

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS  
CENTRO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO  
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO ESTRATÉGICA

**PLANO DE NEGÓCIOS:**

**Empresa especializada na elaboração de projetos de prevenção e combate a  
incêndio.**

Lorene Zeferino Lima

Belo Horizonte

2017

LORENE ZEFERINO LIMA

**PLANO DE NEGÓCIOS:**

**Empresa especializada na elaboração de projetos de prevenção e combate a incêndio**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Especialização em Gestão Estratégica (Pós-Graduação Lato Sensu) do CEPEAD/CAD/FACE da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do Certificado de Especialista em Gestão Estratégica de Negócios.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a banca examinadora em 05 de setembro de 2017.

Orientador: \_\_\_\_\_  
Prof. Mário Márcio Machado da Silva.

Belo Horizonte

2017



Universidade Federal de Minas Gerais  
Faculdade de Ciências Econômicas  
Departamento de Ciências Administrativas  
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração  
Curso de Especialização em Gestão Estratégica

ATA DA DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO da Senhora LORENE ZEFERINO LIMA, REGISTRO N° 2015733676. No dia 05/09/2017 às 14:00 horas, reuniu-se na Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, a Comissão Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, indicada pela Coordenação do Curso de Especialização em Gestão Estratégica - CEGE, para julgar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "PLANO DE NEGÓCIOS: EMPRESA ESPECIALIZADA NA ELABORAÇÃO DE PROJETOS DE PREVENÇÃO E COMBATE A INCÊNDIO", requisito para a obtenção do Título de Especialista. Abrindo a sessão, o orientador e Presidente da Comissão, Professor Mário Márcio Machado da Silva, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares de apresentação do TCC, passou a palavra à aluna para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, seguido das respostas da aluna. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença da aluna e do público, para avaliação do TCC, que foi considerado:

APROVADO

( ) APROVAÇÃO CONDICIONADA A SATISFAÇÃO DAS EXIGÊNCIAS CONSTANTES NO VERSO DESTA FOLHA, NO PRAZO FIXADO PELA BANCA EXAMINADORA- PRAZO MÁXIMO DE 60 (SESSENTA) DIAS

( ) NÃO APROVADO

90 pontos (noventa) trabalhos com nota maior ou igual a 60 serão considerados aprovados.

O resultado final foi comunicado publicamente à aluna pelo orientador e Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 05/09/2017.

Prof. Mário Márcio Machado da Silva  
(Orientador)

Prof. Érico da Gama Torres

Prof. Márcio Silva

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a Deus, que iluminou meu caminho durante esta jornada e aos meus amados pais, que com muito carinho não mediram esforços para me ajudar a chegar nesta etapa de minha vida.

## AGRADECIMENTOS

A Deus que tornou possível todo esse processo, sempre me dando saúde e força para superar as dificuldades.

Aos meus pais, pelo apoio e amor incondicionais.

Ao meu orientador Professor Mário Márcio Machado, pelo incentivo e ensinamento.

E a todos aqueles que fizeram deste trabalho uma realidade, colaborando para que o meu sucesso fosse real.

## EPIGRAFE

*"Desistir... eu já pensei seriamente nisso, mas nunca me levei realmente a sério; é que tem mais chão nos meus olhos do que o cansaço nas minhas pernas, mais esperança nos meus passos, do que tristeza nos meus ombros, mais estrada no meu coração do que medo na minha cabeça." (CORALINA, 2014)*

## RESUMO

Este trabalho realizou um estudo a fim de verificar a viabilidade da abertura de uma empresa especializada em projetos de prevenção e combate a incêndio, através da elaboração de um plano de negócios. Foram utilizadas concepções teóricas acerca dos conceitos de empreendedorismo e plano de negócios. Realizou-se, ainda, uma análise descritiva, com o objetivo de conhecer melhor o mercado, considerando-se fatores como seus consumidores, concorrentes e órgãos relacionados à aprovação do projeto. A partir da elaboração do plano de negócios, pôde-se identificar a viabilidade do empreendimento, bem como demonstrar possíveis cenários financeiros.

**Palavras-chaves:** plano de negócios, empreendedorismo, AVCB, projeto de prevenção e combate a incêndio.

## ABSTRACT

This work realized a study to verify the feasibility of opening a company specialized in prevention and firefighting projects, through the elaboration of a business plan. Theoretical concepts about the concepts of entrepreneurship and business plan were used, as well as a descriptive study with the purpose of knowing the market better; such as its consumers, competitors and bodies related to project approval. With the design of the business plan, it was possible to identify the feasibility of the enterprise, as well as to demonstrate possible financial scenarios.

**Keywords:** business plan, entrepreneurship, AVCB, fire prevention and firefighting projects.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Fatores que influenciam no processo empreendedor .....	15
FIGURA 2 – O processo empreendedor .....	16
FIGURA 3 – Diagrama da análise S.W.O.T/F.O.F.A.....	22

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Dados do empreendedor .....	26
QUADRO 2 – Estudo dos concorrentes .....	32
QUADRO 3 – Estudo dos fornecedores.....	35
QUADRO 4 – Produtos e serviços oferecidos.....	36
QUADRO 5 – Matriz F.O.F.A .....	38
QUADRO 6 – Cronograma de atividades.....	39

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Valor aproximado dos serviços de elaboração do projeto .....	36
TABELA 2 – Valor do investimento em imóveis .....	40
TABELA 3 – Valor do investimento em máquinas.....	40
TABELA 4 – Valor do investimento em equipamentos.....	40
TABELA 5 – Valor do investimento em móveis e utensílios.....	40
TABELA 6 – Valor do investimento em veículos .....	41
TABELA 7 – Valor do investimento em computadores.....	41
TABELA 8 – Valor total dos investimentos fixos.....	41
TABELA 9 – Valor do estoque inicial.....	41
TABELA 10 – Cálculo do prazo médio de vendas.....	42
TABELA 11 – Cálculo do prazo médio de compras .....	42
TABELA 12 – Cálculo da necessidade média de estoque .....	42
TABELA 13 – Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias .....	42
TABELA 14 – Valores do caixa mínimo .....	43
TABELA 15 – Valor do capital de giro .....	43
TABELA 16 – Valores dos investimentos pré-operacionais .....	43
TABELA 17 – Valor do investimento total .....	43
TABELA 18 – Fonte de recursos.....	44
TABELA 19 – Faturamento mensal.....	45
TABELA 20 – Faturamento total no final de um ano .....	45
TABELA 21 – Custo unitário da elaboração e aprovação do projeto .....	45
TABELA 22 – Custo unitário do laudo técnico e consultoria .....	46
TABELA 23 – Custo unitário da renovação do AVCB .....	46
TABELA 24 – Custo unitário da execução de projetos.....	46
TABELA 25 – Custo unitário do treinamento de brigadistas .....	46
TABELA 26 – Custo de comercialização.....	47
TABELA 27 – Custo total de comercialização no final de um ano.....	47
TABELA 28 – Apuração do custo MD e/ou MV .....	47
TABELA 29 – Custo total de CMD/CMV no final de um ano .....	48
TABELA 30 – Custo de mão de obra .....	48
TABELA 31 – Custo com depreciação .....	48
TABELA 32 – Custos fixos operacionais mensais.....	48

TABELA 33 – Custo fixo operacional total no final de um ano .....	49
TABELA 34 – Demonstrativo de resultados .....	49
TABELA 35 – Lucro total no final de um ano.....	49
TABELA 36 – Indicadores de viabilidade .....	50
TABELA 37 – Receita pessimista e otimista .....	50
TABELA 38 – Comparação de resultados.....	50

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
1.1 Objetivos.....	12
1.1.2 <i>Objetivo geral</i> .....	12
1.1.3 <i>Objetivos Específicos</i> .....	13
1.2 Justificativa.....	13
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	14
2.1 Empreendedorismo.....	14
2.2 Plano de negócios.....	16
2.3 Missão.....	19
2.4 Visão.....	20
2.5 Mercado.....	21
2.6 Plano de recursos humanos.....	21
2.8 Funções do marketing.....	21
2.9 Análise SWOT.....	22
2.10 Fluxo de caixa.....	23
2.11 Demonstração de resultado.....	23
2.12 Riscos críticos do negócio e análise de sensibilidade.....	24
3 METODOLOGIA.....	24
4 O PLANO DE NEGÓCIOS.....	25
4.1 Sumário executivo.....	25
4.2 Conceito do negócio.....	26
4.3 Missão.....	27
4.4 Visão.....	27
4.5 Valores.....	27
4.6 Produtos e serviços.....	27
4.7 Aspectos legais: estrutura legal e fiscal do negócio.....	28
4.7.1 <i>Ramo de atividade</i> .....	28
4.7.2 <i>Forma jurídica</i> .....	28
4.7.3 <i>Enquadramento tributário/fiscal</i> .....	28
4.8 Gerenciamento da LZZL Projetos.....	29
4.9 Certificações, licenças, regulamentações.....	29
4.9.1 <i>Informações fiscais e tributárias</i> .....	29
4.10 Terceiros e parcerias.....	30
4.11 Análise de mercado.....	30
4.11.1 <i>Estudo dos clientes</i> .....	30
4.11.2 <i>Estudo dos concorrentes</i> .....	32
4.11.3 <i>Estudo dos fornecedores</i> .....	35
4.14 Plano de marketing.....	36
4.14.1 <i>Preço</i> .....	36
4.14.2 <i>Praça</i> .....	36
4.14.3 <i>Promoção</i> .....	37
4.14.4 <i>Produto</i> .....	37

4.15 Avaliação estratégica .....	38
4.15.1 Análise da matriz F.O.F.A/S.W.O.T.....	38
4.15.2 Plano de desenvolvimento.....	38
4.16 Finanças .....	39
4.16.1 Investimentos fixos .....	39
4.16.2 Estoque inicial .....	41
4.16.3 Caixa mínimo .....	42
4.16.4 Investimentos pré-operacionais .....	43
4.16.6 Faturamento mensal .....	45
4.16.7 Custo unitário .....	45
4.16.8 Custo de comercialização .....	46
4.16.9 Apuração do custo de MD e/ou MV.....	47
4.16.10 Custos de mão-de-obra .....	48
4.16.11 Custos com depreciação .....	48
4.16.12 Custos fixos operacionais mensais .....	48
4.16.13 Demonstrativo de resultados .....	49
4.16.14 Indicadores de viabilidade.....	50
4.16.15 Construção de cenário .....	50
4.18 Avaliação do plano de negócios .....	51

## **1 INTRODUÇÃO**

Parte significativa dos empreendedores planeja a criação de seu negócio antes de colocá-lo em prática. Nesse contexto, a montagem de um documento com a análise das principais variáveis envolvidas na visão atual e futura (denominado plano de negócios) mostra-se de suma importância, tendo em vista que além de possibilitar a realização do negócio de forma organizada e com menores riscos, faz com que o próprio empreendedor conheça melhor sua empresa, aspecto o qual pode determinar o sucesso do empreendimento.

O trabalho desenvolvido refere-se ao plano de negócios da implantação da empresa “LZL Projetos”, na cidade de Belo Horizonte –MG, a qual irá prestar serviços de elaboração e execução de projetos de prevenção e combate a incêndio. Destaca-se que apesar de ter sua sede situada em BH, a empresa atenderá qualquer estado do Brasil.

Verificou-se a necessidade de abertura desta empresa devido à escassez de profissionais no mercado referido, haja vista que a maioria dos trabalhadores da área não correspondem às necessidades e às expectativas dos clientes. Considerou-se, ainda, o atual cenário econômico brasileiro, o qual se encontra imerso em uma crise que está afetando o equilíbrio das contas da união e conseqüentemente acarretando a suspensão de concursos públicos. Ademais, como reflexos dessa situação, cita-se o aumento do número de desempregados, o que tem favorecido a terceirização dos serviços.

Dessa forma, este trabalho visa responder a seguinte questão: A implantação da empresa “LZL Projetos” será viável? Como deve ser realizada esta ação?

### **1.1 Objetivos**

#### **1.1.2 Objetivo geral**

Elaborar um plano de negócios para abertura da empresa “LZL Projetos” na cidade de Belo Horizonte / MG, no período de março a julho de 2017, a fim

de analisar a viabilidade econômica e mercadológica da implantação de uma empresa especializada em projetos de prevenção e combate a incêndio.

### **1.1.3 Objetivos Específicos**

- a) Revisar a literatura referente ao plano de negócios e à viabilidade econômica financeira;
- b) Delinear a estrutura para o plano de negócios;
- c) Definir investimento inicial, insumos, preços, clientes, parceiros, fornecedores, concorrentes e vendas;
- d) Projetar o fluxo de caixa para os primeiros meses de funcionamento da empresa;
- e) Avaliar a viabilidade de implantação do negócio;
- f) Analisar o mercado.

## **1.2 Justificativa**

Atualmente, o planejamento mostra-se de suma importância para que a ideia inicial se torne eficaz e para que os empreendimentos apresentem um resultado positivo, refletindo no crescimento da empresa. Ao planejar, organizar e adquirir conhecimento das variáveis antes de se abrir um negócio, consegue-se minimizar os riscos, além de diminuir os erros e as incertezas que podem levar a empresa à falência.

Pesquisas realizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE (2012) indicam que decorridos três anos após a entrada no mercado, 48,2% das empresas não sobrevivem e a razão para o alto índice de fracasso vincula-se ao planejamento.

O momento atual é oportuno para a implantação dessa empresa, uma vez que a fiscalização apresenta um crescente índice de rigidez, quadro o qual obriga todas as edificações detentoras de reunião de público a regularizarem sua situação para que possam continuar funcionando adequadamente. Ressalta-se também que a autora do trabalho e proprietária da empresa realiza esse serviço há 4 anos e quando necessita emitir nota fiscal, recorre a parceiros ou executa

a ação a partir de nota fiscal avulsa (quando permitido pela empresa contratante). Dessa forma, com a implantação do negócio, a questão da nota fiscal será solucionada.

Outro critério de grande importância para a realização desta pesquisa corresponde à viabilização da integração entre os ensinamentos teóricos adquiridos ao longo do curso e uma situação prática. Adquire relevância, ainda, o fato de se tratar de um projeto pessoal da própria autora da pesquisa, de forma que o intuito final do plano de negócios é a concretização do empreendimento, caso haja viabilidade para abertura desta empresa. Ademais, salienta-se a possibilidade de o projeto contribuir para a geração de novos empregos na região e para o aumento de tributos ao governo.

## **2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

Neste capítulo será apresentada uma base teórica, a qual atuou como suporte para a formulação do estudo e para os resultados obtidos. Com a finalidade de se alcançar o objetivo pretendido, serão apresentados alguns conceitos de importantes autores que discorrem acerca dos temas relacionados ao empreendedorismo, ao plano de negócios e às etapas que compõem este último item.

### **2.1 Empreendedorismo**

Segundo Dolabela (1999, p.44), o empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, mas não se limita apenas a essa caracterização. O indivíduo deve estar apto a persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores, a fim de convencê-los de que sua visão poderá levar todos a uma situação confortável no futuro

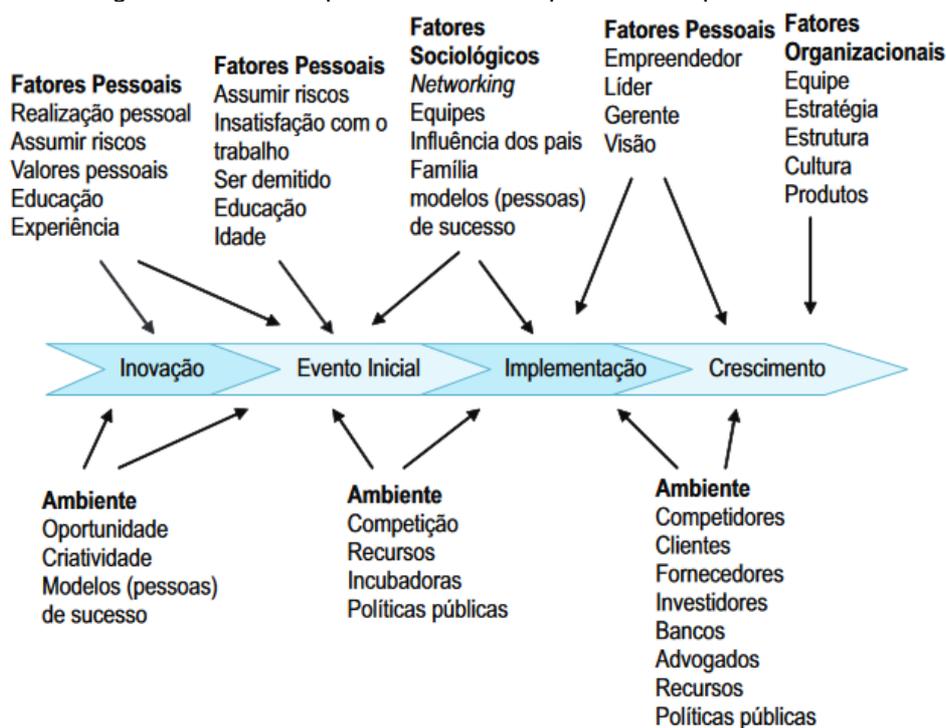
Chiavenato (2007, p. 75), por sua vez, afirma o seguinte sobre o empreendedor:

São criadores de negócios, isto é, pessoas que quebram barreiras para criar algo inteiramente novo e excitante, por serem dotadas de criatividade, engenhosidade, perseverança e firme determinação. Elas quebram regras, assumem riscos e botam a imaginação para jambar. Capitaneiam o mercado com garra e confiança.

O empreendedorismo pode surgir mediante uma oportunidade ou uma necessidade. No primeiro caso, que corresponde ao fenômeno mais interessante, os negócios são abertos em função de uma oportunidade de mercado. Nesse contexto, o empreendedor possui um bom planejamento e mostra-se capaz de contribuir para uma evolução satisfatória do negócio. Já na vertente vinculada à necessidade (característica própria dos países em desenvolvimento), geralmente os possíveis empreendedores não possuem outra opção de trabalho e renda, motivo o qual os conduz a criar seu próprio negócio de maneira informal e com pouco planejamento, o que culmina no fracasso da maioria deles.

De acordo com Dornelas (2012), para ser um empreendedor de sucesso, deve-se assumir riscos calculados, identificar oportunidades, ter conhecimento, organização e independência, saber tomar decisões, manifestar liderança, dinamismo e otimismo, possuir um bom planejamento e um eficiente plano de negócios, além de apresentar sensatez empresarial. Desse modo, a ação de empreender não deve acontecer em virtude do acaso, e sim de forma organizada, a partir de um processo desencadeado por um evento gerador que possibilite o início de um novo negócio.

Figura 1 – Fatores que influenciam no processo empreendedor

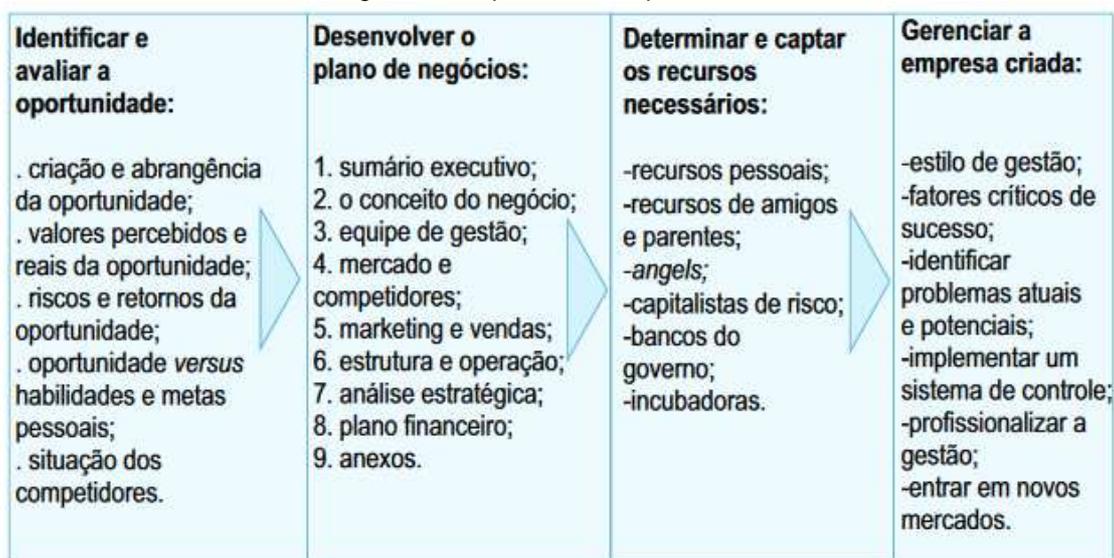


Fonte: CESUMAR (2012).

Ainda de acordo com Dornelas (2005), o processo de empreendedor ocorre em quatro fases, conforme evidencia a figura 2:

- a) Identificar e avaliar a oportunidade.
- b) Desenvolver o plano de negócios.
- c) Determinar e captar os recursos necessários para o negócio.
- d) Gerenciar a empresa criada.

Figura 2 – O processo empreendedor



Fonte: CESUMAR (2012).

## 2.2 Plano de negócios

Segundo Degen (1989, p. 177), o plano é composto a partir de ideias, da oportunidade, do conceito, dos riscos e experiências similares, das medidas para minimizar esses aspectos negativos, das respostas aos pré-requisitos, da estratégia competitiva, bem como do plano de marketing, de vendas, operacional e financeiro para viabilizar o negócio.

Em outro viés, Dolabela (1999, p. 207) afirma que o plano de negócio constitui um instrumento que permite ao empreendedor condensar as informações que são obtidas no mercado, buscando sensibilizar parceiros e os investidores.

Salim, Hochman, Ramal e Ramal (2005) reiteram que o plano referido corresponde a um documento que contém a caracterização do negócio, sua forma de operar, suas estratégias, seu plano para conquistar uma fatia do mercado e as projeções de despesas, de receitas e de resultados financeiros.

Dessa forma, o plano de negócio além de auxiliar na apresentação do empreendimento a possíveis parceiros futuros, conduzirá o empreendedor a levantar algumas perguntas para reflexão, dentre as quais se destacam:

- a) O que vai ser feito? Quem realizará a ação?
- b) O que será oferecido ao mercado?
- c) A quem vai ser oferecido e quem competirá conosco?
- d) Como o cliente será atendido?
- e) Quanto será gasto e qual será o tempo de retorno do investimento?
- f) Quando as atividades serão realizadas e em que prazo as metas serão atingidas?

De acordo com Degen (1989), o sucesso na elaboração de um negócio próprio depende do desenvolvimento de três etapas: a primeira corresponde à identificação da oportunidade de negócio, da coleta de informações sobre ele. A segunda etapa consiste em desenvolver o conceito de negócio, através da reunião de informações, da identificação dos riscos, do levantamento de experiências similares e do potencial de lucro e crescimento, através dos quais se definirá a estratégia competitiva a ser adotada.

Dornelas (2001) explicita que o plano de negócios pode ter a seguinte estrutura:

**1. Capa:** apesar de não ser evidente, constitui uma das partes mais importantes do plano de negócios, pois é o primeiro item visualizado por quem lê.

**2. Sumário:** contém o título de cada seção do plano de negócios e a página respectiva na qual o tópico se encontra, bem como os principais assuntos relacionados em cada seção.

**3. Sumário executivo:** corresponde à principal seção do plano de negócios. Este tópico fará o leitor decidir se continuará ou não a leitura do referido plano. Deve conter uma síntese das principais informações que constam no plano de negócios. Mostra-se preciso, ainda, que o documento seja dirigido

ao público-alvo do plano de negócios e explicita qual o objetivo desse plano em relação ao leitor (por exemplo, requisição de financiamento junto a bancos, capital de risco, apresentação da empresa para potenciais parceiros ou clientes, etc.). O sumário executivo deve ser a última seção a ser escrita, pois depende de todas as outras etapas do plano para ser elaborada.

**4. Análise estratégica:** nessa seção define-se os rumos da empresa, a visão defendida, a missão e os valores, a situação atual do empreendimento, as potencialidades e ameaças externas, suas forças e fraquezas, seus objetivos e metas de negócio.

**5. Descrição da empresa:** descreve-se a empresa, seu histórico, crescimento e faturamento dos últimos anos, bem como sua razão social, impostos, estrutura organizacional e legal. Evidencia-se, ainda, a localização, parcerias, certificações de qualidade, serviços terceirizados, etc.

**6. Produtos e serviços:** destinada aos produtos e serviços da empresa, ao modo como são produzidos, quais os recursos utilizados, o ciclo de vida, os fatores tecnológicos envolvidos, o processo de pesquisa e desenvolvimento, os principais clientes atuais. Busca-se apresentar, ainda, se a empresa detém marca e/ou patente de algum produto, etc. Nesta seção pode ser incluída uma visão do nível de satisfação dos clientes com os produtos e serviços da empresa.

**7. Plano operacional:** essa seção deve apresentar as ações que a empresa está planejando em seu sistema produtivo e o processo de produção, indicando o impacto que essas medidas acarretarão em seus parâmetros de avaliação de produção. Torna-se necessário a exposição de informações operacionais atuais e previstas de fatores como: lead time do produto ou serviço, percentual de entregas a tempo (ou time delivery), rotatividade do inventário, índice de refugo, lead time de desenvolvimento de produto ou serviço, etc.

**8. Plano de recursos humanos:** deve-se discorrer acerca dos planos de desenvolvimento e treinamento de pessoal da empresa, o nível educacional e a experiência dos executivos, gerentes e funcionários operacionais, indicando os esforços da empresa na formação de sua equipe.

**9. Análise de mercado:** o autor do plano deve mostrar que os executivos da empresa conhecem muito bem o público consumidor do serviço/produto por meio de pesquisas de mercado: como está segmentado, o crescimento desse mercado, as características do consumidor e sua localização, se há

sazonalidade e como agir nesse caso. Ademais, faz-se precisa uma análise da concorrência, sua participação de mercado e a dos principais concorrentes, etc.

**10. Estratégia de marketing:** mostra-se necessária a apresentação de como a empresa pretende vender seu produto/serviço e conquistar seus clientes, manter os interesses desse grupo e aumentar a demanda. Deve abordar seus métodos de comercialização, os diferenciais do produto/serviço para o cliente, a política de preços, os principais clientes, os canais de distribuição e as estratégias de promoção/comunicação e publicidade, bem como as projeções de venda.

**11. Plano financeiro:** deve-se apresentar em números todas as ações planejadas para a empresa e as comprovações, por meio de projeções futuras (em relação ao capital necessário, aos prazos e aos propósitos) quanto ao sucesso do negócio. Torna-se preciso, ainda, um demonstrativo do fluxo de caixa com horizonte de, pelo menos, três anos; balanço patrimonial; análise do ponto de equilíbrio; necessidades de investimentos; demonstrativos de resultados. Apresenta-se indispensável também uma análise de indicadores financeiros do negócio, dentre os quais se destacam o faturamento previsto, a margem prevista, o prazo de retorno sobre o investimento inicial (payback), etc.

**12. Anexos:** é essencial que contenha informações adicionais julgadas relevantes para o melhor entendimento do plano de negócios. A única informação imprescindível corresponde à relação dos *curriculum vitae* dos sócios e dirigentes da empresa. Pode-se anexar ainda fotos de produtos, plantas da localização, roteiros e resultados completos das pesquisas de mercado que foram realizadas, material de divulgação do negócio, folders, catálogos, estatutos, contrato social da empresa, planilhas financeiras detalhadas, etc.

### 2.3 Missão

Este tópico visa descrever o propósito da empresa, objetivando evidenciar aspectos como o que ela representa para a sociedade, qual a razão de sua existência, qual o sentido do negócio, além das vendas, etc.

“A missão empresarial relaciona o negócio com a possibilidade de satisfazer alguma necessidade do meio ambiente da empresa” (ROSSETTO, 2008, p. 10).

Com o propósito de definir a missão de um empreendimento, faz-se necessário compreender o produto/serviço que está sendo disponibilizado aos clientes. Ademais, torna-se importante a demonstração dos resultados aos acionistas e aos funcionários, haja vista a necessidade de que todos os grupos compreendam qual é a missão, pois cada um possui determinado caminho a seguir e um objetivo a ser cumprido.

Rossetto (2008) cita alguns itens de relevância da missão:

- a) Auxilia a concentração do esforço das pessoas para uma direção comum;
- b) Ajuda a assegurar que a organização não persiga propósitos conflitantes;
- c) Desempenha o papel de base lógica geral para alocar recursos organizacionais;
- d) Estabelece áreas amplas de responsabilidades de acordo com as tarefas dentro da organização;
- e) Atua como alicerce de desenvolvimento dos objetos organizacionais.

## **2.4 Visão**

“Visão é um retrato do que a empresa pretende ser e, em termos amplos, do que pretende realizar” (HITT, IRELAND, HOSTKISSON, 2008, p. 17).

Chiavenato e Sapiro (2003, p. 60) afirmam que: “Quanto mais a visão de negócios está alinhada aos interesses dos stakeholders, mais ela pode atender seus propósitos”. Dessa forma, mostra-se de suma importância deixar claro os caminhos a serem trilhados, o local em que se pretende estar e quais as táticas serão adotadas para concluir-se com sucesso o percurso.

Destarte, podemos entender que a visão da empresa corresponde ao patamar no qual ela pretende estar dentro de um período de tempo, constituindo a maior e a principal meta do empreendimento. Uma visão clara e explícita para o futuro possibilitará um índice mais elevado de sucesso, se comparado aos empreendimentos em que os gerentes e colaboradores não sabem o caminho a ser percorrido, tampouco o estatuto o qual a empresa pretende atingir.

## 2.5 Mercado

Nesta etapa será apresentado o entendimento de mercado da empresa, considerando-se aspectos como os clientes, os concorrentes e o conhecimento exibido quanto aos dados, às informações e ao mercado em que atua.

Maximiano (2006, p.88) conceitua mercado como um grupo de consumidores que possuem necessidades e interesses similares, além do semelhante poder aquisitivo e disposição para comprar.

## 2.6 Plano de recursos humanos

De acordo com SEBRAE (2013), as estruturas de recursos humanos atuais consistem em várias ações que, coordenadas, facilitam a gestão e o planejamento de pessoas. Além das ferramentas de recrutamento e seleção, treinamento, desenvolvimento e a remuneração, que serão descritas neste manual, temos ainda as medidas de dimensionamento da quantidade necessária de pessoas para o trabalho. Constituem, ainda, essas ações a orientação, a admissão e demissão, a avaliação do desempenho, as relações sindicais, a segurança e a saúde e bem-estar, elementos que complementam a gestão de pessoas, não correspondendo, todavia, ao foco deste manual.

## 2.8 Funções do marketing

Segundo Kotler (2012), marketing corresponde ao conjunto de atividades que visam orientar os fluxos de bens e serviços do local os quais são gerados para os consumidores ou usuários. Em sentido mais estrito, Marketing é uma associação de técnicas coordenadas que permitem a uma empresa conhecer o mercado presente e o potencial para determinado produto. Tal ação detém a finalidade de maximizar o volume de vendas.

Para Maximiano (2006, p.71), o objetivo básico da função de marketing consiste em estabelecer e manter a ligação da empresa com seus clientes. Essa função abrange assim, segundo esse autor, atividades como:

- a) Pesquisa:** identificação dos interesses, necessidades e tendências do mercado.

- b) Desenvolvimento de produtos:** criação de produtos e serviços, inclusive seus nomes, marcas e preços. Inclui, ainda, o fornecimento de informações para o desenvolvimento de produtos em laboratórios e centros de pesquisa tecnológica.
- c) Vendas**
- d) Distribuição:** elaboração de canais de distribuição e gestão dos pontos de venda.
- e) Promoção:** comunicação com o público-alvo, por meio da propaganda, publicidade e promoção nos pontos de venda.

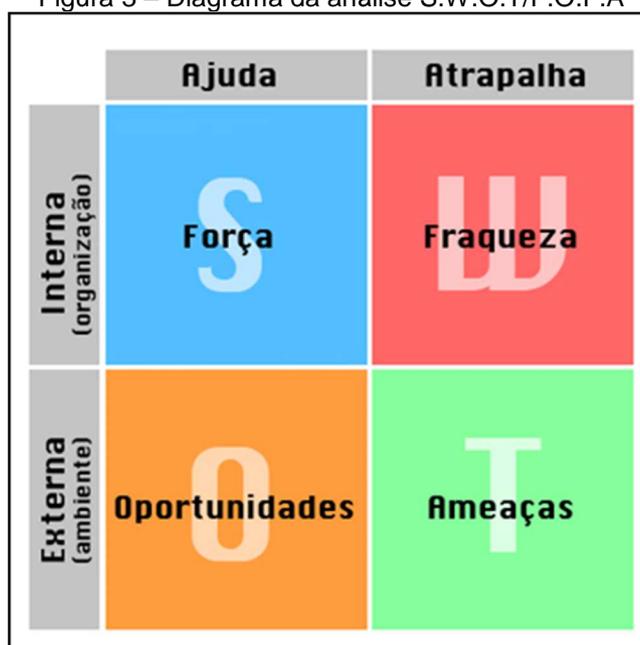
## 2.9 Análise SWOT

A análise S.W.O.T (ou análise F.O.F.A em português), detém a finalidade de avaliar os ambientes internos e externos, formulando estratégias de negócios para a empresa com o objetivo de otimizar seu desempenho no mercado.

De acordo com Dornelas (2001), a matriz SWOT traça uma análise da situação atual do negócio e deve ser refeita regularmente, dependendo da velocidade com que seu ambiente, seu setor e sua própria empresa alteram-se.

Realiza-se o modelo da análise S.W.O.T utilizando-se um diagrama, conforme se observa abaixo:

Figura 3 – Diagrama da análise S.W.O.T/F.O.F.A



Fonte: Portal administração (2014)

- a) **Forças (Strengths):** correspondem às vantagens que a empresa possui em relação aos concorrentes, são as habilidades mais fortes da organização.
- b) **Fraquezas (Weaknesses):** as fraquezas do negócio podem interferir e prejudicar a organização. Pode-se encontrar as debilitações da empresa através de perguntas como: “A mão de obra é capacitada? ”, “Por que a concorrência foi escolhida? ”, etc.
- c) **Ameaças (Threats):** são forças externas que influenciarão negativamente na empresa.
- d) **Oportunidades (Opportunities):** relacionam-se às forças externas que influenciarão positivamente na empresa, como por exemplo mudanças na política econômica do governo, ampliação do crédito do consumidor, etc.

## 2.10 Fluxo de caixa

O fluxo de caixa configura-se como o instrumento que permite ao administrador das finanças planejar, organizar, coordenar, dirigir e controlar os recursos financeiros da empresa em um determinado período. (ZDANOWICZ, 1998, p. 19)

De uma forma conceitual, Quintana (2009, p. 16) expressa que tanto na abordagem tática como na estratégica, deve-se ter atenção especial ao fluxo de caixa gerado, pois, em muitos casos, as empresas produzem excelentes resultados econômicos (lucros), mas não conseguem manter um nível saudável de caixa. Esse quadro é originado a partir de operações que geram direitos a serem recebidos a longo prazo, os quais apesar de constituírem valores expressivos, podem não ser adequados se a empresa possuir obrigações em curto prazo que necessitem de capital de giro em um período adequado.

## 2.11 Demonstração de resultado

De acordo com Basso (2011), a demonstração do resultado do exercício (DRE) é uma evidência contábil dinâmica a qual sintetiza as operações que deram origem ao resultado de um determinado período, através do confronto das

receitas, custos e despesas apurados segundo o princípio contábil do regime de competência, gerando informações significativas para a tomada de decisão.

## **2.12 Riscos críticos do negócio e análise de sensibilidade**

Clarke (2006) afirma que a análise de sensibilidade é utilizada para determinar a vulnerabilidade dos resultados sempre que se alterem os pressupostos iniciais. Assim, para se medir a sensibilidade do valor correspondente ao indicador que pretendemos analisar, será necessário considerar-se a alteração, isoladamente, de cada variável, mantendo-se constantes, os outros parâmetros. Essa análise pode ser fundamental, no apoio ao gestor, para a tomada de decisão, uma vez que evidencia os fatores de maiores e menores impactos.

Qualquer investimento idealizado, apresentará riscos e incertezas, no entanto, a organização deve estar preparada para resolvê-los. Dessa forma, uma boa opção, adotada por muitas empresas, consiste em realizar simulações utilizando variáveis importantes, tais como o preço de venda, dos custos variáveis e dos custos fixos, de modo a perspectivar o futuro e melhor fundamentar as suas decisões.

## **3 METODOLOGIA**

De acordo com Marconi e Lakatos (2007), a especificação da metodologia da pesquisa abrange uma quantidade significativa de itens, pois responde, simultaneamente, a questões correspondentes ao método de abordagem.

Ainda sob a perspectiva desses autores, a maioria dos especialistas realiza, atualmente, uma distinção entre método e métodos, por se situarem em níveis claramente distintos, no que se refere a sua inspiração filosófica, ao seu grau de abstração, a sua finalidade mais ou menos explicativa, a sua ação nas etapas de níveis distintos quanto à concretude da investigação e ao momento em que se situam.

Para alcançar os objetivos deste estudo, foi realizada, primeiramente, uma consistente pesquisa bibliográfica em artigos técnicos e científicos, teses,

dissertações, livros, dentre outros, com o propósito de se concluir as ideias do presente trabalho.

Esta pesquisa prioriza, assim, a estruturação de um plano de negócios para a abertura de uma empresa de elaboração de projetos de prevenção e combate a incêndio na cidade de Belo Horizonte, Minas Gerais. As informações abrangentes na construção deste plano foram coletadas através de empresas e profissionais da área.

## **4 O PLANO DE NEGÓCIOS**

### **4.1 Sumário executivo**

O intuito do empreendedor consiste em suprir a necessidade de profissionais habilitados para elaborar e aprovar os projetos de prevenção e combate a incêndio, uma vez que corresponde a uma área extremamente escassa de profissionais qualificados.

A autora deste trabalho será a proprietária da empresa e responsável técnica pelos projetos, levando em consideração que essa figura possui quatro anos de experiência nesse campo, além de um curso com diploma certificado pelo MEC na área em questão. Ademais, ressalta-se o domínio apresentado em relação às normas e instruções técnicas, bem como o conhecimento acerca do software usado para elaboração dos projetos.

O empreendimento estará localizado na região do Barreiro, em um escritório próprio, anexo à atual residência da proprietária. Inicialmente, haverá apenas uma proprietária e um estagiário e à medida que a demanda por projetos aumentar, outros funcionários serão contratados.

Sabe-se que o mercado necessita de projetos de prevenção e combate a incêndio, haja vista o déficit quanto ao número de profissionais na área e as inúmeras reclamações por parte dos clientes das empresas prestadoras deste tipo de serviço. Pensando-se a partir dessa perspectiva, o empreendedor percebeu que pode alcançar uma vantagem competitiva para sua empresa devido ao fato de que geralmente os prazos estipulados para a entrega do serviço mostram-se longos (o que não atende a necessidade do cliente). Salientam-se, ainda, os preços elevados e a comum falta de qualidade no atendimento ao cliente.

Desse modo, o estudo buscou encontrar respostas para os questionamentos quanto à oportunidade de negócio, a fim de captar todas as oportunidades de agregar valor e venda ao serviço e eliminar os prováveis riscos que possam acometer a empresa.

Quadro 1 – Dados do empreendedor

<b>Nome:</b>	Lorene Zeferino Lima
<b>Endereço:</b>	Rua João de Mattos Silva, 638
<b>Cidade:</b>	Belo Horizonte
<b>Estado:</b>	Minas Gerais
<b>Perfil:</b>	
Profissional disposta a alcançar bons resultados coletivos e individuais, dinâmica, boa comunicação verbal, bom relacionamento interpessoal, proatividade e capacidade analítica, com quatro anos e sete meses de experiência na área de projetos de prevenção e combate ao incêndio através do software AutoCAD. Atua também como projetista e realiza a execução de cálculo hidráulico para o dimensionamento da rede de hidrantes.	
<b>Atribuições:</b>	
Proprietária, administradora, responsável técnica, engenheira civil.	

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

## 4.2 Conceito do negócio

O conceito de um negócio faz-se determinado a partir do valor oferecido pelo novo estabelecimento a seus clientes. Para que essa oferta seja atraente, a nova empresa deve suprir a lacuna apresentada pelos potenciais concorrentes no mercado do setor em que foi gerada a oportunidade de negócio, originando assim, uma vantagem competitiva.

O plano de negócio tratado neste projeto consiste na análise da viabilidade econômica e mercadológica necessária para a estruturação de uma empresa de elaboração de projetos de prevenção e combate a incêndio, de pequeno porte, localizada na rua João de Mattos Silva, nº 638, bairro Teixeira Dias, região do Barreiro, Belo Horizonte, Minas Gerais. A marca adotada foi “LZL projetos”.

A escolha do bairro para implantação do empreendimento ocorreu devido à ausência, nesta região, de empresas atuando nessa área. Apesar da maioria dos clientes deste tipo de serviço não se deslocarem até a empresa para realizar a contratação, a região é muito ampla, movimentada e apresenta elevada demanda do ofício em questão. Assim, ter uma empresa prestadora do serviço necessário próximo ao seu estabelecimento pode constituir um atrativo.

Ademais, ressalta-se a possibilidade de o empreendimento concorrer com todas as empresas de Minas Gerais.

### **4.3 Missão**

A missão da empresa consiste em atender e superar as expectativas dos clientes e parceiros em relação aos projetos de prevenção e combate a incêndio, visando uma característica diferenciada, através de projetos que objetivam a viabilidade técnica e econômica sem que haja a perda da qualidade, de forma a minimizar os custos da execução e manutenção.

### **4.4 Visão**

Ser referência na elaboração e execução de projetos de prevenção e combate a incêndio até o final do ano de 2018, bem como ser líder de mercado em toda Belo Horizonte e região metropolitana, atendendo os clientes da melhor maneira possível, sempre oferecendo produtos e prestando serviços de qualidade de acordo com as necessidades apresentadas.

### **4.5 Valores**

- a) Proximidade aos clientes.
- b) Respeito.
- c) Responsabilidade.
- d) Comprometimento.
- e) Qualidade superior.
- f) Ética.
- g) Transparência.
- h) Credibilidade.
- i) Respeito às pessoas e ao meio ambiente.

### **4.6 Produtos e serviços**

A empresa de elaboração de projetos de prevenção e combate a incêndio, LZL projetos, oferecerá os seguintes serviços:

- a) Elaboração do projeto de prevenção e combate a incêndio, conforme parâmetros legais e aprovação junto ao corpo de bombeiros.
- b) Laudos técnicos.
- c) Consultoria.
- d) Obtenção e renovação do AVCB.
- e) Execução de projetos.
- f) Treinamento de brigadista.

A implantação dos projetos ocorrerá de forma gradativa. O processo começará com a execução de serviços de instalação de extintores, sinalização e iluminação de emergência. Tais equipamentos serão fornecidos por meio de serviço terceirizado, através da empresa “Extinfran”. Posteriormente, com a estruturação e crescimento da empresa, execuções mais complexas serão oferecidas.

## **4.7 Aspectos legais: estrutura legal e fiscal do negócio**

### **4.7.1 Ramo de atividade**

Os setores de atividade do negócio consistirão em comércio e prestação de serviços relacionados à engenharia.

### **4.7.2 Forma jurídica**

A formatação jurídica que a LZL Projetos utilizará será a empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI.

### **4.7.3 Enquadramento tributário/fiscal**

Em relação ao enquadramento tributário, a instituição optará pelo regime tributário supersimples, ou seja, faturamento menor do que R\$600.000,00. Dessa forma, as alíquotas serão reduzidas.

#### **4.8 Gerenciamento da LZL Projetos**

O gerenciamento da LZL Projetos será realizado pela engenheira civil e futura especialista em Gestão de Negócios, Lorene Zeferino Lima.

A proprietária e fundadora da LZL Projetos, formou-se em engenharia civil pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais e está se especializando em gestão de negócios pela Universidade Federal de Minas Gerais. O desejo da proprietária consiste em formalizar seu negócio no seu ramo de graduação, haja vista a atual informalidade desse empreendimento. A autora fundamenta-se, assim, em sua vontade de prosperar profissionalmente e como pessoa, bem como no aprimoramento de sua experiência na atividade de trabalho, com o intuito de obter sucesso no empreendimento.

#### **4.9 Certificações, licenças, regulamentações**

Será contratado (terceirizado), um contador para legalizar a LZL Projetos nos seguintes órgãos:

- a) Registro Civil das Pessoas Jurídicas;
- b) Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- c) Secretaria Estadual de Fazenda;
- d) Prefeitura Municipal, para obtenção do alvará de funcionamento;
- e) Enquadramento na Entidade Sindical Patronal;
- f) Caixa Econômica Federal, para cadastramento no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;

Para a emissão do AVCB, o serviço de regularização da edificação junto ao Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais será providenciado pela própria empresa.

##### **4.9.1 Informações fiscais e tributárias**

O contador ficará responsável, assim, por todos os registros legais da LZL Projetos. Além disso, esse funcionário será responsável pelas demonstrações financeiras do negócio ao decorrer do tempo.

#### **4.10 Terceiros e parcerias**

Serão terceirizados os serviços de contabilidade, plotagem e execução de projetos do empreendimento. Haverá uma especificação dessas parcerias mais adiante.

#### **4.11 Análise de mercado**

##### **4.11.1 Estudo dos clientes**

Os clientes do mercado em questão geralmente correspondem a pessoas jurídicas, de todos os setores de atividades, haja vista a necessidade de os locais que possuem reunião de público (incluindo residências multi familiares) adotarem este projeto para regularização de sua edificação. Contadores e empresas de regularização e licenciamentos constituem parceiros em potencial, uma vez que muitas empresas /pessoas procuram alguém apto a solucionar seu problema sem que haja demasiado tempo de busca pelo serviço. Assim, contrata-se uma empresa para agilizar todo o processo.

Com a crescente rigidez da fiscalização, empreendedores que estão iniciando seu negócio nos tempos atuais apresentam-se como clientes em potencial, uma vez que necessitam desse serviço para legalizarem a situação da empresa. No entanto, gradativamente, empreendimentos antigos têm procurado por este serviço, devido às denúncias e conseqüentes fiscalizações. Dessa forma, esse mercado abrange clientes de todos os tipos, desde aos novos integrantes do mercado aos mais experientes.

Por apresentar-se como um serviço cobrado de acordo com a área do empreendimento, geralmente os clientes possuem significativo poder de aquisição. Nesse contexto, tais clientes possuem usualmente uma área de empreendimento mais ampla, aspecto que acarreta o preço mais elevado do projeto. Ademais, com o objetivo de atingir os clientes com potencial menor, há projetos com preços mais acessíveis, o que possibilita a contratação do serviço.

Esse serviço deve ser contratado sempre que uma edificação com reunião de público seja construída ou quando houver modificação na estrutura do local que acarretem a obstrução dos equipamentos de prevenção e combate a incêndio. Deve-se renovar o serviço a cada 3/5 anos, dependendo de sua

classificação perante o Corpo de Bombeiros. Regularmente, os clientes procuram profissionais com experiência na área e que possuam boas indicações.

O que conduz essas pessoas a obterem tal serviço é a necessidade de regularizar seu negócio/edificação e também se isentar de problemas futuros (por exemplo incêndios). Nesse horizonte, os elementos responsáveis pela seleção de determinada empresa correspondem ao preço, ao prazo de entrega, ao atendimento, à indicação e à qualidade do serviço prestado.

O mercado de atuação apresenta-se muito amplo, uma vez que a maioria dos imóveis de todo o Brasil necessitam realizar a contratação desse tipo de trabalho. Nesse primeiro momento, o foco da organização será apenas o estado de Minas Gerais, tendo como objetivo maior atender Belo Horizonte e regiões metropolitanas.

#### 4.11.2 Estudo dos concorrentes

Quadro 2 – Estudo dos concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes
Soldados do Corpo de Bombeiros reformados.	Qualidade alta, no entanto, os prazos de entrega não costumam ser bons.	Preço variável, no entanto, geralmente acima do praticado no mercado.	Mediante depósito bancário em três parcelas.	Variável.	Bom atendimento, lembrando que possuem a vantagem de se apresentarem como funcionários reformados do CBMMG, e conseqüentemente, prometem prazos mais curtos e facilidades.	Elaboração e execução de projetos de prevenção e combate a incêndio, laudos técnicos e consultoria, obtenção e renovação do AVCB, treinamento de brigadista.
BH Projetos e instalações	Qualidade alta, no entanto, os prazos de entrega não costumam ser bons.	Preço variável, no entanto, geralmente acima do praticado no mercado.	O valor pode ser dividido em três parcelas.	Avenida Presidente Antônio Carlos, 7823, Bairro Pampulha, Belo Horizonte, Minas Gerais.	Ótimo atendimento, possuem equipe responsável por relacionamento com o cliente.	Elaboração e execução de projetos de prevenção e combate a incêndio, laudos técnicos e consultoria, obtenção e renovação do AVCB, treinamento de brigadista.
Abadia Projetos Contra Incêndio	Qualidade alta, no entanto, os prazos de entrega não costumam ser bons.	Geralmente, preço de mercado praticado.	O valor pode ser dividido em três parcelas.	Alameda Oscar Niemeyer, 1033, Bairro Vila da Serra, Belo Horizonte, Minas Gerais.	Ótimo atendimento. Também contam com equipe especializada no relacionamento com o cliente.	Elaboração e execução de projetos de prevenção e combate a incêndio, laudos técnicos e consultoria, obtenção e renovação do AVCB, treinamento de brigadista.
JK Projetos	Qualidade alta, no entanto, os prazos de entrega não costumam ser bons.	Geralmente, preço de mercado praticado.	O valor pode ser dividido em três parcelas.	Avenida Amazonas, 3852, bairro Barroca, Belo Horizonte, Minas Gerais.	Ótimo atendimento.	Elaboração e execução de projetos de prevenção e combate a incêndio, laudos técnicos e consultoria, obtenção e renovação do AVCB, treinamento de brigadista.

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Podemos analisar que em relação à qualidade do serviço prestado: um grande problema identificado através de pesquisas com os clientes corresponde à falta de qualidade e comprometimento dos profissionais dessa área. Parte significativa das empresas que oferecem a elaboração dos projetos de prevenção e combate a incêndio não apresentam a devida especialização nesse campo. Esses empreendimentos elaboram todos os tipos de projetos relacionados aos domínios da engenharia e arquitetura, dessa forma, não possuem um conhecimento muito amplo na área em questão. Tal quadro faz com que, por vezes, ao se depararem com situações difíceis das quais desconhecem a solução, adotem a atitude de ludibriar o cliente.

Identificaram-se alguns casos em que o projeto se encontrava em fase de elaboração há 2 anos, por ausência de comprometimento do responsável técnico pelo projeto. Na referida situação, as empresas alegam para o cliente leigo que o processo se encontra estagnado devido ao corpo de bombeiros, informação falsa, uma vez que tal análise ocorre em um prazo máximo de 45 dias úteis.

A LZL Projetos, em contrapartida, ao fornecer um orçamento para o cliente, estabelece em sua proposta comercial/contrato, uma data limite para elaborar e protocolar o projeto e sempre a cumpre. Consta, também na descrição da proposta, o período exigido pelo corpo de bombeiros para análise e aprovação do projeto. Ressalta-se, ainda, que somos uma empresa especializada exclusivamente nos projetos de prevenção e combate a incêndio, o que nos permite apresentar um diferencial na qualidade do serviço prestado.

Em relação ao valor cobrado, a LZL Projetos possui preços mais competitivos do que a maioria presente no mercado, haja vista se tratar de uma empresa pequena, com poucos funcionários, a qual conseqüentemente possui menores custos, aspecto que influencia na quantia demandada pelo serviço. No entanto, considerando-se o atual cenário econômico do Brasil, torna-se comum encontrar profissionais autônomos, sem experiência na área, que oferecem o semelhante serviço, a um preço extremamente baixo, o que ocasiona o questionamento dos clientes e uma possível desistência do projeto.

A localização, por sua vez, não constitui um ponto influente nesse tipo de serviço, uma vez que a maioria dos clientes entram em contato por telefone ou e-mail, solicitando uma visita técnica na edificação. Desse modo, presume-se

que o local não atua como um quesito potencialmente capaz de influenciar no bom funcionamento da empresa.

No âmbito das condições de pagamento, as propostas apresentam apelos concorrentes semelhantes às condições da LZL Projetos, pois constitui uma etapa relativamente padrão em todas as empresas que trabalham com projetos.

Por fim, no que diz respeito aos serviços disponibilizados, alguns concorrentes podem se sobressair, dependendo da necessidade do cliente, haja vista que a LZL projetos é uma empresa especializada exclusivamente em projetos de prevenção e combate a incêndio, enquanto a maioria das outras oferecem todos os tipos de projetos na área de engenharia e arquitetura. Para o cliente que busca uma empresa para resolver problemas de ordens diversas, o concorrente pode se tornar mais atrativo, uma vez que irá fornecerá opções mais abrangentes quanto aos projetos.

Ao analisar os principais pontos dos concorrentes e compará-los com a empresa proposta, podemos concluir que o novo negócio se apresenta de forma amplamente competitiva em relação aos que se encontram no mercado há mais tempo. Ressalta-se que apesar da LZL projetos ainda não se fazer renomada no mercado, a proprietária e responsável técnica pela empresa encontra-se nesse ramo há algum tempo e já conquistou uma parte da fatia de mercado.

Os preços competitivos, a excelência na qualidade do serviço e pontualidade constituirão os principais diferenciais capazes de situar a empresa à frente da concorrência e conquistar novos clientes. Evidencia-se, ainda, que tal mercado apresenta-se promissor, devido à carência de profissionais na área. Assim, a arena de concorrência mostra disponível para todos, incluindo a LZL projetos.

### 4.11.3 Estudo dos fornecedores

Quadro 3 – Estudo dos fornecedores

Nº	Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	Execução dos projetos.	EXTINFRAN.	Variável.	Boleto bancário.	Variável.	Avenida Marcelo Diniz Xavier, 600, Bairro Vila Darci Vargas, Contagem, Belo Horizonte, Minas Gerais.
2	Fornecimento de pastas, folhas de ofício e plotagem dos projetos.	Copiadora e papelaria EGM.	Variável.	À vista.	De imediato.	Rua Joaquim de Figueiredo, 348, loja 107, Barreiro, Belo Horizonte, Minas Gerais.

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

#### 4.14 Plano de marketing

O serviço prestado pela LZL Projetos abrange toda a área de projetos de prevenção e combate a incêndio, elemento essencial para a regularização da edificação. A empresa acompanha o processo em sua completude, até entrega do serviço final.

Quadro 4 – Produtos e serviços oferecidos

Nº	Produtos / Serviços
1	Elaboração e aprovação do projeto
2	Laudo técnico e consultoria
3	Renovação do AVCB
4	Execução de projetos
5	Treinamento de brigadista

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

##### 4.14.1 Preço

A estratégia de precificação utilizada pela empresa corresponde a situar-se sempre abaixo do preço comum praticado no mercado. Os valores variam de acordo com o local do projeto, metros quadrados de área construída e grau de dificuldade.

Seguem abaixo, alguns valores comumente praticados pela LZL projetos, desconsiderados os fatores do local do projeto e grau de dificuldade:

Tabela 1 – Valor aproximado dos serviços de elaboração do projeto

Área	Até 400m <sup>2</sup>	De 401m <sup>2</sup> até 750m <sup>2</sup>	De 751m <sup>2</sup> para cima
Preço	R\$3,00/m <sup>2</sup>	R\$2,50/m <sup>2</sup>	R\$2,00/m <sup>2</sup>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

##### 4.14.2 Praça

Geralmente, os clientes procuram esse tipo de serviço principalmente a partir de indicações, no entanto, mostra-se comum também a procura por outras empresas através de pesquisas na internet, com a finalidade de elaboração de uma cotação de preço e análise de qual se apresenta mais vantajosa.

Torna-se importante ressaltar esse quesito, pois será necessária a contratação de uma empresa especializada nesse meio de divulgação para melhorar a praça do serviço.

Nossos concorrentes possuem relativa vantagem nesse critério, uma vez que, ao pesquisar sobre esse tipo de prestação de serviço no Google, o cliente encontra com rapidez uma variedade de empresas que apresentam sites bem elaborados, providos de um portfólio com clientes de grande nome no mercado, situação a qual transmite maior segurança para o comprador.

#### **4.14.3 Promoção**

Os serviços prestados pela LZL projetos serão anunciados nas redes sociais e através de panfletagem em várias localidades de BH, região metropolitana e algumas cidades do interior com grande potencial de clientes. A divulgação será contínua, haja vista que não existe uma época do ano na qual os projetos apresentem-se mais ou menos necessários/ cobrados/ exigidos.

O poder público almeja que todas as edificações sejam mapeadas e obrigadas a se manterem regularizadas para preservar seu perfeito funcionamento. Assim, a perspectiva é que a demanda por este serviço cresça gradativamente.

#### **4.14.4 Produto**

O cliente espera um produto de qualidade, o qual além de seguir as normas necessárias para a aprovação do projeto, possua o melhor custo benefício no âmbito da execução. Nesse horizonte, a LZL projetos demonstrará que está apta a suprir essa necessidade, uma vez que a responsável técnica pela elaboração da empresa possui conhecimento avançado na área.

Todos os projetos devem ser entregues com os devidos formulários exigidos pelo corpo de bombeiros para aprovação. Todavia, a pasta que conterà todas as impressões será diferente da entregue para análise. O documento entregue ao cliente terá a logomarca da empresa e todas as informações necessárias para que esse indivíduo possa entrar em contato conosco posteriormente, caso seja necessária contratação de um novo serviço.

## 4.15 Avaliação estratégica

### 4.15.1 Análise da matriz F.O.F.A/S.W.O.T

Através da matriz F.O.F.A, iremos analisar os pontos fortes e fracos da empresa, com o intuito de tornar o negócio mais competitivo e eficiente.

Quadro 5 – Matriz F.O.F.A

<b>FORÇAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conhecimento/experiência na área.</li> <li>- Atendimento personalizado (o próprio responsável técnico pelos projetos fará a primeira visita ao cliente);</li> <li>- Preço de venda competitivo;</li> <li>- Equipe especializada;</li> <li>- Alto nível de engajamento com os clientes;</li> <li>- Qualidade do serviço prestado;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento crescente da demanda;</li> <li>- Poucos profissionais qualificados;</li> <li>- Poucos concorrentes de grande nome no mercado;</li> <li>- Serviço pouco divulgado pelas demais empresas;</li> <li>- Localização com poucos concorrentes nas proximidades.</li> </ul>
<b>FRAQUEZAS</b>	<b>AMEAÇAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poucos funcionários;</li> <li>- Empresa pouco conhecida;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de parceiro de execução quando o projeto abrange hidrantes, alarme de incêndio e detector de fumaça;</li> <li>- Profissionais desqualificados tentando ganhar dinheiro com serviço mal elaborado (no entanto influenciam na queda do preço de mercado);</li> <li>- Mudança de Leis e parâmetros regulamentadores.</li> </ul>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

### 4.15.2 Plano de desenvolvimento

Em relação ao ciclo de vida, a LZL Projetos visa trabalhar no primeiro ano com a divulgação e lançamento do nome da empresa, a qual se torna singular

devido ao comprometimento com a qualidade no atendimento e prestação de serviço, bem como à responsabilidade em relação aos prazos de entrega, garantindo assim, a satisfação do cliente. Os anos seguintes serão de consolidação do nome e expansão dos serviços (execução própria abrangendo todos os tipos de projetos).

Outros objetivos e estratégias definidos para os próximos anos serão:

- a) Contratação de novos funcionários;
- b) Manter a qualificação dos funcionários por meio de treinamentos constantes;
- c) Atender às expectativas dos clientes de maneira a surpreendê-los;
- d) Tornar-se reconhecida no seu ramo e na região;
- e) Busca permanente por novos clientes;
- f) Domínio do mercado de elaboração/execução.

Quadro 6 – Cronograma de atividades

<b>Cronograma de atividades</b>			
<b>Item / Data</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Divulgação e lançamento			
Consolidação do nome			
Execução própria			
Contratação de novos funcionários			
Domínio do mercado			

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

## **4.16 Finanças**

### **4.16.1 Investimentos fixos**

As tabelas abaixo consolidam os investimentos em imóveis, máquinas, equipamentos, móveis e utensílios, veículos e computadores, equipamentos necessários para o funcionamento da LZL Projetos. Os valores desses elementos totalizam R\$ 1.540,00.

## A – Imóveis

Não será necessário despende capital com imóvel, uma vez que a sede estará localizada na residência da proprietária da empresa.

Tabela 2 – Valor do investimento em imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
<b>SUB-TOTAL (A)</b>				<b>R\$0,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

## B – Máquinas

Tabela 3 – Valor do investimento em máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Impressora	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
<b>SUB-TOTAL (B)</b>				<b>R\$300,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

## C – Equipamentos

Não haverá necessidade, ainda, de despende-se capital com equipamentos.

Tabela 4 – Valor do investimento em equipamentos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
<b>SUB-TOTAL (C)</b>				<b>R\$0,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

## D – Móveis e utensílios

Tabela 5 – Valor do investimento em móveis e utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Bebedouro	1	R\$ 190,00	R\$ 190,00
2	Mesa de escritório do engenheiro	1	R\$ 0,00	R\$ 0,00
3	Mesa de escritório do estagiário	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
4	Cadeira do escritório	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00
5	Sofá de espera	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
<b>SUB-TOTAL (D)</b>				<b>R\$1.240,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

## E – Veículos

Mostram-se desnecessários gastos com esse item, uma vez que a proprietária fará uso de seu veículo particular.

Tabela 6 – Valor do investimento em veículos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
<b>SUB-TOTAL (E)</b>				<b>R\$0,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

## F – Computadores

Não serão aplicados investimentos em relação aos computadores, haja vista o uso do notebook e computador particular da proprietária.

Tabela 7 – Valor do investimento em computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Notebook	2	R\$ 0,00	R\$ 0,00
<b>SUB-TOTAL (F)</b>				<b>R\$0,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

## TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

Tabela 8 – Valor total dos investimentos fixos

<b>TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F):</b>	<b>R\$ 1.540,00</b>
---	---------------------

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

### 4.16.2 Estoque inicial

O estoque inicial será nulo, uma vez que a empresa corresponde a uma prestadora de serviços e não contará com estoque de produtos.

Tabela 9 – Valor do estoque inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Não há, empresa prestadora de serviço sem necessidade de estoque.	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00
<b>TOTAL (A)</b>				<b>R\$ 0,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

### 4.16.3 Caixa mínimo

1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas:

Tabela 10 – Cálculo do prazo médio de vendas

<b>Prazo médio de vendas</b>	<b>(%)</b>	<b>Número de dias</b>	<b>Média Ponderada em dias</b>
Primeira parcela do projeto	35,00	0	0,00
Segunda parcela do projeto	35,00	20	7,00
Última parcela do projeto	30,00	50	15,00
<b>Prazo médio total</b>			<b>22</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Tabela 11 – Cálculo do prazo médio de compras

<b>Prazo médio de compras</b>	<b>(%)</b>	<b>Número de dias</b>	<b>Média Ponderada em dias</b>
Não há	100,00	1	1,00
<b>Prazo médio total</b>			<b>1</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

3º Passo: Estoque – Cálculo da necessidade média de estoque

Tabela 12 – Cálculo da necessidade média de estoque

<b>Necessidade média de estoque</b>	<b>0</b>
Número de dias	1

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Tabela 13 – Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

<b>Recursos da empresa fora do seu caixa</b>	<b>Número de dias</b>
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	22
2. Estoques – necessidade média de estoques	1
Subtotal Recursos fora do caixa	23
<b>Recursos de terceiros no caixa da empresa</b>	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	1
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	1
<b>Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias</b>	<b>22</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

## Caixa Mínimo

Tabela 14 – Valores do caixa mínimo

<b>1. Custo fixo mensal</b>	R\$ 2.065,68
<b>2. Custo variável mensal</b>	R\$ 545,14
<b>3. Custo total da empresa</b>	R\$ 2.610,82
<b>4. Custo total diário</b>	R\$ 87,03
<b>5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias</b>	22
<b>Total de B – Caixa Mínimo</b>	R\$ 1.914,60

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

## Capital de giro (Resumo)

Tabela 15 – Valor do capital de giro

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
A – Estoque Inicial	R\$ 0,00
B – Caixa Mínimo	R\$ 1.914,60
<b>TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)</b>	<b>R\$ 1.914,60</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

**4.16.4 Investimentos pré-operacionais**

Tabela 16 – Valores dos investimentos pré-operacionais

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
Despesas de Legalização	R\$ 1.000,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 1.000,00
Divulgação	R\$ 0,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 0,00
Outras despesas	R\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 2.000,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

**4.16.5 Investimento total**

Tabela 17 – Valor do investimento total

<b>Descrição dos investimentos</b>	<b>Valor</b>	<b>(%)</b>
Investimentos Fixos (1)	R\$ 1.540,00	28,23
Capital de Giro (2)	R\$ 1.914,60	35,10
Investimentos Pré-Operacionais (3)	R\$ 2.000,00	36,67
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 5.454,60</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Gráfico 1 – Descrição dos investimentos



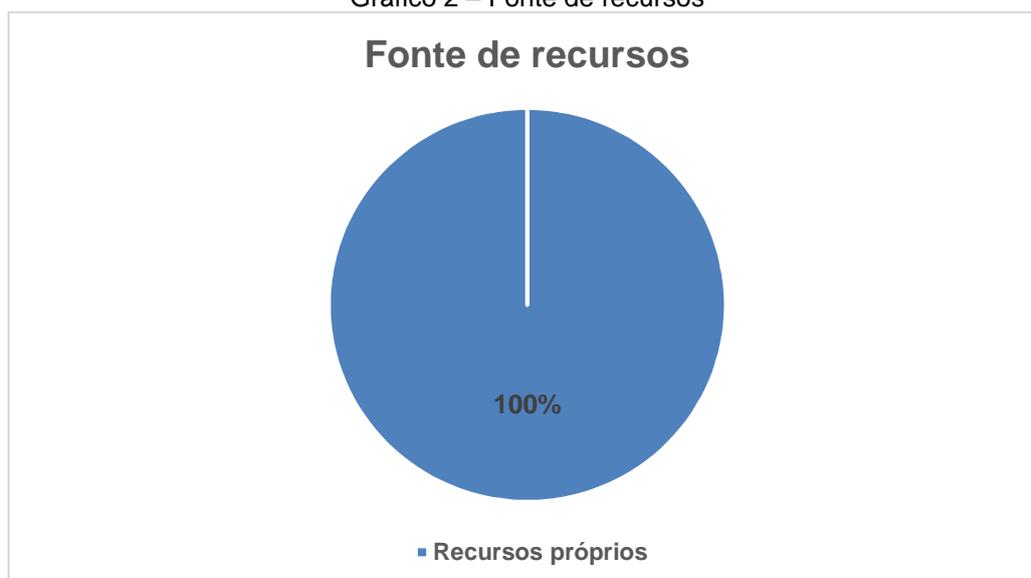
Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Tabela 18 – Fonte de recursos

Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios (1)	R\$5.454,60	100,00
Recursos de terceiros (2)	R\$0,00	0,00
Outros (3)	R\$0,00	0,00
TOTAL (1+2+3)	R\$5.454,60	100,00

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Gráfico 2 – Fonte de recursos



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

#### 4.16.6 Faturamento mensal

Tabela 19 – Faturamento mensal

Nº	Produto/serviço	Quantidade (estimativa de vendas)	Preço de venda unitário (em R\$)	Faturamento total (em R\$)
1	Elaboração e aprovação do projeto.	2	R\$2.000,00	R\$4.000,00
2	Laudo técnico e consultoria.	1	R\$940,00	R\$940,00
3	Renovação do AVCB.	1	R\$940,00	R\$940,00
4	Execução de projetos.	1	R\$250,00	R\$250,00
5	Treinamento de brigadistas.	1	R\$200,00	R\$200,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$6.330,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

#### Projeção das receitas:

- ( ) Sem expectativa de crescimento.
- (x) Crescimento a uma taxa constante.
- 2,00% ao mês para os 12 primeiros meses.
- 40,00% ao ano a partir do 2º ano.
- ( ) Entradas diferenciadas por período.

Tabela 20 – Faturamento total no final de um ano

<b>Faturamento total no final de um ano</b>	<b>R\$75.960,00</b>
---	---------------------

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

#### 4.16.7 Custo unitário

Produto: Elaboração e aprovação do projeto.

Tabela 21 – Custo unitário da elaboração e aprovação do projeto

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo unitário	Total
Impressões	4	R\$8,00	R\$32,00
Visita ao local	1	R\$40,00	R\$40,00
Pasta do cliente	1	R\$2,00	R\$2,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$74,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Produto: Laudo técnico e consultoria

Tabela 22 – Custo unitário do laudo técnico e consultoria

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo unitário</b>	<b>Total</b>
Deslocamento	1	R\$40,00	R\$40,00
Envelope	1	R\$0,34	R\$0,34
Folha de ofício	2	R\$0,15	R\$0,30
<b>TOTAL</b>			<b>R\$40,64</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Produto: Renovação do AVCB

Tabela 23 – Custo unitário da renovação do AVCB

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo unitário</b>	<b>Total</b>
Deslocamento	1	R\$40,00	R\$40,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$40,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Produto: Execução de projetos

Tabela 24 – Custo unitário da execução de projetos

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo unitário</b>	<b>Total</b>
Não há	0	R\$0,00	R\$0,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$0,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Produto: Treinamento de brigadista

Tabela 25 – Custo unitário do treinamento de brigadista

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo unitário</b>	<b>Total</b>
Não há	0	R\$00,00	R\$00,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$00,00</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

#### **4.16.8 Custo de comercialização**

Tabela 26 – Custo de comercialização

<b>Descrição</b>	<b>(%)</b>	<b>Faturamento estimado</b>	<b>Custo total</b>
SIMPLES (Imposto Federal)	6	R\$6.330,00	R\$379,80
Comissões (Gastos com vendas)	0	R\$6.330,00	R\$0,00
Propaganda (Gastos com vendas)	1	R\$6.330,00	R\$63,30
Taxas de cartões (Gastos com vendas)	0	R\$6.330,00	R\$0,00
<b>Total impostos (1)</b>		R\$379,80	
<b>Total gastos com vendas (2)</b>		R\$63,30	
<b>Total geral (1+2)</b>		R\$443,10	

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Tabela 27 – Custo total de comercialização no final de um ano

<b>Custo total geral no final de um ano</b>	<b>R\$5.317,20</b>
---	--------------------

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

#### 4.16.9 Apuração do custo de MD e/ou MV

Tabela 28 – Apuração do custo de MD e/ou MV

<b>Nº</b>	<b>Produto/serviço</b>	<b>Estimativa de vendas (em unidades)</b>	<b>Custo unitário de materiais/aquisições</b>	<b>CMD/CMV</b>
1	Elaboração e aprovação do projeto	2	R\$74,00	R\$148,00
2	Laudos técnicos e consultoria	1	R\$40,64	R\$40,64
3	Renovação do AVCB	1	R\$40,00	R\$40,00
4	Execução de projetos	1	R\$0,00	R\$0,00
5	Treinamento de brigadista	1	R\$0,00	R\$0,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$228,64</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Tabela 29 – Custo total de CMD/CMV no final de um ano

<b>Custo total de CMD/CMV no final de um ano</b>	<b>R\$2.743,68</b>
--	--------------------

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

#### 4.16.10 Custos de mão-de-obra

Tabela 30 – Custo de mão de obra

Função	Nº de empregados	Salário mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
Estagiário	1	R\$937,00	R\$937,00	35	R\$327,95	R\$1.264,95
<b>TOTAL</b>						<b>R\$1.264,95</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

#### 4.16.11 Custos com depreciação

Tabela 31 – Custo com depreciação

<i>Ativos fixos</i>	<i>Valor do bem</i>	<i>Vida útil em anos</i>	<i>Depreciação anual</i>	<i>Depreciação mensal</i>
Máquinas e equipamentos	R\$300,00	10	R\$30,00	R\$2,50
Móveis e utensílios	R\$1.240,00	10	R\$124,00	R\$10,33
Computadores	R\$0,00	5	R\$0,00	R\$0,00
<b>Total</b>			<b>R\$154,00</b>	<b>R\$12,83</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

#### 4.16.12 Custos fixos operacionais mensais

Tabela 32 – Custos fixos operacionais mensais

<b>Descrição</b>	<b>Custo</b>
Aluguel	R\$0,00
Condomínio	R\$0,00
IPTU	R\$50,00
Energia elétrica	R\$80,00
Telefone + internet	R\$100,00
Honorários do contador	R\$468,50
Pró-labore	R\$3.000,00
Manutenção dos equipamentos	R\$0,00
Salários + encargos	R\$1.264,95
Material de limpeza	R\$50,00
Material de escritório	R\$31,40
Taxas diversas	R\$0,00

(Continua)

(Continuação)

<b>Descrição</b>	<b>Custo</b>
Serviços de terceiros	R\$8,00
Depreciação	R\$12,83
Contribuição do MEI	R\$0,00
Outras taxas	R\$0,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$5.065,68</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

**Projeção dos Custos:**

- (x) Sem expectativa de crescimento.
- ( ) Crescimento a uma taxa constante:  
 0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses.  
 0,00 % ao ano a partir do 2º ano.
- ( ) Entradas diferenciadas por período.

Tabela 33 – Custo fixo operacional total no final de um ano

<b>Custo fixo operacional total no final de um ano</b>	<b>R\$60.788,16</b>
--	---------------------

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

**4.16.13 Demonstrativo de resultados**

Tabela 34 – Demonstrativo de resultados

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor anual</b>	<b>(%)</b>
1. Receita total com vendas	R\$6.330,00	R\$75.960,00	100,00
2. Custos variáveis totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$228,64	R\$2.743,68	3,61
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$379,80	R\$4.557,60	6,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$63,30	R\$759,60	1,00
Total de custos variáveis	R\$671,74	R\$8.060,88	10,61
3. Margem de contribuição	R\$5.658,26	R\$67.899,12	89,39
4. (-) Custos fixos totais	R\$5.065,68	R\$60.788,16	80,03
<b>5. Resultado operacional: LUCRO</b>	<b>R\$592,58</b>	<b>R\$7.110,96</b>	<b>9,36</b>

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Tabela 35 – Lucro total no final de um ano

<b>Lucro total no final de um ano</b>	<b>R\$7.110,96</b>
---------------------------------------	--------------------

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Analisando a tabela acima, observa-se que a empresa alcançará um resultado operacional positivo, ou seja, constituirá um negócio lucrativo. Ainda que esse valor seja baixo, vale ressaltar que o pró-labore representado na tabela 32, será da própria empresária, aspecto que torna o negócio mais promissor.

#### 4.16.14 Indicadores de viabilidade

Tabela 36 – Indicadores de viabilidade

<b>Indicadores</b>	<b>Ano 1</b>
Ponto de equilíbrio	R\$68.004,84
Lucratividade	9,36%
Rentabilidade	91,78%
Prazo de retorno do investimento	1 ano e 2 meses.

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

#### 4.16.15 Construção de cenário

Tabela 37 – Receita pessimista e otimista

<b>Receita (pessimista): 20,00%</b>	<b>Receita (otimista): 10%</b>
-------------------------------------	--------------------------------

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Tabela 38 – Comparação de resultados

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
1. Receita total com vendas	R\$6.330,00	100,00	R\$5.064,00	100,00	R\$6.963,00	100,00
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV (*)	R\$228,64	3,61	R\$182,91	3,61	R\$251,50	3,61
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$379,80	6,00	R\$303,84	6,00	R\$417,78	6,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$63,30	1,00	R\$50,64	1,00	R\$69,63	1,00
Total de custos variáveis	R\$671,74	10,61	R\$537,39	10,61	R\$738,91	10,61
3. Margem de contribuição	R\$5.658,26	89,39	R\$4.526,61	89,39	R\$6.224,09	89,39
4. (-) Custos fixos totais	R\$5.065,68	80,03	R\$5.065,68	100,03	R\$5.065,68	72,75
5. Resultado operacional	R\$592,58	9,36	R\$-539,07	-10,65	R\$1.158,41	16,64

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

De acordo com a construção de cenários, considerou-se 20% de redução em relação à receita, uma vez que pode haver meses nos quais a demanda pelo serviço apresente-se menor, ocasionando o prejuízo de R\$539,07. Destaca-se, todavia, a raridade desse cenário, que poderia ser compensado nos meses seguintes em que a demanda pelos projetos se mostrasse maior. No caso do cenário otimista, foi considerado um aumento de 10%. Nesse quadro, haveria um lucro mensal de R\$1.158,41, quase o dobro do esperado.

#### **4.18 Avaliação do plano de negócios**

O plano de negócio aqui proposto para a abertura de uma empresa especializada em projetos de prevenção e combate a incêndio, em Belo Horizonte, iniciou-se, dentre outras motivações, a partir do desejo da pesquisadora em conduzir seu próprio negócio no ramo da engenharia.

Para realizá-lo, foram observadas as necessidades do mercado, além da crescente exigência por esses projetos, a qual desencadeia uma elevada demanda no mercado. No entanto, evidencia-se a falta de profissionais qualificados na área.

Foi realizado um levantamento dos investimentos iniciais necessários, bem como uma projeção dos custos fixos e variáveis da proposta, a necessidade de caixa mínimo, o faturamento previsto e os custos envolvidos. Observou-se que a empresa precisará faturar R\$68.004,84 para pagar seus custos. Ademais, o seu lucro líquido em relação às vendas será de 9,36%, o retorno do capital investido será de 91,78% e no período de um ano e dois meses, o investimento inicial será recuperado. Conclui-se, assim, que todos os resultados obtidos indicam a viabilidade do negócio.

Desse modo, pode-se observar a importância de um estudo prévio para a idealização de um empreendimento, uma vez que através do plano de negócio todos os pontos necessários para a concepção do novo negócio serão apresentadas e poderão evidenciar se o novo projeto mostra-se viável ou não.

## Referências

ABREU, Carlos Alexandre Camargo de; NETO, José de Paula Barros; EINECK, Luiz Fernando Mahlmann Heineck. *Avaliação Econômica de Empreendimentos Imobiliários Residenciais: Uma Análise Comparativa*. In: XXVIII encontro de Engenharia de Produção. Rio de Janeiro, 2008

AYRES, Carin Fernanda Zimmermann. *A convergência contábil brasileira e a adoção da harmonização contábil no setor de energia elétrica*. 2012. Disponível em:

<[http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/682/TC\\_C.pdf?sequence=1](http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/682/TC_C.pdf?sequence=1)> . Acesso em Abr. 2017.

BASSO, Irani Paulo. *Contabilidade Geral Básica*.4.ed. Ijuí: Unijuí, 2011.

CASAROTTO FILHO, Nelson C.; KOPITKE, Bruno H. *Análise de Investimentos*.10 ed. São Paulo: Atlas, 2008

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. *Planejamento Estratégico: Fundamentos e Aplicações*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CHRISTOPHER, Martin. *Logística e Gerenciamento da Cadeia de Abastecimento: estratégias para a redução de custos e melhoria dos serviços*. São Paulo: Pioneira, 2005

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.

DORNELAS, José Carlos Assis. *Por que escrever um Plano de Negócios?* Disponível em: <[http://www.planodenegocios.com.br/dinamica\\_artigo.asp?tipo\\_tabela=artigo&id=23](http://www.planodenegocios.com.br/dinamica_artigo.asp?tipo_tabela=artigo&id=23)>. Acesso em Abr. 2017.

FELIPINI, Dailton. *Para que serve, afinal, o Plano de negócios?* 2015. Disponível em: < <https://www.e-commerce.org.br/como-fazer-plano-de-negocios/>>. Acesso em Jun. 2017.

FOLLMANN, Indiamara. *Plano de negócio para implantação da filial da empresa Guindasul comércio de Guindastes LTDA na cidade de Chapecó/SC.* 2009. Disponível em: < <http://siaibib01.univali.br/pdf/Indiamara%20Follmann.pdf> >. Acesso em maio. 2017.

FLEURY, Paulo Fernandes; FIGUEIREDO, Kleber Fossati; WANKE, Peter F. (2000). *LOGÍSTICA EMPRESARIAL: A Perspectiva Brasileira.* [S.l.: s.n.] ISBN 9788522427420

GARCIA, Adriana Alves. *Plano de negócios para a instalação de confeitaria.* 2013. Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1730/TCC%20Plano%20de%20Neg%C3%B3cios%20AdrianaGarcia.pdf?sequence=1>>. Acesso em maio. 2017.

IBGE. Instituto de Geografia e Estatística. *Tipos de comércio.* Disponível em: <http://WWW.ibge.gov.br>. Acesso em: 19 nov. 2012.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de Marketing.* 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

KURIEN, Georgy P.; QURESHI, Muhammad N. *Study of performance measurement practices in supply chain management. In: International Journal of Business, Management and Social Sciences*, v. 2, n. 4, p. 19-34, 2011

LAPPONI, Juan Carlos. *Avaliação de Projetos de Investimentos.* São Paulo: Laponi Treinamento e Editora, 1996.

LAPPONI, Juan Carlos. *Projetos de investimento na empresa*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007, 488 p.

MAXIMIANO, A. C. A. *Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios*. Pearson Prentice Hall, São Paulo, 2006.

MOTTA, Regis R; CALÔBA, Guilherme M. *Análise de Investimentos*. São Paulo: Atlas, 2002.

MOTA, Carvalho. *Qual a importância do planejamento nas empresas*. Wedologosblog. 2016. Disponível em: < <http://blog.wedologos.com.br/expandir-negocio/qual-importancia-do-planejamento-nas-empresas/>>. Acesso em: Jun. 2017.

NEWNAN, Donald G; LAVELLE, Jerome P. *Fundamentos da engenharia econômica*. Rio de Janeiro: JC, 2000.

ORSO, Juliana Brust. *Plano de negócios: Dona Graciosa*. 2008. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/18081/000653154.pdf>>. Acesso em Jul. 2017.

QUINTANA, A. C. *Fluxo de Caixa*. Curitiba: Juruá Editora 2009.

RIBEIRO, Leoni Aparecida Palhano. *Administrando o fluxo de caixa com eficiência*. 2011. Disponível em: <<http://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/32720/LEONI%20APARECIDA%20PALHANO%20RIBEIRO.pdf?sequence=1>>. Acesso em Jul. 2017.

ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JAFFE, Jeffrey F. *Administração Financeira*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ROSSETTO, Prof. Dr. Carlos Ricardo. *Conceitos fundamentais: planejamento estratégico*. Florianópolis, 2008

SEBRAE, *Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas*. Disponível em: <[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)>. Acesso em mar. 2017.

SILVA, Francimar N.; FERREIRA, Marco A. M.; PAZZINI, Felipe L. S.; ABRANTES, Luis A. *Abordagem Determinística e de Simulação de Risco como Instrumentos de Análise de Viabilidade Financeira em Investimentos Imobiliários*. In: *Revista de Negócios da FURB*, Blumenau, v.12, n.3, p.03-17, 2007.

SOUZA, Acilon Batista de. *Projetos de investimento de capital: elaboração, análise, tomada de decisão*. São Paulo: Atlas, 2003

STROHHECKER, Fernando Maders. *Análise da viabilidade econômica em um empreendimento imobiliário*. 2010. Disponível em: <[http://www.projetos.unijui.edu.br/petegc/wp-content/uploads/tccs/tcc-titulos/2010/Analise\\_da\\_Viabilidade\\_Economica\\_de\\_Um\\_Empreendimento\\_Imobiliario.pdf](http://www.projetos.unijui.edu.br/petegc/wp-content/uploads/tccs/tcc-titulos/2010/Analise_da_Viabilidade_Economica_de_Um_Empreendimento_Imobiliario.pdf)>. Acesso em Jun. 2017.

TEIXEIRA, Felipe Amorim. *Plano de negócio: A abertura de um comércio de confecções de roupas surfwear e skatewear na cidade de Palhoça*, 2009. Disponível em: <<http://tcc.bu.ufsc.br/Adm289884.pdf>>. Acesso em maio. 2017.

ZDANOWICZ, J. E. *Fluxo de caixa*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1998.