

**FACULDADE DE BALSAS – UNIBALSAS CURSO DE
ADMINISTRAÇÃO**



LIFECENTER

ANA MARIA CARVALHO FALCÃO

Orientador: Prof. Me. Diego Nestor Soardi Andrada

Balsas – MA

2020



SUMÁRIO

1. IDENTIFICAÇÃO	4
1.1. Áreas do Estágio:	4
1.2. Ramos de Atuação	4
1.3. Públicos Atendidos	4
1.4. Serviços Oferecidos	5
2. IDENTIDADE DA EMPRESA	6
2.1. Missão:.....	6
2.2. Visão:.....	6
2.3. Valores:.....	6
3. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO INOVADOR	7
3.1. PESQUISAS DE MERCADO.....	7
3.2. Elaboração da Modelagem de Negócio Canvas	15
4. ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO – PARTE I	16
4.1. Sumário Executivo.....	16
4.1.1. Resumo.....	16
4.1.2. Dados dos empreendedores	17
4.1.3. Setores de atividade: Prestação de serviços.	17
4.1.4. Forma Jurídica: Empresa de Responsabilidade Limitada.	17
4.1.5. Enquadramento tributário : Simples Nacional.	17
4.1.6. Capital Social: R\$ 350.000,00.....	17
4.1.7. Fonte de recurso: Capital Próprio e Capital de Terceiros.	17
4.2. ANÁLISES DE MERCADO	18
4.2.1. Estudo dos concorrentes:.....	18
4.2.2. Estudo dos fornecedores.....	19
5. Plano de Marketing	19
5.1. Descrição dos principais produtos e serviços	19
5.2. Preço	21
5.3. Estratégias Promocionais	22
5.4. Estrutura de Comercialização	25
5.5. Localização do Negócio.....	25



6. PLANO OPERACIONAL	28
6.1. Layout da empresa	28
6.2. Capacidade produtiva comercial e de serviços	29
6.3. Necessidade de pessoal	30
6.4. Processos operacionais	33
6.5. Organograma	35
7. PLANO FINANCEIRO	36
7.1. Estimativa dos Investimentos Fixos	36
7.2. CAPITAL DE GIRO	37
7.3. Caixa Mínimo	39
7.4. INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	41
7.5. Investimento Total	42
7.6. Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa.....	43
7.7. Estimativa dos Custos de Comercialização	44
7.8. Estimativa dos Custos de Mão de Obra	45
7.9. Estimativa dos Custos com Depreciação	46
7.10. Estimativa Custos Fixos Operacionais.....	47
7.11. Demonstrativos de Resultados	48
8. Indicadores de Viabilidade	49
8.1. Ponto de equilíbrio.....	49
8.2. Lucratividade	49
8.3. Rentabilidade	49
8.4. Prazo de retorno do investimento	50
9. Avaliação Estratégica	51
9.1. Matriz SWOT	51
10. CONSIDERAÇÕES FINAIS	52





Fonte: próprio autor, 2020.

1. IDENTIFICAÇÃO

1.1. Áreas do Estágio:

Projeto de viabilidade com o intuito de implantação de uma Casa Geriátrica na cidade de Balsas-MA.

1.2. Ramos de Atuação

Uma empresa empenhada na responsabilidade de atuar no ramo da saúde, trazendo um centro de cuidado para idosos, com responsabilidade e qualidade de profissionais capacitados.

1.3. Públicos Atendidos

Pessoas físicas, especificamente pessoas da terceira idade, que buscam um ambiente que atenda todas as suas necessidades.

Serviços Oferecidos

Atividades individuais e/ou em grupo

São planejadas após avaliação multidisciplinar, onde a equipe irá sugerir um plano de atividades individuais direcionadas de acordo com a necessidade do idoso. No entanto, o idoso estará livre por optar em participar ou não de qualquer atividade do seu interesse.

As atividades regulares incluem:

Estimulação cognitiva / Exercícios físicos / Pintura e trabalhos artesanais / Estimulação da leitura / Apresentações de vídeos / Passeios externos / Comemorações diversas / Outras atividades sugeridas pelo grupo ou indicadas pela equipe multiprofissional.

Alimentação e Serviços adicionais

Alimentação balanceada e adequada / Cardápio elaborado por nutricionista / Tratamento de saúde personalizado - Fisioterapia, Psicologia, Fonoaudiologia / Medicação, materiais geriátricos e de higiene pessoal / Acompanhamento para consultas ao médico particular / Acompanhamento para exames.



1.4. Serviços Oferecidos



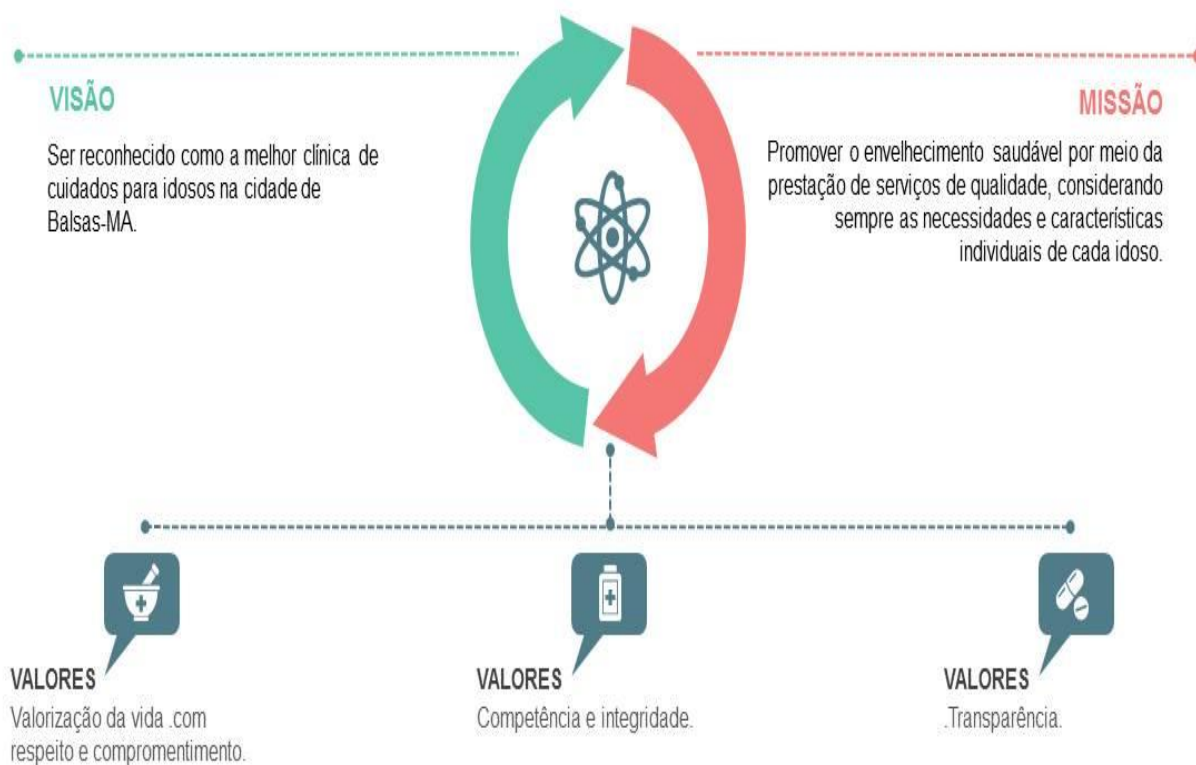
2. IDENTIDADE DA EMPRESA

2.1. Missão:

2.2. Visão:

2.3. Valores:

IDENTIDADE DA EMPRESA



3. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO INOVADOR

A ideia da Casa Geriátrica para cidade de Balsas vem com uma proposta inovadora do qual o mercado da cidade precisa, portanto, seria a primeira empresa a oferecer este tipo de serviço trazendo uma estrutura e desempenho de qualidade. Buscando um público alvo específico de clientes, com o objetivo de conquistar o mercado da cidade aos poucos se tornando referência no que faz.

3.1. PESQUISAS DE MERCADO

Para adquirir conhecimento do mercado do qual é pretendido estabelecer a empresa, foi realizada uma pesquisa de mercado virtual usando a ferramenta Google docs. A seguir vai ser apresentado o resultado de cada pergunta proposta na pesquisa, visando o público de terceira idade e também seus responsáveis seja do sexo feminino ou masculino.

A seguir foi verificada a predominância do gênero feminino do público alvo:

Gráfico 1: Gênero da pessoa Idosa de sua responsabilidade:



Fonte: próprio autor, 2020.

Gráfico 2: Qual a idade da pessoa Idosa de sua responsabilidade:



Fonte: próprio auto, 2020.

Os gráficos mostram a idade que mais abrange, a partir do conhecimento desses dados, podemos afirmar que o Brasil está envelhecendo e precisa estar preparado para atender as necessidades dos idosos de modo a garantir uma velhice saudável a todos.

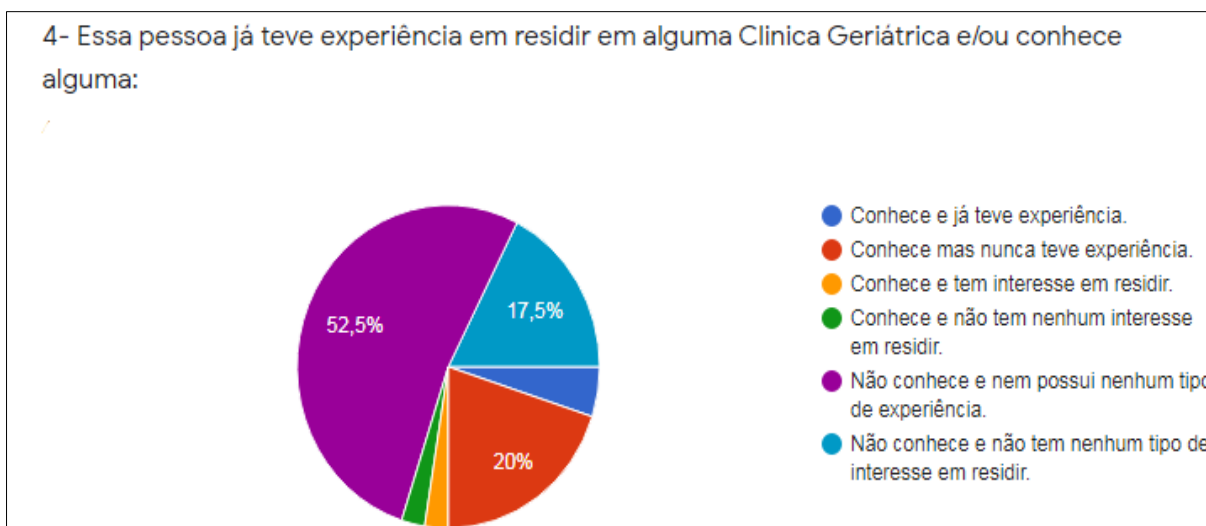
Gráfico 3: Quantas pessoas Idosas estão sob sua responsabilidade:



Fonte: próprio autor, 2020.

De acordo com o gráfico, a grande maioria de pessoas tem sob sua reponsabilidade uma pessoa idosa, que sempre esta necessitando de auxilio e ajuda do mesmo.

Gráfico 4: Essa pessoa já teve experiência em residir em alguma Clínica Geriátrica e/ou conhece alguma:



Fonte: próprio autor, 2020.

Com esses dados podemos afirmar que a maioria das pessoas da região não conhece ou não são cientes que existe esse tipo de serviço que promove o cuidado e qualidade para as pessoas de terceira idade, precisamos nos adequar e nos adaptar visto que o Brasil está

envelhecendo e precisa estar preparado para atender as necessidades dos idosos de modo a garantir uma velhice saudável a todos. Portanto, se torna cada vez mais urgente a oferta de serviços e produtos que atendam as necessidades dessa parcela da população brasileira.

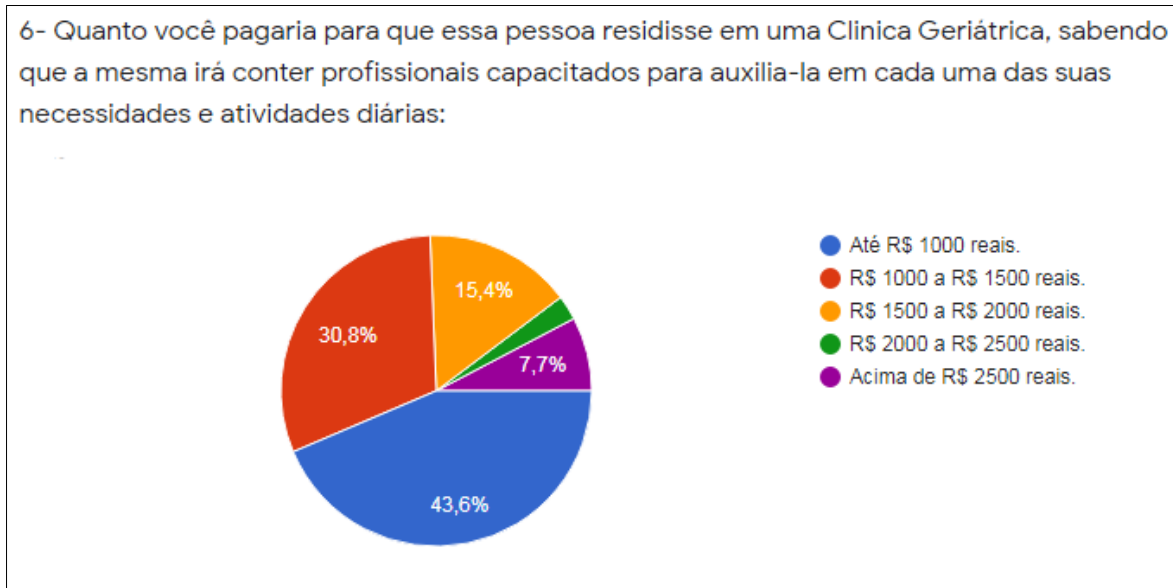
Gráfico 5: Quais atividades essa pessoa necessitaria de mais ajuda e auxílio constantemente:



Fonte: próprio autor, 2020.

Analisando as informações do gráfico é visível a necessidade de auxílio dos idosos em todos os quesitos principalmente na questão da alimentação, concluindo o quanto importante é para essa classe a ajuda e cuidado nas atividades básicas do dia a dia.

Gráfico 6: Quanto você pagaria para que essa pessoa residisse em uma Clínica Geriátrica, sabendo que a mesma irá conter profissionais capacitados para auxiliá-la em cada uma das suas necessidades e atividades diárias:



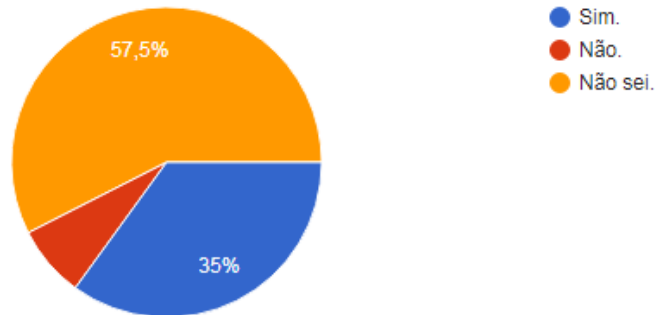
Fonte: próprio autor, 2020.

O gráfico mostra o quanto essas pessoas estão dispostas a pagar pelos serviços oferecidos na empresa, observando as porcentagens obteve-se um retorno positivo em relação aos valores oferecidos. A qualidade é um ponto crucial no tratamento dos idosos dessa forma demanda um custo maior para oferecer tais serviços, portanto, as escolhas de valores foram:

Gráfico 7: Agora quero saber um pouco sobre você, futuramente residiria em uma Clínica Geriátrica:



7- Agora quero saber um pouco sobre você, futuramente residiria em uma Clínica Geriátrica:



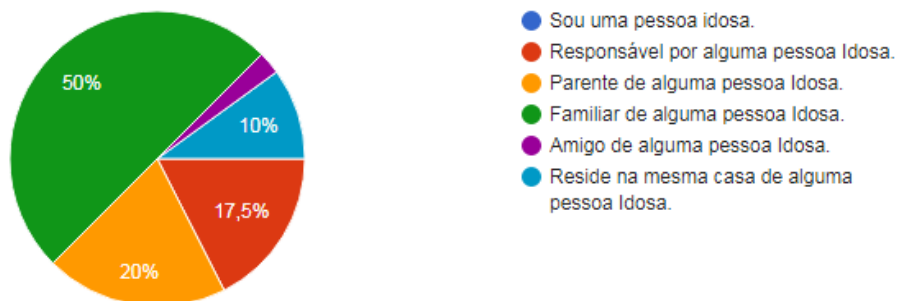
Fonte: próprio autor, 2020.

O gráfico traz a proposta para a pessoa fazer uma reflexão se futuramente gostaria/pensaria em residir em uma Casa Geriátrica quando pertencesse á terceira idade ou um pouco á frente depois de um determinado tempo, de acordo com os resultados muitas dessas pessoas não tinham em mente essa possibilidade desta forma não conferiram firmeza e certeza absoluta em sua resposta.

Gráfico 8: Marque a seguir o grupo de pessoa da qual você acha que se insere:



8- Marque a seguir o grupo de pessoa da qual você acha que se insere:

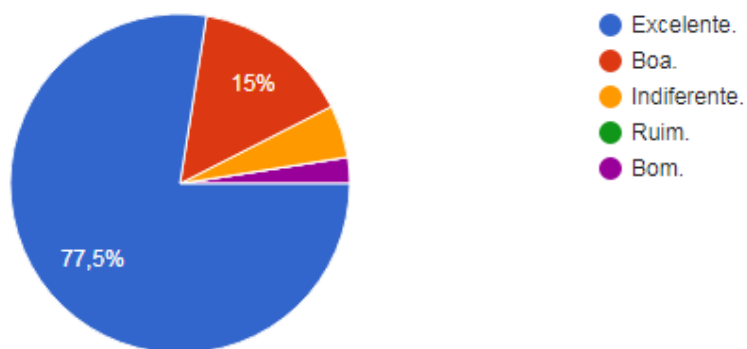


Fonte: próprio autor, 2020.

De acordo como descrito no gráfico muitas dessas pessoas idosas são familiares, concluindo que a maioria tem sob sua responsabilidade pessoas com vínculos fraternais.

Gráfico 9: O que você acha da ideia de abrir uma Clínica Geriátrica na cidade de Balsas-MA:

9 - O que você acha da ideia de abrir uma Clinica Geriátrica na cidade de Balsas-MA:

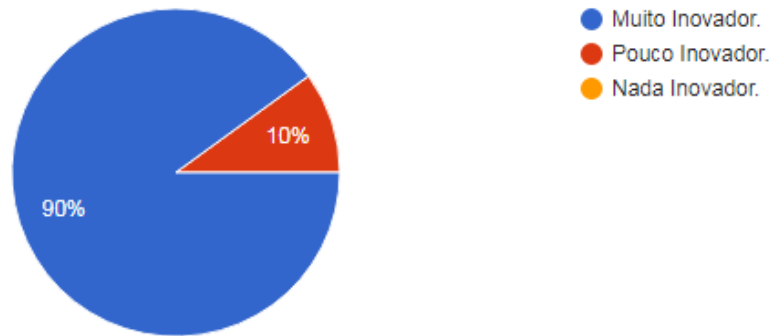


Fonte: próprio autor, 2020.

Gráfico 10: Levando em consideração a necessidade do cuidado aos idosos, o quão você acha inovador a instalação de uma Clínica na cidade de Balsas-MA:



10- Levando em consideração a necessidade do cuidado aos idosos, o quão você acha inovador a instalação de uma Clínica Geriátrica na cidade de Balsas-MA:



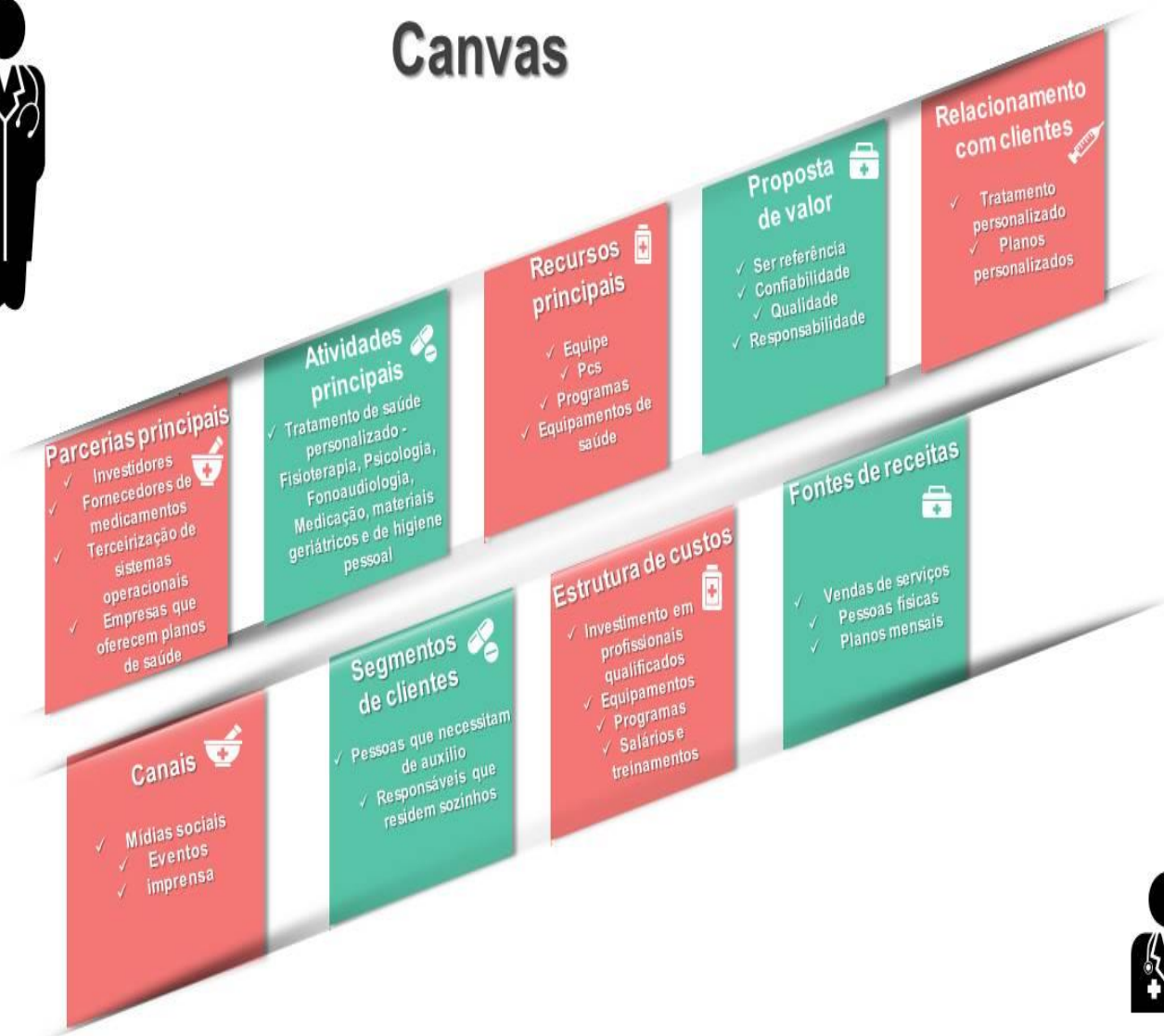
Fonte: próprio autor, 2020.

Teve-se um retorno positivo sobre a ideia apresentada da sugestão da implantação do novo negócio na cidade de Balsas-MA, sugerindo então que o público abraçou a ideia de forma receptiva constatando que o negócio tem grandes possibilidades de sucesso na região sendo inovador.

3.2. Elaboração da Modelagem de Negócio Canvas



Canvas



4. ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO – PARTE I

4.1. Sumário Executivo

4.1.1. Resumo

O Brasil está envelhecendo e precisa estar preparado para atender as necessidades dos idosos de modo a garantir uma velhice saudável a todos pensando nisso, trouxe uma nova ideia de negócio inovadora para o mercado da cidade de Balsas- MA, que será uma Casa Geriátrica de cuidados para Idosos que funcionará durante o dia todo, sendo um local onde o idoso será assistido por profissionais da saúde que o auxiliarão no cumprimento de suas atividades básicas diárias e também nas atividades importantes que visem melhorar sua qualidade de vida, assim como no desenvolvimento e manutenção de suas capacidades funcionais. Além disso, haverá assistência de profissionais em passeios e eventos oferecidos especialmente para que os idosos tenham maior interação com as pessoas e o mundo do qual fazem parte.

Desse modo, a Lifecenter oferecerá aos idosos a assistência nas atividades básicas e nas atividades importantes para promoção de uma melhor qualidade de vida do idoso, assim como no desenvolvimento e manutenção de suas capacidades funcionais. Além disso, a empresa atuará como intermediador no acesso de idosos a passeios turísticos e eventos culturais, tendo sempre o objetivo de possibilitar aos idosos uma velhice ativa, saudável e feliz.

4.1.2. Dados dos empreendedores



**Ana Maria Carvalho
Falcão**

Diretora Executiva



- 4.1.3. **Setores de atividade:** Prestação de serviços.
- 4.1.4. **Forma Jurídica:** Empresa de Responsabilidade Limitada.
- 4.1.5. **Enquadramento tributário :** Simples Nacional.
- 4.1.6. **Capital Social:** R\$ 350.000,00.
- 4.1.7. **Fonte de recurso:** Capital Próprio e Capital de Terceiros.

4.2. ANÁLISES DE MERCADO

4.2.1. Estudo dos concorrentes:

Empresa única do ramo, sem concorrentes no mercado que ofereceram o mesmo serviço, mercado se encontra livre para a empresa se estabelecer e ganhar seu espaço.



4.2.2. Estudo dos fornecedores



Fonte: próprio autor, 2020.

Fornecedores

A Clínica Geriátrica é uma empresa de prestação de serviços voltados para o bem estar e saúde de seus clientes, desta forma a demanda de necessidades da mesma irá vir de terceiros, sendo realizado pacotes e contratos de serviços com as mesmas para fornecimento de materiais ou serviços necessários, tudo calculado de acordo com a demanda atual do estabelecimento.



Distribuidora de medicamentos;



Software para o sistema operacional da empresa;



Fornecedor de equipamentos de materiais de saúde;



Fornecedor de alimentos para a rotina dos idosos.

5. Plano de Marketing

5.1. Descrição dos principais produtos e serviços

Para nossos idosos a lista de benefícios será extensa:

- Assistência multidisciplinar nas atividades da vida diária
- Atividades agradáveis de lazer e de promoção à saúde
- Estimulação da autonomia e independência
- Prevenção do isolamento social contribuindo com a saúde mental

- Atividades individuais e/ou em grupo são planejadas após avaliação multidisciplinar, onde a equipe irá sugerir um plano de atividades individuais direcionadas de acordo com a necessidade do idoso. No entanto, o idoso estará livre por optar em participar ou não de qualquer atividade do seu interesse.

As atividades regulares incluem:

- Estimulação cognitiva
 - Exercícios físicos
 - Pintura e trabalhos artesanais
 - Estimulação da leitura
 - Apresentações de vídeos
 - Passeios externos
 - Comemorações diversas
 - Outras atividades sugeridas pelo grupo ou indicadas pela equipe multiprofissional
 - Alimentação balanceada e adequada
 - Cardápio elaborado por nutricionista
- Serviços adicionais:
- Medicação, materiais geriátricos e de higiene pessoal
 - Acompanhamento para consultas ao médico particular
 - Acompanhamento para exames

5.2. Preço

Trabalharemos com um pacote no valor fixo de 170 reais por diária e mensalidades com valores de acordo com o serviço e o tipo de hospedagem escolhida. O pacote de serviços no valor de R\$170 inclui os seguintes serviços: Exercícios físicos, pintura, trabalhos artesanais, alimentação balanceada e adequada, acompanhamento para consultas ao médico particular ou acompanhamento para exames. Os demais serviços deverão ser contratados à parte.





Fonte: próprio autor, 2020.

5.3. Estratégias Promocionais

A Lifecenter irá usar pacotes promocionais e planos vinculados a outras empresas, conquistando os clientes de diferentes formas.

Utilizando também os seguintes meios:

- Cards

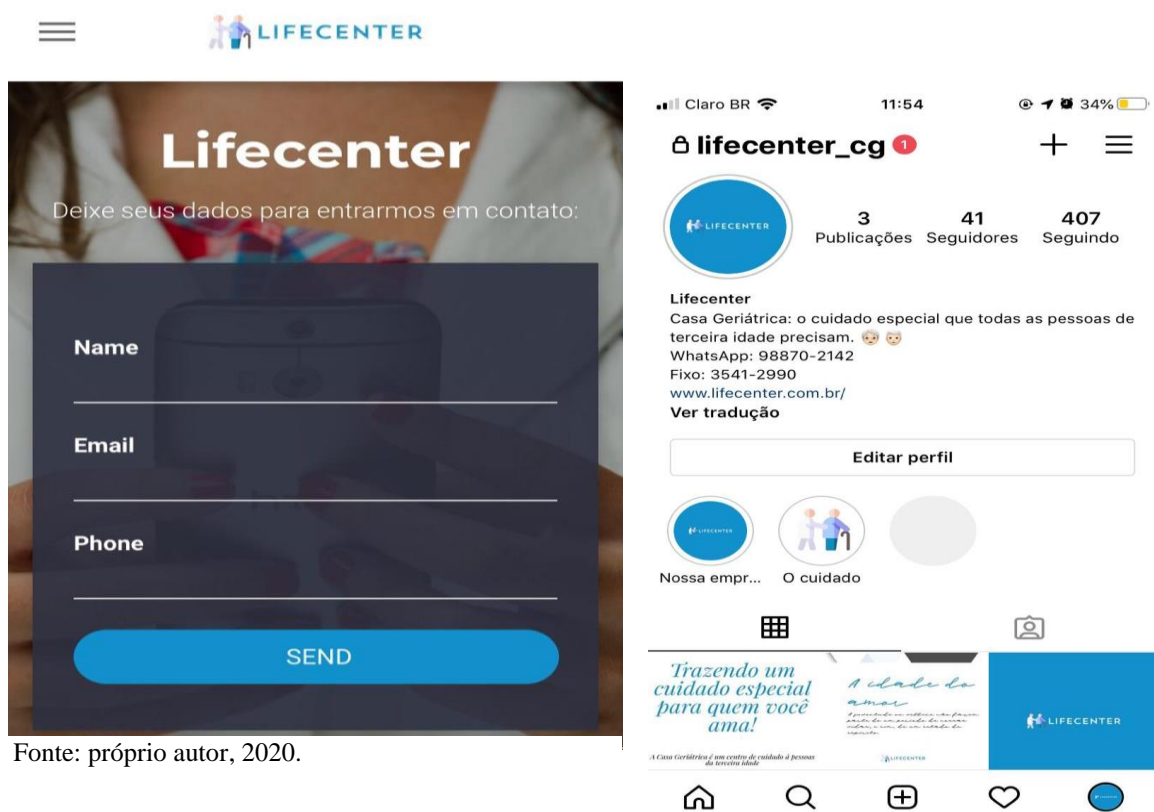


Fonte: próprio autor, 2020.



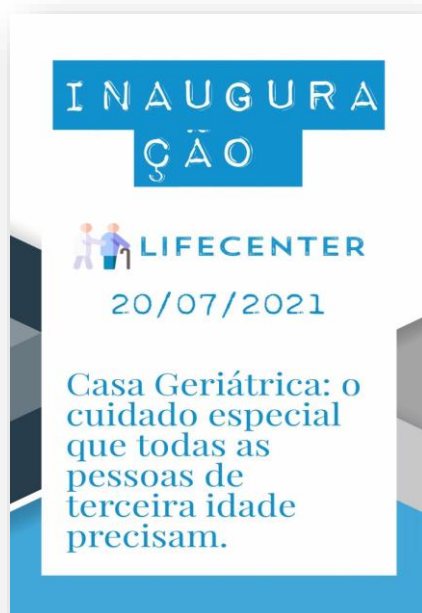
Fonte: próprio autor, 2020.

- Redes sociais



Fonte: próprio autor, 2020.

- Flyers



Fonte: próprio auto, 2020..

- Outdoor



Fonte: próprio autor, 2020.

5.4. Estrutura de Comercialização

- Por meio das estratégias de marketing, o cliente vai conhecer a empresa e nos procurar;
- No site da Lifecenter, haverá uma opção onde o cliente mostrará interesse pelo serviço e dessa forma ele poderá adicionar os seus dados pessoais para entrarmos em contato.
- O atendimento vai sempre ser supervisionado pela Diretora Executiva periodicamente.



Fonte: próprio autor, 2020.

5.5. Localização do Negócio

Para a implantação desse negócio, foi optado por construir a empresa devido suas melhores viabilidades. Foi escolhido um terreno próprio, a qual entra como capital do Administrador da empresa, sua localização fica situado em uma área comercial, onde predomina vários tipos de negócios diferenciados, que por ventura pode se tornar nossos clientes, além do mais é um local de grandes promessas de crescimento.

O endereço fica localizado no bairro Catumbi, próximo a Avenida Contorno. Essa escolha foi baseada na viabilidade financeira, mercado concorrente e até mesmo estratégia comercial.



Fonte: Google Maps, 2020.

Endereço: Rua 20, Bairro da Cohab, N: 865 Balsas-MA. (próximo à Avenida Contorno).

Avaliação Estratégica

Matriz SWOT

SWOT

PONTOS FORTES

Diversidade de serviços oferecidos, pessoal qualificado, bom atendimento, localização e personalização do serviço.

OPORTUNIDADES

Aumento da população idosa, crescimento da demanda por serviços para idosos e aumento da expectativa de vida dos brasileiros.



PONTOS FRACOS

Pouco capital, produtos ou serviços semelhantes ao concorrente, entrante no mercado e pouca experiência do empreendedor.

AMEAÇAS

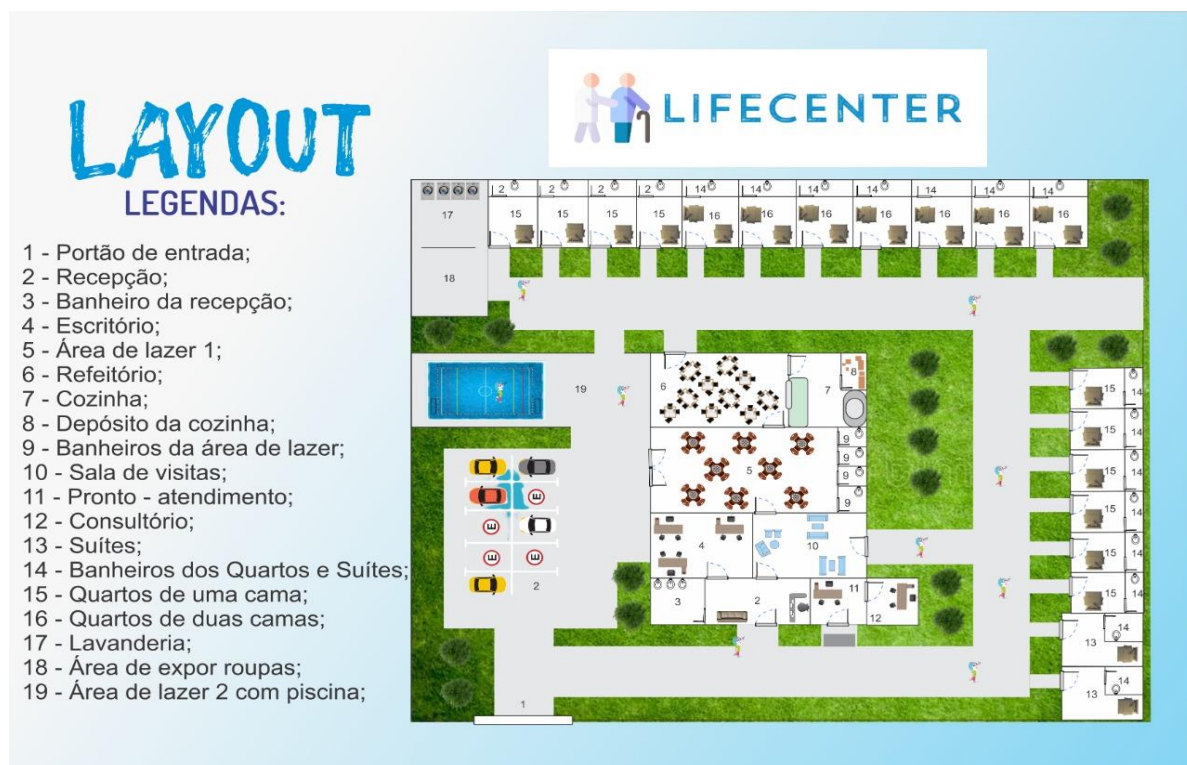
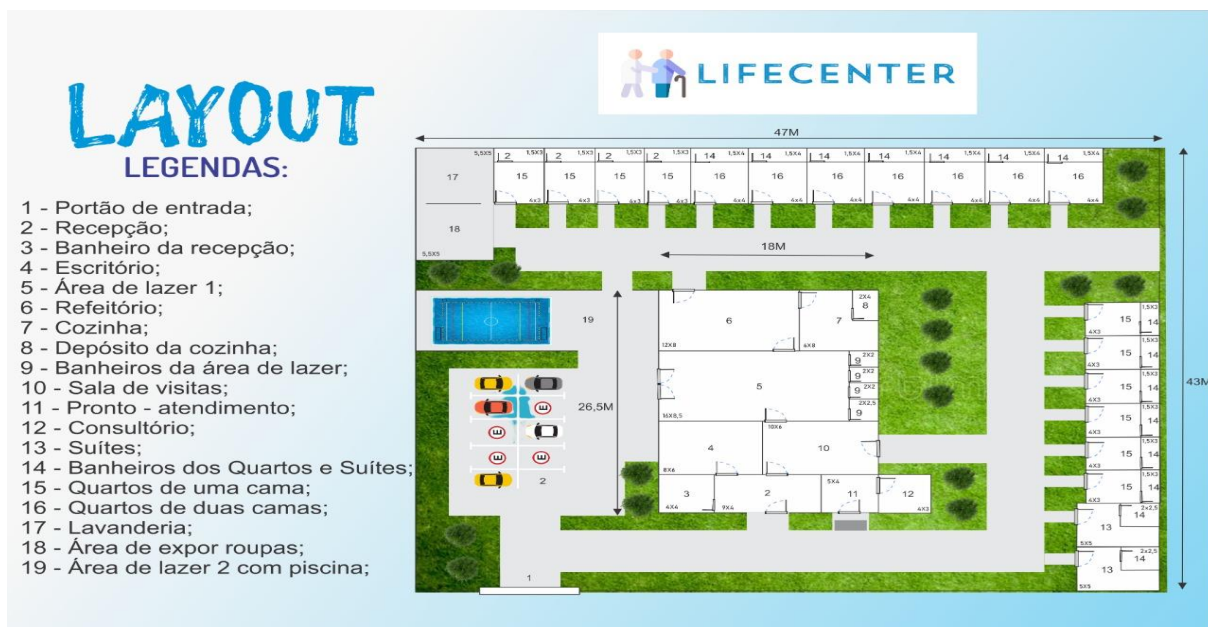
Mudanças na legislação municipal/estadual, concorrência e mudanças culturais.

Fonte: próprio autor, 2020.



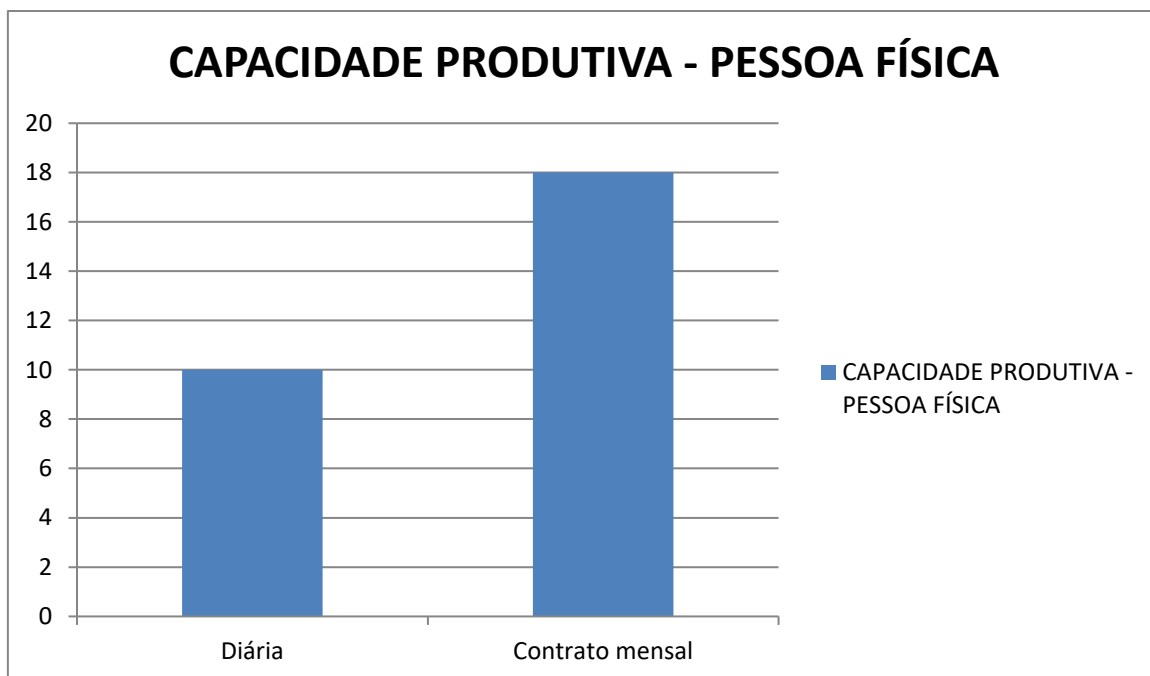
6. PLANO OPERACIONAL

6.1. Layout da empresa



6.2. Capacidade produtiva comercial e de serviços

A capacidade produtiva foi espelhada de acordo com os objetivos e metas da empresa para a cidade de Balsas- MA. Nosso objetivo é atender mensalmente 10 diárias e 18 contratos mensais, tal demonstração de previsão é de acordo com a locação e estrutura do local sendo que essa é a quantidade mínima e máxima do qual podemos atender e considerando também que de acordo com a demanda que o estabelecimento receber vai ser aberto mais locações para atender o público.



Fonte: próprio autor, 2020.



6.3. Necessidade de pessoal

A equipe é composta por todos os profissionais exigíveis para a empresa funcionar de forma apropriada e com qualidade, dessa forma, cada setor precisa de um profissional qualificado com o perfil adequado para a empresa operar com eficácia e responsabilidade.



EQUIPE

		
DIRETORA EXECUTIVA	MÉDICO	AUXILIAR ADMINISTRATIVO
<ul style="list-style-type: none">✓ Ensino Superior completo em Administração✓ Liderança✓ Autocontrole✓ Flexibilidade✓ Empatia✓ Pensamento estratégico✓ Saber lidar com riscos	<ul style="list-style-type: none">✓ Ensino Superior completo em Medicina✓ Empatia✓ Atencioso✓ Equilibrado emocionalmente✓ Autocontrole✓ Resolução de problemas	<ul style="list-style-type: none">✓ Capacidade de concentração✓ Administração do tempo✓ Dinamismo✓ Organização✓ Facilidade em lidar com tecnologia✓ Habilidade de relacionamento

Fonte: próprio autor, 2020.





EQUIPE		
		
RECEPCIONISTA	ASSISTENTE FINANCEIRO	2 - TÉCNICO EM ENFERMAGEM
<ul style="list-style-type: none">✓ Ensino médio completo✓ Proatividade✓ Boa comunicação✓ Dedicção✓ Organização✓ Cordialidade no trato aos clientes✓ Familiaridade com tecnologia✓ Cuidado com a aparência✓ Busca por desenvolvimento profissional	<ul style="list-style-type: none">✓ Facilidade de relacionamento✓ Conhecimento de legislações✓ Domínio sobre taxas e tributos✓ Ética profissional✓ Conhecimentos em auditoria✓ Inteligência emocional	<ul style="list-style-type: none">✓ Curso técnico em Enfermagem✓ Paciência✓ Emocional equilibrado✓ Proatividade✓ Responsabilidade

Fonte: próprio autor, 2020.



LIFECENTER
EQUIPE



3- AUXILIAR DE SERVIÇOS GERAIS

- ✓ Disposição
- ✓ Higiene
- ✓ Agilidade
- ✓ Organização
- ✓ Proatividade



2 - COZINHEIRA

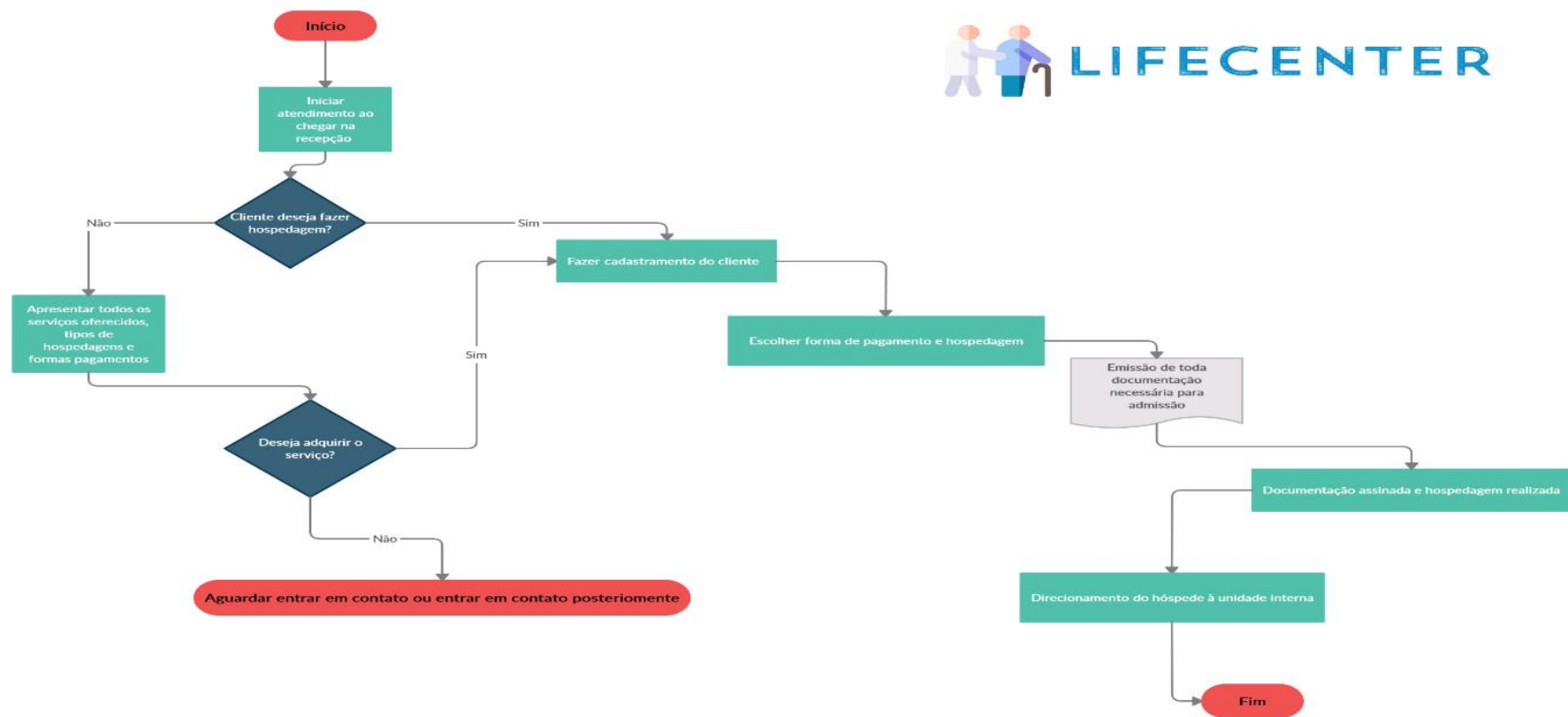
- ✓ Higiene
- ✓ Organização
- ✓ Capacidade de concentração
- ✓ Sensibilidade e flexibilidade

Fonte: próprio autor, 2020.

6.4. Processos operacionais

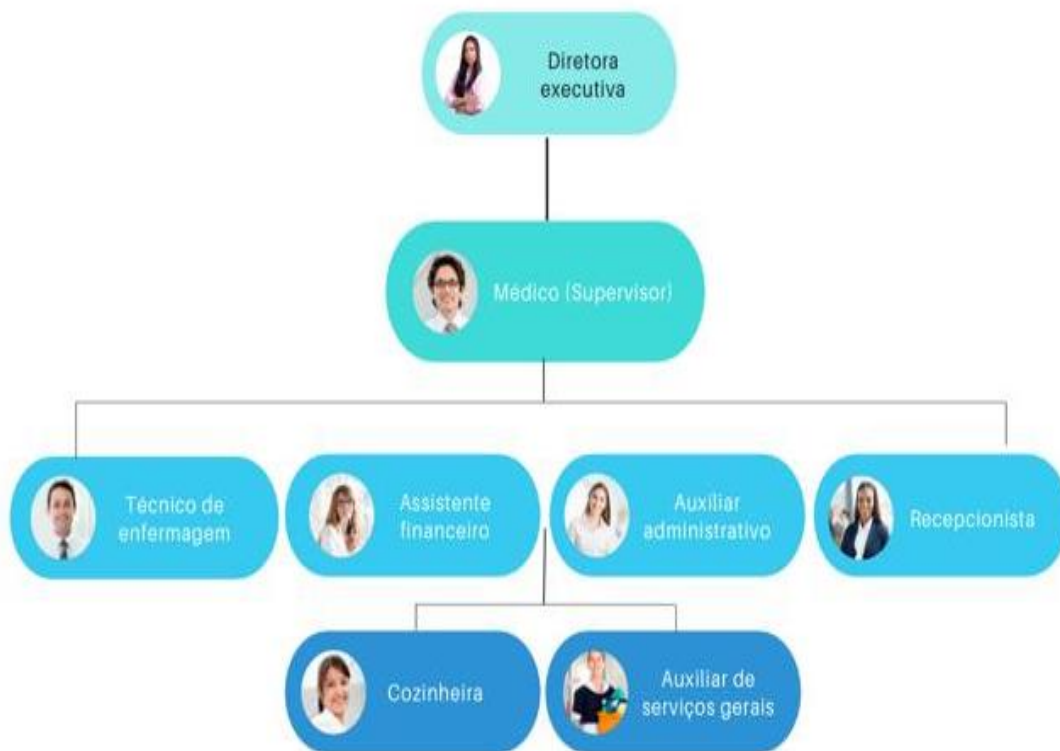
O cliente é recebido através de indicação, recomendação ou busca de leads feita pela equipe, dessa forma é apresentado todo o processo de como funciona a hospedagem dentro da empresa desde a chegada até as rotinas diárias. O cliente aprovando o serviço oferecido pela empresa inicia-se o procedimento de obtenção do serviço, independente da opção escolhida seja mensal ou diária, é feita a emissão do contrato descrevendo os serviços e citando que ambas as partes se responsabilizam, é entregue também uma pesquisa da qual o responsável responde algumas perguntas referentes á saúde mental, física e emocional do hóspede com o intuito de legalização e cuidado ao mesmo, processo finalizado é recebido o hóspede dentro da Casa Geriátrica com os profissionais lhe acompanhando e auxiliando.

FLUXOGRAMA GERAL



6.5. Organograma

É uma representação gráfica do qual descreve a hierarquia e comunicação entre os operários que exercem as diferentes funções dentro da empresa.



Fonte: próprio autor, 2020.

7. PLANO FINANCEIRO

7.1. Estimativa dos Investimentos Fixos

O investimento fixo corresponde á todos os bens que devem ser adquiridos para a empresa funcionar de forma adequada.

Máquinas e equipamentos				
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Computador	2	R\$ 2.500,00	R\$ 5.000,00
2	Notebook	2	R\$ 3.000,00	R\$ 6.000,00
3	Impressora	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
4	Fogão	2	R\$ 1.000,00	R\$ 2.000,00
5	Máquina de lavar	2	R\$ 800,00	R\$ 1.600,00
6	Medidor de pressão	1	R\$ 140,00	R\$ 140,00
7	Estetoscópio	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
8	Cafeteira	4	R\$ 70,00	R\$ 280,00
9	Aspirador de pó	2	R\$ 120,00	R\$ 240,00
TOTAL				R\$ 16.860,00

Fonte: próprio autor, 2020.

Móveis e utensílios				
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Cadeira escritório	12	R\$ 229,00	R\$ 2.748,00
2	Cadeira ambiente interno	10	R\$ 200,00	R\$ 2.000,00
3	Sofá	12	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00
4	Poltrona	10	R\$ 254,00	R\$ 2.540,00
5	TV	1	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00
6	Mesa escritório	4	R\$ 300,00	R\$ 1.200,00
7	Mesa ambiente interno	5	R\$ 400,00	R\$ 2.000,00
8	Aparelho de telefone	1	R\$ 145,00	R\$ 145,00
9	Bebedouro	3	R\$ 470,00	R\$ 1.410,00
10	Ar condicionado	5	R\$ 1.200,00	R\$ 6.000,00
11	Geladeira	2	R\$ 1.300,00	R\$ 2.600,00
12	Utensílios de cozinha	70	R\$ 12,00	R\$ 840,00
13	Cama	26	R\$ 270,00	R\$ 7.020,00
14	Guarda-roupa	19	R\$ 350,00	R\$ 6.650,00
15	Armário p/ escritório	1	R\$ 260,00	R\$ 260,00
TOTAL				R\$ 42.627,00

Fonte: próprio autor, 2020.



TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS	
Sub-total	R\$
Máquinas e equipamentos	R\$ 16.860,00
Móveis e utensílios	R\$ 42.627,00
TOTAL	R\$ 59.487,00

Fonte: próprio autor, 2020.

7.2. CAPITAL DE GIRO

O capital de giro engloba todo o dinheiro necessário para a manutenção do negócio, desde o estoque inicial do qual consta todos os materiais que serão necessários para o início, desde o caixa mínimo, que compõe os recursos próprios que a empresa irá precisar pra cobrir os custos de funcionamento até que adquira o retorno sobre as vendas dos serviços oferecidos.

A - Estimativa do estoque inicial				
	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Envelope	8	R\$ 3,50	R\$ 28,00
2	Pasta para documentação	7	R\$ 18,50	R\$ 129,50
3	Post it	6	R\$ 4,50	R\$ 27,00
4	Corretivo	1	R\$ 2,50	R\$ 2,50
5	Borracha	2	R\$ 1,50	R\$ 3,00
6	Marcador de texto	4	R\$ 1,50	R\$ 6,00
7	Tesoura	1	R\$ 2,00	R\$ 2,00
8	Grampeador	3	R\$ 12,50	R\$ 37,50
9	Lápis	5	R\$ 1,50	R\$ 7,50
10	Resma de papel A4	3	R\$ 20,00	R\$ 60,00
11	Caneta	5	R\$ 1,50	R\$ 7,50
12	Carimbo	3	R\$ 15,89	R\$ 47,67
13	Jogo de cama	52	R\$ 60,00	R\$ 3.120,00
14	Guarda-roupa	19	R\$ 360,00	R\$ 6.840,00
15	Travesseiro	52	R\$ 30,00	R\$ 1.560,00
16	Mop giratório	4	R\$ 60,00	R\$ 240,00
17	Borrifador	5	R\$ 10,00	R\$ 50,00
18	Bom ar	6	R\$ 12,00	R\$ 72,00
19	Flanela	10	R\$ 2,00	R\$ 20,00
20	Amaciante	6	R\$ 14,00	R\$ 84,00
21	Sabão lava louça	8	R\$ 2,30	R\$ 18,40

22	Sabão em barra	7	R\$ 4,36	R\$ 30,52
23	Sabão em pó	12	R\$ 5,25	R\$ 63,00
24	Luvas e limpeza	5	R\$ 3,00	R\$ 15,00
25	Refil para sabonete líquido	7	R\$ 6,00	R\$ 42,00
26	Sabonete líquido 5L	5	R\$ 23,00	R\$ 115,00
27	Sabonete em barra	26	R\$ 3,00	R\$ 78,00
28	Rodo	5	R\$ 7,00	R\$ 35,00
29	Vassoura	5	R\$ 13,00	R\$ 65,00
30	Álcool líquido 5L	4	R\$ 60,00	R\$ 240,00
31	Álcool em gel	8	R\$ 88,00	R\$ 704,00
32	Detergente 5L	8	R\$ 16,00	R\$ 128,00
33	Saco de lixo	2	R\$ 39,00	R\$ 78,00
34	Pano de chão	15	R\$ 4,00	R\$ 60,00
35	Guardanapo (pacote)	9	R\$ 2,00	R\$ 18,00
36	Esponja	8	R\$ 0,60	R\$ 4,80
37	Papel toalha (pacote)	8	R\$ 6,00	R\$ 48,00
38	Copo descartável	6	R\$ 4,00	R\$ 24,00
39	Papel higiênico (pacote)	25	R\$ 7,00	R\$ 175,00
40	Pano de prato	6	R\$ 2,00	R\$ 12,00
41	Pão integral	15	R\$ 1,30	R\$ 19,50
42	Polpa de fruta (pacote)	31	R\$ 4,00	R\$ 124,00
43	Queijo	8	R\$ 4,50	R\$ 36,00
44	Café	35	R\$ 13,00	R\$ 455,00
45	Adoçante	12	R\$ 2,50	R\$ 30,00
46	Açúcar	15	R\$ 4,00	R\$ 60,00
47	Sal	9	R\$ 2,50	R\$ 22,50
48	Alface	16	R\$ 1,90	R\$ 30,40
49	Abobrinha	11	R\$ 1,80	R\$ 19,80
50	Brócolis	13	R\$ 8,00	R\$ 104,00
51	Beterraba	15	R\$ 2,69	R\$ 40,35
52	Batata doce	15	R\$ 2,89	R\$ 43,35
53	Berinjela	10	R\$ 2,99	R\$ 29,90
54	Cebola	18	R\$ 3,59	R\$ 64,62
55	Cenoura	15	R\$ 2,99	R\$ 44,85
56	Chuchu	12	R\$ 2,39	R\$ 28,68
57	Couve	12	R\$ 1,50	R\$ 18,00
58	Ervilha	5	R\$ 11,50	R\$ 57,50
59	Filé mignon	10	R\$ 21,89	R\$ 218,90
60	Filé de frango	10	R\$ 12,99	R\$ 129,90
61	Filé de peixe	10	R\$ 24,89	R\$ 248,90
62	Macarrão integral	15	R\$ 3,09	R\$ 46,35

63	Milho	8	R\$ 12,49	R\$ 99,92
64	Ovo	12	R\$ 14,59	R\$ 175,08
65	Pimentão	8	R\$ 4,65	R\$ 37,20
66	Rúcula	7	R\$ 1,70	R\$ 11,90
67	Temperos	15	R\$ 20,00	R\$ 300,00
68	Tomate	10	R\$ 2,69	R\$ 26,90
69	Biscoito integral	8	R\$ 5,00	R\$ 40,00
70	Feijão	10	R\$ 5,00	R\$ 50,00
Total de A				R\$ 16.911,39

Fonte: próprio autor, 2020.

7.3. Caixa Mínimo

B - Caixa mínimo			
1º passo: Contas a receber - Cálculo do prazo médio de vendas			
Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
a vista		1	0,7
a prazo 30 dias			
Prazo média total			0,7
2º passo: Fornecedores - Cálculo do prazo médio de compras			
Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
a vista		1	0,3
a prazo 30 dias		30	21
Prazo média total			21,3

Fonte: próprio autor, 2020.

3º passo: Estoques - Cálculo da necessidade média de estoques	
	Número de dias
Necessidade média de estoques	30
4º passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias	
	Número de dias
Recursos da empresa fora do seu caixa	
1. Contas a Receber - prazo médio de vendas	1
2. Estoques - necessidade média de estoques	21,3
Subtotal 1 (item 1+2)	22,3

Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores - prazo médio de compras	21
Subtotal 2	21
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (Subtotal 1 - Subtotal 2)	1,3

Fonte: próprio autor, 2020.

B - Caixa mínimo	
1. Custo fixo mensal (Quadro 5.11)	R\$ 43.189,96
2. Custo variável mensal (Subtotal 2 do quadro 5.12)	R\$ 5.764,50
3. Custo total diário (item 1 + 2)	R\$ 48.954,46
4. Custo total diário (item 3 ÷ 30 dias)	R\$ 1.631,82
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (vide resultado do quadro anterior)	1,3
Total de B - Caixa mínimo (item 4 x 5)	R\$ 2.121,36
Capital de giro (resumo)	
Investimentos financeiros	(R\$)
A - Estoque Inicial	R\$ 16.911,39
B - Caixa mínimo	R\$ 2.121,36
Total dos Investimento financeiros (A+B)	R\$ 19.032,75

Fonte: próprio autor, 2020.

7.4. INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Na tabela abaixo encontra-se todos os custos que a empresa vai ter em relação á investimentos antes de começar de fato á operar dentro do mercado, que são os gastos com construção e taxas diversas.

7.4 - Investimentos pré-operacionais	
Investimentos financeiros	R\$
Despesas de legalização	R\$ 1.500,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 100.000,00
Divulgação	R\$ 400,00
Cursos e treinamentos	R\$ 300,00
Outras despesas	R\$ 200,00
Total	R\$ 102.400,00

Fonte: próprio autor, 2020.

7.5. Investimento Total

O investimento total é referente á todos os valores pré-operacionais que serão inclusos no investimento da empresa, com recursos de terceiros obtidos através de financiamento.

7.5 - Investimento total (resumo)		
Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
1. Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 59.487,00	33%
2. Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 19.032,75	11%
3. Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 102.400,00	57%
Total (1 + 2 + 3)	R\$ 180.919,75	100,00
Fontes de recursos	Valor (R\$)	(%)
1. Recursos próprios	R\$ 90.459,87	50%
2. Recursos de terceiros	R\$ 90.459,87	50%
3. Outros	R\$ -	0
Total (1 + 2 + 3)	R\$ 180.919,75	100%

Fonte: próprio autor, 2020.

7.6. Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa

A tabela mostra a expectativa referente aos valores que a empresa pretende adquirir mensalmente trazendo opções ou pacotes para os clientes da Lifecenter de diária ou mensalidades para adquirir os nossos serviços baseados em nossa capacidade de locação e disponibilidade de vagas.

7.6 - Estimativa do faturamento mensal da empresa			
Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
Diária	10	R\$ 450,00	R\$ 4.500,00
Mensal	18	R\$ 2.800,00	R\$ 50.400,00
Total			R\$ 54.900,00

Fonte: próprio autor, 2020.

7.7. Estimativa dos Custos de Comercialização

Custos de comercialização abrangem todos os impostos que a empresa precisa legalmente pagar e também despesas diversas referentes aos gastos relacionados a vendas dos serviços.

5.7 - Estimativa dos custos de comercialização			
Descrição	%	Faturamento Estimado (quadro 5.5)	Custo Total (R\$)
1. Impostos			
Impostos Federais			
SIMPLES	6,0%	R\$ 54.900,00	R\$ 3.294,0
IRPJ	0%	R\$ -	R\$ -
PIS	0%		R\$ -
COFINS	0%		R\$ -
CSLL - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido	0%		R\$ -
Impostos Estaduais			
ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços			R\$ -
Impostos Municipais			
ISS - Impostos sobre Serviços	0%		R\$ -
Subtotal 1		R\$ 54.900,00	R\$ 3.294,00
2. Gastos com vendas			
Comissões			
Propaganda	4,5%	R\$ 54.900,00	R\$ 2.470,50
Subtotal 2			R\$ 2.470,50
Total (Subtotal 1+2)			R\$ 5.764,50



7.8. Estimativa dos Custos de Mão de Obra

Na tabela abaixo são mostrados os gastos com mão de obra necessários para que o serviço seja realizado com qualidade pela empresa descrevendo os cargos, quantidades de pessoas em cada cargo, salários e encargos sociais.

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal (R\$)	(%) de encargos sociais	Encargos sociais (R\$)	Total (R\$)
Recepcionista	1	R\$ 1.045,00	39,37%	R\$ 411,41	R\$ 1.456,41
Auxiliar administrativo	1	R\$ 1.045,00	39,37%	R\$ 411,41	R\$ 1.456,41
Assistente financeiro	1	R\$ 1.500,00	39,37%	R\$ 590,55	R\$ 2.090,55
Técnico de enfermagem	2	R\$ 1.822,00	39,37%	R\$ 717,32	R\$ 5.078,64
Médico	1	R\$ 7.000,00	39,37%	R\$ 2.755,90	R\$ 9.755,90
Auxiliar de serviços gerais	3	R\$ 1.045,00	39,37%	R\$ 411,41	R\$ 4.369,23
Cozinheira	2	R\$ 1.045,00	39,37%	R\$ 411,41	R\$ 2.912,84
Total					R\$ 27.119,96

Fonte: próprio autor, 2020.

7.9. Estimativa dos Custos com Depreciação

A tabela a seguir mostra os bens da empresa que irão se depreciar durante os anos de uso demonstrando tanto os valores sem depreciação e com o valor depreciado anual e mensal, sendo necessário repor esses bens ao longo do tempo para o melhor funcionamento da empresa com qualidade.

Ativos fixos	Valor do Bem (R\$)	Vida útil em anos	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Obras civis / Reformas	R\$ 180.000,00	20 anos	R\$ 9.000,00	R\$ 750,00
Computador	R\$ 5.000,00	4 anos	R\$ 1.250,00	R\$ 104,16
Notebook	R\$ 6.000,00	5 anos	R\$ 1.200,00	R\$ 100,00
Impressora	R\$ 1.500,00	3 anos	R\$ 500,00	R\$ 41,66
Fogão	R\$ 2.000,00	15 anos	R\$ 133,33	R\$ 11,11
Máquina de lavar	R\$ 1.600,00	10 anos	R\$ 160,00	R\$ 13,33
Medidor de pressão	R\$ 140,00	2 anos	R\$ 70,00	R\$ 5,83
Estetoscópio	R\$ 100,00	2 anos	R\$ 50,00	R\$ 4,16
Cafeteira	R\$ 280,00	6 anos	R\$ 46,66	R\$ 3,88
Aspirador de pó	R\$ 240,00	7 anos	R\$ 34,28	R\$ 2,85
Moveis e utensílios	R\$ 42.627,00	10 anos	R\$ 4.262,70	R\$ 355,22
Total	R\$ 239.487,00	84 anos	R\$ 16.706,97	R\$ 1.392,20

Fonte: próprio autor, 2020.

7.10. Estimativa Custos Fixos Operacionais Mensais

São todos os gastos mensais que a empresa precisa pagar para o funcionamento adequado da mesma tanto de despesas diárias para suprir as necessidades e também pagamentos de funcionários e serviços contratados de terceiros.

5.11 - Estimativa dos custos fixos operacionais mensais	
Descrição	Custo Total Mensal (em R\$)
IPTU	R\$ 300,00
Água	R\$ 3.000,00
Energia elétrica	R\$ 5.000,00
Telefone + Internet	R\$ 270,00
Honorários do contador/advogado/nutricionista	R\$ 1.600,00
Pró-labore	R\$ 4.000,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 300,00
Material de limpeza	R\$ 1.000,00
Material de escritório	R\$ 100,00
Salários e ordenados	R\$ 27.119,96
Depreciação mensal	R\$ 1.392,20
Despesas variáveis - imprevistos	R\$ 500,00
Total	R\$ 44.582,16

Fonte: próprio autor, 2020.

7.11. Demonstrativos de Resultados

De acordo com todos os dados de faturamentos obtidos da empresa no demonstrativo de resultados é possível observar o lucro ou prejuízo da empresa, com o objetivo sempre de que o lucro seja maior pois dessa forma indica que o negócio é rentável e viável.

5.12 - Demonstrativo de resultados		
Quadro	Descrição	(R\$)
5.5	1. Receita Total com Vendas	R\$ 54.900,00
	2. Custos Variáveis Totais	
5.8	(-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ -
5.7. (Subtotal 1)	(-) Impostos sobre Vendas	R\$ 3.294,00
5.7. (Subtotal 2)	(-) Gastos com Vendas	R\$ 2.470,50
	Subtotal de 2	R\$ 5.764,50
	3. Margem de Contribuição (1-2)	R\$ 49.135,50
5.11	4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 44.582,16
	5. Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo) (3-4)	R\$ 4.553,34

Fonte: próprio autor, 2020.

8. Indicadores de Viabilidade

8.1. Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio é um ponto de segurança do negócio demonstrando o quanto é necessário vender para que o valor das receitas atinja o valor dos custos.

Valores mensais:

Receita total mensal: R\$ 54.900,00

Custo variável total mensal: R\$ 5.764,00

Custo fixo total mensal: R\$ 44.582,16

- Índice de Margem de Contribuição = $\frac{\text{R\$ } 54.900,00 - \text{R\$ } 5.764,00}{\text{R\$ } 54.900,00} = 0,895$
- PE: $\frac{\text{R\$ } 44.582,16}{0,894} = \text{R\$ } 49.868,18$

8.2. Lucratividade

A lucratividade vai indicar o ganho que a empresa consegue gerar sobre o trabalho que desenvolve.

- Lucratividade: $\frac{\text{R\$ } 4.553,34}{\text{R\$ } 54.900,00} = 0,0829 \times 100 = 8,29\%$

8.3. Rentabilidade

Vai mostrar o quanto se obteve de retorno com o investimento aplicado na empresa.

Lucro líquido mensal: R\$ 4.553,34

Investimento total: R\$ 180.919,75

- Rentabilidade: $\frac{\text{R\$ } 4.553,34}{\text{R\$ } 180.919,75} = 0,02516 \times 100 = 2,5167\%$

8.4. Prazo de retorno do investimento

Demonstra o prazo de retorno do dinheiro aplicado na empresa, o tempo de retorno do dinheiro investido no negócio.

Lucro líquido mensal: R\$ 4.553,34 x 12= 54.640,08

Investimento total: R\$ 180.919,75

- Prazo de retorno do investimento = $\frac{\text{R\$ } 180.919,75}{\text{R\$ } 54.640,08} = 3,32$ anos

9. Avaliação Estratégica

9.1. Matriz SWOT

SWOT

PONTOS FORTES

Diversidade de serviços oferecidos, pessoal qualificado, bom atendimento, localização e personalização do serviço.

OPORTUNIDADES

Aumento da população idosa, crescimento da demanda por serviços para idosos e aumento da expectativa de vida dos brasileiros.



PONTOS FRACOS

Pouco capital, produtos ou serviços semelhantes ao concorrente, entrante no mercado e pouca experiência do empreendedor.

AMEAÇAS

Mudanças na legislação municipal/estadual, concorrência e mudanças culturais.

Fonte: próprio autor, 2020.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Formular tal plano de negócio transformou a minha visão sobre como é implantar uma empresa dentro do mercado. Cada passo concluído me trouxe um aprendizado enorme da importância de se ter isso programado antes de ser colocado em prática de fato. Todo o detalhe importa e faz a total diferença, precisamos ter isso sempre em mente. Com o desenvolvimento da Lifecenter foi perceptível o quanto o mercado precisa dar a devida atenção a esse público pouco direcionado e valorizado do qual necessita de um cuidado especial. É importante pensar que todos nós como seres humanos estamos suscetíveis a chegar inevitavelmente nesse estágio da vida que é a terceira idade e que dessa forma ao investirmos em um projeto como esse estaremos ajudando não somente outras pessoas, mas futuramente a nós mesmo.

Em relação ao objetivo do projeto de atender tal público, foi feito com muito amor e carinho pois ao mesmo tempo que estive fazendo a Lifecenter estava pensando também nas pessoas próximas e queridas em meu meio das quais seria um prazer permitir que obtenham desse cuidado e serviços propostos pelo negócio em questão.

Foi verificado que de fato é viável pois terá o retorno desejado do investimento aplicado na empresa e que ações e campanhas propostas terão um retorno positivo do público. Depois de todo esse processo, me encontro hoje satisfeita e muito feliz, como profissional e como pessoa pois aprendi bastante com tudo realizado neste plano de negócio e tenho certeza que vou levar esse aprendizado por toda minha carreira profissional.

ANEXOS

PESQUISA APLICADA AO PÚBLICO

1- Gênero da pessoa Idosa de sua responsabilidade:

- Feminino.
- Masculino.

2- Qual a idade da pessoa Idosa de sua responsabilidade:

- 60 a 65.
- 66 a 79.
- 80 a 90.
- Acima de 90 anos.

3- Quantas pessoas Idosas estão sob sua responsabilidade:

- 1 pessoa.
- 2 pessoas.
- 3 pessoas.

4- Essa pessoa já teve experiência em residir em alguma Casa Geriátrica e/ou conhece alguma:

- Conhece e já teve experiência.
- Conhece mas nunca teve experiência.
- Conhece e tem interesse em residir.
- Conhece e não tem nenhum interesse em residir.
- Não conhece e nem possui nenhum tipo de experiência.
- Não conhece e não tem nenhum tipo de interesse em residir.

5- Quais atividades essa pessoa necessitaria de mais ajuda e auxílio constantemente:

- Alimentação.
- Medicação.
- Necessidades básicas.
- Exercícios físicos.



- Passeios.
- Todas as opções anteriores

6- Quanto você pagaria para que essa pessoa residisse em uma Casa Geriátrica, sabendo que a mesma irá conter profissionais capacitados para auxiliá-la em cada uma das suas necessidades e atividades diárias:

- Até R\$ 1000 reais.
- R\$ 1000 a R\$ 1500 reais.
- R\$ 1500 a R\$ 2000 reais.
- R\$ 2000 a R\$ 2500 reais.
- Acima de R\$ 2500 reais.

7- Agora quero saber um pouco sobre você, futuramente residiria em uma Casa Geriátrica:

- Sim.
- Não.
- Não sei.

8- Marque a seguir o grupo de pessoa da qual você acha que se insere:

- Sou uma pessoa idosa.
- Responsável por alguma pessoa Idosa.
- Parente de alguma pessoa Idosa.
- Familiar de alguma pessoa Idosa.
- Amigo de alguma pessoa Idosa.
- Reside na mesma casa de alguma pessoa Idosa.

9- O que você acha da ideia de abrir uma Casa Geriátrica na cidade de Balsas-MA:

- Excelente.
- Boa.
- Indiferente.
- Ruim.
- Bom.



10- Levando em consideração a necessidade do cuidado aos idosos, o quão você acha inovador a instalação de uma Casa Geriátrica na cidade de Balsas-MA:

- Muito Inovador.
- Pouco Inovador.
- Nada Inovador.



CASA GERIÁTRICA LIFECENTER
FACHADA DA EMPRESA



ENTRADA RECEPÇÃO



RECEPÇÃO



SALDA DE ESTAR



QUARTOS



INTERIOR DOS QUARTOS



REFEITÓRIO



SALA DE ESTAR





LAVANDERIA



PISCINA ÁREA EXTERNA



ESTACIONAMENTO



VISÃO GERAL DA EMPRESA