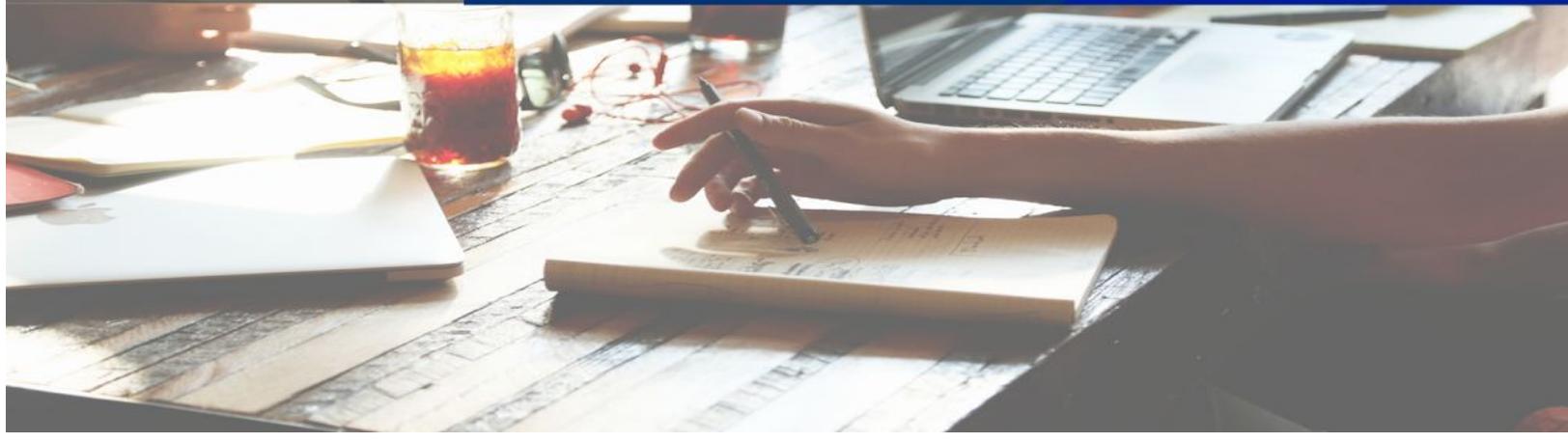


UNifeob

PROJETO INTEGRADO

ESCOLA DE NEGÓCIOS

2020





UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR

PLANO DE NEGÓCIOS EMPRESARIAL

ANIMAL HEART

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

Mai 2020

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

PROJETO INTERDISCIPLINAR
PLANO DE NEGÓCIOS EMPRESARIAL
Animal Heart

Módulo 03 - Gestão Empreendedora

Gestão Estrat. de Tributos –Prof. Max Streicher Vallim

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

Administração Estratégica – Prof. José Marcio Carioca

Gestão Orçamentária –Prof. Antônio Donizeti Fortes

Gestão Empreendedora – Prof. Marcelo Alexandre C. da Silva

Alunos:

Adilson Roberto Fernandes Simões Júnior RA:19001120

Danilo Henrique Monteiro Araújo RA:19001430

Igor Ryan Rodrigues Zanetti RA:19001447

Isabela Anacleto RA:19001477

Letícia Lino Dias RA:19001437

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

Maio 2020

Sumário

1 - Sumário Executivo	7
1.1 - Resumo.....	7
1.2 - Dados dos empreendedores	8
1.3 - Missão, Visão e Valores da Empresa	10
1.4 - Setores de Atividade	11
1.5 - Forma Jurídica	11
1.6 - Enquadramento Tributário	11
Âmbito Federal	11
Âmbito Estadual	12
1.7 - Capital Social	13
1.8 - Fonte de Recursos	13
1.9 - Documentações exigidas para a abertura da empresa	14
1.10 - Contrato Social	15
1.11 - Registro da Empresa - Junta Comercial	15
1.12 - Receita Federal - CNPJ	15
1.13 - Receita Estadual - IE	16
1.14 - Alvarás	16
2 - Análise de mercado	18
2.1- Estudo dos clientes	18
2.2 - Estudo dos concorrentes	19
2.3 - Estudo dos Fornecedores	20

2.4- Análise de mercado pós pandemia	20
3 - Plano de Marketing	22
3.1- Produtos e Serviços	22
3.2 - Preço	22
3.3 - Estratégias Promocionais	23
3.4 - Estrutura de Comercialização	24
3.5 - Localização do Negócio	24
4 - Plano Operacional	25
4.1- Layout	25
4.2- Capacidade Instalada	26
4.3- Processos Operacionais	27
4.4- Necessidade de Pessoal.....	28
5 - Plano Financeiro	29
5.1 - Investimentos Fixos	29
5.2 - Caixa Mínimo	34
5.3- Investimentos Pré-Operacionais	36
5.4 - Investimento Total	37
5.5 - Faturamento Mensal	38
5.6 - Custos de Comercialização	40
5.7 - Custos de mão-de-obra	41
5.8- Custos com Depreciação	41
5.9 - Custos Fixos Operacionais Mensais	42
5.10 - Demonstrativo de resultados	45
5.11 - Indicadores de Viabilidade	47
6 - Construção de Cenário	47
6.1- Ações preventivas e corretivas	47
7 - Avaliação estratégica.....	49

7.1- Análise da matriz F.O.F.A	49
7.2 - 5 Forças de Porter	50
7.3 - Fatores Críticos	51
7.4 - 5W2H	52
8 - Avaliação do Plano	54
8.1 - Análise do Plano	54
9.Plano de responsabilidade social.....	54
9.1 - Sustentabilidade.....	55
10 - Referências	56

1 - Sumário Executivo

1.1 Resumo

Trata-se do projeto sobre a criação de um plano de saúde para criações de animais, o Animal Heart, com sede na cidade de Aguaí-SP. O plano visa oferecer desde atendimentos , nutrição acompanhamentos até ao controle de qualidade da produção, para produtores de pequeno até grande porte, visando cuidar de toda essa parte das criações.

A nova empresa será uma EPP - Empresa de pequeno porte de responsabilidade limitada pertencente a Adilson Roberto Fernandes Simões Júnior, Danilo Henrique Monteiro de Araújo , Igor Ryan Rodrigues Zanetti , Isabela Anacleto , Letícia Lino Dias . Todos os sócios possuem experiência na área administrativa e conhecimento desse mercado. Os planos oferecidos serão desde a nutrição dos animais, atendimento veterinário regular até todo o acompanhamento da produção garantido o controle de qualidade dos animais.

O público alvo serão desde pequenos produtores até grandes produtores do Brasil.

O plano prevê investimentos para desenvolvimento do negócios, incluindo todos os investimentos desde o aluguel da sede, compra de equipamentos necessários, divulgação, capital de giro.

O investimento para a execução do projeto será da ordem de 100 mil reais, sendo de recursos próprios e de investidores, conforme abaixo:

O plano prevê todos os investimentos para o desenvolvimento do negócio, incluindo todos os investimentos como aluguel do imóvel, compra de equipamentos, instalações, divulgação, capital de giro.

O investimento para execução será da ordem de R\$ 80 mil reais, sendo 100% de recursos próprios, conforme detalhado abaixo.

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 863.875,20
Lucratividade	23,49%
Rentabilidade	394,59%
Prazo de retorno do investimento	3 meses

1.2 - Dados dos empreendedores

Nome:	Adilson Roberto Fernandes Simões Júnior		
Endereço:	Rua Joaquim de Paula Cruz nº 913 - Centro		
Cidade	Aguaí	Estado:	SP
Perfil			
<p>Natural de Aguaí - SP, 19 anos - Graduando Administração, já atuou na área pública e privada, atualmente trabalhando com gestão de estoque. Decidiu investir em nesse empreendimento na área do agronegócio para adquirir mais experiência na área e ter uma independência financeira maior.</p>			

Nome:	Danilo Henrique Monteiro de Araújo		
Endereço:	Rua Paulo Pereira Rocha, 105, Jd.Itamaraty II		
Cidade	Poços de Caldas	Estado:	MG
Perfil			
<p>Uma pessoa centrada e que sempre almeja coisas grandes, visando o bem estar de todos, sendo muito intenso naquilo que vive. Atualmente faz estágio na Divisão de Limpeza Urbana, órgão pertencente à prefeitura de sua cidade. Decidiu entrar nesse negócio pela oportunidade que foi dada e para adquirir conhecimento sobre o agronegócio , porém seu sonho é ser jornalista esportivo.</p>			

Nome:	Igor Ryan Rodrigues Zanetti		
Endereço:	Rua José Alves nº 32 - Dos Anjos		
Cidade	Aguai	Estado:	SP
Perfil			
<p>Igor Ryan Rodrigues Zanetti. 18 anos, natural de Aguai, graduando Administração e não teve experiências profissionais. Decidiu investir em um novo negócio para pôr em prática conhecimentos adquiridos no curso.</p>			

Nome:	Isabela Anacleto		
Endereço:	Rua Benedito Alves dos Santos nº 44 – Vila Namem		
Cidade	Santo Antônio do Jardim	Estado:	SP
Perfil			
<p>Isabela Anacleto , 19 anos, é natural de Espírito Santo do Pinhal -Gr Administration já atuou na área de vendas e serviços públicos. Atualmente atuadora de caixa. Decidiu investir em um novo negócio para aprimorar seus conhecimentos na área de negócios.</p>			

Nome:	Leticia Lino Dias		
Endereço:	Sítio Santa Bárbara – Santa Bárbara		
Cidade	Santo Antônio do Jardim	Estado:	SP
Perfil			
<p>Leticia Lino Dias, 19 anos, natural de Espírito Santo do Pinhal, sempre auxiliou seus pais nas atividades rurais, e atualmente faz estágio na área pública. Decidiu investir neste empreendimento pois acredita que no agronegócio ainda é um pilar muito importante para a economia brasileira, e quer adquirir mais experiência nessa área.</p>			

1.3 - Missão, Visão e Valores da Empresa

Missão

Cuidar da saúde animal de pequeno e grandes produções de animais, tirando assim a responsabilidade do criador

Visão

Em 8 anos estar em todo o território nacional, atendendo os maiores produtores do Brasil.

Valores

Atender os animais com os melhores profissionais, medicamentos e com um controle de qualidade rigoroso, cumprindo as normas nacionais e internacionais. Fazendo nosso trabalho com honestidade, ética, respeito aos animais e ao meio ambiente, com criatividade inovação.

1.4 - Setores de Atividade

O empreendimento se enquadra no setor de prestação de serviços veterinários, e comércio de medicamentos para gado de corte, sendo esse um grande setor no país.

1.5 -Forma Jurídica

A forma jurídica da empresa é a Sociedade Limitada, sendo esta muito comum no Brasil também foi a que se enquadrou melhor ao tipo de empresa, com o sistema de separação de quotas e o benefício da proteção do patrimônio dos sócios em caso de possíveis dívidas com fornecedores, logicamente que esse benefício só é válido se a empresa seguir a risca todas as regras da Sociedade Limitada.

1.6 - Enquadramento Tributário

Âmbito Federal

Através de análises, o enquadramento tributário mais vantajoso para o

empreendimento é o Simples Nacional, além de ser “Simples” pois permite o recolhimento dos impostos em uma única guia, teve uma diferença muito elevada de

valores em relação ao Lucro Presumido e Real chegando a mais de 100%

os impostos inseridos no Regime do Simples Nacional são:

Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ) Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins) Contribuição para o PIS/Pasep Contribuição Patronal Previdenciária (CPP), Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS)

Âmbito Estadual

Temos o ICMS (Imposto sobre Circulação de mercadorias e Serviços), em seu sistema de crédito e débito, onde a compra gera crédito e a venda débito para abater em um determinado valor. Não podemos esquecer também da Substituição Tributária onde o ICMS já é cobrado na indústria que conseqüentemente acabam colocando esse valor de aumento no preço de custo do produto.

É importante ficar atento com os produtos que tem substituição tributária, pois como já foi dito anteriormente eles são cobrados na indústria que imediatamente repassar esse aumento no preço de custo do produto, não é um desconto.

1.7 - Capital Social

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Adilson Roberto F. S. Júnior	R\$ 20000	20
2	Danilo Henrique M. de Araújo	R\$ 20000	20
3	Igor Ryan Rodrigues Zanetti	R\$ 20000	20
4	Isabela Anacleto	R\$ 20000	20
5	Leticia Lino Dias	R\$ 20000	20
Total		R\$ 100.000,00	100%

1.8 - Fonte de Recursos

Os recursos para abrir a Animal Heart serão provenientes das aplicações dos sócios.

Direito Empresarial

Unidade em que serão abordadas as normas de abertura de uma sociedade empresária limitada (LTDA).

A junta Comercial de São Paulo (JUCESP) disponibilizou em seu site, o passo a passo de como constituir uma empresa, sejam elas, LTDA, ME ou EIRELI.

Viabilidade

Primeiramente visitar o site da JUCESP (<http://www.institucional.jucesp.sp.gov.br/>) e preencher os dados solicitados para a viabilidade, após o preenchimento será realizado uma busca com o nome da empresa no estado para ver se há idêntico e examinar se o endereço é permitido diante zoneamento da Prefeitura.

Depois da busca, é fornecido um protocolo para consulta de andamento da viabilidade, em seguida precisará ser realizado o cadastro sincronizado na Receita Federal.

1.9 - Documentações exigidas para a abertura da empresa

Para a criação da empresa é necessário alguns documentos, como: uma Cópia autenticada do RG e CPF do titular ou dos sócios; Uma cópia do requerimento padrão (Capa da Junta Comercial); 2 cópias do FCN (Ficha de Cadastro Nacional), modelo 1; Pagamentos das taxas através de DARF. Os valores variam entre estados, para consultar é necessário acessar o site da junta comercial, para este negócio custa

aproximadamente R\$ 138,00.

1.10 - Contrato Social

Para abrir uma empresa, o documento que servirá como uma certidão de nascimento da instituição é o contrato social, nele estará os dados como a área de atuação da empresa, descrição dos sócios, número de quotas de cada um, lucros pertencentes à cada sócio e dentre outros. Porém, é necessário a validação por parte de um advogado para a criação de uma empresa limitada (LTDA), para garantir que a lei é respeitada em todos as cláusulas serão válidas.

1.11 - Registro da Empresa - Junta Comercial

Para fazer o registro de uma empresa, é necessário primeiramente dirigir-se à uma junta comercial ou mesmo um cartório de registro de pessoa jurídica estadual levando em mãos os seguintes itens:

Contrato social; Documentos de identificação(RG) e o cadastro de Pessoa Física (CPF) de todos os sócios.

1.12 - Receita Federal - CNPJ

No momento da realização do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), é preciso indicar a atividade que será exercida pela empresa, para os devidos fins tributários e de fiscalização.

Para emissão do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica, é necessário acessar o site da Receita Federal e fazer o download do arquivo do Documento Básico de Entrada, para preenchimento das informações da empresa. Além disto é necessário verificar a documentação necessária informada no site e enviar toda esta por Correios ou na própria Secretaria Especial da Receita Federal. Após o envio, a resposta da solicitação é enviada pela internet.

1.13 - Receita Estadual - IE

Empresas do ramo de produção de vendas de mercadorias e/ou bens é preciso realizar o cadastro na Secretaria Estadual da Fazenda, que é importante para obter a inscrição do ICMS, a mesma tem que ser realizada por um contador, pois ele é quem é pré-autorizado com uma senha de acesso.

Documentação para cadastro:

Para Realização do cadastro, é necessário uma série de documentos como: 3 cópias do DUC (Documento Único de Cadastro); uma cópia do DCC (Documento Complementar de Cadastro) Um comprovante de endereço de cada um dos sócios, autenticada ou original; Uma cópia autenticada do documento que prove direito de uso do imóvel (contrato de locação ou escritura pública do imóvel); número do cadastro fiscal do contador; Uma cópia do ato constitutivo; Uma cópia do CNPJ; Uma cópia do alvará de funcionamento; Uma cópia RG e CPF dos sócios; Uma Certidão Simplificada da Junta.

1.14 - Alvarás

Alvará do Corpo de Bombeiros

O alvará dos bombeiros é necessário para áreas e edificações com risco de incêndio, chamada de APPCI (Alvará de Proteção e Prevenção Contra Incêndios). É emitido pelo corpo de bombeiros que avalia o grau de risco da área.

Alvará de funcionamento

Para que haja o funcionamento de um estabelecimento comercial ou de uma empresa, prestadores de serviço e indústrias é necessário possuir um alvará de funcionamento, ou seja, uma licença mostrando a localização da empresa, condição para prestar o serviço ou produzir o produto, ele deve ser solicitado na prefeitura municipal e o procedimento para o possui ló varia de acordo com a legislação de cada município.

Documentos exigidos:

Os documentos necessários para a solicitação do alvará são: Formulário próprio da prefeitura; Consulta prévia de endereço aprovada; Uma cópia do CNPJ; Cópia do Contrato Social e Laudo dos órgãos de vistoria.

Exigências da Vigilância Sanitária

Manual de Boas Práticas

O Manual de Boas Práticas é um documento onde se anexa as atividades administrativas da empresa, onde se certifica se não há nenhuma restrição nos equipamentos que os clientes terão acesso, como banheiros e bebedouros, mantendo o bom estado de tais funcionalidades.

POP

Procedimento Operacional Organizado, que é um documento que formaliza as práticas da vigilância sanitária, que há frequência de conclusão e deve ser especificada as funções de cada sócio e funcionário para o pleno conhecimento de todos. Na sede da Animal Heart, deve ser implementados nas seguintes ocasiões:

- Controle de pragas da sede
- Higienização das salas, cozinha e banheiro

2 - Análise de mercado

2.1- Estudo dos clientes

Público-alvo (perfil dos clientes)

Criadores de gado para corte, desde de o pequeno até o grande produtor, que buscam facilidade e segurança no processo de criação. A média da faixa etária é de 45 anos.

Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

Criadores de bovinos que desejam aumentar a segurança e qualidade da produção de maneira simples.

A Animal Heart quer proporcionar aos seus clientes mais comodidade, segurança e facilidade no processo de produção, e visando isso a empresa fará um acompanhamento completo dos animais.

Área de abrangência (onde estão os clientes?)

O empreendimento localiza-se na cidade de Aguaí, atendendo a população da cidade e região.

2.2 - Estudo dos concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes	Garantias oferecidas
Elanco	Alta	Acessíveis	Dinheiro, Cartão e cheque	Av. Morumbi em São Paulo	Segunda à Sexta	Melhoria do dos animais de produção, devido ao suporte oferecido	Aditivos de qualidade, medicamentos e outras inovações da saúde animal.

Conclusões

A Elanco é uma startup multinacional com muitos anos de mercado, e oferece uma variedade de medicamentos de alta qualidade para diversos animais, porém o foco majoritário da empresa é fabricar medicamentos e produtos para a saúde animal, oferecendo apenas um tipo de serviço sendo este um suporte ao produtor. Devido a prioridade dessa empresa em produzir medicamentos, podemos olhar para ela não somente como concorrente mais também como um de nossos possíveis fornecedores. Diante desse cenário com poucos concorrentes e em um mercado tão promissor, podemos concluir que nossa empresa está atuando em um oceano azul, aumentando assim nossas chances de sucesso.

2.3 - Estudo dos Fornecedores

Nº	Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazos de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	Medicamentos Veterinários	Agroline	Diversos	Cartão e boleto bancário	15 dias	Mato Grosso
2	Materiais Veterinários	Ortovet	Diversos	Cartão e Boleto bancário	14 dias	São Paulo - SP

2.4 - Análise de mercado pós pandemia

Atualmente o cenário que está se passando é de uma pandemia mundial de coronavírus, e fica uma pulga atrás da orelha de todos, no caso, como vamos manter uma empresa com todos os problemas nos assombrando. Nós da Animal Heart nos comprometemos a designar um cenário de projeção assim que a pandemia for controlada.

Baseada na opinião de alguns especialistas, pode se concluir que o mercado brasileiro terá o agronegócio como um dos seus corações, já que ainda com a pandemia, a pasta da agricultura não vem sofrendo muitos danos em

relação a crise, pois apesar de algumas quedas, os lucros ainda estão se mantendo através de exportações.

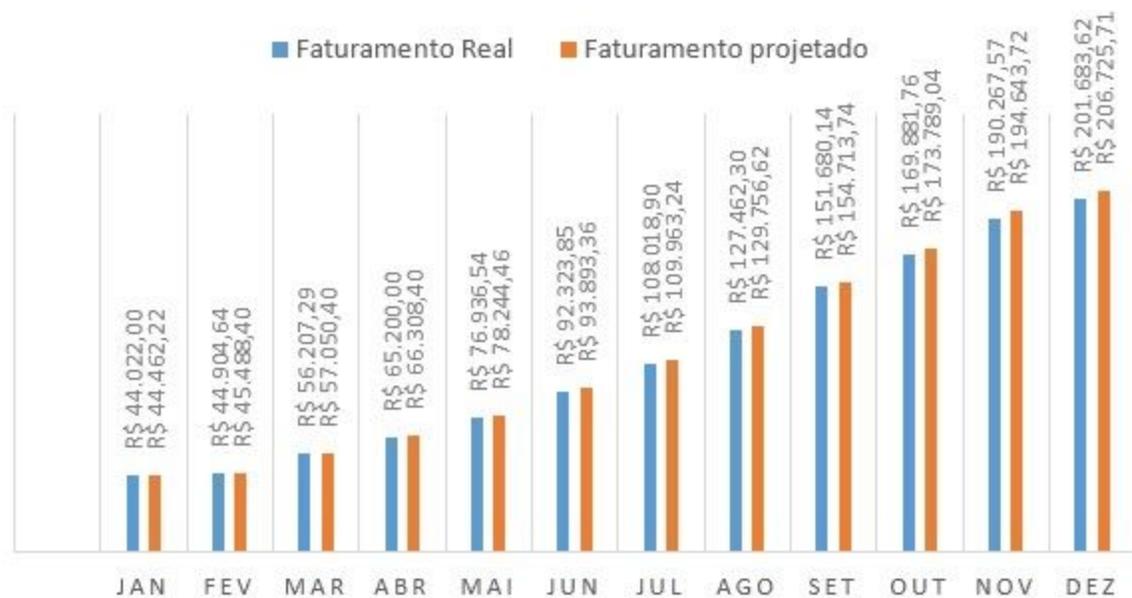
Apesar de uma queda nos dois primeiros meses deste ano, um banco holandês projeta novo recorde nas exportações brasileiras, chegando a crescer 10% chegando a exportar 2 milhões de toneladas de carne bovina, superando as 1,8 milhões de toneladas do ano passado.

Diante desse cenário promissor envolvendo todo o agronegócio, os especialistas alegaram que o crescimento dos empregos do país pode ser até de 4%, isso levando em conta apenas esse setor.

Eles ainda continuam projetando que o crescimento pode chegar de 1% á 2,5% de forma gradativa no faturamento mensal levando em consideração todo o ano, e que segundo a UOL economia a agropecuária seria o único setor com previsão de alta.

Assim, foi feita uma simulação com base nas porcentagens retratadas e nos nossos valores já existentes, como mostra o gráfico abaixo:

PROJEÇÃO PÓS PANDEMIA(2021)



O faturamento em azul, foi feito com base em nossa expectativa de crescimento conforme a empresa for conquistando o mercado; e o faturamento projetado foi

baseado no crescimento do mercado agropecuário uma vez que o nosso objetivo é crescer juntamente com o mercado.

3 - Plano de Marketing

3.1- Produtos e Serviços

-Atendimentos veterinários

-Exames

-Acompanhamento do desenvolvimento da criação desde o início até o fim (abate)

-Controle de qualidade total

3.2- Preço

A estrutura deve ser estudada detalhadamente, pois é praticamente o termômetro pra saber se o consumidor vai adquirir seu produto ou não, a idéia da empresa é oferecer uma política de preços pela qualidade do produto que esta oferecendo. Com o aumento das vendas e conforme a consolidação da empresa no mercado, essa política de preços poderá ser revisada mas sempre respeitando os clientes para que fiquem cada vez mais satisfeitos.

Para chegar no valor final de preço, foi realizada uma pesquisa de mercado.Foi definida uma média de 25% de margem, que é considerada uma média para a área pecuária, podendo alterar dependendo do serviço prestado individualmente a cada rebanho.

Para elaborar os preços foram utilizados os seguintes critérios:

- Tamanho da produção,
- Duração de contrato,
- Porte dos animais,
- Serviços prestados.

3.3- Estratégias Promocionais

A Animal Heart pretende estar inserida em todas as mídias sociais, além de sua plataforma principal, realizando várias promoções como, por exemplo: Desconto de parceiros. Nesse caso seria um cartão fidelidade para aqueles já tenham utilizados nossos serviços desta maneira tendo 10% de desconto na assinatura de um novo contrato. Temos também o desconto por indicação para cada indicado que assinar um plano quem o indicou receberá um desconto de 3% a 5% por novo plano. O marketing “boca a boca” sem dúvida vai ser fundamental, pois um cliente satisfeito com o serviço pode compartilhar sua experiência com cerca de três pessoas. Já por sua vez o consumidor insatisfeito compartilhar com cerca de sete pessoas, mais que o dobro do valor anterior, por isso temos como objetivo prestar sempre o serviço da melhor maneira possível.

Planos de desconto:

- Descontos por quantidade,
- Descontos por tempo de duração,
- Descontos indicação,
- Desconto por fidelidade.

3.4- Estrutura de Comercialização

A maior parte dos atendimentos será realizado via plataforma e telefone, onde os clientes serão atendidos pelo respectivo departamento. Já para as assinaturas de contratos e outros atendimentos que necessitam ser pessoalmente os clientes encontraram em nossa sede um ambiente totalmente agradável para melhor atendê los.

O horário de atendimento é de segunda a sexta-feira das 08h00min às 17h00min.

3.5- Localização do Negócio

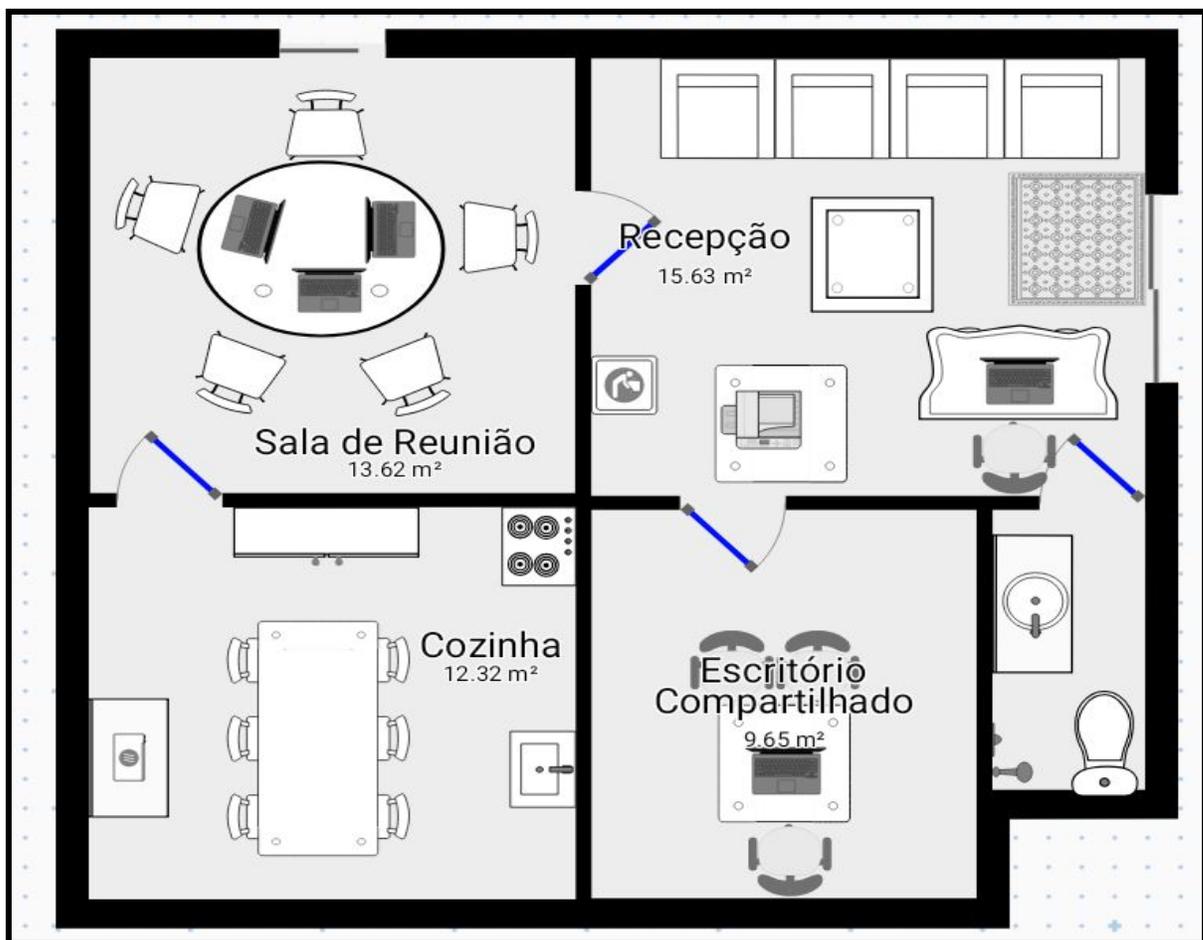
Endereço:	Joaquim de Paula Cruz nº 913
Bairro:	Centro
Cidade:	Aguaí
Estado:	São Paulo
Fone:	(19) 3652-2002
Celular:	(19) 98965-4849

Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha:

A sede administrativa vai ser no Centro de Aguaí – SP, pelo fato dos atendimentos serem realizados nas próprias propriedades onde os animais de encontram. A localização da empresa no caso foi escolhida por estar em uma região de fácil acesso com diversos pecuaristas de pequeno e alguns de grande porte.

4 - Plano Operacional

4.1- Layout



A Sede Administrativa da Animal Heart será um escritório de 55 metros quadrados, como mostra o layout, com uma recepção, um escritório compartilhado para atender os clientes, um escritório para reunião dos sócios, uma cozinha e um banheiro de livre acesso.

4.2- Capacidade Instalada

Qual a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?

A capacidade de atendimentos e acompanhamentos prestados é de aproximadamente 30 por mês, sendo variável de acordo com o fechamento de novos planos, levando ao fechamento de contrato com novos profissionais para que realizem esses serviços tornando o número total variável. Lembrando que cada cliente tem sua demanda específica de acordo com o tamanho de sua produção fazendo variar o tempo gasto para a realização do mesmo.

Qual será o volume de produção (ou serviço) e comercialização iniciais?

A estimativa de atendimentos iniciais é de 12 produções mensais, sendo assim 3 por semana. De acordo com estes fatores de aumento dos contratos de planos o número de atendimentos irá andar em sincronização com a comercialização

3- Processos Operacionais

Compras:

As compras serão feitas pelo sócio Danilo, com base na demanda de materiais utilizados nos atendimentos.

SAC (suporte aos clientes) e Marketing:

Todo o suporte aos clientes e a parte de divulgação será realizado pela sócia Letícia solucionando eventuais dúvidas e problemas com nossos clientes.

A parte de divulgação, conquista de novos contratos e exploração de novos mercados em potencial será realizado pela sócia Letícia, responsável pela imagem da empresa no mercado.

Representante/vendas:

Fechar novos contratos de planos, visitar clientes, cuidar das metas de vendas, essa função será realizada pelo nosso sócio Igor.

Financeiro:

Contas a pagar e receber, os controles financeiros e novos investimentos, serão feitos pelo nosso sócio Adilson.

Limpeza:

Será realizada por cada membro a cuidar de seu setor.

Supervisor de pessoal em campo:

Será responsável por fiscalizar se os serviços estão sendo prestados da maneira adequada pelos terceiros e será responsável por cuidar do pessoal, desde feedback dos clientes sobre o atendimento até a escolha de qual profissional irá realizar os serviços, esta função será exercida pela sócia Isabela.

4.4- Necessidade de Pessoal

Nº	Cargo/ Função	Qualificações necessárias
1	Compras	Conhecimentos sobre a demanda de produtos da empresa, utilização do poder de compra visando a diminuição dos gastos a partir de negociações.
1	SAC (suporte ao cliente)	Boa comunicação, experiência com o atendimento ao público e proatividade para prestar suporte ao cliente.
1	Marketing	Facilidade em detectar meios de produção e ofertas de mercadorias ou serviços de acordo com as necessidades e preferências dos consumidores, criatividade com pesquisas de mercado, design, campanhas publicitárias, atendimentos pós-venda entre outros.
1	Representante/vendas	Boa comunicação, carisma e simpatia para prestar um bom atendimento ao cliente.
1	Financeiro	Graduação em administração e experiência na área de compra e venda e planilhas.
1	Limpeza	Capacidade de incentivar à equipe a colaborar com a limpeza do local, sendo limpo e organizado para o bom

		desempenho de todos os envolvidos.
1	Supervisor de pessoal em campo	Conhecimento dos processos de produção, poder de persuasão, liderança, e conhecimentos de gestão.

5 - Plano Financeiro

5.1 - Investimentos Fixos

A- Imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
Subtotal (A)				R\$ 0,00

B- Máquinas e Equipamentos

1.2) MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS				
Item	Descrição	Quantidade	Valor unitário - R\$	Total - R\$
1	Ar Condicionado	2,0	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00
2				R\$ 0,00
3				R\$ 0,00
4				R\$ 0,00
5				R\$ 0,00
6				R\$ 0,00
7				R\$ 0,00
8				R\$ 0,00
9				R\$ 0,00
10				R\$ 0,00
11				R\$ 0,00
12				R\$ 0,00
13				R\$ 0,00
14				R\$ 0,00
15				R\$ 0,00
16				R\$ 0,00
17				R\$ 0,00
18				R\$ 0,00
19				R\$ 0,00
20				R\$ 0,00
Sub-total				R\$ 3.000,00

D- Móveis e Utensílios

1.3) MÓVEIS E UTENSÍLIOS				
Item	Descrição	Quantidade	Valor unitário - R\$	Total - R\$
1	Mesas de escritório	5,0	R\$ 400,00	R\$ 2.000,00
2	Cadeiras de escritório	15,0	R\$ 260,00	R\$ 3.900,00
3	Bebedouros elétrico	2,0	R\$ 450,00	R\$ 900,00
4	Frigobar	1,0	R\$ 700,00	R\$ 700,00
5	Microondas	1,0	R\$ 350,00	R\$ 350,00
6				R\$ 0,00
7				R\$ 0,00
8				R\$ 0,00
9				R\$ 0,00
10				R\$ 0,00
11				R\$ 0,00
12				R\$ 0,00
13				R\$ 0,00
14				R\$ 0,00
15				R\$ 0,00
16				R\$ 0,00
17				R\$ 0,00
18				R\$ 0,00
19				R\$ 0,00
20				R\$ 0,00
Sub-total				R\$ 7.850,00

E - Equipamentos de Informática

1.4) EQUIPAMENTOS DE PROCESSAMENTOS DE DADOS (informática)				
Item	Descrição	Quantidade	Valor unitário - R\$	Total - R\$
1	Notebook	5,0	R\$ 2.000,00	R\$ 10.000,00
2	Roteador	1,0	R\$ 150,00	R\$ 150,00
3	Impressora	1,0	R\$ 700,00	R\$ 700,00
4	Telefone Fixo	1,0	R\$ 60,00	R\$ 60,00
5				R\$ 0,00
6				R\$ 0,00
7				R\$ 0,00
8				R\$ 0,00
9				R\$ 0,00
10				R\$ 0,00
11				R\$ 0,00
12				R\$ 0,00
13				R\$ 0,00
14				R\$ 0,00
15				R\$ 0,00
16				R\$ 0,00
17				R\$ 0,00
18				R\$ 0,00
19				R\$ 0,00
20				R\$ 0,00
			Sub-total	R\$ 10.910,00

F - Veículos

1.5) VEÍCULOS				
Item	Descrição	Quantidade	Valor unitário - R\$	Total - R\$
1	Carro popular	1,0	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00
2	Atrelado para animais vivos	1,0	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00
3				R\$ 0,00
4				R\$ 0,00
5				R\$ 0,00
Sub-total				R\$ 50.000,00
Total dos investimentos fixos				R\$ 71.760,00

5.2 - Caixa Mínimo

2.6 - NECESSIDADE DE CAIXA MÍNIMO EM R\$		
Item	Descrição	Valor
1	Custo fixo mensal	33.145,48
2	Custo variável mensal	26.013,00
3	Custo total da empresa (custo fixo + custo variável)	59.158,48
4	Custo total diário (custo total da empresa ÷ 30 dias)	1.971,95
5	Necessidade líquida de capital de giro em dias (item 2.5)	-
Caixa mínimo necessário (item 4 x item 5)		-

Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

2.2 - CONTAS A RECEBER - Cálculo do prazo médio de vendas				
Item	Prazo médio de vendas	%	Número de dias	Média ponderada (dias)
1	a vista	0,00%	0	0,0
2	a prazo (1)	100,00%	30	30,0
3	a prazo (2)	0,00%	60	0,0
4	a prazo (3)	0,00%	90	0,0
5	a prazo (4)	0,00%	120	0,0
6	a prazo (5)	0,00%	180	0,0
Total		100,00%	Prazo médio (dias)	30,0

Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

2.3 - CONTAS A PAGAR - Cálculo do prazo médio de compras				
Item	Prazo médio de compras	%	Número de dias	Média ponderada (dias)
1	a vista	0,00%	0	0,00
2	a prazo (1)	100,00%	30	30,00
3	a prazo (2)	0,00%	60	0,00
4	a prazo (3)	0,00%	90	0,00
5	a prazo (4)	0,00%	120	0,00
6	a prazo (5)	0,00%	180	0,00
Total		100,00%	Prazo médio (dias)	30,00

Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos de terceiros no caixa da empresa		
3	Contas a pagar - Prazo médio de compras (item 2.3)	30,0
Sub-total (2)		30,0
Necessidade líquida de capital de giro em dias (sub-total 1 - sub-total 2)		-

Capital de Giro

2.7 - Necessidade de Capital de giro em R\$		
Item	Descrição	Valor
1	Estoque inicial (item 2.1)	-
2	Caixa mínimo necessário (item 2.6)	-
Total do capital de giro		-

5.3 - Investimentos Pré-Operacionais

3.1 - INVESTIMENTOS PRE-OPERACIONAIS		
Item	Investimento Pré-Operacional	Total - R\$
1	Despesas de legalização	R\$ 2.600,00
2	Divulgação	R\$ 5.000,00
3	Cursos e treinamentos	R\$ 0,00
4	Outras despesas	R\$ 0,00
Total		R\$ 7.600,00

5.4 Investimento total e Fonte de Recursos

4.1 - INVESTIMENTO TOTAL			
Item	Descrição dos investimentos	Valor	%
1	Investimentos fixos	71.760,00	90,00%
2	Necessidade de Capital de Giro	-	0,00%
3	Investimento pré-operacional	7.600,00	10,00%
Total		79.360,00	100,00%

4.2 - FONTE DE RECURSOS			
Item	Fonte dos recursos	Valor	%
1	Recursos próprios	79.360,00	100,00%
2	Recursos de terceiros	-	0,00%
3	Outros		0,00%
Total		79.360,00	100,00%

5.5 Faturamento Mensal

5.1) FATURAMENTO MENSAL				
Item	Descrição do Produto ou Serviço	Quantidade	Preço de venda unitário - R\$	Total - R\$
1	Contratos de plano de saúde	12,00	R\$ 3.335,00	40.020,00
2				-
3				-
4				-
5				-
6				-
7				-
8				-
9				-
10				-
11				-
12				-
13				-
14				-
15				-
16				-
17				-
18				-
19				-
20				-
Total				40.020,00

Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6
44.022,00	49.304,64	56.207,29	65.200,46	76.936,54	92.323,85
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-

Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL ANUAL
108.018,90	127.462,30	151.680,14	169.881,76	190.267,57	201.683,62	1.332.989,05
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
108.018,90	127.462,30	151.680,14	169.881,76	190.267,57	201.683,62	1.332.989,05

5. 6 Gastos mensais com comercialização

6.1 - GASTOS MENSAIS COM COMERCIALIZAÇÃO				
Item	Gastos com vendas	%	Faturamento Estimado - R\$	Gasto total - R\$
1	Propaganda e Publicidade	10,00%	40.020,00	4.002,00
2	Site	5,00%	40.020,00	2.001,00
3	Veterinários (Prestadores de serviço)	50,00%	40.020,00	20.010,00
4			40.020,00	-
5			40.020,00	-
6			40.020,00	-
7			40.020,00	-
8			40.020,00	-
9			40.020,00	-
10			40.020,00	-
11			40.020,00	-
12			40.020,00	-
13			40.020,00	-
14			40.020,00	-
15			40.020,00	-
16			40.020,00	-
17			40.020,00	-
18			40.020,00	-
19			40.020,00	-
20			40.020,00	-
Total				26.013,00

5.7 - Custos de mão-de-obra

No Salário Mensal Subtotal Encargos Sociais Total

7.1 - CUSTO MENSAL DA MÃO DE OBRA							
Item	Função	Nº de Empregados	Salário mensal Mensal - R\$	Sub-total R\$	% de Encargos Sociais	Encargos Sociais - R\$	Total em R\$
1				-		-	-
2				-		-	-
3				-		-	-
4				-		-	-
5				-		-	-
6				-		-	-
7				-		-	-
8				-		-	-
9				-		-	-
10				-		-	-
11				-		-	-
12				-		-	-
13				-		-	-
14				-		-	-
15				-		-	-
16				-		-	-
17				-		-	-
18				-		-	-
19				-		-	-
Total		-	-	-	-	-	-

Não possuímos custos com mão de obra pois, os veterinários serão terceirizados e os demais cargos vão ocupados pelos próprios sócios.

5.8- Custos com Depreciação

8.1 - CUSTS COM DEPRECIÇÃO - ANUAL					
Item	Descrição	Valor - R\$	Vida Útil em anos	Deprec. anual - R\$	Deprec. mensal - R\$
1	Imóveis	-	25	-	-
2	Máquinas e equipamentos	3.000,00	10	300,00	25,00
3	Móveis e utensílios	7.850,00	10	785,00	65,42
4	Equipamentos de processamento de dados (informática)	10.910,00	5	2.182,00	181,83
5	Veículos	50.000,00	5	10.000,00	833,33
6				-	-
7				-	-
8				-	-
9				-	-
10				-	-
Total		71.760,00	-	13.267,00	1.105,58

5.9 - Custo Fixos operacionais mensais

9.1 - GASTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS		
Item	Descrição	Valor Mensal \$
1	Aluguel	700,00
2	Condomínio	
3	IPTU	-
4	Água	90,00
5	Energia elétrica	300,00
6	Telefone	49,90
7	Honorários do contador	200,00
8	Pró-labore	10.000,00
9	Manutenção dos equipamentos	70,00
10	Salários + encargos – item 7	-
11	Material de limpeza	50,00
12	Material de escritório	100,00
13	Combustível	280,00
14	Taxas diversas	-
15	Serviços de terceiros	20.200,00
16	Depreciação – item 8	1.105,58
17	Outras despesas	-
Total		33.145,48

Projeção dos Custos

9.2 - EXPECTATIVA CRESCIMENTO GASTOS FIXOS - %	
Mês	% de crescimentos dos gastos fixos
1	0,50%
2	0,80%
3	0,80%
4	1,00%
5	0,20%
6	0,10%
7	0,70%
8	0,90%
9	0,50%
10	1,20%
11	1,00%
12	0,30%

Gastos Fixos Operacionais Anual

9.3 - Gastos fixos operacionais - anual - R\$					
Item	Descrição	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4
1	Aluguel	703,50	709,13	714,80	721,95
2	Condomínio	-	-	-	-
3	IPTU	-	-	-	-
4	Água	90,45	91,17	91,90	92,82
5	Energia elétrica	301,50	303,91	306,34	309,40
6	Telefone	50,15	50,55	50,95	51,46
7	Honorários do contador	-	-	-	-
8	Pró-labore	25.000,00	25.200,00	25.401,60	25.655,62
9	Manutenção dos equipamentos	70,35	70,91	71,48	72,19
10	Salários + encargos – item 7	-	-	-	-
11	Material de limpeza	50,25	50,65	51,06	51,57
12	Material de escritório	100,50	101,30	102,11	103,13
13	Combustível	281,40	283,65	285,92	288,78
14	Taxas diversas	-	-	-	-
15	Serviços de terceiros	20.301,00	20.463,41	20.627,12	20.833,39
16	Depreciação – item 8	1.105,58	1.114,42	1.123,34	1.134,57
17	Outras despesas	-	-	-	-
Total		48.054,68	48.439,10	48.826,62	49.314,88

9.3 - Gastos fixos operacionais - anual - R\$

Item	Descrição	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8
1	Aluguel	723,39	724,11	729,18	735,74
2	Condomínio	-	-	-	-
3	IPTU	-	-	-	-
4	Água	93,01	93,10	93,75	94,59
5	Energia elétrica	310,02	310,33	312,50	315,31
6	Telefone	51,56	51,61	51,97	52,44
7	Honorários do contador	-	-	-	-
8	Pró-labore	25.706,93	25.732,64	25.912,77	26.145,98
9	Manutenção dos equipamentos	72,33	72,40	72,91	73,57
10	Salários + encargos – item 7	-	-	-	-
11	Material de limpeza	51,67	51,72	52,08	52,55
12	Material de escritório	103,34	103,44	104,16	105,10
13	Combustível	289,36	289,65	291,68	294,31
14	Taxas diversas	-	-	-	-
15	Serviços de terceiros	20.875,06	20.895,94	21.042,21	21.231,59
16	Depreciação – item 8	1.136,84	1.137,98	1.145,95	1.156,26
17	Outras despesas	-	-	-	-
Total		49.413,51	49.462,92	49.809,16	50.257,44

9.3 - Gastos fixos operacionais - anual - R\$

Item	Descrição	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
1	Aluguel	739,42	748,29	755,77	758,04
2	Condomínio	-	-	-	-
3	IPTU	-	-	-	-
4	Água	95,06	96,20	97,16	97,45
5	Energia elétrica	316,89	320,69	323,90	324,87
6	Telefone	52,70	53,33	53,86	54,02
7	Honorários do contador	-	-	-	-
8	Pró-labore	26.276,71	26.592,03	26.857,95	26.938,52
9	Manutenção dos equipamentos	73,94	74,83	75,58	75,81
10	Salários + encargos – item 7	-	-	-	-
11	Material de limpeza	52,81	53,44	53,97	54,13
12	Material de escritório	105,63	106,90	107,97	108,29
13	Combustível	295,78	299,33	302,32	303,23
14	Taxas diversas	-	-	-	-
15	Serviços de terceiros	21.337,75	21.593,80	21.809,74	21.875,17
16	Depreciação – item 8	1.162,04	1.175,98	1.187,74	1.191,30
17	Outras despesas	-	-	-	-
Total		50.508,73	51.114,82	51.625,96	51.780,83

Fixos Operacional

5

10.1 - Demonstrativo Mensal de Resultados						
Descrição	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6
Receita total de vendas	44.022,00	49.304,64	56.207,29	65.200,46	76.936,54	92.323,85
Impostos (Simples Nacional)	4.327,36	4.846,65	5.525,18	6.409,20	7.562,86	9.075,43
(=) Receita Líquida	39.694,64	44.457,99	50.682,11	58.791,25	69.373,68	83.248,41
(-) Gastos Variáveis						
Gastos com comercialização	26.013,00	26.013,00	26.013,00	26.013,00	26.013,00	26.013,00
Total dos gastos variáveis	26.013,00	26.013,00	26.013,00	26.013,00	26.013,00	26.013,00
(=) Margem de Contribuição	13.681,64	18.444,99	24.669,11	32.778,25	43.360,68	57.235,41
(-) Gastos Fixos						
Gastos fixos operacionais	48.054,68	48.054,68	48.054,68	48.054,68	48.054,68	48.054,68
(=) Resultado operacional	- 34.373,04	- 29.609,69	- 23.385,57	- 15.276,43	- 4.694,00	9.180,73

5.10 - Demonstrativo de resultado

Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
108.018,90	127.462,30	151.680,14	169.881,76	190.267,57	201.683,62
10.618,26	12.529,54	14.910,16	16.699,38	18.703,30	19.825,50
97.400,64	114.932,76	136.769,98	153.182,38	171.564,26	181.858,12
26.013,00	26.013,00	26.013,00	26.013,00	26.013,00	26.013,00
26.013,00	26.013,00	26.013,00	26.013,00	26.013,00	26.013,00
71.387,64	88.919,76	110.756,98	127.169,38	145.551,26	155.845,12
48.054,68	48.054,68	48.054,68	48.054,68	48.054,68	48.054,68
23.332,96	40.865,08	62.702,30	79.114,70	97.496,58	107.790,44

Resultado Operacional

10.2 - Demonstrativo Anual de Resultados		
Descrição	Valor Anual	%
Receita total de vendas	1.332.989,05	100,00%
Simples Nacional	131.032,82	-9,83%
(=) Receita Líquida	1.201.956,23	90,17%
(-) Gastos Variáveis		
Gastos com comercialização	312.156,00	25,97%
Total dos gastos variáveis	312.156,00	25,97%
(=) Margem de Contribuição	889.800,23	74,03%
(-) Gastos Fixos		
Gastos fixos operacionais	576.656,16	47,98%
(=) Resultado operacional	313.144,07	26,05%

5.11 - Indicadores de Viabilidade

12.6 - Resumo dos indicadores de viabilidade econômica		
Item	Descrição	Valor
1	Ponto de equilíbrio - R\$	863.875,20
2	Lucratividade - %	23,49%
3	Rentabilidade - %	394,59%
4	Prazo de retorno - anos	0,25
5	Fluxo de Caixa Descontado - R\$	1.430.706,92

6 - Construção de Cenário

6.1- Ações preventivas e corretivas

13.1 - Construção de Cenários			Queda nas vendas	10,00%	Crescimento das vendas	15,00%
Descrição	Cenário Provável		Cenário Pessimista		Cenário Otimista	
Receita total de vendas	1.332.989,05	110,90%	1.199.690,14	110,90%	1.532.937,41	110,90%
Lucro Presumido	131.032,82	10,90%	117.929,54	10,90%	150.687,75	10,90%
(=) Receita Líquida	1.201.956,23	100,00%	1.081.760,60	100,00%	1.382.249,66	100,00%
(-) Gastos Variáveis						
Gastos com comercialização	312.156,00	25,97%	280.940,40	25,97%	358.979,40	25,97%
Total dos gastos variáveis	312.156,00	25,97%	280.940,40	25,97%	358.979,40	25,97%
(=) Margem de Contribuição	889.800,23	74,03%	800.820,20	74,03%	1.023.270,26	74,03%
(-) Gastos Fixos						
Gastos fixos operacionais	576.656,16	47,98%	576.656,16	53,31%	576.656,16	41,72%
(=) Resultado operacional	313.144,07	26,05%	224.164,04	20,72%	446.614,10	32,31%

Ações corretivas e preventivas

A prevenção deve sempre ser priorizada a fim de evitar problemas, ainda que exista situações que estão fora do controle. Deve-se prevenir a fim de que os clientes não tenham vontade de trocar de empresa, fazer com que eles se sintam parte importantíssima da empresa. Para isto é possível utilizar-se de diversas estratégias, como: metodologia de preços justas, atendimento excepcional antes e depois da assinatura do contratos, além de serviços de qualidade.

Os temas citados acima são considerados pilares de sustentação para montar um cenário otimista.

Tratar os clientes com educação, agregar valor ao consumidor através dos serviços e criar uma comunicação eficiente entre os colaboradores também são partes cruciais do processo.

Como existem situações que fogem do controle, após estas acontecerem, é necessário buscar a solução para o problema, agindo rápido e com eficiência para ajudar o cliente sempre. Também é preciso interagir em redes sociais para receber feedbacks e usá-los para aprimorar a empresa, é necessário também criar mais publicidades e sempre orientar os colaboradores em erros cometidos individualmente ou coletivamente por eles.

7 - Avaliação estratégica

7.1- Análise da matriz F.O.F.A

Pontos Fortes

	Fatores Internos	Fatores Externos
Pontos Fortes	<p>Forças</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atendimento na localidade - preço - Condição de pagamento - Controle de qualidade 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aumento na demanda de carne - Aprimoramento da tecnologia - Aumento na produção - Expansão do marketing
Pontos Fracos	<p>Fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Empresa nova no mercado - Receio dos produtores - Localização 	<p>Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrada de novos concorrentes - Aumento do custo de produção - Impostos mais altos.

Ações:

Aproveitar Oportunidades, Enaltecer as forças. Diminuir as Fraquezas,
Prevenir as ameaças.

7.2 - 5 Forças de Porter

Qual a rivalidade entre as concorrentes ?

Não há concorrentes diretos.

Quais são os produtos e serviços substitutos?

O produto substituto é apenas o próprio serviço prestado, diretamente com os veterinários ou com as clínicas.

Qual o poder da barganha dos fornecedores?

Através de compra numerosa dos materiais veterinários, a fim de gerar descontos e melhores formas de pagamento.

Como evitar/atrapalhar a entrada de novos concorrentes?

Mantendo a excelência de qualidade e preços justos, focando em manter a fidelidade da clientela.

Qual o poder de barganhas dos clientes?

Assinando os contratos por tempos maiores podem gerar descontos por indicação que gerem novos clientes, planos, conjuntos, dentre outros.

Qual será o posicionamento competitivo da sua empresa?

Produto de qualidade, interação nos canais de comunicação, localização privilegiada, tecnologia no atendimento. O público alvo são adultos e crianças, prezando sempre pela qualidade dos produtos. Um exemplo seria as verduras, legumes e frutas sem agrotóxicos.

7.3 - Fatores Críticos

Garantia da Qualidade: oferecer os melhores serviços atendendo as necessidades da criação garantindo uma carne de qualidade.

Atendimento Eficaz: contando com excelentes profissionais para a execução dos serviços, atendimento em pouco tempo, exatidão nos resultados das performances do desenvolvimento do gado.

Fidelização de Clientes: Criar descontos em contratações de novos e em contratos mais longos, parcerias, descontos por indicação dentre outros

. Preço Competitivo: Ótimos serviços realizados a um preço justo, adequado a cada contrato tornando o seu valor mais acessível.

Confiabilidade: atender todas as normas técnicas de segurança, fazer com que o produtor confie no nosso trabalho.

7.4 – 5W2H

Objetivo: Prestação de Serviço

Meta: Fidelizar clientes, expandir para toda a região do país, prestando serviços de qualidade.

What (O que será feito?)

Atendimento veterinário e acompanhamento da criação, desta forma garantindo o selo de qualidade.

Why (Porque?)

Para atender todos os clientes, desde o grande ao pequeno produtor.

Who (Quem?)

Os atendimentos serão realizados por prestadores de serviços da empresa.

Where (Onde?)

Nas próprias localidades que os animais se encontram.

When (Quando?)

Em média uma visita por semana em cada produção.

How (Como?)

Os serviços serão prestados por excelentes profissionais, tendo um supervisor junto garantindo a qualidade do atendimento e da produção.

How Much (Quanto Custa?)

Cada serviço será prestado de acordo com a necessidade e o contrato de cada cliente tornando o preço de cada contrato único.

8 - Avaliação do Plano

8.1- Análise do Plano

O plano de negócio foi elaborado com o intuito de guiar a abertura desse novo negócio e para o mais importante orientar sobre qualquer mudança no rumo da empresa, seja ela positiva ou negativa, o plano também poderia apresentar sua viabilidade para investidores, que será o caso na hora de expandir a empresa, mas não neste momento pois os recursos necessários para começar a empresa virá a ser próprio dos sócios.

Em base na análise desse plano, concluímos que o negócio é viável pois se encontra em um oceano azul neste mercado, possibilitando um crescimento promissor e constante, atraindo por sua vez novos investidores desta forma com o aumento do capital a empresa com suas estratégias de mercado.

Por estar relacionada a um mercado que movimenta em média 400 bilhões de reais anuais, na área de saúde do animal pouco explorada em relação às outras áreas do agronegócio. Pretendemos ser pioneiros em inovação neste ramo.

Por este e demais motivo a empresa se torna viável com grandes perspectivas de crescimento, com um mercado pouco concorrido tornando a ideal para se tornar a próxima startup unicórnio.

9 - Responsabilidade Social

9.1 - Ética

Durante nossas pesquisas para a realização desse trabalho, percebemos que existem alguns problemas quanto a maneira como são realizadas as exportações de gado em pé (termo que é utilizado para se referir ao transporte do animal com vida), e

também percebemos problemas quanto ao abate dos animais. Em ambos os casos os animais são submetidos a situações de maus tratos, onde são transportados com uma superlotação, não conseguem se alimentar adequadamente durante as exaustivas e longas viagens, existe a utilização de choque, e os animais passam por extensos períodos de estresse causados pelo embarque, e durante o processo de abate eles passam sofrimento desnecessário. Além das situações de maus tratos, não só em locais de abate, porém tudo onde envolve animais, como por exemplo em cidades turísticas que há a atividade de charretes, os equinos são colocados a situações calamitosas como agressão ou até abuso sexuais dos animais.

Sobretudo a fiscalização desse processo é realizada de forma obscura, e acontecem em muitos frigoríficos processos envolvendo lavagem de dinheiro, fuga de divisas e até transporte de drogas.

Diante desse triste cenário, nossa empresa fará e apoiará trabalhos para humanizar todo esse processo, fornecendo os conhecimentos necessários para o frigorífico, e exigindo novos procedimentos para o abate e transporte de animais. Nossa proposta é acompanhar o abate e exigir normas como:

- Rampas menos inclinadas para evitar a queda dos animais;
- Pisos antiderrapante;
- Insensibilização dos animais antes do abate.

Essas serão algumas normas exigidas para humanizar o abate, e assim também garantir um controle de qualidade rigoroso.

9.1 Sustentabilidade

Outro problema que a produção de gado causa é o desmatamento. Gados para corte geralmente necessitam de uma vasta área para que o animal fique solto no pasto, e esse problema ainda é em grandes produções.

Nossa iniciativa é aconselhar o produtor a favor uma espécie de rodízio dos pastos. Esse esquema consiste em usar uma parte do pasto enquanto em outras são plantadas novamente o alimento para o gado. Assim evita-se a necessidade de desmatar novas áreas. Além disso vamos oferecer descontos para o produtor que reservar uma área de sua fazenda para o plantio de árvores reflorestar áreas que foram desmatadas.

10 - Referências

<https://rocacontabil.com.br/documentos-necessarios-para-abrir-uma-empresa-em-sao-paulo>

<https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2020/05/23/agronegocio-sustenta-o-crescimento-das-exportacoes-durante-criese-global.htm>

<https://www.canalrural.com.br/noticias/pecuaria/boi/exportacao-de-carne-bovina-atinge-recorde-em-abril/>

<https://www.pnbonline.com.br/geral/industriais-de-mt-e-especialista-fazem-projecao-ess-economicas-da-criese-pa-s-pandemia/64891>