registro da empresa, projeto de decoração, honorários profissionais e outros;

Capital de giro

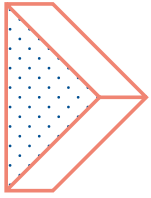
É o capital necessário para suportar todos os gastos e despesas iniciais, geradas pela atividade produtiva da empresa. Destina-se a viabilizar as compras iniciais, pagamento de salários nos primeiros meses de funcionamento, impostos, taxas, honorários de contador, despesas de manutenção e outros.

Para montar uma Academia de Ginástica o empreendedor deverá investir em:

- *Mobiliário para a área administrativa;*
- *Móveis e equipamentos;*
- *Construção e reforma de instalações;*
- *Despesas de registro da empresa, honorários profissionais, taxas etc;*
- *Capital de giro para suportar o negócio nos primeiros meses de atividade.*

O valor do investimento dependerá do porte da academia, nível de sofisticação do empreendimento, localização e público alvo.



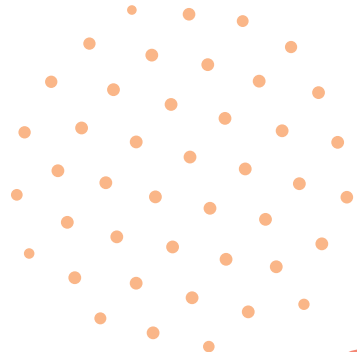


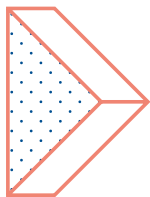
CANAL DE DISTRIBUIÇÃO

O canal de distribuição dos serviços é o próprio estabelecimento. Entretanto, podemos pensar em formas não convencionais, mas já bastante popularizadas, como os “personal trainers” levando aos domicílios e condomínios os serviços da academia.

Nesse sentido, utilizar os espaços de fitness dos condomínios como meio de aproximar sua academia aos clientes, é uma ideia interessante.

Assim, a qualificação dos profissionais e a qualidade do serviço prestado na academia estará sendo disponibilizado também fora do seu estabelecimento. Idem para empresas e condomínios empresariais, oferecendo uma conveniência bastante interessante nas grandes cidades.





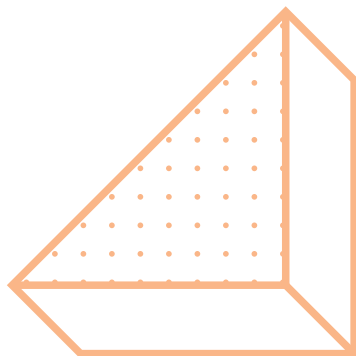
AGREGAÇÃO DE VALOR

As academias de ginástica podem ser consideradas como um grande centro de saúde, lazer, beleza e diversão, onde os clientes são atraídos por atividades específicas e de acordo com seus objetivos individuais.

Deve ser oferecido um mix de serviços no qual é possível encontrar várias modalidades em um só lugar, com o objetivo de oferecer ao cliente conforto, comodidade, variedade, e principalmente, profissionalismo.

As principais modalidades que podem ser oferecidas a critério do empreendedor são:

- *Musculação;*
- *Ginástica;*
- *Artes marciais;*
- *Dança;*
- *Aulas de natação e hidrogenástica;*
- *Spinning;*
- *Body system, entre outras.*



Uma forma bastante comum de agregar valor é ofertar pacotes onde o aluno pode praticar várias modalidades, tais como judô, dança, boxe e outros, por um único valor mensal.

Outra forma de aumentar as receitas é a comercialização de roupas de ginástica e acessórios, além de lanches, sucos naturais, energéticos, suplementos alimentares, etc. Deve-se atentar no entanto, para os riscos que esses "adicionais" também trazem, tais como a necessidade de manutenção de estoques, armazenagem de produtos perecíveis, entre outros.

Uma modalidade de ginástica em destaque é o Pilates, introduzida no Brasil já há algum tempo e com grande aceitação, em especial pelo público feminino. Essa modalidade requer alguns equipamentos especiais e instrutores especializados e/ou fisioterapeutas.

Outra modalidade em ascensão é a de “atividades funcionais”, que procura exercitar os movimentos corriqueiros do dia a dia, como subir e descer escadas, agachamento, entre outros. Essa modalidade, associada às práticas de ginástica laboral, poderão ser oferecidas em ambientes empresariais e de escritórios, levando a academia até o cliente no horário comercial.

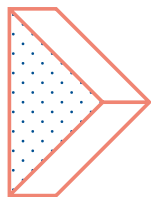
Além disso, estabelecer parcerias ou sublocar espaço para fisioterapeutas e médicos de reabilitação de lesões ortopédicas é um nicho de negócio para fidelizar o cliente e aumentar a receita da academia. Outras modalidades de parcerias que devem ser avaliadas são aqueles com lojas de produtos naturais e suplementos alimentares, artigos que são bastante procurados por frequentadores de academias. Os chamados “sites de compras coletivas” também oferecem uma oportunidade para diversificar a forma de aproximação aos clientes, através de pacotes limitados de descontos para grupos de pessoas.

É importante pesquisar junto aos concorrentes para conhecer os serviços que estão sendo adicionados e desenvolver opções específicas com o objetivo de proporcionar ao cliente um produto diferenciado. Também é essencial conversar com os clientes atuais para identificar suas expectativas é muito importante para o desenvolvimento de novos serviços ou produtos personalizados, o que amplia as possibilidades de fidelizar os atuais clientes, além de cativar novos.

A criatividade não tem limites, e a adoção de algumas práticas de outros negócios devem ser avaliadas, tais como, instituir o “Dia do Amigo”, quando os alunos poderão levar um amigo para conhecer e participar das aulas, ou em dias especiais oferecer café da manhã ou lanches, que podem ser patrocinados por algum fabricante e comerciante dos produtos a serem oferecidos através de parcerias.

O empreendedor deve manter-se sempre atualizado com as novas tendências, novas técnicas, novos métodos, através da leitura de colunas de jornais e revistas especializadas, programas de televisão ou através da Internet - sites e redes sociais. O uso adequado dessas novas mídias, seja para a oferta de promoções ou comunicação de eventos, são ferramentas que ampliam o alcance das iniciativas comerciais da academia.





DIVULGAÇÃO



Os meios para divulgação variam de acordo com o porte e o público-alvo escolhido, e para que seja bem sucedida, deve ser bem estudada e planejada.

Em linhas gerais podemos afirmar que, sendo um negócio "local", a melhor divulgação deve alcançar o público das áreas próximas à academia. Panfletos, jornais locais e de bairro, distribuição junto a outros negócios próximos, condomínios e empresas, além de parcerias com estabelecimentos na mesma região, são alternativas que devem ser incentivadas.

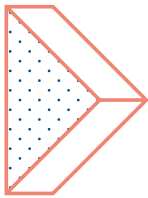
Além disso, a existência de um site na internet é altamente recomendado, não somente para a divulgação dos serviços, mas também para a divulgação de promoções, eventos, novidades, e como canal de comunicação com os clientes. A participação em redes sociais, mantendo os alunos e potenciais clientes atualizados quanto a promoções, dicas de alimentação, eventos esportivos e culturais, entre outros, permite estar em permanente em contato com o público alvo.

As formas tradicionais, tais como anúncios em jornais de bairro, ônibus e metrô, revistas locais e propaganda em rádio também devem ser consideradas, dependendo dos hábitos e costumes da região. A propaganda boca a boca, o convite aos amigos dos alunos para aulas demonstrativas e outras formas de propaganda direta, podem ser muito eficientes.

Uma divulgação interessante é a montagem de estandes em eventos de corrida, com distribuição de brindes e/ou descontos na matrícula ou mensalidade. Na medida do interesse e das possibilidades, poderão ser utilizados anúncios em jornais de grande circulação, revistas e outdoor.

Lembre-se: o Sebrae poderá ajudar na definição de uma estratégia de marketing, através de seus consultores e de produtos específicos para a divulgação do empreendimento.





INFORMAÇÕES TRIBUTÁRIAS

O segmento de SALÃO DE FESTAS INFANTIS, assim entendido pela CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 8230-0/02 como a atividade de gestão de casas de festas e eventos, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para microempresa, R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) para empresa de pequeno porte, e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional - <http://www8.receita.fazenda.gov.br/Simples Nacional/>:

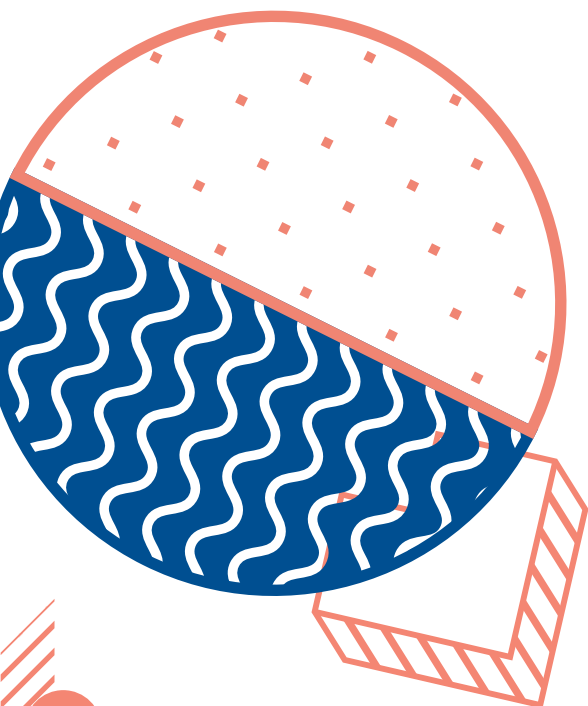
- *IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);*
- *CSLL (contribuição social sobre o lucro);*
- *PIS (programa de integração social);*
- *COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);*
- *ISSQN (imposto sobre serviços de qualquer natureza);*
- *INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal).*

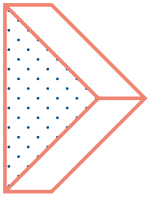
Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade variam de acordo com o valor do gasto com mão de obra: caso sejam inferiores a 28% do faturamento a alíquota será de 15,5% a 30,5%; caso sejam superiores a 28%, neste caso a alíquota irá variar de 6% a 33%. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Para se enquadrar como MEI (Microempreendedor Individual), o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII, pois este segmento não pode se enquadrar no MEI, conforme Res. 94/2001. Micro empreendedor Individual - Conforme Res. 94/2011, este segmento não se aplica no âmbito do SIMEI.

Para este segmento, tanto ME ou EPP, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.





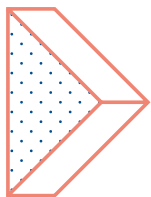
DICAS DE NEGÓCIOS

Para todo tipo de negócio é importante lembrar dos fundamentos: o ponto e localização é essencial, assim como a promoção e divulgação dos serviços, seu mix e os preços praticados. Sendo um serviço já conhecido e difundido no mercado brasileiro, a eficiência, a competitividade e a inovação fazem toda a diferença no bom andamento de negócio Academia de Ginástica.

Seguem abaixo algumas dicas que podem melhorar o desempenho e os resultados do negócio:

- *É importante, para se tornar mais competitivo, dimensionar o conjunto de serviços que serão agregados; avaliar o custo-benefício desses serviços é vital para a sobrevivência do negócio, porque pode representar um elevado custo sem geração do mesmo volume de receitas.*
- *Investir na qualidade global de atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente, além de comodidades adicionais como é o caso de estacionamento, rede WIFI, lanchonete, etc.*
- *Procurar fidelizar a clientela com ações de pós-venda, como: remessa de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços e novos produtos ofertados, contato telefônico e por e-mail lembrando eventos e promoções.*
- *A presença do proprietário e a atenção aos clientes são fundamentais para o sucesso do empreendimento.*
- *É vital participar de feiras e eventos que reúnam expositores do segmento, visando também estabelecer contato com novos fornecedores e práticas.*

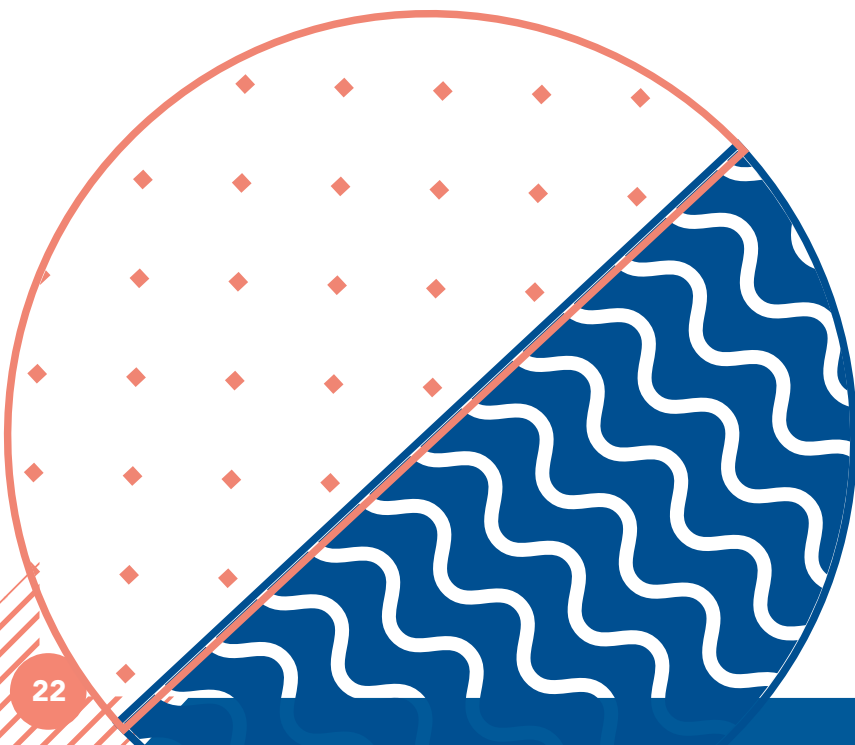


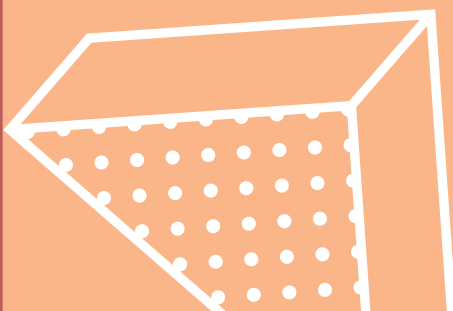
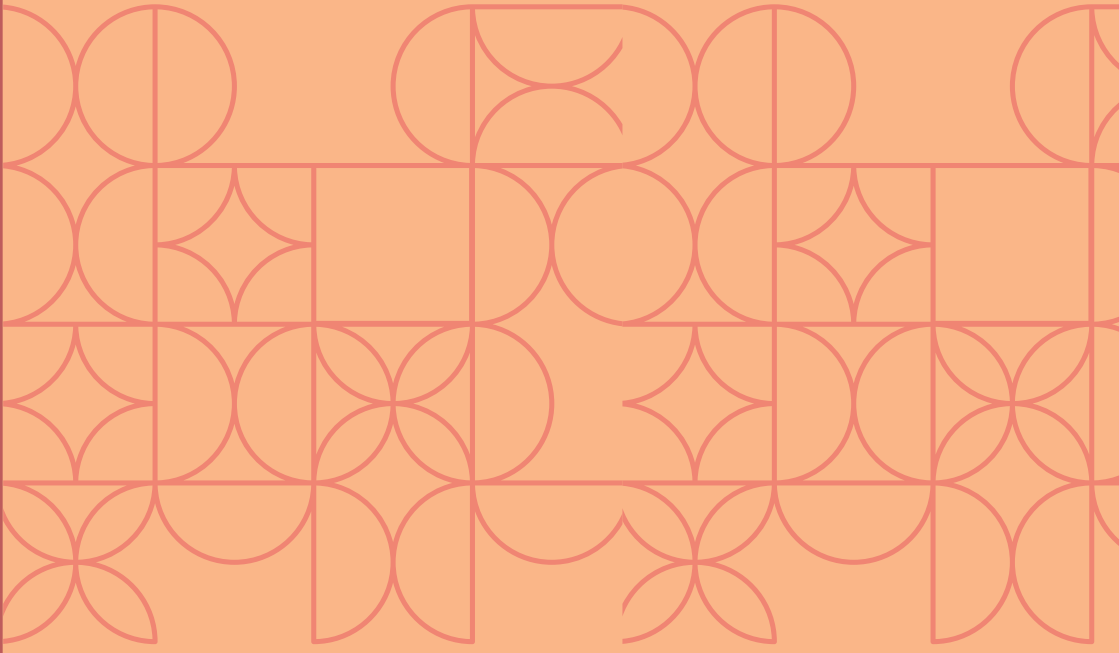
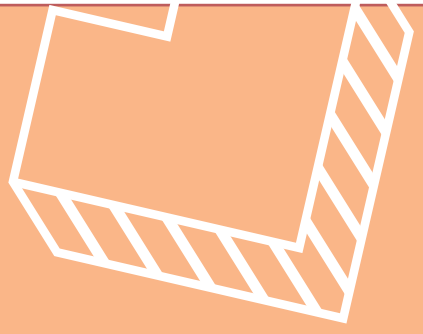


BIBLIOGRAFIA

<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/resolucao/2011/CGSN/Resol94.htm>

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares números 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011.







Quer saber mais?

Acesse o site do Sebrae e conheça outros conteúdos.

www.sebraeatende.com.br 0800 570 0800



SebraeBahia