



# UNifeob

## PROJETO INTEGRADO

### ESCOLA DE NEGÓCIOS

2020



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ESCOLA DE NEGÓCIOS

ADMINISTRAÇÃO

**PROJETO INTERDISCIPLINAR**  
**PLANO DE NEGÓCIOS EMPRESARIAL**  
**Az-Healthcare**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO 2020

UNIFEOB  
Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**PROJETO INTERDISCIPLINAR**  
**PLANO DE NEGÓCIOS EMPRESARIAL**  
**Az-Healthcare**

Módulo de Empreendedorismo

Gestão Empreendedora – Prof. Marcelo Alexandre C. da Silva

Administração Estratégica – Prof. José Márcio Carioca

Gestão Estratégica de Tributos – Prof. Max Streicher Vallim

Direito Empresarial – Prof. Luiz F. A.S. Faria

Gestão Orçamentária – Prof. Antonio D. Fortes

Alunos:

Aluno Gabriel Quesada, RA 19000409

Aluno Murilo Martins, RA 19000766

Aluno David Rovigati , RA 19000703

Aluna Rafaela Gasparini, RA 19001042

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO 2020

1 Sumário Executivo	5
1.1 Resumo	5
1.2 Dados dos empreendedores	5
1.3 Missão, Visão e Valores da empresa	6
1.4 Setores de atividade	6
1.5 Forma jurídica	6
1.6 Enquadramento tributário	6
1.7 Capital social	7
1.8 Fonte de recursos	7
1.9 Documentação exigida para abertura da empresa	7
1.10 Contrato Social	7
1.11 Registro da Empresa – Junta Comercial	8
1.12 Receita Federal – CNPJ	8
1.13 Prefeitura Municipal	8
1.14 Alvarás	8
2 Análise de mercado	9
2.1 Estudo dos clientes	9
2.2 Estudo dos concorrentes	9
2.3 Estudo dos fornecedores	9
3 Plano de marketing	10
3.1 Produtos e serviços	10
3.2 Preço	10
3.3 Estratégias promocionais	10
3.4 Estrutura de comercialização	10
3.5 Localização do negócio	10

4 Plano operacional	11
4.1 Leiaute	11
4.2 Capacidade instalada	11
4.3 Processos operacionais	11
4.4 Necessidade de pessoal	11
5 Plano financeiro	12
5.1 Investimentos fixos	12
5.2 Estoque inicial	13
5.3 Caixa mínimo	13
5.4 Investimentos pré-operacionais	14
5.5 Investimento total	15
5.6 Faturamento mensal	16
5.7 Custo unitário	16
5.8 Custos de comercialização	17
5.9 Apuração do custo de MD e/ou MV	18
5.10 Custos de mão-de-obra	18
5.11 Custos com depreciação	18
5.12 Custos fixos operacionais mensais	18
5.13 Demonstrativo de resultados	20
5.14 Indicadores de viabilidade	20
6 Construção de cenário	20
6.1 Ações preventivas e corretivas	20
7 Avaliação estratégica	21
7.1 Análise da matriz F.O.F.A	21
8 Avaliação do plano	22
8.1 Análise do plano	22

## 1 Sumário Executivo

### 1.1 Resumo

A Az-Healthcare foi criada com o intuito de melhorar a burocracia inerente aos serviços de saúde e desenvolver um método, para que os pacientes consigam realizar todos os procedimentos necessários com agilidade, comodidade e assertividade. O problema que pretende solucionar será a logística por trás de cada exame ou procedimento em que o paciente estará sujeito a passar, notamos também uma grande deficiência na fiscalização de receitas falsas e procedimentos realizados de forma incorreta, além de eliminar possíveis fraudes no processo de consultas, receitas e aquisição de medicamentos utilizando um sistema integrado com prontuário virtual constantemente atualizado. A Az seria a forma ideal para solucionar tais dificuldades enfrentadas por todo o setor da saúde, seja pública ou privada.

A Az demonstrou ser um projeto sólido, com alta viabilidade econômica, pois se adequa com tranquilidade aos regimes societários e tributários brasileiros, e possui um alto potencial de rentabilidade e lucratividade, além de se encontrar em um nicho de mercado praticamente inexplorado, possui alto potencial de alcance comercial com uma projeção de base de cliente sólida ao longo do tempo.

### 1.2 Dados dos empreendedores

Nome:	Gabriel Carvalho Quesada		
Endereço:	Rua Batista Figueiredo, 354, Centro		
Cidade:	Vargem Grande do Sul	Estado:	São Paulo
Perfil: Comunicativo, Proativo			
Atribuições: Administrativo			

Nome:	David Giavara Rovigati		
Endereço:	Rua Padre Vicente Fontaneti, 22, Jardim Santa Rita 1		
Cidade:	Santo Antônio do Jardim	Estado:	São Paulo
Perfil: Autêntico, Criativo, Amor pelo que faz			
Atribuições: Recursos Humanos e Relações Públicas			

Nome:	Murilo da Silva Martins		
Endereço:	Rua José Justino de Oliveira, 31, Jardim Santa Rita		
Cidade:	Santo Antônio do Jardim	Estado:	São Paulo
Perfil: Comunicativo, Inovativo			
Atribuições: Diretor Operacional			

Nome:	Rafaela Basilio Gasparini		
Endereço:	Rua Capitão Gabriel Ribeiro, 480 Centro		
Cidade:	Vargem Grande do Sul	Estado:	São Paulo
Perfil: Criativa, Comunicativa			
Atribuições: Marketing e Gerente Geral			

### 1.3 Missão, Visão e Valores da empresa

Missão : Ajudar, de forma rápida, simples, todos que necessitam dos serviços de saúde com preço justo.

Visão: Se tornar referência como aplicativo de prestação de serviços para a saúde.

Valores: Agilidade, empatia, comprometimento, confiança, hospitalidade, integração.

### 1.4 Setores de atividade

A Empresa situa-se no setor de prestação de serviços virtuais.

### 1.5 Forma jurídica

A forma jurídica será a Sociedade Limitada, por limitar as responsabilidades dos sócios quanto ao capital integralizado nas cotas de seu capital social, além de que a administração da empresa poderá ser feita pelos sócios ou mesmo um terceiro, desde que descrito no contrato social.

### 1.6 Enquadramento tributário

A empresa irá se enquadrar no regime do Simples Nacional, por obter um faturamento

anual inferior a R\$360.000,00, com isso, o imposto irá representar apenas 6% do faturamento, o que é uma grande diferença em comparação ao Lucro Presumido ou Lucro Real, que respectivamente representariam 15,33% e 21,62% do faturamento.

### 1.7 Capital social

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	David Rovigati	R\$30.000,00	25%
2	Gabriel Quesada	R\$30.000,00	25%
3	Murilo Martins	R\$30.000,00	25%
4	Rafaela Gasparini	R\$30.000,00	25%
<b>Total</b>		R\$120.000,00	100%

### 1.8 Fonte de recursos

Serão utilizados recursos próprios dos sócios para o aporte do capital social da empresa.

### 1.9 Documentação exigida para abertura da empresa

- Contrato Social;
- Registro na Junta Comercial;
- CNPJ;
- Inscrição Municipal;
- Alvará de Funcionamento;
- Cadastro na Previdência Social.

### 1.10 Contrato Social

No contrato social de sociedade limitada serão identificados os sócios, bem como a



localização da empresa, seu capital social e como as quotas serão divididas e integralizadas (se ainda não estiverem integralizadas). Também será definido os poderes e atribuições de sócios e administradores.

### **1.11 Registro da Empresa – Junta Comercial**

Será necessário para o Registro da empresa os documentos:

- Contrato Social em três vias;
- Requerimento Padrão em uma via;
- Cópia Autenticada do documento de identidade dos sócios;
- Ficha de Cadastro Nacional modelo um e dois em uma via;
- Pagamento de taxas via DARF.

### **1.12 Receita Federal – CNPJ**

O CNPJ é o Cadastro nacional de pessoa jurídica, e com ele um negócio é reconhecido e formalizado perante a lei. Com o CNPJ é possível identificar qual a atividade do negócio, sua forma jurídica, endereço, número de registro, entre outros dados. Também pelo número do CNPJ, a receita federal e os demais órgãos fiscalizadores poderão acompanhar as transações da pessoa jurídica.

Um CNPJ é importante também, para, no caso de uma empresa de sociedade limitada, qualquer eventualidade que a empresa passe, sejam dívidas, encargos ou processos, somente recairão sobre a empresa e não diretamente sobre os sócios, salvo casos específicos.

### **1.13 Prefeitura Municipal**

Será necessário o alvará dos bombeiros e vistoria da vigilância sanitária.

### **1.14 Alvarás**

Trata-se de um documento ou declaração que autoriza alguém a praticar tais atos como: Realização de um evento ou abertura de um empresa.

Para conseguir o Alvará é necessários os documentos:

- Planta do Imóvel;
- Cópia do recibo de IPTU, pago;
- CPF ou RG dos responsáveis pelo negócio;
- Cadastro do Contribuinte Imobiliário ou CCM, obtido na secretaria de finanças;
- Setor, quadra e lote do imóvel;
- Declaração de Atividade;
- Certificado de conclusão de imóvel;

O alvará é emitido pela prefeitura municipal, precisando provar que sua empresa se enquadra a todas as condições exigidas.

## **2 Análise de mercado**

### **2.1 Estudo dos clientes**

#### **Público-alvo (perfil dos clientes)**

O público-alvo do aplicativo são todas as pessoas e empresas que utilizam de serviços de saúde, assim como planos de saúde, laboratórios, clínicas e hospitais que desejam ter seus serviços integrados à plataforma. Os clientes se motivam a adquirir o app por ser uma facilidade no dia a dia. Por se tratar de um aplicativo, há a possibilidade de abrangência nacional, separando por regiões de atuação específicas.

### **2.2 Estudo dos concorrentes**

Após uma breve pesquisa, não foram encontrados concorrentes diretos em nenhuma plataforma nacional.

### **2.3 Estudo dos fornecedores**

Por se tratar de um aplicativo não há fornecedores de mercadorias ou matérias-primas.

## **3 Plano de marketing**

### **3.1 Produtos e serviços**

A empresa estará disposta através de sua prestação de serviços de integração e automação tecnológica para serviços de saúde, tendo como clientes: Pacientes, empresas e prestadores de serviços de saúde

### **3.2 Preço**

Os Preços estipulados serão baseados nos custos fixos diários, acrescidos de uma margem de 50% por se tratar de um aplicativo, esta margem se provou mais que o suficiente para manter a lucratividade positiva, o que nos levou a uma média de R\$5,00 por plano Pessoa Física, R\$10,00 para empresas, com o valor ajustado a R\$2,00 para funcionários e R\$100,00 para o acesso à plataforma de prestador de serviços . O que garante uma média de lucro de aproximadamente R\$2.700,00 mensais no cenário inicial do primeiro ano.

### **3.3 Estratégias promocionais**

Algumas estratégias promocionais serão implementadas, como por exemplo, após a consulta ao médico e a recomendação para a compra de medicamentos, a empresa contará com convênios e parcerias com algumas farmácias, clínicas e laboratórios, para facilitar ainda mais o atendimento dos pacientes, além de gerar cupons promocionais para quem utiliza o app.

### **3.4 Estrutura de comercialização**

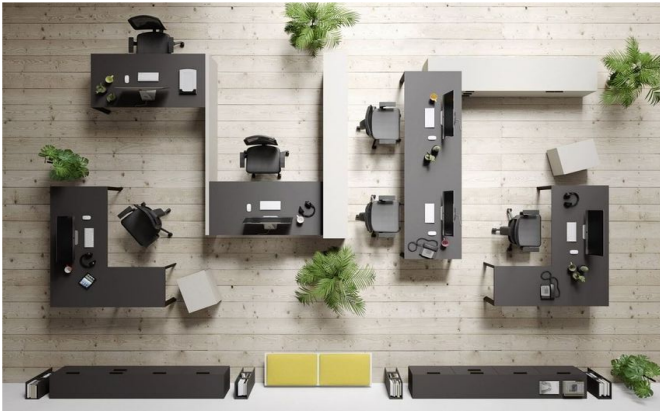
Para a comercialização serão utilizados marketing digital, app store, google ads, entre outros.

### **3.5 Localização do negócio**

Por se tratar de um App, não há necessidade de um bom ponto comercial com ótima visibilidade, portanto o negócio será localizado em uma sala comercial comum, em São João da Boa Vista -SP.

## 4 Plano operacional

### 4.1 Leiaute



<https://br.pinterest.com/pin/629237379175013210/?d=t&mt=signup>

### 4.2 Capacidade instalada

A capacidade de comercialização irá se definir conforme o alcance do público e do incremento da quantidade de clientes. O volume de serviços irá se estabelecer conforme a produção do sistema, como o mesmo ainda é inexistente não há dados suficientes para uma estimativa da capacidade.

### 4.3 Processos operacionais

Por se tratar de ser um Aplicativo, não há a necessidade de compra de matéria prima para funcionamento do negócio/atividade, sendo assim não será feito um controle de estoque de produtos para venda ou revenda, já que nosso negócio irá atuar com prestação de serviços ao invés de mão de obra.

### 4.4 Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	T.I	Formação na área de T.I., proatividade, trabalho em equipe.

1	Faxineira	proatividade, formação básica.
---	-----------	--------------------------------

## 5 Plano financeiro

### 5.1 Investimentos fixos

#### A – Imóveis

De início não teremos imóveis, pois o espaço que iremos exercer os trabalhos será de locação.

#### B - Máquinas

Não será necessário maquinário

#### C – Equipamentos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	No-Breaks	3	350,00	1.050,00
<b>SUB-TOTAL (C)</b>				<b>RS 1.050,00</b>

#### D – Móveis e Utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Mesas	6	100,00	600,00
2	Cadeiras	6	50,00	300,00
3	Micro-Ondas	1	300,00	300,00
<b>SUB-TOTAL (D)</b>				<b>RS 1.200,00</b>

#### E - Veículos

Não haverá veículos para a Empresa

#### F – Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Computadores	6	3.000,00	18.000,00
<b>SUB-TOTAL (F)</b>				<b>RS 18.000,00</b>

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS - **R\$ 20.250,00****5.2 Estoque inicial**

Não Há necessidade para Estoque.

**5.3 Caixa mínimo**

<b>Prazo médio de vendas</b>	<b>(%)</b>	<b>Número de dias</b>	<b>Média Ponderada em dias</b>
<b>A Prazo</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>30</b>
<b>Prazo médio total</b>		30 dias	

<b>Prazo médio de compras</b>	<b>(%)</b>	<b>Número de dias</b>	<b>Média Ponderada em dias</b>
À Vista	30	0	<b>0</b>
Prazo 1	45	30	<b>13,5</b>
Prazo 2	25	60	<b>15</b>
<b>Prazo médio total</b>		<b>28,5</b>	

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

<b>Recursos da empresa fora do seu caixa</b>	<b>Número de dias</b>
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	30,0
2. Estoques – necessidade média de estoques	-
Subtotal Recursos fora do caixa	30,0
<b>Recursos de terceiros no caixa da empresa</b>	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	28,5
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	28,5
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	1,5

Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$6.636,83
2. Custo variável mensal	R\$1.410,50
3. Custo total da empresa	R\$8.047,83
4. Custo total diário	R\$268,24
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	1,5
Caixa Mínimo Necessário	R\$402,37

#### Capital de Giro (resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	-
B – Caixa Mínimo	R\$402,37
<b>TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)</b>	<b>R\$402,37</b>

#### 5.4 Investimentos pré-operacionais

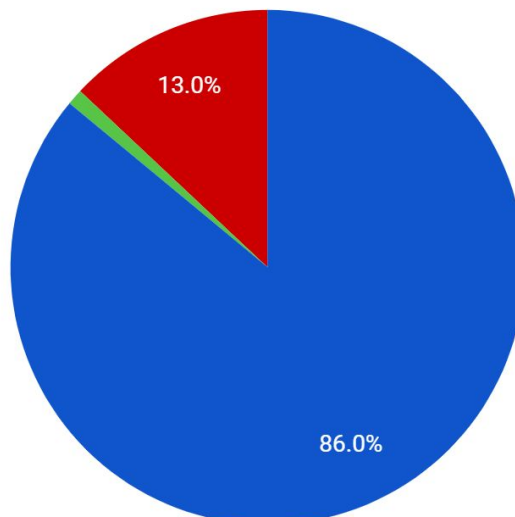
Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$1.000,00
Obras civis e/ou reformas	-
Divulgação	R\$2.000,00
Cursos e Treinamentos	-
Outras despesas	-
<b>TOTAL</b>	<b>R\$3.000,00</b>

#### 5.5 Investimento total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 20.250,00	86
Capital de Giro – Quadro 5.2	402,37	1
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 3.000,00	13
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$23.552,37</b>	<b>100,00</b>

## Investimento Total

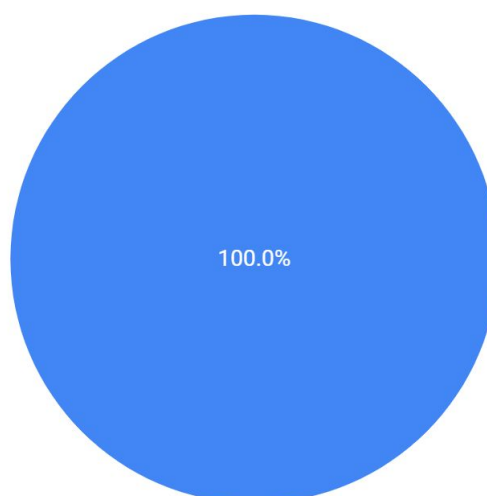
- Investimentos Fixos
- Capital de Giro
- Investimentos Pré-operacionais



Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$120.000,00	100
Recursos de terceiros	-	
Outros	-	
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>120.000,00</b>	<b>100</b>

## Fontes de Recursos

- Recursos Próprios

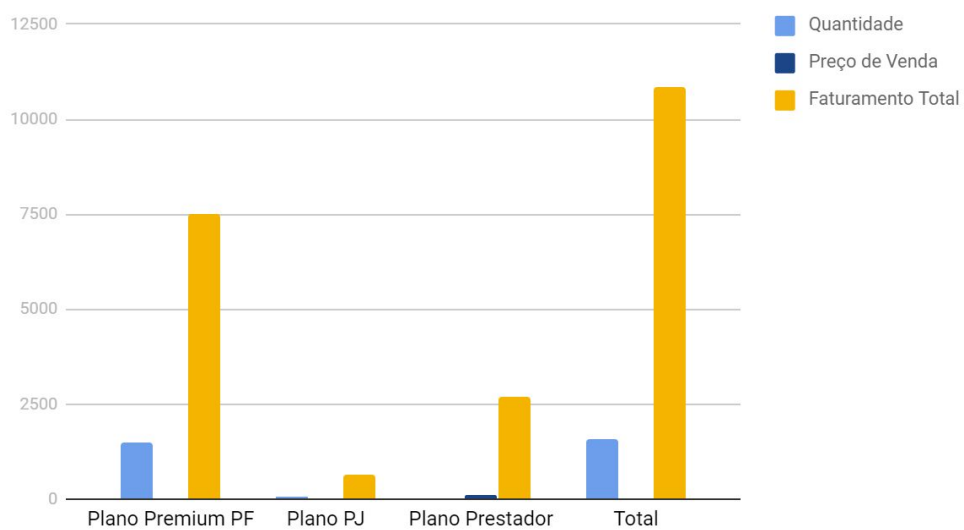




## 5.6 Faturamento mensal

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Plano Premium PF	1.500,00	5,00	7.500,00
2	Plano PJ	65,00	10,00	650,00
3	Plano Prestador	27,00	100,00	2.700,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$10.850,00</b>

Faturamento Mensal



## 5.7 Custo unitário

Não há dados suficientes para a realização do custo unitário dos serviços prestados.

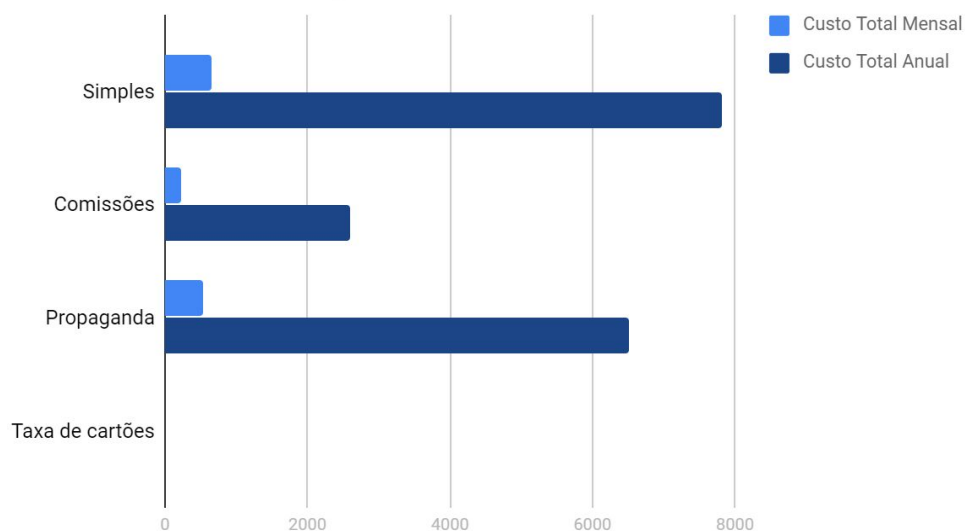
## 5.8 Custos de comercialização

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
SIMPLES (Imposto Federal)	6%	10.850,00	651,00
Comissões (Gastos com Vendas)	2%	10.850,00	217,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	5%	10.850,00	542,00
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	-	-	-

<b>Total Impostos</b>	651,00
<b>Total Gastos com Vendas</b>	759,50
<b>Total Geral (Impostos + Gastos)</b>	1.410,50

Descrição	Custo Total Mensal	Custo Total Anual
SIMPLES (Imposto Federal)	651,00	7.812,00
Comissões (Gastos com Vendas)	217,00	2.604,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	542,00	6.504,00
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	-	-

Custos de Comercialização



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

Por se tratar de uma empresa de prestação de serviços, não serão necessários.

### 5.10 Custos de mão-de-obra

<b>Função</b>	<b>Nº de Empregados</b>	<b>Salário Mensal</b>	<b>(%) de encargos sociais</b>	<b>Encargos Sociais</b>	<b>Total</b>
T.I	1	2.000,00	27,44	548,80	2.548,80
Faxina	1	1.200,00	27,44	329,28	1.529,28
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>3.200,00</b>	<b>-</b>	<b>878,08</b>	<b>4.078,08</b>

### 5.11 Custos com depreciação

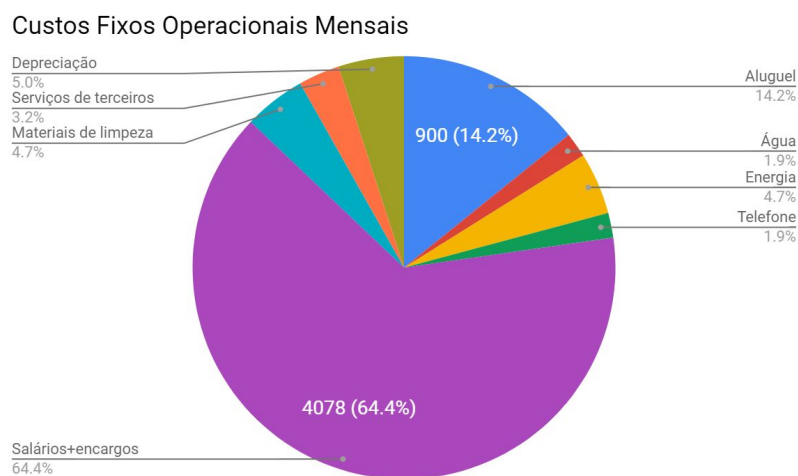
<b>Ativos Fixos</b>	<b>Valor do bem</b>	<b>Vida útil em Anos</b>	<b>Depreciação Anual</b>	<b>Depreciação Mensal</b>
EQUIPAMENTOS	1.050,00	10	105,00	8,75
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	1.200,00	10	120,00	10
EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA	18.000,00	5	3.600,00	300,00
<b>TOTAL</b>	<b>20.250,00</b>	<b>-</b>	<b>3.825,00</b>	<b>318,75</b>

### 5.12 Custos fixos operacionais mensais

<b>Descrição</b>	<b>Custo</b>
<b>Aluguel</b>	<b>900,00</b>
<b>Água</b>	<b>120,00</b>
<b>Energia</b>	<b>300,00</b>
<b>Telefone</b>	<b>120,00</b>
<b>Salários+Encargos</b>	<b>4.078,08</b>

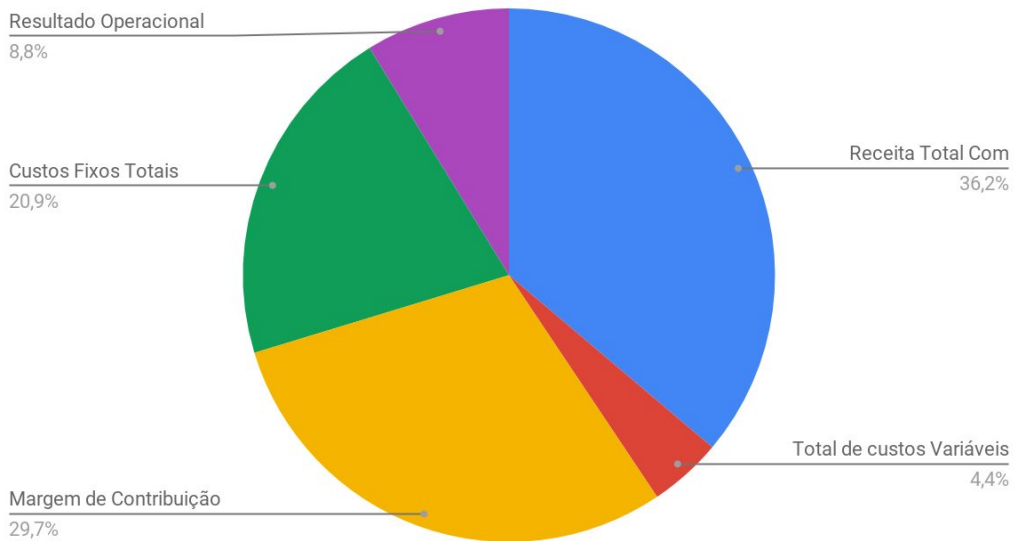
<b>Material Limpeza</b>	<b>300,00</b>
<b>Material Escritório</b>	<b>300,00</b>
<b>Serviços de Terceiros</b>	<b>200,00</b>
<b>Depreciação</b>	<b>318,75</b>
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 6.636,83</b>

### 5.13 Demonstrativo de resultados



Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	10.199,00	137.605,16	100
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	-	-	-
2.2 (-) Impostos sobre vendas	-	-	-
2.3 (-) Gastos com vendas	1.410,50	16.926,00	13,02
Total de custos Variáveis	1.410,50	16.926,00	13,02
3. Margem de Contribuição	8.788,50	113.048,66	86,98
4. (-) Custos Fixos Totais	6.636,83	79.641,96	61,27
<b>5. Resultado Operacional: LUCRO</b>	<b>2.151,67</b>	<b>33.406,70</b>	<b>25,70</b>

## Demonstrativo de Resultados



### 5.14 Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	96.941,84
Lucratividade	24,28%
Rentabilidade	141,24%
Prazo de retorno do investimento	0,71 anos (8,5 meses)

## 6 Construção de cenário

### 6.1 Ações preventivas e corretivas

Receita (pessimista) 20,00 %

Receita (otimista)

20,00 %

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	137.605,16	105,87	110.084,13	105,87	165.126,19	105,87

2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	-	-	-	-	-	-
2.2 (-) Impostos sobre vendas	-	-	-	-	-	-
2.3 (-) Gastos com vendas	16.926,00	13,02	13.540,80	13,02	20.311,20	13,02
Total de Custos Variáveis	16.926,00	13,02	13.540,80	13,02	20.311,20	13,02
3. Margem de contribuição	113.048,66	86,98	90.438,93	86,98	135.658,39	86,98
4. (-) Custos fixos totais	79.641,96	61,27	79.641,96	76,59	79.641,96	51,06
<b>Resultado Operacional</b>	<b>33.406,70</b>	<b>25,70</b>	<b>10.796,97</b>	<b>10,38</b>	<b>56.016,43</b>	<b>36,91</b>

### Ações corretivas e preventivas:

tendo em vista os resultados obtidos, as ações preventivas e corretivas necessárias no caso de um cenário negativo, seriam a redução arbitrária de custos e despesas, além do ajuste de valor unitário dos serviços visando a maximização dos recursos e suavizando assim um possível déficit.

## 7 Avaliação estratégica

### 7.1 Análise da matriz F.O.F.A

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
<b>PONTOS FORTES</b>	FORÇAS facilidade agilidade baixo custo	OPORTUNIDADES falta de concorrência grande mercado nicho inexplorado
<b>PONTOS FRACOS</b>	FRAQUEZAS complexidade de operação falta de experiências no ramo falta de um modelo	AMEAÇAS aparição de possíveis concorrentes baixa repercussão consumidor exigente

--	--	--

**Ações:**

O plano de ação será reduzir a complexidade da operação e criar um modelo para seguir, enquanto manter-se atualizado para se distanciar da possível concorrência e aproveitar o nicho de mercado inexplorado tentando alcançar todos os possíveis clientes.

**8 Avaliação do plano****8.1 Análise do plano**

A AZ Healthcare, é uma empresa do ramo da prestação de serviços virtuais via aplicativo, se enquadra no regime tributário do Simples Nacional e terá a forma jurídica de Sociedade Limitada. Seus recursos para a integralização de capital social é composto inteiramente do capital dos sócios e contará com investimentos para aquisição de equipamentos de informática e móveis, apenas, visto que se localizará em sala comercial alugada e sem necessidade de veículos.

O preço de venda dos serviços será composto das soma dos custos mensais acrescidos de 50% de margem, o que garante o resultado operacional positivo. É possível observar que obtém uma performance estimada satisfatória com uma rentabilidade de 141,24% com o prazo de retorno do investimento de 8,5 meses, portanto, se mostra um empresa com alto potencial econômico e comercial, haja visto que em um cenário pessimista ainda é presente um resultado operacional positivo.

Possui pontos fortes, tais como a facilidade de utilização pelo usuário, baixo custo e agilidade de atendimento, o que é um bom atrativo para possíveis clientes. Aliando isso ao nicho inexplorado e falta de concorrência, gera-se um ótimo cenário comercial.