



**COMPLEXO EDUCACIONAL MILLENIUM LTDA
FACULDADE UNIRB PIAUÍ**

RAIMUNDO RODRIGUES RABELO

PLANO DE NEGÓCIOS: Consert Lab

**TERESINA/PI
2022**

RAIMUNDO RODRIGUES RABELO

PLANO DE NEGÓCIOS: CONSERT LAB

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração do Complexo Educacional Millenium LTDA (UNIRB PIAUÍ) como requisito parcial para obtenção do título de Conclusão no Curso de Bacharelado em Administração.

Orientador: Prof (a) Me Lívia Maria Sales L. Magalhães.

**TERESINA/PI
2022**

TERMO DE APROVAÇÃO

RAIMUNDO RODRIGUES RABELO

PLANO DE NEGÓCIOS: CONSERT LAB

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Complexo Educacional Millenium – UNIRB PIAUÍ, como exigência para obtenção do grau de Bacharel em Administração. Orientadora: Prof (a) Me. Lívia Maria Sales L.M.

A banca examinadora dos Trabalhos de Conclusão em sessão pública realizada em

_____ / ____ / _____ considerou o (a) candidato

(a): _____

Prof. Me. Lívia Maria Sales L. M.
Orientador – Presidente da Banca

Prof. Esp. Dorgilan Rodrigues da Cruz
Membro da Banca

Prof. Me. Samayk Henrique Ferro da Silva
Membro da Banca

Teresina (PI), 2022.

AGRADECIMENTO

Inicialmente agradeço a Deus por ter chegado até aqui, por nos proporcionar garra e disposição para enfrentar os desafios ao longo do curso. Toda honra e toda glória ao nosso grande arquiteto do universo por essa importante formação em Bacharelado em Administração.

Agradecimentos também aos meus familiares, em especial a minha mãe querida a quem devo por minha educação e exemplo de vida, motivo maior da minha luta por essa formação superior.

Aos amigos, irmãos, colegas de classe e aos professores que não mediram esforços, apoio e incentivos para que essa formação acontecesse.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte dessa luta. A minha gratidão.

EPÍGRAFE

“Faça o que puder, com o que tiver, onde estiver.” — Theodore Roosevelt.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – LOGOMARCA DA EMPRESA -----	12
FIGURA 2 – ORGANOGRAMA DA EMPRESA -----	25

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – ENDEREÇO DA EMPRESA -----	12
QUADRO 2 – DISTRIBUIÇÃO DO CAPITAL-----	14
QUADRO 3 – ESTUDOS DOS CONCORRENTES-----	17
QUADRO 4 – PRODUTO SERVIÇO-----	18
QUADRO 5 – DADOS DO EMPRESÁRIO-----	19
QUADRO 6 – BENEFÍCIOS DOS FUNCIONÁRIOS -----	24
QUADRO 7 – ESTUDO DOS FORNECEDORES -----	26
QUADRO 8 – ANÁLISE DE SWOT -----	27

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – PROJEÇÃO DE VENDAS -----	22
TABELA 2 – INVESTIMENTOS FIXOS MÓVEIS E EQUIPAMENTOS -----	29
TABELA 3 – INVESTIMENTOS FIXOS INSTRUMENTOS E FERRAMENTAS -----	29
TABELA 4 – INVESTIMENTOS FIXOS COM IMÓVEIS -----	30
TABELA 5 – INVESTIMENTOS FIXOS TOTAIS -----	31
TABELA 6 – ESTIMATIVA INICIAL DE ESTOQUE-----	31
TABELA 7 – TABELA DE DEPRECIAÇÃO -----	32
TABELA 8 – CUSTOS FIXOS MENSAL E ANUAL-----	32
TABELA 9 - CUSTO VARIÁVEL-----	33
TABELA 10 – INVESTIMENTOS FIXOS -----	33
TABELA 11 – PRAZOS VENDAS E CONTAS A RECEBER -----	34
TABELA 12 – PRAZO MÉDIO PAGAMENTO DE FORNECEDORES -----	35
TABELA 13 – NECESSIDADE MÉDIA DE ESTOQUE EM DIAS -----	35
TABELA 14 – NECESSIDADE CAPITAL DE GIRO EM DIAS -----	36
TABELA 15 – CAIXA MÍNIMO OPERACIONAL -----	36
TABELA 16 – CÁLCULO DE CAPITAL DE GIRO -----	36
TABELA 17 – INVESTIMENTO PRÉ OPERACIONAL -----	37
TABELA 18 – CÁLCULO DE INVESTIMENTO TOTAL -----	37
TABELA 19 – MÉDIA DE FATURAMENTO ESTIMADO-----	37
TABELA 20 – ESTIMATIVA DE GASTO COM COMERCIALIZAÇÃO -----	38
TABELA 21 – ESTIMATIVA DE CUSTO COM MÃO DE OBRA -----	38
TABELA 22 – DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS -----	39
TABELA 23 – PROJEÇÃO DE CENÁRIOS FINANCEIROS -----	42

ÍNDICE

1 - SUMÁRIO EXECUTIVO	11
2 - CONCEITO DE PLANO DE NEGÓCIOS	11
2.1 - DADOS DO EMPREENDIMENTO	12
2.2 - LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA	12
2.3 - VISÃO ESTRATÉGICA	13
2.4 - VISÃO	13
2.5 - MISSÃO	13
2.6 - VALORES	13
2.7 - FORMA JURÍDICA	13
2.8 - ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO	14
2.9 - SETOR DE ATIVIDADE	14
2.10 - CAPITAL SOCIAL	14
2.11 - DISTRIBUIÇÃO DO CAPITAL	14
2.12 - FONTES DE RECURSOS	14
3 - BENEFÍCIOS PARA O CLIENTE	15
4 - MERCADO E COMPETIDORES	15
4.1 - MERCADO E PÚBLICO ALVO	16
4.2 - ANÁLISES DOS CONCORRENTES	17
4.3 - ESTUDO DOS CONCORRENTES	18
5 - PRODUTO E SERVIÇO	18
6 - MARKETING E VENDAS	19
7 - PREÇO	20
8 - PRAÇA	21
9 - PROPAGANDA E COMUNICAÇÃO	21
10 - PROJEÇÃO DE VENDAS	22
11 - EQUIPE DE GESTÃO	23
11.1 - EMPRESÁRIOS	24
11.2 - FUNCIONÁRIOS	25
11.3 - RECURSOS HUMANOS	25
11.4 - ESTRUTURA E OPERAÇÃO	26
12 - ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO	26
12.1 - ESTRATÉGIA	27
13 - FINANÇAS	28
14 - PREMISSAS	28
15 - MÓVEIS E EQUIPAMENTOS	28
15.1 - EQUIPAMENTOS E FERRAMENTAS	29
15.2 - IMÓVEIS	29
16 - ESTOQUE INICIAL	31
17 - DEPRECIÇÃO	32
18 - CUSTOS FIXOS	33
19 - CAPITAL DE GIRO	34
20 - CAIXA MÍNIMO OPERACIONAL	34
21 - INVESTIMENTOS PRÉ OPERACIONAL	36
21.1 - INVESTIMENTO TOTAL	37
22 - FATURAMENTO MENSAL ESTIMADO (MÉDIA)	37
22.1 - PROJEÇÃO MÉDIA GASTOS COM COMERCIALIZAÇÃO	38

22.2 – GASTO COM MÃO DE OBRA -----	38
23 – DEMONSTRATIVOS DE RESULTADOS -----	38
24 – INDICADOR DE VIABILIDADE -----	39
25 – PONTO DE EQUILIBRIO -----	39
26 – LUCRATIVIDADE -----	40
27 – RENTABILIDADE -----	40
28 – PRAZO DE RETORNO DE INVESTIMENTO -----	41
29 – PROJEÇÃO DE CENÁRIO FINANCEIRO -----	41
30 – AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS -----	42
31 – REFERÊNCIAS -----	44

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

A Consert Lab é uma empresa de prestação de serviços na área da saúde no segmento de manutenção preventiva e corretiva de equipamentos laboratoriais e hospitalares. Ficará situada na Avenida Jacob de Almendra, 411, Bairro Por Enquanto, norte, Teresina, Piauí. Localização estratégica pela proximidade do centro polo da saúde onde está situado o maior número de laboratórios e clínicas da cidade. A Consert Lab terá como foco principal o atendimento programado ao cliente no seu estabelecimento sem necessidade de remoção dos equipamentos. A ideia do negócio surgiu a partir da experiência de mais 10 anos do diretor técnico na área de manutenção. A equipe contará apenas com o diretor técnico, uma atendente para tarefas administrativas e o contador que será contabilizado no custo fixo.

O capital social investido R\$ 15.946,42 mil reais tem o indicador de viabilidade que mostra o ponto de equilíbrio de R\$ 91.959,90, com lucratividade de 32,37%, rentabilidade de 363% com prazo de retorno de 3 meses. No cenário projetado temos receita de R\$ 178.800,00 em vendas, no cenário pessimista uma redução de - 3,3% em R\$ 172.899,60 e com cenário otimista de 2,6% em R\$ 183.448,80

2 CONCEITOS DE PLANO DE NEGÓCIOS

Montar um negócio parece ser complicado e ao mesmo tempo fácil visto que para a maioria que se aventura não há preocupação com planejamento e organização do negócio ou empreendimento, o que na maioria das vezes leva o negócio ao fracasso nos primeiros anos. O índice de mortalidade das micro e pequenas empresas brasileiras e também americanas (startups) nos primeiros anos de existência atingem percentuais preocupantes e tem motivos de análises e discussão em vários âmbitos da sociedade, do meio acadêmico ao empresarial (DORNELA, 2018).

Empreender ou abrir um negócio não é somente formalidades e recursos financeiros necessários para operacionalizar o empreendimento. Para Chiavenato (2012, p. 32), “Negócio é uma atividade baseada no esforço organizado de determinadas pessoas para produzir bens e serviços a fim de vendê-los em um determinado mercado e alcançar recompensa financeira pelo seu esforço”.

A maioria das pessoas que se aventuram no mundo dos negócios busca alguma realização, seja trabalhar por conta própria e ser o próprio patrão, bem como, pelo status de ser visto como empresário. A visão destes está focada somente em negociar produtos e serviços grosseiramente sem a devida preocupação de satisfação do cliente. De acordo com Chiavenato (2012, p.33), “Negociar significa basicamente comprar e vender algo a alguém”. E, sem dúvida, produzir esse algo e agregar valor no meio dessas duas pontas. Todo negócio envolve necessariamente o ato de produzir ou vender um produto ou de prestar um serviço especializado e definido.

Pode-se dizer que, trata-se de uma forma de satisfazer alguma necessidade do cliente ou responder a alguma oportunidade de mercado (CHIAVENATO, 2012).

2.1 DADOS DO EMPREENDIMENTO:

Razão Social: R R RABELO
Nome Fantasia: CONSERT LAB

FIGURA 1 – LOGOMARCA DA EMPRESA



Fonte própria (2022).

2.2 LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA:

QUADRO 1 – ENDEREÇO DA EMPRESA

Nome: Consert Lab	
Endereço sede: Avenida Jacob de Almendra, 411. Bairro:Por Enquanto	
Cidade: Teresina	Estado: Piaui
Telefone (86) 9951-1589	

Fonte própria (2022).

2.3 VISÃO ESTRATÉGICA

A Consert Lab tem como visão estratégica proporcionar aos seus clientes uma assistência técnica com profissionais capacitados, serviços de qualidade, tempo hábil e preço justo. Assim o mercado alvo entenderá e valorizará o que está sendo oferecido pela empresa em questão.

2.4 VISÃO

Crescer de maneira inovadora e sustentável buscando continuidade a excelência operacional, onde os colaboradores tenham orgulho em trabalhar, sendo referência local em manutenção de equipamentos da área da saúde.

2.5 MISSÃO

A Consert Lab tem por missão disponibilizar soluções em manutenção, calibração e validação para aparelhos na área da saúde com ética, qualidade e excelência, buscando inovar e proporcionar os melhores resultados aos clientes, colaboradores e parceiros.

2.6 VALORES

A Consert Lab tem por valores a busca contínua por Qualidade, Credibilidade, Comprometimento e Respeito aos seus clientes.

2.7 FORMA JURÍDICA

A empresa constitui-se uma Microempresa, portanto, ME. A escolha da forma jurídica se deu pensando na margem de faturamento anual e na simplificação de impostos a recolher pelo fisco. Além da capacidade e possibilidade de participar de processos licitatórios com órgãos públicos, visto praticidade e menos burocracia documental. De acordo com Chiavenato (2012, p.62) “A Lei nº7. 256, de 27 de novembro de 1984, instituiu o Estatuto da Microempresa (com alterações feitas pela Lei nº 8.383, de 30 de dezembro de 1991) para efeito de faturamento anual – R\$ 240.000,00 – menos burocracia documental, deveres fiscais e contábeis facilitados”.

2.8 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

O enquadramento tributário se dará através do SIMPLES NACIONAL, que engloba vários impostos, tais como, ICMS, COFINS, PIS, entre outros.

2.9 SETOR DE ATIVIDADE

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS.

2.10 CAPITAL SOCIAL

O capital social da empresa, a ser empregado pelo administrador, será de R\$ 15.946,42, recurso próprio. Futuramente será analisado aquisição de empréstimos bancários visando ampliação e crescimento da empresa.

2.11. DISTRIBUIÇÃO DO CAPITAL

O capital social que será investido na empresa será um total de R\$ 15.946,42. Totalizando, assim o montante necessário inicialmente com o objetivo de crescimento futuro.

QUADRO 2 - DISTRIBUIÇÃO DO CAPITAL

Nome do proprietário	% participação
Raimundo R. Rabelo	100

FONTE PRÓPRIA (2022)

2.12 FONTES DE RECURSOS

De acordo com Chiavenato (2012, p. 254) “Financiamento é uma operação por meio da qual a empresa levanta recursos financeiros de terceiros para capital de giro ou para ativos circulantes temporários e permanentes, bem como investimentos”. Estuda-se oportunamente trabalhar com recursos de terceiros visando ampliação e crescimento da empresa.

Algumas que concedem fundos especiais são:

Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES);

Banco do Brasil S.A. (BB);

Banco do Nordeste do Brasil (BNB);
Caixa Econômica Federal (CEF).

A Consert Lab será iniciada com recursos próprios como citado anteriormente no item 2.10 objetivando crescimento futuro com apoio das instituições financeiras mencionadas acima.

3 BENEFÍCIOS PARA O CLIENTE

A oferta de um produto ou serviço deve satisfazer as necessidades dos clientes e essa satisfação deve ser transformada em benefícios seja pelo preço acessível, qualidade do produto ou serviço, localização fácil do estabelecimento e um bom atendimento antes e depois do fechamento da venda. Pensando assim, podemos afirmar que serviço é uma atividade especializada ofertada a clientes ou mercado e deve ser capaz de atender, superar necessidade e desejos inconscientes (*DORNELAS, 2012*).

A Consert Lab irá oferecer como benefícios para os clientes solução, preço justo e qualidade na prestação dos serviços. Atender bem, apresentar solução, preço justo com qualidade e manter contato com os clientes antes, durante e após o atendimento será o diferencial da empresa.

4 MERCADO E COMPETIDORES

Mercado é o ambiente onde indivíduos negociam – compra e venda – de bens e serviços (*CHIAVENATO, 2012*).

De acordo com Chiavenato (2012, p. 87), mercado pode ser definido também como transações em que há de um lado a oferta – pessoas ou empresas que vendem bens e serviços – e, noutro lado, a procura – pessoas ou empresas que compram bens e serviços.

Sabemos que a lei da oferta e procura nem sempre são equilibradas e que o mercado de oferta se define assim “quando há mais produtos ou serviços à venda do que pessoas procurando por tal. Assim, podemos dizer que mercado de procura é o inverso do da oferta, havendo mais procura por determinado produto e serviço do que a disponibilidade destes no mercado”. (*CHIAVENATO, 2012, p. 87*).

Diante do entendimento sobre mercado é necessário compreender que é

nesse ambiente que acontecem as negociações de compra e venda de bens e serviços e que é necessário mais que oferta e procura para fazer com que os negócios prosperem. É necessário ter a percepção das necessidades dos clientes para que o produto ofertado seja diferenciado da concorrência. Segundo Chiavenato (2012, p. 88) “É no mercado concorrente que estão as demais empresas que produzem e vendem produtos ou serviços idênticos ou similares aos que você pretende ofertar”.

4.1 MERCADOS E PÚBLICO ALVO

Várias definições são dadas ao conceito de mercado, desde a um ambiente ou local do mais simples ao mais sofisticado, onde ocorrem negociações de produtos ou serviços em virtude preços, qualidade ou prazos de pagamento. Toda movimentação financeira que ocorre no mercado de negócios leva em consideração observações de público ou classe de consumidor potencial para direcionar esforços e estratégias para vender ou comprar mais produtos ou serviços.

Entende-se por público alvo o nicho de clientes em potencial que possam adquirir ou consumir produtos e serviços ofertados, capaz de atingir ou superar as expectativas da abertura e existência do negócio. Para, Chiavenato (2012, p. 90) “Cliente potencial é aquele que ainda não comprou da empresa – saber o motivo e se necessário for, transformar o produto, a venda ou serviço e adequá-lo às necessidades do cliente e torná-lo cliente real”.

A Consert Lab terá como público alvo clientes como: clínicas, hospitais (público e privado), laboratórios (público e privado) e faculdades (pública e privada). São clientes potenciais pelo poder de pagamento visto que são equipamentos específicos e de alto valor de compra. Demandam por mão de obra qualificada. Na sua maioria são clientes pessoa jurídicas e que investem alto no empreendimento e apostam no retorno garantido pelo alto grau de complexidade e precisão que os equipamentos geram na emissão de laudos e resultados médicos. Por isso, a necessidade de um bom serviço, a fim de facilitar e assegurar o diagnóstico médico para posterior prescrição de receituários e medidas a serem tomadas com segurança.

4.2 ANÁLISES DOS CONCORRENTES

Segundo Dornelas (2018, p. 144), “Analisar a concorrência é importante em qualquer negócio, a concorrência não se limita somente aos competidores diretos, os indiretos que de alguma forma desviam a atenção dos clientes para outros produtos devem ser considerados também”.

Por isso, é importante elaborar e conhecer sobre seus concorrentes no mercado em que vai atuar. Pensando nisso, elaboramos um quadro de estudos sobre os concorrentes, levando em consideração alguns pontos importantes como: garantias oferecidas, serviços aos clientes, atendimento, condições ou formas de pagamentos e preço médio praticado. Entendemos que os pontos abordados são importantes para que possamos avaliar e determinar como iremos nos diferenciar no mercado e assim atrair e fidelizar os clientes.

QUADRO 3 - ESTUDO DOS CONCORRENTES

	EMPRESA A	EMPRESA B	CONSERT LAB
Garantias oferecidas	Pouca estrutura e poucos profissionais treinados. 90 dias	Pouca estrutura e poucos profissionais treinados. 90 dias	Estrutura adequada e confortável. Profissionais capacitados. Garantia 90 dias.
Serviços aos clientes	Manutenção e reparo. Não emite certificado de calibração e validação.	Manutenção e reparo. Não emite certificado de calibração para o segmento proposto.	Visita técnica, manutenção preventiva, corretiva e calibração.
Atendimento	Regular	Regular	Excelente
Localização	Centro	Centro	Centro/Norte
Condições de Pagamento	Aceita a maioria dos cartões de crédito e débito. Inflexível nos descontos à vista.	Aceita a maioria dos cartões de crédito e débito. Inflexível nos descontos à vista.	Pagamento à vista, cartões de débito e crédito, boleto e pix.
Pré e pós-atendimento	Média qualidade	Média qualidade	Cliente é informado do início, meio, fim e pós-atendimento.

Fonte própria (2022)

4.3 ESTUDOS DOS FORNECEDORES

A importância de escolher bem os fornecedores é de essencial importância, pois a escolha adequada permite avaliar parâmetros como: tempo, custos, riscos e qualidade como entregam final, refletindo assim, satisfação do cliente e retorno financeiro. O estudo e o planejamento para escolha de fornecedores devem ser criteriosos e evitar impactos negativos por parte destes e assim evitar prejudicar todo o desempenho da organização (VIANA & ALENCAR, 2012).

Segundo Dornelas (2018, p. 237) “Ter parceiros estratégicos favorece a empresa com contratos em licitações e até a entrada em um importante mercado em crescimento, dificultar a entrada de competidores potenciais”. Cientes da importância de se ter parcerias buscamos contatos e alianças com fornecedores e parceiros como os listados no quadro abaixo:

A Consert Lab terá fornecedores de componentes, peças e insumos tanto no mercado local quanto internos (Brasil) como externo (exterior). Estados como São Paulo, Belo Horizonte e Teresina serão os principais fornecedores.

QUADRO 4 - ESTUDO DOS FORNECEDORES

Fornecedores	Forma de pagamento	Prazo de entrega/dias	Compra mínima R\$	Qualidade
Bioplus (SP)	À vista	15 a 30 dias	500,00	Excelente
Anatomic (SP)	À vista	8 a 15 dias	350,00	Excelente
Quimis (SP)	À vista	8 a 15 dias	300,00	Excelente
Cetro (SP)	À vista	8 a 15 dias	300,00	Excelente
Labtest (MG)	À vista	15 a 30 dias	600,00	Excelente
Bioclin (MG)	À vista	15 a 30 dias	600,00	Excelente
Antenão (PI)	À vista	Imediato	Sem limite	Excelente
Liceu Eletrônica (PI)	À vista	Imediato	Sem limite	Excelente

Fonte própria (2022)

5 PRODUTO E SERVIÇO

A Consert Lab tem por objetivo prestar serviços de manutenção, calibração e validação de aparelhos na área da saúde buscando sempre a excelência e a satisfação do cliente. Atender o cliente em ponto físico ou no empreendimento dos clientes sempre com presteza, respeito, preço justo e qualidade.

Para, Chiavenato (2012, p. 90 e 91) “O produto fabricado ou o serviço

prestado constitui o resultado final de todas as operações da empresa – o produto/serviço representa aquilo que a empresa sabe fazer e produzir”.

Por isso, é importante tanto a apresentação do produto ou serviço como suas características e qualidades e devem ser percebidas pelos clientes ou consumidores. “O cliente é o rei do mercado, e, para conquistá-lo, a empresa deve atendê-lo de forma a encantá-lo em todas as ocasiões.” (CHIAVENATO, 2012, p.91).

QUADRO 5 - PRODUTO E SERVIÇO

VISITA TÉCNICA	MANUTENÇÃO PREVENTIVA E CORRETIVA	CALIBRAÇÃO	VALIDAÇÃO
Avaliação dos aparelhos no local com cobrança de taxa de visita. Valor médio R\$ 120,00	Orçamento para manutenção com ou sem troca de peças com cobrança pelo serviço geral. Valor médio R\$ 650,00	Ajuste com padrão de referência e emissão de certificado de calibração. Valor médio R\$ 260,00	Calibração e testes de parâmetros de acordo com as Normas Técnicas vigentes. Valor médio de R\$ 1.600,00

Fonte própria (2022)

6 MARKETING E VENDA

Entendemos que o sucesso do negócio não depende tão somente do planejamento, organização e oferecer um bom produto ou serviço no mercado. É importante compreender e saber operar ferramentas – marketing - importantes para apresentar o produto ou serviço de forma a conquistar o maior número possível de clientes. Para Chiavenato (2012, p. 229) “É por meio do Marketing que o cliente recebe o produto/serviço no momento certo, com as características e o preço adequados – é o principal elo entre o empreendedor e o cliente”.

A empresa Consert Lab, entende que para atingir o objetivo da fidelização de clientes é necessário o entendimento, conhecimento e domínio de técnicas que envolvem o marketing.

Baseado no que diz Dornelas (2018, p. 153) sobre estratégias de marketing:

As estratégias de marketing são meios e métodos que a empresa deverá utilizar para atingir seus objetivos. Essas estratégias geralmente se referem ao composto de marketing, ou os 4PS Os (quatro pés): produto, preço, praça (canais de distribuição) e propaganda/comunicação. A empresa pode adotar estratégias específicas, atuando sobre o composto de marketing, de forma a obter melhor resultado em relação aos competidores.

A Consert Lab entende e sabe que a razão de ser de qualquer negócio é o cliente. Além de identificar o cliente potencial e fidelizá-lo através de ferramentas com o marketing, é de extrema importância conhecer as características individuais e assim poder oferecer produto e serviço direcionados e atingir o objetivo de vendas da empresa. Para Chiavenato (2012, p. 237) “Para conseguir alcançar esses objetivos, o setor de vendas deve seguir um processo de vendas, composto por: pesquisa de mercado de consumidores, propaganda, venda, promoção de vendas, canais de distribuição, merchandising e pós venda”.

Entendemos que técnicas de vendas são importantes bem como a previsão de vendas do produto/serviço para se buscar a satisfação do cliente. Por isso, Chiavenato (2012, p. 241) menciona que “Para vender produto/serviço e produzi-lo na quantidade adequada às necessidades do mercado, a empresa precisa prever antecipadamente as suas vendas, para planejar suas atividades de produção e comercialização”.

7 PREÇO

É muito importante conhecer o mercado em que se vai atuar e colocar um produto ou serviço à venda, principalmente o preço praticado no mercado. A Consert Lab entende que preço justo e qualidade de um produto/serviço devem ser aliados inseparáveis para garantir não só o lucro, mas a satisfação do cliente e o sucesso do negócio. Por isso, Dornelas (2018, p. 155) cita que:

A estratégia de preços que empresa adota para um produto/serviço interfere diretamente na imagem do produto/serviço no mercado e no segmento que irá consumi-lo. Por isso, a empresa deve estabelecer seu objetivo de mercado de forma clara e definir como irá atuar em relação à concorrência.

Saber formar o preço de venda de um produto ou serviço é de extrema importância. Conhecer sobre o custo do produto, taxas de vendas e margem de lucro é importante para formação do preço de venda do produto ou serviço.

Preço de Venda = Custo do produto / (1 – taxa de venda - %margem).

A Consert Lab na sua formação de preço levou em consideração uma pesquisa sobre o preço praticado por alguns concorrentes locais bem como por outras empresas de outros estados. Baseado nessa pesquisa montou-se o preço a ser praticado de forma a alcançar um preço justo e manter um bom lucro.

8 PRAÇA

Dornelas (2018, p. 156) afirma que “Praça (canais de distribuição) envolvem as diferentes maneiras que a empresa pode adotar para levar o produto/serviço até o consumidor”. Para Consert Lab a prestação de serviço ao cliente é extremamente importante e deve acontecer de forma organizada, planejada e agendada e assim atingir o objetivo com excelência. Inicialmente o atendimento deve acontecer diretamente ao cliente com a prestação do serviço no local (clínica ou hospital).

Projeta-se que com seis meses de atividades a empresa acrescentará o atendimento em ponto físico, ficando as duas formas de atendimento para maior comodidade e conforto ao cliente.

9 PROPAGANDA E COMUNICAÇÃO.

Atualmente dispomos de diversos meios de comunicação tradicionais como: Tv, rádio, mala direta, outdoors, etc. Os mais criativos como: panfletos e brindes, feiras, busdoor (anúncio em ônibus), revistas, internet (sites e mídias sociais), etc. Entender qual plano de propaganda/comunicação empresa deverá escolher inicialmente para o seu negócio será crucial para o engajamento de clientes e assim atingir o objetivo de chegar até o consumidor.

Para Dornelas (2018, p. 157) “A propaganda deve ser por meio de vários veículos de divulgação – segmentar o público alvo – focando mais ainda a audiência em um público específico e assim atingir o objetivo”. Por isso, entendemos a importância do uso das ferramentas de propaganda/comunicação na tomada de decisão estratégica de acordo com a realidade do seu negócio.

Sabemos que “fatores importantes devem ser considerados na estratégia de propaganda da empresa: pessoal envolvido, a propaganda e as promoções”. (DORNELAS, 2018, p. 156). Cientes também em evitar divulgação e propaganda sem planejamento o que pode gerar resultados negativos, caso haja uma demanda

maior do que a capacidade de execução do serviço ofertado.

A Consert Lab inicialmente focará na divulgação por meios de cartões corporativos – visita direta ao cliente – demonstrações de portfólios com os principais serviços ofertados por entender que o segmento explorado é bem seletivo e específico. Como alternativa e buscando o melhor custo benefício para divulgação da empresa, as redes sociais – instagram e facebook– serão usadas como segunda opção por ter capacidade de impulsionamento para atingir o público alvo como laboratórios, clínicas, hospitais, faculdades e hospitais que também são usuários assíduos de mídias sociais.

10 PROJEÇÕES DE VENDA

De acordo com Dornelas (2018, p. 158) “Projetar vendas de produtos/serviço deve ser feita com base em análise mercado, na capacidade de produtiva e na estratégia de marketing da empresa”.

A Consert Lab entende a importância da projeção de vendas de serviços como fator determinante para que a demanda seja atendida e a satisfação do cliente seja atingida. Para atingir os objetivos iniciais, elaboramos uma projeção de vendas de serviços apresentados na tabela logo abaixo:

TABELA 1 – PROJEÇÃO DE VENDA MENSAL (Média)

Produto/Serviço	Preço R\$	Qtd	Venda Mensal R\$	Venda Anual R\$
Visita Técnica	120,00	15	1.800,00	21.600,00
Manutenção Preventiva e Corretiva	600,00	15	9.000,00	108.000,00
Calibração	260,00	5	1.300,00	15.600,00
Validação	1.400,00	2	2.800,00	33.600,00
Total			14.900,00	178.800,00

Fonte própria (2022).

Esclarecendo sobre a projeção de venda, temos as visitas definidas como atendimento presencial ao cliente para avaliação do problema reclamado sendo cobrado uma taxa caso o serviço não seja autorizado. Manutenção preventiva pode ser entendida como uma intervenção técnica programada ou não para revisão de

componentes, places e sistemas. São procedimentos e limpeza com o objetivo de evitar a parada indesejada do equipamento. Já a manutenção corretiva nada mais é que a intervenção técnica, programada ou não, para a troca ou reposição de peças ou acessórios, que podem sofrer desgastes natural com tempo de uso onde o objetivo principal é evitar a parada total dos equipamentos.

Para evitar contra tempos e paradas repentinas e demora na solução dos problemas, quando esses vierem a ocorrer, se faz necessário a formalização de um contrato de prestação de serviço entre empresa e cliente. Com a formalização de parceria por contrato, a Consert Lab cumprirá a agenda de manutenção programada em comum acordo com o cliente. Prazos serão pré estabelecidos para evitar paradas indesejadas.

Por tanto, cada tipo de serviço é diferente um do outro, em finalidade e valor, levando em consideração em todos os casos o tempo – hora técnica – a ser cobrado por cada serviço.

11 EQUIPE DE GESTÃO

Para Dornelas (2018, p. 60) “Se você perguntar a qualquer capitalista de risco qual é a principal característica que ele analisa em um negócio sendo criado, com certeza a resposta será: a equipe gerencial”. Empreender no atual cenário de economia global e local fragilizada pela pandemia é muito desafiador e faz com que o empreendedor fique atento às oportunidades e os riscos que se apresentam ao novo negócio pretendido.

A Consult Lab terá um desafio de iniciar um negócio com pouco recurso financeiro e humano. A experiência do administrador da empresa será importante no início do negócio, visto que a atividade principal será a prestação de serviço de manutenção na área da saúde e exigirá conhecimento técnico e gerencial do administrador.

Por outro lado, a formação de equipe técnica e gerencial será positiva e de fácil implantação, pois, de início não requer recurso humano numeroso. Segundo Dornelas (2018, p. 60) “A experiência prévia no ramo conta muito, pois pode evitar muitos erros e gastos desnecessários, bem como agregar um conhecimento singular ao negócio”.

Por tanto, inicialmente a Consert Lab contará apenas com uma atendente, um contador e o diretor técnico com larga experiência na área. Visto o momento econômico crítico e baixa demanda de serviços nesse setor não é viável a contratação de profissionais nesse momento.

11.1 EMPRESÁRIOS

A Consert Lab terá como principal administrador da empresa o Diretor Técnico com formação técnica em eletrônica e uma larga experiência com manutenção de equipamentos laboratoriais e hospitalares, além da formação Bacharel em Administração em andamento. Experiência adquirida ao longo de 8 anos trabalhados em empresa privada onde teve a oportunidade passar por treinamentos e cursos de capacitação em equipamentos do segmento da área da saúde. Além dos cursos e capacitação mencionados anteriormente, busquei cursos na área de refrigeração com o objetivo de adquirir conhecimento técnico para executar manutenção em equipamentos específicos de refrigeração em laboratório.

Segundo Chiavenato (2012, p. 48), “O fato de uma ideia ser ou não única para o empreendedor não importa – o que importa é como ele fará para transformá-la – em produto ou serviço que faça sua empresa crescer”.

Cientes de que a experiência no ramo faz toda a diferença e ao mesmo tempo consciente do risco de entrar em um negócio onde a dinâmica do mercado de tecnologia muda constantemente. Investir em treinamentos, participar de eventos, congressos, manter relações estreitas com fornecedores e fabricantes desse segmento será o diferencial da empresa.

QUADRO 6 – DADO DO EMPRESÁRIO

SOCIO PROPRIETÁRIO	
Nome:	Raimundo Rodrigues Rabelo
Breve Currículo:	Formado em Técnico em Eletrônica, Cursando Administração. Cargo: Diretor Técnico
Data de nascimento:	07/01/1982
Endereço:	Avenida Jacob de Almendra, 411. Por Enquanto.

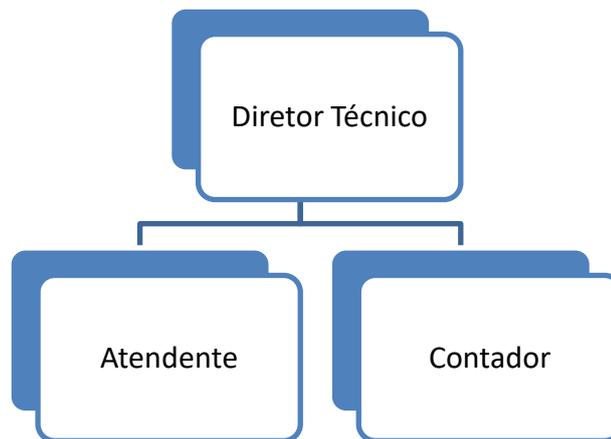
Cidade	Teresina	Estado: Piauí
E-mail:	rabelo3rs@gmail.com	

Fonte Própria (2022).

11.2 FUNCIONÁRIOS

Em curto prazo (um ano) projetamos uma equipe mínima de funcionários que será composta da seguinte forma:

FIGURA 2 - ORGANOGRAMA DA EMPRESA



Fonte própria (2022)

11.3 RECURSOS HUMANOS

As relações de trabalho entre empregador e trabalhador passaram por diversas modificações ao longo do tempo exigindo dos profissionais responsabilidades, habilidades e competências pessoais. De acordo com Giovanelli Grazielly (2014, p. 14) “É necessário que profissionais saibam lidar com diversidades culturais, resultados rápidos, estratégias, incertezas e melhoria contínua”. Com isso, sabemos que com a globalização e o avanço tecnológico vem à exigência de um novo perfil profissional o que se torna um grande desafio para o RH das empresas.

A Consert Lab entende a importância dos Recursos Humano – RH da

empresa no momento de selecionar, entrevistar, admitir e capacitar profissionais para que possam ser produtivos e gerar valor à empresa. Pensando assim, iremos iniciar nosso negócio apenas com a assessoria contábil, pois diante do atual cenário econômico e do planejamento financeiro da empresa não é viável a contratação de funcionários para esse setor. Projetamos a médio e longo prazo (de 1 e 3 anos) de acordo com o planejamento e organograma da empresa implantarmos uma estrutura administrativa mínima e eficiente dispensando investimento inicial nesse setor. Em longo prazo (1 a 3 anos) a Consert Lab projeta implantar uma estrutura mínima conforme organograma e pagar benefícios aos funcionários de acordo com quadro 06 mostrado logo abaixo:

QUADRO 7 - BENEFICIOS PARA FUNCIONARIOS

Função	Benefícios
Diretor técnico	Salário compatível com mercado
Atende secretaria	Salário compatível + benefícios
Contador	Mensalidade

11.4 ESTRUTURA E OPERAÇÃO

O modelo de negócio da Consert Lab inicialmente contará uma estrutura física mínima com foco nos atendimentos presenciais. A logística operacional funcionará com atendimentos agendados via e-mail, ligação telefônica ou whatsapp onde o serviço será executado diretamente no estabelecimento do cliente.

Caso seja necessária remoção do equipamento para avaliações e testes mais demorados, dispomos de ponto físico de apoio equipado com instrumentos e ferramentas para manutenções e reparos mais demorados e minuciosos. Contamos com um veículo para deslocamento nos atendimentos internos (Teresina –PI e Timon –MA) e externos – cidades do interior do Piauí e Maranhão com o objetivo de ampliar e agilizar os atendimentos com o menor tempo possível.

12 ESTRATEGIAS DE CRESCIMENTO

De acordo com Dornelas (2018, p. 158) “Estratégia é muito utilizado pelos empreendedores para definir como agir em uma negociação, fechar parceria, entrar

em um novo mercado, lançar um novo produto, de maneira subjetiva, não processual”.

A Consert Lab tem como principal estratégia de crescimento se manter viva no mercado durante os três primeiros anos com foco na qualidade, ampliando o número de clientes e mantendo o padrão de atendimento, cumprindo com os agendamentos nas datas e horários cobinados com o cliente.

12.1 ESTRATÉGIA

A Consert Lab utilizará a Análise de SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats – forças, fraqueza, oportunidades e ameaças) como baliza ou referência pois de acordo com Dornelas (2018) “O plano de negócios deve mostrar que o empreendedor conhece sua empresa e o que deve fazer para driblar os fatores externos, sobre os quais não consegue agir diretamente”. Pensando nisso, a Consert Lab entende que é importante conhecer o ambiente externo (oportunidades e ameaças) e o ambiente interno (forças e fraquezas) como medidor de riscos inerentes ao negócio mostrado no quadro 08 logo abaixo:

QUADRO 8 – ANÁLISE DE SWOT

Forças	Fraquezas
Experiência na área Conhecimento técnico Proativo – solução e satisfação Cursos de aperfeiçoamento Adaptação às novas tecnologias Aberto às novas parcerias Determinação e foco	Negócio em fase inicial Pouco recurso financeiro Sem equipe técnica inicialmente
Oportunidades	Ameaças
Setor que teve alta de 1,1% em setembro de 2021 em relação ao mês anterior mesmo diante da situação de pandemia. Setor estratégico no segmento da saúde, uma das atividades mais importantes da economia e durante a pandemia. Apesar da concorrência tem alto valor agregado ao serviço.	Burocracia dos órgãos públicos quanto aos processos licitatórios. Exigências quantitativas de certidões – burocracias dos setores públicos. Alta do dólar e dos preços de peças, insumos e instrumentos do setor em questão. Concorrência.

Fonte própria (2022)

13 FINANÇAS

A parte financeira é importante e saber lidar com fluxo de caixa, demonstrativos, gastos, custos e outros cálculos financeiros é um desafio para a maioria dos empreendedores no início do negócio. Para Dornelas (2018) “É aconselhável que o empreendedor recorra a uma assessoria contábil e financeira para auxiliá-lo nessa tarefa”.

A Consert Lab diante do pouco recurso financeiro disponível para o início do negócio utilizará os serviços de assessoria contábil para auxílio nas tarefas do financeiro. Na certeza que as principais ferramentas de gerenciamento financeiro que devem ter especial atenção e monitoramento serão:

Controle de caixa;

Controle de conta corrente;

Contas a pagar;

Contas a receber;

Fluxo de caixa;

Arquivamento de documentos.

O processo de gerenciamento financeiro exige cuidado permanente para que não ocorra erros e assim prejuízos para empresa.

14 PREMISSAS

Para melhorar o giro da empresa e a eficiência da organização será necessário comprar alguns equipamentos, ferramentas e materiais para a empresa.

As ferramentas e alguns instrumentos de medição são necessários e importantes para uma melhor qualidade e confiança na execução dos serviços.

15 MÓVEIS E EQUIPAMENTOS

Os móveis são essenciais para que se possa organizar os materiais de expedientes e tornar a rotina de trabalho mais produtiva.

Os equipamentos são necessários para que se possa dar agilidade aos processos internos de formalização de orçamentos para os clientes. Por isso, se

justifica e se faz necessário a sua aquisição como mostrado na tabela abaixo.

TABELA 2 - INVESTIMENTOS FIXOS COM MÓVEIS E EQUIPAMENTOS

Escritório

Ord.	ITENS	QUANTIDADE	PREÇO UNIT	TOTAL
1	Computador	1	1.400,00	1.400,00
2	Impressora/Scanner	1	300,00	300,00
3	Plano Telefone fixo	1	180,00	180,00
4	Mesa para escritório	1	400,00	400,00
5	Cadeira recepção	4	100,00	400,00
6	Gela água	1	500,00	500,00
7	Copos descartáveis	5 (pacotes)	20,00	40,00
8	Canetas	4	2,00	8,00
9	Grampeador	2	10,00	20,00
10	Bloco de Notas de de Serviços	2	5,00	10,00
11	Armário para arquivos	1	100,00	100,00
12	Carimbos	2	45,00	90,00
Total				2.948,00

Fonte própria (2022)

15.1 Equipamentos e Ferramentas

TABELA 3 - INVESTIMENTOS FIXOS COM FERRAMENTAS E INSTRUMENTOS

Laboratório

ORD	ITENS	QTD	PREÇO UNIT R\$	TOTAL
1	Bancada de Madeira	1	250,00	250,00
2	Estação de Solda e Retrabalho	1	300,00	300,00
3	Fonte de Alimentação Digital	1	250,00	250,00
4	Osciloscópio Digital	1	1.300,00	1.300,00
5	Multímetro Digital	1	150,00	150,00
6	Alicate Amperímetro	1	180,00	180,00
7	Kit Chave Phillips	1	60,00	60,00

8	Kit Chave Fenda	1	60,00	60,00
9	Kit Chave Allen	1	40,00	40,00
10	Kit Chave Allen Torx	1	60,00	60,00
11	Cadeira para bancada	2	100,00	200,00
12	Alicate Universal	1	40,00	40,00
13	Alicate de Corte	1	30,00	30,00
14	Alicate de corte pequeno	1	25,00	25,00
15	Alicate de Pressão	1	40,00	40,00
16	Alicate Ajustável 10''	1	40,00	40,00
17	Termômetro Padrão	1	1.400,00	1.400,00
18	Solda	1	40,00	40,00
19	Kit Solda	1	150,00	150,00
20	Furadeira	1	300,00	300,00
21	Estabilizador de Energia	1	200,00	200,00
22	Ventilador de parede	1	300,00	300,00
23	Software gerenciador	1	355,00	355,00
TOTAL				5.770,00

Fonte própria (2022).

15.2 IMÓVEIS

Planejamento inicial é atendimento no cliente e a médio e longo prazo alugar ponto físico para melhor atender o cliente justificando assim o investimento descrito na tabela 5 abaixo.

TABELA 4 – INVESTIMENTOS FIXOS IMÓVEIS

ESTABELECIMENTO

	DESCRIÇÃO	QUAN	R\$ UNITARIO	TOTAL
1	ALUGUEL ESCRITORIO	1	1.200,00	1.200,00
	SUBTOTAL IMOVEIS			1.200,00

Fonte própria (2022)

TABELA 5 - INVESTIMENTOS FIXOS TOTAIS

	TIPO DE BEM	TOTAL R\$
A	Móveis e Equipamentos	R\$ 2.948,00
B	Ferramentas + Instrumentos	R\$ 5.770,00
TOTAL DOS INVESTIMENTOS (A+B)		R\$ 8.718,00

Fonte própria (2022)

16 ESTOQUE INICIAL

O estoque inicial é necessário para manter peças, acessórios e produtos necessários tanto para execução dos serviços como para venda ao consumidor. Elaboramos um estoque inicial somente com peças e componentes eletro eletrônicos básicos para venda e uso interno. Mostraremos abaixo na tabela a necessidade inicial do estoque.

TABELA 6 – ESTIMATIVA DE ESTOQUE INICIAL

Itens	Descrição dos itens	Qtd	Preço unt R\$	Preço total R\$	Preço venda R\$
1	Álcool Isopropílico (litro)	01	42,00	42,00	95,45
2	Algodão (pacote)	01	5,00	5,00	11,36
3	Chave liga desliga	01	7,00	7,00	15,90
4	Pasta térmica	01	25,00	25,00	56,81
5	Graxa de silicone	01	22,00	22,00	50,00
6	Lubrificante Spray	01	26,00	26,00	59,09
7	Fita impressora ERC 09	01	16,00	16,00	36,36
8	Bobina papel para impressão	01	8,00	8,00	18,18
9	Tubo de aspiração bio 200	02	39,00	78,00	88,63
10	Tubo de aspiração bio 2000	02	42,00	84,00	95,45
11	Padrão de Aferição Fotométrica	01	253,00	253,00	575,00
12	Lâmpada pré-focada bio 200	01	160,00	160,00	363,63

13	Lâmpada Bio 2000	01	234,00	234,00	531,00
14	Tubo peristáltico B 2000	02	57,30	114,60	130,22
15	Tubo dreno interno	02	58,35	116,70	132,31
16	Tubo dreno externo	02	40,00	80,00	90,90
17	Lâmpada H 6V/20W	02	28,00	56,00	63,63
18	Fita isolante	01	9,00	9,00	20,45
19	Fita adesiva	01	5,60	5,60	12,72
20	Cola alta temperatura	01	16,00	16,00	36,36
21	Bateria 9 Vdc	01	34,45	34,45	78,29
22	Fonte chaveada 6V dc/3.4A	01	175,00	175,00	397,72
23	Tubo de silicone – metro	01	180,00	180,00	409,09
24	Total estoque inicial			1.747,35	3.368,55

Fonte própria – 2022

17 DEPRECIAÇÃO

Depreciação é a perda de valor um bem decorrente de seu uso ao longo dos anos. É o valor contábil descontado de acordo com o desgaste natural ou de uso ao longo do tempo de acordo com a expectativa de vida útil.

TABELA 07 – TABELA DE DEPRECIAÇÃO

Bem	TX%/anual	Vida Útil	Valor R\$
Móveis+Equipamentos	10%	10 anos	294,80
Ferramentas + Instrumentos	10%	10 anos	577,00
Computador	20%	5 anos	280,00
Total R\$			1.151,80

Fonte própria (2022).

18 CUSTOS FIXOS

Os custos fixos são necessários para a operação e atividades da empresa e não depende da produção.

TABELA 8 – CUSTO FIXO MENSAL E ANUAL

Item	Descrição custo fixo mensal	R\$ Custo fixo/mês	R\$ Custo fixo /ano
01	Aluguel	1.200,00	14.400,00
02	Energia elétrica	200,00	2.400,00
03	Água	40,00	480,00
04	Telefone e internet	180,00	2.160,00
05	Pró labore	2.800,00	33.600,00
06	Salário atendente	2.001,11	24.013,32
07	Contador	150,00	1.800,00
18	Depreciação	95,98	1.151,80
Total Custos Fixos R\$		Mensal 6.667,09	80.005,12

Fonte própria (2022)

TABELA 9 – CUSTO VARIÁVEL MENSAL

Item	Descrição custo variável mensal	R\$ Custo variável/mês
01	Material de escritório	40,00
02	Material de limpeza	36,00
03	Estoque	1.747,35
Total Custos Variáveis R\$		Mensal R\$ 1.823,35 Anual R\$ 21.880,20

Fonte própria (2022)

TABELA 10 - INVESTIMENTOS FIXOS

	Descrição do Bem	Total R\$
A	Móveis e Equipamentos	2.948,00
B	Instrumentos e Ferramentas	5.770,0
C	Outros	00,00
Total R\$		8.718,00

Fonte própria (2022)

19 CAPITAL DE GIRO

De acordo com Chiavenato (2012, p. 260) “Capital de giro representa a quantidade de dinheiro que a empresa utiliza para movimentar seus negócios”. E ainda envolve estoques, dinheiro em caixa e em bancos, financiamentos a clientes por meio de contas a receber, salários e encargos, aluguel, conta de luz, água, telefone e internet, etc.

Segundo Chiavenato (2012) o capital de giro da empresa pode ser classificado em capital fixo e o capital de giro (circulante). Alguns fatores podem aumentar ou diminuir a necessidade de capital giro como exemplo vendas a investimento elevado em estoque. (p.261). Pensando em diminuir a necessidade do aumento de capital de giro iremos focar as vendas de serviços à vista e curto prazo entre 15 e 30 dias.

20 CAIXA MÍNIMO OPERACIONAL

Representa o valor em dinheiro que empresa precisa ter disponível para cobrir os custos até as contas a receber entrem no caixa. Se dar pela soma dos custos fixos mais custos variáveis multiplicado pela necessidade de capital de giro dividido pela quantidade de dias úteis trabalhados.

Nosso objetivo é trabalhar pagamentos à vista, porém, sabemos que surgirão pagamentos a prazo. Iremos projetar para que nossas vendas sejam 80% à vista, PIX, débito e 20% cartão de crédito. Optamos por usar o sistema de cartão de crédito e débito da empresa Pag Bank por ter menores taxas no crédito de 3,99% a 19,84% e no débito de 1,35% a 1,99% e abranger as principais operadoras de cartões.

TABELA 11 – PRAZOS DE VENDAS E CONTAS A RECEBER

Tipo de Venda	Prazo/dias	Prazo médio	Projeção
À vista	5 dias	2 dias	80%
À prazo	5 dias	2 dias	20%
Cartão de crédito			
Prazo Médio de Vendas Total			5 dias

Fonte própria (2022)

O pagamento dos fornecedores deve ser planejado e organizado de forma a evitar pagamentos em atraso e assim evitar transtornos tanto para os mesmos como para empresa, pois, pode atrasar o andamento das atividades ou serviços. Projetamos inicialmente pagar os fornecedores à vista devido à política de compra.

Mas, em curto prazo o objetivo é pagar 25% das compras à vista e 75% a prazo entre 15 a 30 dias para que haja espaço para entradas das contas a receber no caixa, conforme tabela abaixo.

TABELA 12 – PRAZO MÉDIO PAGAMENTO DE FORNECEDORES EM DIAS.

Tipo Compra	Prazo/dias	Prazo médio	Projeção
À vista	0 dias	0 dias	25%
À prazo	15 – 30	15 dias	75%
Prazo Médio			22 dias

Fonte própria (2022)

Para manter o fluxo de atendimento e de serviços é necessário manter um estoque mínimo que se dar pela quantidade de itens mantidos divididos por um período de tempo em dias específico. Vide tabela 12.

TABELA 13 – MÉDIA DA NECESSIDADE DE ESTOQUES EM DIAS

Variável	Prazo em dias
Média de Estoque	10 dias

Fonte própria (2021)

A necessidade do capital de giro em outras palavras é o dinheiro necessário para fazer o negócio girar ou funcionar adequadamente para cumprir com as obrigações financeiras e manter a atividade em funcionamento. Se dar pela soma do prazo médio de vendas com a necessidade média de estoque menos o prazo médio de compras e obtêm o resultado demonstrado na tabela 13.

TABELA 14 – NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO (DIAS)

Cálculo da necessidade de capital de giro		Prazo/dias
1	Prazo médio vendas – conta a receber	5 dias
2	Necessidades de estoque médio	10 dias
Soma item1+2		15 dias
3	Fornecedores prazo médio	22 dias
Necessidade de capital de giro		7 dias

Fonte própria (2021)

O caixa mínimo é entendido como o valor que você precisa ter de reservas em dinheiro para pagar suas contas até receber dos clientes. A formula para calcular é dado pela soma dos custos fixos pelos custos variáveis mensais e multiplicados pela necessidade de capital de giro em dias divididos pela quantidade de dias no mês. Conforme demonstra a tabela 14 abaixo:

TABELA 15 – CAIXA MÍNIMO OPERACIONAL

Descrição das variáveis		Período/dias
1	Custo fixo mensal	R\$ 6.667,09
2	Custo variável mensal	R\$ 1.823,35
3	Custo total da empresa item 1+item 2	R\$ 8.490,44
4	Custo total diário item 3/30 dias	R\$ 283,01
5	Capital de giro em dias	7dias
Caixa mínimo (item 4 X item 5)		R\$ 1.981,07

Fonte própria (2022)

TABELA 16 – CÁLCULO DO CAPITAL DE GIRO

Investimentos R\$		Valores R\$
1	Estoque inicial	1.747,35
2	Caixa mínimo	1.981,07
Capital de giro (item 1 + item 2)		3.728,42

Fonte própria (2022)

21 INVESTIMENTO PRÉ – OPERACIONAL

São os investimentos necessários para fase de implantação do negócio. As despesas com legalização, reforma, divulgação, etc. Mencionaremos na tabela 16 logo abaixo.

TABELA 17 – INVESTIMENTO PRÉ - OPERACIONAL

	Investimentos	Valores R\$
1	Formalização ou legalização	1.400,00
2	Reformas	750,00
3	Divulgação	1.000,00
4	Outras despesas	350,00
Total Investimento pré – operacionais		3.500,00

Fonte própria (2022)

21.1 INVESTIMENTO TOTAL

O investimento total de uma empresa é formado pelos: investimentos fixos, capital de giro e investimentos pré-operacionais que são destinados para o funcionamento da empresa como mostra a tabela abaixo:

TABELA 18 – CÁLCULO INVESTIMENTO TOTAL

	Investimento Financeiro	Valores R\$	%
1	Investimento Fixo	8.718,00	54,67
2	Capital de Giro	3.728,42	23,38
4	Investimento pré – operacional	3.500,00	21,95
Investimento total (itens 1+2+3)		15.946,42	100%

Fonte própria (2022)

22 FATURAMENTO MENSAL ESTIMADO – MÉDIA

A média do faturamento mensal é uma estimativa para cada tipo de manutenção e com a economia em crescimento a tendência é superar as expectativas. Demonstramos logo abaixo na tabela 18:

TABELA 19 – MÉDIA DE FATURAMENTO – RECEITA MENSAL

Serviço	Qtd/mês	Preço/unt/R\$	Mensal R\$
Visita Técnica	15	120,00	1.800,00
Preventiva e Corretiva	15	600,00	9.000,00
Calibração	5	260,00	1.300,00
Validação	2	1.400,00	2.800,00
Total faturamento médio/mês			14.900,00
Total faturamento médio/anual (mês X 12)			178.800,00

Fonte própria (2022)

Portanto, de acordo com a tabela acima, concluímos que o faturamento médio mensal é de R\$ 14.900,00 e o anual é de R\$ 178.800,00.

22.1 PROJEÇÃO MÉDIA DO GASTO COM COMERCIALIZAÇÃO

Estimativa da média dos custos com comercialização dos serviços.

TABELA 20 – ESTIMATIVA DE GASTOS COM COMERCIALIZAÇÃO

Descrição	Alíquota %	Faturamento Anual R\$	Gasto R\$
Simples Nacional	6	178.800,00	10.728,00
Cartão de Débito	1,35	178.800,00	2.413,80
Cartão de Crédito	3,29	178.800,00	5.882,52
Total	10,64	178.800,00	19.024,32

Fonte própria (2022)

22.2 GASTOS COM MÃO DE OBRA

Inicialmente os atendimentos e as manutenções serão executados pelo diretor técnico da empresa.

TABELA 21 – ESTIMATIVA CUSTOS MÃO DE OBRA

Descrição	Valor R\$
Salário bruto	1.212,00
Vale transporte	176,00
Desconto vale transporte	(-72,72)
Provisão 13º	101,00
Provisão de férias	101,00
Provisão de 1/3 de férias	33,66
FGTS	96,96
Provisão de FGTS sobre décimo terceiro e férias	21,26
INSS	(-90,90)
INSS patronal	375,72
Provisão de INSS sobre décimo terceiro e férias	47,13
Custo total do funcionário	2.001,11

Fonte própria (2022)

23 DEMONSTRATIVOS DE RESULTADO (DRE)

A Demonstração de resultados é um documento contábil que como objetivo mostrar o resultado financeiro anual de uma empresa. Demonstra detalhadamente todas as receitas e as despesas da empresa com o intuito de mostrar se a empresa teve lucro ou prejuízo.

TABELA 22 – DEMONSTRATIVOS DE RESULTADOS

DESCRIÇÃO	VALOR
1 – <i>Receita total com vendas</i>	R\$ 178.800,00
(-) Imposto sobre vendas	R\$ 19.024,32
2 – <i>Receita líquida de vendas</i>	R\$ 159.775,68
3 – <i>Custo Variável total (CPV ou CMV)</i>	R\$ 21.880,20
4 - Custo fixo total	R\$ 80.005,12
5 – Resultado Operacional	R\$ 57.890,36

Fonte própria (2022)

24 INDICADOR DE VIABILIDADE

São indicadores ou instrumentos utilizados para embasar tomadas de decisões quanto a investir ou não em uma ideia de negócio ou projeto. São através desses indicadores que se analisam os riscos de perder tempo, esforço e dinheiro em algo que terá retorno financeiro.

25 PONTO DE EQUILIBRIO

De acordo com Dornelas (2018, p. 173) “No ponto de equilíbrio, não há lucro nem prejuízo – receita das vendas equivalente à soma dos custos fixos e variáveis”. Sabemos assim, que é uma importante ferramenta gerencial, que possibilita sabermos em que momento o empreendimento começa a dar lucro.

A fórmula é dada por:

PE = (custos fixos totais / Margem de contribuição) X Receita

Margem de contribuição = Receita total – Custo Variável, no caso da Consert Lab o calcula se deu da seguinte forma:

MC = Receita total – Custo Variável/Receita total

$$MC = \frac{178.800,00 - 21.880,20}{178.800,00} = 0,87$$

Utilizando o resultado do cálculo anterior temos o valor do ponto de equilíbrio, mostrado abaixo:

$$\text{Logo: PE} = \frac{\text{Custo Fixo}}{\text{MC \%}} = \frac{80.005,12}{0,87} = 91.959,90$$

Portanto, esse é o valor necessário para cobrir todas as despesas da empresa durante um ano. Ou seja, é o ponto onde a empresa não gera lucro, mas também não possui despesas.

26 LUCRATIVIDADE

A lucratividade é um indicador de eficiência operacional obtido sob a forma de valor percentual, que indica o ganho que a empresa consegue gerar sobre a atividade explorada. Está diretamente ligada à competitividade do negócio. O cálculo se dar pela formula abaixo:

$$\text{LUCRATIVIDADE} = \frac{\text{Lucro Líquido} \times 100}{\text{Receita total}} = \frac{57.890,36}{178.800,00} \times 100 = 32,37\%$$

Portanto, a cada ano a empresa tem lucro operacional de 57.890,36 representando assim 32,37% de lucratividade em relação à Receita total de R\$ 178.800,00 anual.

27 RENTABILIDADE

Rentabilidade significa a quantidade de dinheiro que seu investimento vai gerar. Pode ser representada pela formula abaixo:

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento total}} \times 100 = \frac{57.890,36}{15.946,32} \times 100 = 363\%$$

Significa que mais de 100 % do valor investido será recuperado no primeiro ano em relação a Receita anual.

28 PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO

Segundo o SEBRAE prazo de retorno de investimento é um indicador de atratividade do negócio, pois mostra o tempo necessário para que o empreendedor recupere tudo que investiu. O Sebrae afirma ainda que o Prazo de Retorno de Investimento (PRI) é obtido sob a forma de unidade de tempo e consiste, basicamente, numa modalidade de cálculo inversa à da rentabilidade.

A fórmula segue abaixo:

$$\text{PRI} = \frac{\text{Investimento Inicial}}{\text{Lucro líquido}} = \frac{15.946,42}{57.890,36} = 0,275 \text{ anos. Aproximadamente 3 meses.}$$

Nessa análise, temos o PRI de 0,275 ano, que representa quase 3 meses aproximadamente, tempo que o empreendedor terá recuperado o capital investido. A principal característica dessa análise é mostrar que quanto mais tempo o empreendedor precisar esperar para recuperar o investimento, menos atrativo é o negócio e maior a possibilidade de ter prejuízos.

29 PROJEÇÃO DE CENÁRIOS FINANCEIROS

Segundo GILLES, B de Paula. Análises de Cenários Orçamentários: como Projeção de Cenários Econômicos e Financeiros pode ser um divisor de águas para sua empresa. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/index.php/tag/previsoes-macroeconomicas/>. Acesso em: 09/05/2022.

A principal função da projeção de cenários é analisar o contexto (interno e externo) no qual a empresa está inserida e indentificar fatores futuros que são passíveis de ocorrer. Isto possibilita a empresa uma visão mais clara do cenário atual e permite a tomada de decisão mais fundamentada e precisa.

Segue abaixo na tabela 23 a projeção de cenários:

TABELA 23 – Projeção de Cenários Financeiros

Indicador de valor Descrição	Realista R\$	Pessimista -3,3%	Otimista 2,6%
Faturamento anual	178.800,00	172.899,60	183.448,80
Gasto Comercialização anual	19.024,32	19.031,86	20.193,03
Resultado operacional	57.890,36	55.979,97	59.404,74

Diante da projeção de cenários é possível ter uma visão do negócio em diferentes cenários: realista, pessimista e otimista. O cenário realista é aquele em que se tem os pés no chão, segurança do investimento feito, resultados de acordo com o planejado.

O cenário pessimista é o menos desejado, porém, pode ocorrer resultados negativos de receitas, custos, despesas e investimentos podem ser necessários acima do estimado e planejado como na tabela termos uma queda no faturamento de -3,3%. Cabe ao empreendedor diante deste cenário adaptar-se às mudanças para que os impactos negativos sejam o menor possível.

O cenário otimista projetado em 2, 6 % é o desejável, onde se tem um ambiente econômico favorável para a empresa. Busca-se atingir ou superar as metas de faturamento com menor custo operacional possível. Neste cenário é possível crescimento e ampliação da empresa bem como contratações de funcionários gerando assim emprego e renda.

30 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS

A Consert Lab é uma ideia de negócio no setor de serviço com manutenção de equipamentos da área da saúde e tem alto risco por está iniciando com baixo capital de giro diante de um cenário econômico não muito atrativo. Porém, a ideia se torna viável quando se analisa o ponto de equilíbrio, lucratividade, rentabilidade, prazo de retorno do investimento considerando mercado concorrente e alto valor agregado aos serviços - como mostrado no plano de negócios - aliado ao crescimento econômico nos últimos anos nesse setor.

A ideia e o foco da Consert Lab será entregar solução e satisfação aos clientes.

Acreditamos que entregar solução e satisfação com respeito e qualidade ao cliente será o maior retorno que teremos. Aliado a isso a organização, planejamento e controle financeiro serão fundamentais e determinantes para o sucesso da empresa.

31 REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4. ed. São Paulo: Manole, 2012.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.

MEGA, **Consultor de Negócios**, ed. 1. São Paulo: Amadio, 2022.

PACEK, Nenade. **O futuro dos negócios nos mercados emergentes: estratégias para crescer com vigor nos países do futuro**; tradução Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

ALMEIDA, Alivinio. NETO, Antonio André. ANDEASSI, Tales. DE SOUSA, Cristóvão Pereira. **Empreendedorismo e Desenvolvimento de Novos Negócios**. ed. 1. Rio de Janeiro: FGV, 2013.

SEBRAE. **Prazo de Retorno do Investimento**. 2014. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/prazo-de-retorno-do-investimento-pri,90da5415e6433410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 19/11/2021.

SEBRAE. **Cálculo de Lucratividade do seu Negócio**. 2013. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/calculo-da-lucratividade-do-seu-negocio,21a1ebb38b5f2410VgnVCM100000b272010aRCRD#:~:text=lucratividade%20e%20rentabilidade%3F->. Acesso em: 21/11/2021.

RICONNECT. **O que é rentabilidade e lucratividade: dicas para investir**. 2017. Disponível em: <https://riconnect.rico.com.vc/blog/rentabilidade-lucratividade?>. Acesso em: 25/11/2021.

GILLES, B de Paula. **Análises de Cenários Orçamentários: Projeção de Cenários Econômicos e Financeiros pode ser um divisor de águas para sua empresa**. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/index.php/tag/previsoes-macroeconomicas/>. Acesso em: 09/05/2022.