

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA
Curso de Administração – CADM

PLANO DE NEGÓCIOS: Sala de Curativos

VALDECIR ISMAEL DENÓIS

João Pessoa
Outubro 2017

VALDECIR ISMAEL DENÓIS

PLANO DE NEGÓCIOS: Sala de Curativos

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Professora Orientadora: Diana Teixeira de Carvalho, Dra.

João Pessoa
Outubro 2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

D391p Denóis, Valdecir Ismael.
PLANO DE NEGÓCIOS - Sala de Curativos / Valdecir Ismael Denóis. –
João Pessoa, 2017.
36f.: il.

Orientador(a): Pro^{fa} Dr.^a Diana Lucia Teixeira de Carvalho.
Trabalho de Conclusão de Curso (Administração) – UFPB/CCSA.

1. Empreendedorismo. 2. Planejamento. 3. Organização Social. I. Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:658(043.2)

Folha de aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração

Aluno: Valdecir Ismael Denóis

Trabalho: Plano de Negócios: Sala de Curativos

Área da pesquisa: Estratégia, Inovação e Empreendedorismo.

Data de aprovação:

Banca examinadora

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Diana Teixeira de Carvalho

Examinadora: Prof^a. Dr^a. Fabiana Gama de Medeiros

Dedico a meu Pai Francisco e minha Mãe Tereza
(in memoriam), pois sem eles, eu não estaria aqui.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todas as pessoas que direta ou indiretamente estiveram comigo nesta caminhada e me ajudaram, mesmo sem saber, ajudaram a me tornar uma pessoa melhor, porque julgo que a experiência acumulada de coisas vividas com amigos, deve servir para nos fazer crescer e sermos melhores.

Um agradecimento especial ao Professor Carlos Eduardo que disse “não desista”, ao receber de minhas mãos a minha primeira prova final do curso, logo na cadeira de Fundamentos da Administração.

Outro agradecimento especial à Professora Diana que teve a tarefa de me orientar, e juntos conseguimos o feito de fazer um TCC num formato novo para o curso de Administração da UFPB, que até o semestre passado contava apenas com o formato de monografia.

Agradeço ainda aos colegas de trabalho, em especial a Rodrigo por ter dado muitas dicas que me ajudaram na elaboração deste trabalho, pois por coincidência ele também está fazendo seu TCC na área de administração, só que em instituição privada.

E por fim agradeço aos meus familiares, em especial às minhas netas Sofia de nove anos e Marina de cinco e à minha esposa Aparecida, pessoa com quem divido minha vida há mais de vinte e cinco anos.

SUMÁRIO EXECUTIVO

A Associação Nordestina Pró-Vida, proponente deste Plano de Negócios, é uma organização não governamental de direito privado com finalidade social pública sem fins lucrativos. Nesse sentido, desenvolve trabalhos sociais com crianças, adolescentes e adultos carentes do bairro Portal do Sol na cidade de João Pessoa. Sendo uma entidade do terceiro setor que não depende de recursos financeiros públicos para sua existência, a organização necessita desenvolver atividades que gerem lucratividade para manter sua atuação na ajuda a pessoas em risco social. Em conformidade com seu estatuto social, suas funções enquanto entidade do terceiro setor, são: 1) Promover a inclusão social de crianças e adolescentes em situação de risco; 2) Promover ações que visem ao bem estar e à defesa dos direitos dos idosos e dos portadores de necessidades especiais; 3) Promover ações que incentivem o empreendedorismo e o protagonismo juvenil; 4) Promover a ética, a paz e a cidadania; 5) Promover a defesa, conservação e preservação do meio ambiente. Com objetivo de gerar um rendimento que possa dar aporte financeiro à Associação Nordestina Pró-Vida, pretende-se implantar um empreendimento caracterizado como sala de curativos. Especificamente, tem a finalidade de prestar serviços na área da medicina, disponibilizando tratamento para lesões cutâneas simples ou complexas de origem arterial ou venosa, para pacientes que necessitam deste tipo de tratamento e que não o encontram com facilidade, uma vez que na cidade de João Pessoa existe apenas uma empresa atuando neste nicho de mercado. Os principais clientes em potencial serão os planos de saúde empresariais como Cassi, Saúde Caixa, Geap, Afrafep, entre outros que formam o grupo Unidas Paraíba, não deixando de atender também pacientes particulares ou oriundos de planos de saúde pessoais e usuários do convênio Pró-Vida Saúde. O empreendimento terá seu ponto físico na Rua Afonso Campos, 143 - Centro, João Pessoa - Paraíba e contará com uma recepção, hall para acompanhantes em espera, sala de curativos com maca, iluminação adequada, cadeira de rodas, pia, lavatório, tanque para lavagem de pé diabético e depósito apropriado para lixo hospitalar. O investimento inicial será de R\$ 49.970,73 (quarenta e nove mil, novecentos e setenta reais e setenta e três centavos), valor de capital próprio, com um faturamento projetado para o primeiro ano em R\$ 194.475,31 (cento e noventa e quatro mil, quatrocentos e setenta e cinco reais e trinta e um centavos) e com prazo para retorno do capital investido de dez meses. Com a apreciação dos números que compõem este plano, fica bastante clara a probabilidade de sucesso na implantação do empreendimento, que tem os objetivos de ajudar pessoas que precisam de um tratamento especializado, além de obter recursos financeiros, possibilitando a existência da organização e o aumento do número de ações sociais em benefício dos menos favorecidos. Para elaboração deste Plano de Negócios foi utilizado o software do SEBRAE/MG versão 3.01, disponibilizado para download gratuito no site da instituição.

Palavras Chave: Empreendedorismo; Planejamento; Organização Social.

SUMÁRIO

1 – SUMÁRIO EXECUTIVO	9
1.1 - Resumo	9
1.2 - Dados dos empreendedores	9
1.3 - Missão da empresa	10
1.4 - Setor de atividade	10
1.5 - Forma jurídica	10
1.6 - Enquadramento tributário	10
1.7 - Capital social	10
1.8 - Fonte de recursos	11
2 – ANÁLISE DE MERCADO	11
2.1 - Estudo dos clientes	11
Público-alvo (perfil dos clientes)	11
Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar).....	11
Área de abrangência (onde estão os clientes?).....	11
2.2 - Estudo dos concorrentes	12
Conclusões	12
2.3 - Estudo dos fornecedores	13
3 – PLANO DE MARKETING	14
3.1 - Produtos e serviços	14
3.2 - Preço	14
3.3 - Estratégias promocionais	15
3.4 - Estrutura de comercialização.....	16
3.5 - Localização do negócio	16
Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha:.....	17
4 – PLANO OPERACIONAL.....	17
4.1 - Layout.....	17
4.2 - Capacidade instalada	18
Qual a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?.....	18
4.3 - Processos operacionais	18
4.4 - Necessidade de pessoal.....	19
5 – PLANO FINANCEIRO.....	19
5.1 - Investimentos fixos.....	19
A – Máquinas	19
B – Móveis e utensílios	19

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS	20
5.2 - Estoque inicial	20
5.3 - Caixa mínimo	20
1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas	20
2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras	21
3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque	21
4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias	21
Caixa Mínimo.....	21
Capital de giro (Resumo)	21
5.4 - Investimentos pré-operacionais	22
5.5 - Investimento total	22
5.6 - Faturamento mensal.....	23
Projeção das Receitas:	23
5.7 - Custo unitário	24
5.8 - Custos de comercialização.....	25
5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV.....	26
5.10 - Custos de mão-de-obra	27
5.11 - Custos com depreciação	27
5.12 - Custos fixos operacionais mensais	28
Projeção dos Custos:	28
5.13 - Demonstrativo de resultados	29
5.14 - Indicadores de viabilidade	30
6 – CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO	31
6.1 - Ações preventivas e corretivas	31
Ações corretivas e preventivas:.....	31
7 – AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	32
7.1 - Análise da matriz F.O.F.A.....	32
Ações:.....	32
8 – AVALIAÇÃO DO PLANO	33
8.1 - Análise do plano	33
REFERÊNCIAS.....	34
ANEXO I.....	35
ANEXO II	36

1 – SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1 - Resumo

O empreendimento a ser montado é uma sala de curativos. Tem a finalidade de prestar serviços na área da medicina, disponibilizando tratamento para lesões cutâneas simples ou complexas de origem arterial ou venosa, para pacientes que necessitam deste tipo de tratamento e que não o encontram com facilidade, uma vez que na cidade de João Pessoa existe apenas uma empresa atuando neste nicho de mercado.

Os principais clientes em potencial serão os planos de saúde empresariais como Cassi, Saúde Caixa, Geap, Afrafep, entre outros que formam o grupo Unidas Paraíba, não deixando de atender também pacientes particulares ou oriundos de planos de saúde pessoais e usuários do convênio Pró-Vida Saúde.

O empreendimento terá seu ponto físico na Rua Afonso Campos, 143 - Centro, João Pessoa - Paraíba e contará com uma recepção, hall para acompanhantes em espera, sala de curativos com maca, iluminação adequada, cadeira de rodas, pia, lavatório, tanque para lavagem de pé diabético e depósito apropriado para lixo hospitalar.

O investimento inicial será de R\$ 49.970,73 (quarenta e nove mil, novecentos e setenta reais e setenta e três centavos), valor de capital próprio, com um faturamento projetado para o primeiro ano em R\$ 194.475,31 (cento e noventa e quatro mil, quatrocentos e setenta e cinco reais e trinta e um centavos) e com prazo para retorno do capital investido de dez meses.

Para elaboração deste Plano de Negócios foi utilizado o software do SEBRAE/MG versão 3.01, disponibilizado para download gratuito no site da instituição.

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 49.639,34
Lucratividade	33,51 %
Rentabilidade	130,43 %
Prazo de retorno do investimento	10 meses

Fonte: dados da pesquisa

1.2 - Dados dos empreendedores

Nome:	Associação Nordestina Pró-Vida
Endereço:	Rua Afonso Campos, 143 – Centro
Cidade:	João Pessoa
Estado:	Paraíba
Perfil:	<p>Entidade de direito privado sem fins lucrativos com duração por tempo indeterminado, desenvolve trabalhos sociais com crianças, jovens e adultos carentes do bairro Portal do Sol na cidade de João Pessoa e é detentora da marca Pró-Vida Saúde.</p> <p>Pode firmar convênios com órgãos públicos para o desenvolvimento de projetos na área social com fins específicos, mediante apresentação de plano de trabalho.</p>
Atribuições:	<p>De conformidade com seu estatuto suas atribuições são:</p> <ol style="list-style-type: none">1 - Promover a inclusão social de crianças e adolescentes em situação de risco;2 - Promover ações que visem o bem estar e a defesa dos direitos dos idosos e dos portadores de necessidades especiais;3 - Promover ações que incentivem o empreendedorismo e o protagonismo juvenil;4 - Promover a ética, a paz e a cidadania;5 - Promover a defesa, conservação e preservação do meio ambiente.

Fonte: dados da pesquisa

1.3 - Missão da empresa

Mediante atividade de planejamento estratégico com a participação de todos os *stakeholders* ligados diretamente à organização, foi criada a missão com a finalidade de estabelecer uma diretriz para que todos busquem o mesmo objetivo. Dito isso, a missão da Pró-Vida é: “Contribuir para redução das desigualdades sociais, por meio de práticas educacionais e socioculturais transformadoras de realidades, embasadas nos princípios de autonomia e trabalho”.

Para a sala de curativos, consultando informalmente os empregados e a presidente da associação, o autor deste plano sugere que a missão do empreendimento seja: “Recuperar a saúde e a qualidade de vida das pessoas, através de um atendimento profissional, ético, humano e personalizado”.

1.4 - Setor de atividade

O setor de atividade fim da organização é o de Assistência Social, mas este plano é para o desenvolvimento de atividade no setor de serviços.

1.5 - Forma jurídica

A forma jurídica se caracteriza como uma entidade de direito privado sem fins lucrativos com finalidade social pública.

1.6 - Enquadramento tributário

Âmbito federal

Regime Simples

() Sim

(x) Não

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

PIS – Contribuição para os Programas de Integração Social

COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados (apenas para indústria)

ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

ISS - Imposto sobre Serviços

1.7 - Capital social

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Associação Nordestina Pró-Vida	R\$ 49.970,43	100,00
Total		R\$ 49.970,43	100,00

Fonte: dados da pesquisa

O capital social foi definido a partir do levantamento dos custos necessários para a implantação do negócio, do qual fazem parte os investimentos fixos (quadro 5.1), o capital de giro (quadro 5.3) e os investimentos pré-operacionais (quadro 5.4).

1.8 - Fonte de recursos

Os recursos a serem utilizados para a implantação do serviço serão próprios, sendo 75% da associação proponente e 25% de fornecedores.

2 – ANÁLISE DE MERCADO

2.1 - Estudo dos clientes

Público-alvo (perfil dos clientes)

O foco principal são os pacientes vinculados a planos de saúde empresariais, pessoais, usuários do convênio Pró-Vida Saúde e pacientes particulares que necessitam de um atendimento especializado.

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

Uma vez que os clientes se deparam com um cenário de pouca oferta desse tipo de atendimento, pois existe apenas uma clínica na cidade de João Pessoa que realiza um trabalho semelhante, podemos dizer que a procura será por necessidade. Os planos de saúde empresariais ou pessoais também ficam com problemas na hora de indicar um profissional ou uma clínica para o tratamento de seus segurados e este é o foco principal do empreendimento, o de atender aos segurados de planos como Geap, Afrafef, Cassi, Camed, Saúde Caixa, entre outros. Além disso, os usuários do convênio Pró-Vida Saúde, além de um tratamento com qualidade, dispensado por um especialista, também pagarão valores mais acessíveis, tornando assim um diferencial para a organização.

Área de abrangência (onde estão os clientes?)

Inicialmente o mercado a ser explorado é o da grande João Pessoa, mas há a possibilidade de se atender pacientes de outras regiões do estado, posto que há pouca oferta do serviço com apenas uma clínica atendendo em toda a Paraíba com sede na cidade de Campina Grande e filial em João Pessoa.

2.2 - Estudo dos concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes
Cicatriz	A avaliação encontrada foi realizada através da rede social Facebook com uma nota 4,8 de 5 estrelas num total de 101 avaliações.	O menor preço cobrado pelos curativos é de R\$ 60,00 (sessenta reais), a partir daí o valor vai variar de acordo com a avaliação que dirá quais os procedimentos, materiais e medicamentos serão utilizados no tratamento das feridas.	À vista em espécie À vista no cartão de débito À vista no cartão de crédito Parcelado em 2x no cartão de crédito	João Pessoa Rua José Florentino Junior, 207 – CEP 58.042-040 Tambauzinho	O tratamento é realizado juntamente com o médico do paciente, que acompanha a evolução do quadro clínico por meio de relatórios constantes. Oferece ainda uma consultoria dinâmica, ensinando ao paciente como cuidar do ferimento em casa, com dicas de higiene pessoal, doméstica e alimentar, isto porque um ambiente saudável é o primeiro passo para a recuperação de qualquer enfermidade. Ao fazer a avaliação do quadro clínico do paciente, se for de interesse dos familiares ou responsáveis, as informações sobre as técnicas e medicação a serem utilizadas, serão repassadas e é cobrado por este serviço.	Tratamento de lesões cutâneas - Úlceras Venosas - Úlceras Arteriais - Úlceras Neuropáticas - Pé Diabético - Úlceras por pressão (Escaras) - Queimaduras - Feridas oncológicas - Dermatites - Feridas Infectadas - Ferida pós cirurgia - Mal perfurante plantar

Fonte: dados da pesquisa

Conclusões

A Cicatriza é a única concorrente direta que atende na área de tratamento das lesões cutâneas e também realiza alguns exames de ultrassonografia vascular (ecografia) e hemodinâmica vascular periférica. Desse modo, servirá de base para a implantação dos serviços propostos neste plano de negócios, tanto no que se refere à qualidade quanto aos valores cobrados pelos serviços prestados.

Hospitais não são concorrentes diretos e não foram estudados neste plano, porque eles realizam tratamentos de lesões cutâneas somente em pacientes que se encontram internados. Após a alta médica, a responsabilidade do tratamento de escaras ou outros tipos de lesões é do paciente, que tem que procurar um tratamento especializado que o atenda, muitas vezes por meio de seu plano de saúde.

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	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	Soro fisiológico 500 ml	Farmácias Drogasil	R\$ 4,89	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
1	Soro fisiológico 500 ml	Farmácias Pague Menos	R\$ 4,90	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
1	Soro fisiológico 500 ml	Suframed	R\$ 5,00	À vista	Pronta entrega	João Pessoa
2	Saf Gel (Hidrogel com alginato de cálcio)	Farmácias Drogasil	R\$ 72,90	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
2	Saf Gel (Hidrogel com alginato de cálcio)	Farmácias Pague Menos	R\$ 84,60	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
2	Saf Gel (Hidrogel com alginato de cálcio)	Hosmed	R\$ 85,00	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
3	Creme Barreira(coloplast)	Farmácias Pague Menos	R\$ 69,30	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
3	Creme Barreira(coloplast)	Hosmed	R\$ 75,00	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
3	Creme Barreira(coloplast)	Cirúrgica Medicalli	R\$ 78,00	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
4	Esparadrapo impermeável 10x4,5 cm	Suframed	R\$ 8,00	À vista	Pronta entrega	João Pessoa
4	Esparadrapo impermeável 10x4,5 cm	Cirúrgica Medicalli	R\$ 14,00	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
4	Esparadrapo impermeável 10x4,5 cm	Farmácias Pague Menos	R\$ 17,30	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
5	Ataduras de crepon 15 cm – c/ 12	Suframed	R\$ 12,00	À vista	Pronta entrega	João Pessoa
5	Ataduras de crepon 15 cm – c/ 12	Cirúrgica Medicalli	R\$ 22,00	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
5	Ataduras de crepon 15 cm – c/ 12	Hosmed	R\$ 22,20	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
6	Pacote gaze estéril 7,5 x7,5 - c/ 10	Suframed	R\$ 0,70	À vista	Pronta entrega	João Pessoa
6	Pacote gaze estéril 7,5 x7,5 - c/ 10	Cirúrgica Medicalli	R\$ 1,10	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
6	Pacote gaze estéril 7,5 x7,5 - c/ 10	Hosmed	R\$ 1,20	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
7	Aquasept plus spray	Cirúrgica Medicalli	R\$ 115,00	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
7	Aquasept plus spray	Med Flex Online	R\$ 104,95	À Vista	Correios	DF / Brasília
7	Aquasept plus spray	Americana Saúde	R\$ 96,90	À Vista	Correios	SP / Americana
8	Luva estéril n°7,5	Suframed	R\$ 1,50	À vista	Pronta entrega	João Pessoa
8	Luva estéril n°7,5	Hosmed	R\$ 1,95	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
8	Luva estéril n°7,5	Farmácias Globo	R\$ 2,50	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
9	Pacote de compressa c/ 500	Suframed	R\$ 20,00	À vista	Pronta entrega	João Pessoa
9	Pacote de compressa c/ 500	Hosmed	R\$ 22,00	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
9	Pacote de compressa c/ 500	Cirúrgica Medicalli	R\$ 27,00	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
10	Colagenase pomada	Suframed	R\$ 20,00	À vista	Pronta entrega	João Pessoa
10	Colagenase pomada	Farmácias Globo	R\$ 40,26	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa
10	Colagenase pomada	Farmácias Pague Menos	R\$ 41,80	À vista ou cartão	Pronta entrega	João Pessoa

Fonte: dados da pesquisa

O estudo de fornecedores teve como base o que foi diagnosticado para tratamento da lesão constante do anexo II deste plano.

Foram coletados preços de materiais e medicamentos para o tratamento de uma lesão específica e veremos mais à frente, na relação de materiais e medicamentos necessários para a formação do estoque inicial, que compõe o caixa mínimo, que muitos outros materiais serão necessários para o pleno funcionamento da sala de curativos, e que, em se tratando de lesões cutâneas, cada caso é um caso e demanda tratamentos específicos dependendo da avaliação inicial ou reavaliação após um período de tratamento.

O software utilizado como base deste plano de negócios sugere a coleta de preços em pelo menos três fornecedores e, conforme o quadro 2.3, preços foram coletados em três fornecedores de cada material e medicamento que compõem o tratamento indicado na conduta estabelecida pelo enfermeiro quando da avaliação inicial da situação do paciente e da lesão.

Os preços foram coletados juntos às lojas de materiais médicos e hospitalares e também junto a farmácias atuantes na cidade de João Pessoa, levando em conta a possível urgência de se obter estes materiais. Em não havendo urgência, a compra pode ser feita pela internet, o que barateia os custos, mas o pedido tem que ser feito com antecedência por conta do prazo de entrega.

3 – PLANO DE MARKETING

3.1 - Produtos e serviços

A organização busca, com a implantação de sua sala de curativos, prestar os melhores serviços especializados, praticando preços justos e realizando procedimentos alinhados com o que há de mais eficaz na cura de ferimentos que acometem pessoas que necessitam de ajuda.

O serviço a ser prestado será tratamento de lesões cutâneas das mais variadas origens em pacientes indicados por planos de saúde empresariais, pessoais, usuários do convênio Pró-Vida Saúde e pacientes particulares. Estas lesões podem ser de tratamentos simples ou complexos que irão demandar experiência por parte do profissional que fará a avaliação e o tratamento.

Nº	Produtos / Serviços
1	Avaliação de lesões cutâneas com formulação do laudo apresentando a conduta necessária com a relação dos medicamentos e materiais para curativos e prazo inicial de tratamento (normalmente 30 dias)
2	Tratamento de lesões cutâneas simples e complexas (curativo)
3	Desbridamento de lesões cutâneas

Fonte: dados da pesquisa

3.2 - Preço

Os preços que serão praticados são fixados por tabelas que regulamentam valores e são reajustadas anualmente mediante acordo entre a UNIDAS/PB, representante dos planos de saúde empresariais, e a AMB/PB, representante dos profissionais e empresas do ramo da medicina. Tais tabelas estipulam preços para os serviços médicos, os materiais e medicamentos serão reembolsados à Pró-Vida com base na tabela Brasíndice.

O tratamento a ser dispensado aos pacientes será preconizado pelo(a) enfermeiro(a) de acordo com as orientações do encaminhamento médico. No primeiro contato com o paciente, o(a) enfermeiro(a) fará uma avaliação das condições de saúde do paciente por meio do

preenchimento do formulário Avaliação/Primeira Consulta (anexo I), onde estarão todas as informações sobre a saúde dele.

Após a avaliação das condições clínicas do paciente, o(a) enfermeiro(a) fará um laudo da situação da lesão (anexo II), especificando características como: cor, tamanho, bordas, exsudato, etc. Neste laudo já será informado o prazo inicial, em dias, para o tratamento (geralmente trinta dias), quantidades de medicamentos e materiais que serão utilizados e também a conduta a ser adotada. Ao laudo, também será anexada uma foto da situação atual da lesão.

O Laudo será apresentado ao Plano de Saúde do paciente para autorização, o que geralmente é muito rápido, e sequencialmente o tratamento começa. Em um prazo de 30 a 45 dias, o plano fará um crédito na conta da Pró-Vida referente aos valores da medicação, materiais e dos serviços dispensados ao paciente.

A avaliação inicial com o preenchimento do formulário Avaliação/Primeira Consulta (anexo I) e elaboração do Laudo (Anexo II), será remunerada em R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais). Se houver a necessidade da realização de desbridamento da lesão para fazer o Laudo, será cobrado um valor de R\$ 500,00 (quinhentos reais) pelo procedimento, além da avaliação. Além disso, pelos serviços dispensados no tratamento das lesões (curativo), será cobrado o valor de R\$ 70,00 (setenta reais) por procedimento.

Passado o período inicial proposto para o tratamento, o paciente retorna ao seu médico para que seja acompanhada a evolução na cura da lesão; havendo a necessidade de continuar o tratamento, será feita uma reavaliação e um novo laudo será elaborado de acordo com as condições atuais da lesão, de modo que o tratamento pode seguir da mesma forma ou sofrer alteração, pois enquanto houver a necessidade de tratamento esse processo vai se repetindo até que o paciente tenha alta médica.

3.3 - Estratégias promocionais

A comunicação com os planos de saúde empresariais se dará no contato pessoal entre um representante da organização e um representante do plano, com a finalidade de firmar convênio para o atendimento aos seus segurados. Nestas reuniões os representantes dos planos serão informados do trabalho social desenvolvido pela Pró-Vida, e que, ao se credenciarem, indiretamente também estarão contribuindo com pessoas necessitadas.

Serão também informados de que seus assegurados terão os melhores tratamentos possíveis, com uma possibilidade de alta médica em menor tempo, ajudando na economia de recursos, pois os profissionais enfermeiros que farão os curativos são altamente capacitados e atualizados, por participarem de congressos onde são repassadas as mais novas técnicas no tratamento de lesões.

Para a divulgação dos serviços com os demais clientes, poderemos utilizar de panfletagens, propaganda em rádio, redes sociais, Google buscas, E-mails, Site, visitas técnicas, entre outros.

Em todos os meios de divulgação que forem utilizados, será sempre enfatizada a necessidade de se tratar com quem detém técnicas atualizadas e dispõe de um ambiente adequado para um tratamento com qualidade. Desse modo, a divulgação do serviço pode ser realizada por meio de:

Panfletagem - É uma das formas de divulgar os serviços com um custo baixo e um alto grau de efetividade, uma vez que podemos concentrar este tipo de propaganda em locais próximos a hospitais e em horários de visita aos pacientes internados.

Rádio - A propaganda em rádio é uma forma de publicidade que tem um alcance muito bom e de preço mais elevado do que as panfletagens, mas que possui um alcance bem maior também.

Redes Sociais - As redes sociais são excelentes meios de divulgação dos serviços com um custo bem acessível e abrangência que pode ser definida pela organização. A estratégia é buscar banco de dados de possíveis clientes, bem como buscar seguidores inicialmente pedindo para seguir determinadas pessoas.

Google buscas - Outra ferramenta bem acessível de custo baixo e que pode trazer bons resultados, pois direciona o paciente para o site, oferecendo ainda dados como localização, contatos e forma de atuação.

E-mail - Envio de mensagens aos usuários do convênio Pró-Vida Saúde apresentando mais um serviço oferecido pela Pró-Vida com descontos sobre os valores cobrados a outros clientes.

Site - Divulgação do serviço no site da organização mostrando as vantagens de ser um usuário do convênio Pró-Vida Saúde que pode utilizar os serviços de curativos com vantagens financeiras.

Visitas técnicas – Elaboração de slides em Power Point com aproximadamente dois minutos com o antes e o depois, mostrando a evolução no tratamento das lesões para apresentar aos profissionais médicos, os quais são potenciais indicadores de pacientes.

3.4 - Estrutura de comercialização

O serviço será ofertado para todas as pessoas que necessitem de um atendimento com qualidade, em um ambiente limpo, agradável e que segue as recomendações da vigilância sanitária.

Os clientes podem ser de qualquer parte da Paraíba, ou até de outros estados, e todos serão tratados com a mesma qualidade respeitando as especificidades de cada tratamento.

Para o oferecimento dos serviços vai ser preciso visitar os planos de saúde empresariais e também os profissionais médicos que são potenciais indicadores de pacientes, não sendo necessária a contratação de uma pessoa para fazer isto, pois a Pró-Vida adequará seu quadro de empregados de forma que algum empregado faça este trabalho.

Será necessário um sistema de controle e agendamento de horários, linhas telefônicas, uma secretária, uma sala equipada com maca, tanque para lavagem de pés diabéticos, ar condicionado, iluminação adequada, depósito para lixo hospitalar, *bureau*, uma área de espera para acompanhante e profissional sempre pronto para atendimento na sala de curativos ou em domicílio.

3.5 - Localização do negócio

Endereço:	Rua Afonso Campos, 143
Bairro:	Centro
Cidade:	João Pessoa
Estado:	Paraíba
Fone:	(83) 3241-2425

Fonte: dados da pesquisa

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

A localização escolhida se deve ao fato de a sede administrativa da organização já funcionar neste local, sendo assim, existe um espaço pronto para ser reformado, o que possibilita o desenvolvimento da atividade com as devidas adaptações, não havendo necessidade de despesa extra com aluguel de outro ponto comercial.

Por ser localizado no centro da cidade, o acesso de fornecedores de materiais médicos e medicamentos será facilitado. Além disso, por existir, nas proximidades, outros estabelecimentos que produzem lixo hospitalar, também haverá facilidade na coleta deste material.

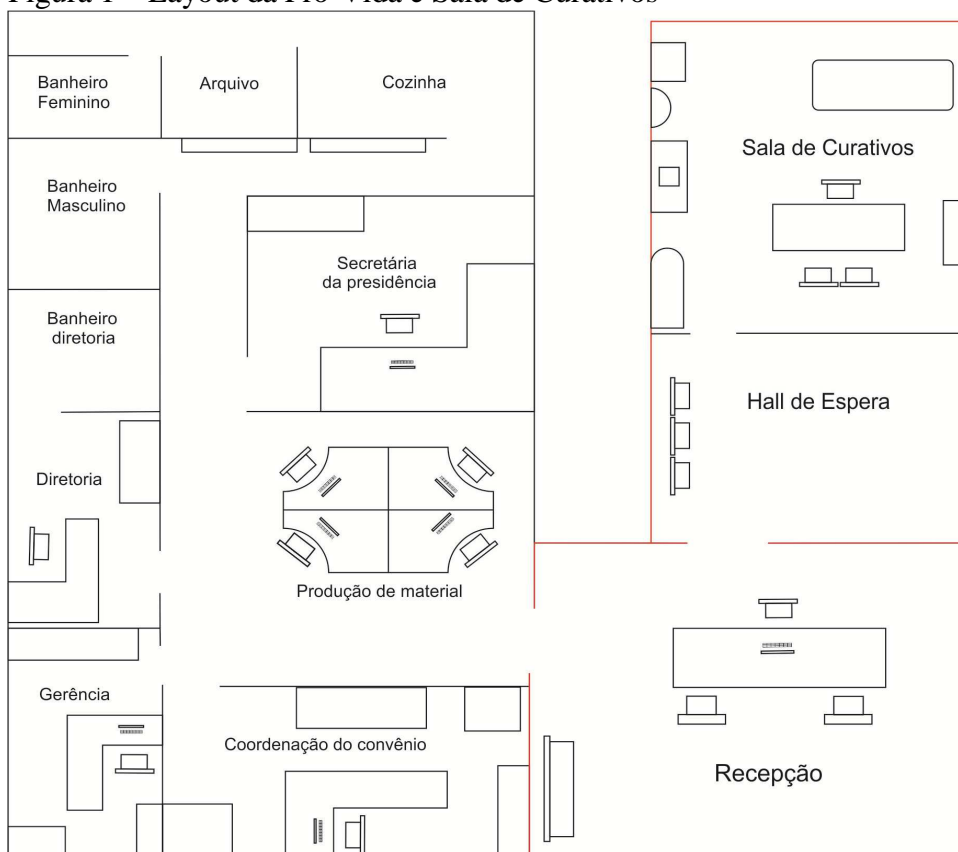
4 – PLANO OPERACIONAL

4.1 - Layout

No layout (Figura 1) da organização, as áreas em linhas pretas representam área em que funciona a sede administrativa da organização, e é neste espaço que são produzidos os materiais dos clientes do convênio Pró-Vida Saúde dos estados da Paraíba e do Rio Grande do Norte. É também nessa área onde são atendidos vendedores e clientes em busca de adesão ou renovação de seus convênios.

Os ambientes sinalizados com linhas vermelhas são os que serão reformados e adaptados para a implantação do empreendimento, necessitando de muito pouco para que fique pronto com todas as exigências legais.

Figura 1 – Layout da Pró-Vida e Sala de Curativos



Fonte: Elaborado pelo Autor

4.2 - Capacidade instalada

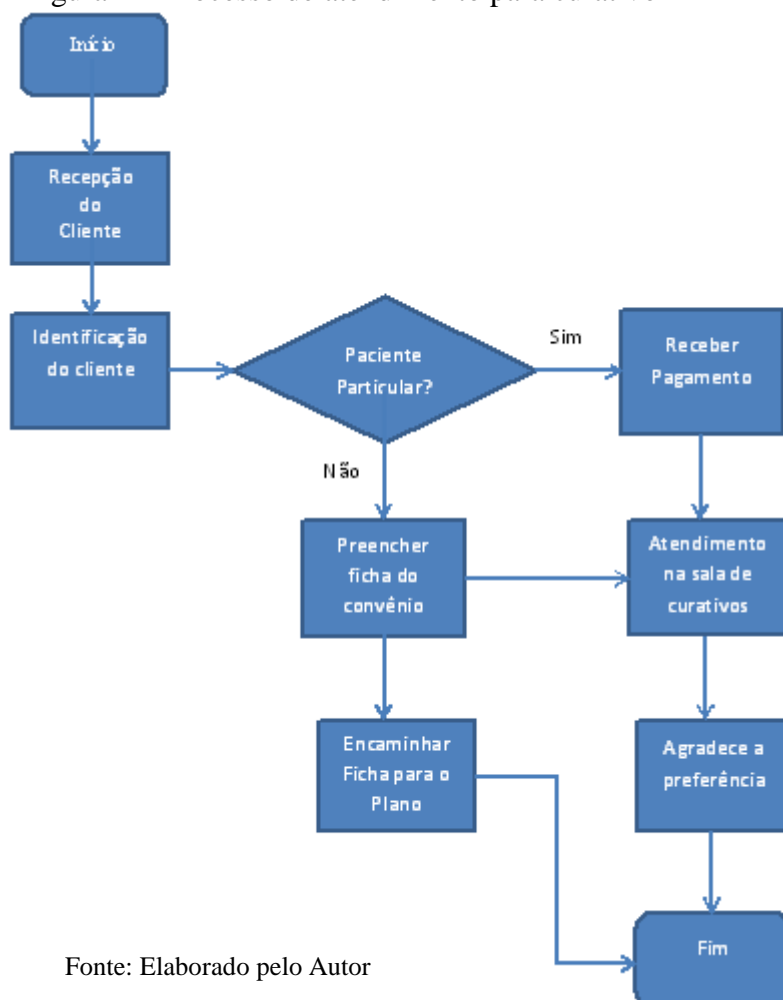
Qual a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?

Uma vez que a localização é central, que a organização funciona das 8:00 horas às 17:00 horas e que, na sua grande maioria, os pacientes já estarão em tratamento, há a possibilidade de atendimento de quinze pacientes por dia na sala de curativos. Este número pode ser duplicado ou triplicado dependendo da demanda do atendimento em domicílio.

O atendimento em domicílio é muito comum neste tipo de serviço, pois existe um número grande de pacientes com dificuldades de locomoção. Sendo assim, muitos preferem receber o atendimento em suas residências, o que é uma coisa boa, porque há um risco muito menor de haver alguma contaminação.

4.3 - Processos operacionais

Figura 2 – Processo de atendimento para curativo



Fonte: Elaborado pelo Autor

No processo de atendimento ao cliente para curativos (Figura 2) o cliente é recepcionado pela secretária que irá identifica-lo mediante solicitação de seus dados pessoais.

Sendo ele um paciente particular, será realizado o recebimento do valor referente ao atendimento, que pode ser em espécie ou no cartão de crédito.

Após o acerto financeiro, o cliente será acompanhado até a sala onde receberá o atendimento especializado, dispensado por um profissional capacitado que dispõe de todas as técnicas, materiais e medicamentos necessários.

Sendo o cliente um paciente de convênio, a secretária irá preencher os formulários necessários e acompanhá-lo até a sala, onde ele será recepcionado pelo enfermeiro responsável para realizar os procedimentos necessários para a cura de sua lesão.

Assim que finalizado o procedimento do curativo, o cliente será acompanhado até a recepção, onde será agradecido pela visita e preferência.

4.4 - Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Secretária	Segundo Grau completo

Fonte: dados da pesquisa

Para a secretária não há uma exigência maior do nível de escolaridade por dois motivos: o primeiro é permitir que seja oferecida uma oportunidade a alguém que por algum motivo não pode avançar nos estudos, e o segundo é que o salário proposto não condiz com o desejo de alguém que está no mercado pleiteando um emprego com um diploma de nível superior.

5 – PLANO FINANCEIRO

5.1 - Investimentos fixos

A – Máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Ar condicionado de 12.000 BTUs	1	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00
2	Exaustor	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
3	Foco de iluminação	1	R\$ 369,36	R\$ 369,36
4	Cadeira de rodas	1	R\$ 380,00	R\$ 380,00
				R\$ 3.199,36

Fonte: dados da pesquisa

B – Móveis e utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Maca	1	R\$ 650,00	R\$ 650,00
2	Bureau	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
3	Cadeiras	8	R\$ 90,00	R\$ 720,00
4	Mesa de centro	1	R\$ 89,00	R\$ 89,00
5	Lixeira de inox com pedal	2	R\$ 25,00	R\$ 50,00
6	Recipiente para lixo hospitalar	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
				R\$ 1.789,00

Fonte: dados da pesquisa

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B):	R\$ 4.988,36
---	---------------------

Fonte: dados da pesquisa

5.2 - Estoque inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Alcool em Gel a 70 por cento 5 lt	5	R\$ 35,00	R\$ 175,00
2	Luva Estéril 7,5 - cx c/ 50 unid	2	R\$ 75,00	R\$ 150,00
3	Fraldas descartáveis Kit com 162 fraldas	1	R\$ 160,00	R\$ 160,00
4	Seringa 20 ml kit com 21	2	R\$ 40,00	R\$ 80,00
5	Lâmina de Bisturi cx c/ 100	1	R\$ 27,37	R\$ 27,37
6	Espadrapo impermeável 10x4,5 cm cx c/ 24	1	R\$ 192,00	R\$ 192,00
7	Tesouras reta de inox sem ponta de 20cm	4	R\$ 299,00	R\$ 1.196,00
8	Máscara N95 cx c/ 20	5	R\$ 54,00	R\$ 270,00
9	Papel toalha cx c/ 5.000 fohas	1	R\$ 59,00	R\$ 59,00
10	Sabonete líquido - Clorexidina a 0,2	2	R\$ 10,00	R\$ 20,00
11	Pinça Allis 18cm	10	R\$ 55,00	R\$ 550,00
12	Touca pacote c/ 100 unid	1	R\$ 6,00	R\$ 6,00
13	Atadura de crepom c/ 120 unid	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
14	Atadura de Gaze c/ 500 unid	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
15	Hidrogel com Alginato 85g	30	R\$ 41,55	R\$ 1.246,50
16	Detergente Enzimático	30	R\$ 26,00	R\$ 780,00
17	Atadura elástica	10	R\$ 10,00	R\$ 100,00
18	Espuma com Prata (antibacteriana)	20	R\$ 35,00	R\$ 700,00
19	Solução Fisiológica a 0,9	48	R\$ 4,89	R\$ 234,72
20	Ácidos Graxos essenciais	30	R\$ 16,00	R\$ 480,00
21	Luva de procedimentos - Cx com 50 pares	10	R\$ 63,00	R\$ 630,00
22	Creme Barreira(coloplast)	2	R\$ 69,30	R\$ 138,60
23	Pacote gaze estéril 7,5 x7,5 - c/ 10	20	R\$ 0,70	R\$ 14,00
24	Aquasept plus spray	2	R\$ 115,00	R\$ 230,00
25	Colagenase pomada	5	R\$ 20,00	R\$ 100,00
TOTAL (A)				R\$ 7.679,19

Fonte: dados da pesquisa

5.3 - Caixa mínimo

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

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
À vista	2,00	2	0,04
Cartão de crédito	8,00	30	2,40
Transferências de Planos Empresariais	90,00	60	54,00
Prazo médio total			57

Fonte: dados da pesquisa

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

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Cirúrgica Medcalli	25,00	30	7,50
Farmácias Globo	25,00	30	7,50
Farmácias Pague Menos	25,00	30	7,50
Suframed	25,00	0	0,00
Prazo médio total			23

Fonte: dados da pesquisa

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

Necessidade média de estoque	
Numero de dias	20

Fonte: dados da pesquisa

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

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	57
2. Estoques – necessidade média de estoques	20
Subtotal Recursos fora do caixa	77
Recursos de terceiros no caixa da empresa	Número de dias
3. Fornecedores – prazo médio de compras	23
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	23
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	54

Fonte: dados da pesquisa

Caixa Mínimo

Descrição	Valor
1. Custo fixo mensal	R\$ 1.665,49
2. Custo variável mensal	R\$ 7.975,00
3. Custo total da empresa	R\$ 9.640,49
4. Custo total diário	R\$ 321,35
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	54
Total de B – Caixa Mínimo	R\$ 17.352,88

Fonte: dados da pesquisa

Capital de giro (Resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 7.679,19
B – Caixa Mínimo	R\$ 17.352,88
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 25.032,07

Fonte: dados da pesquisa

5.4 - Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 450,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 15.000,00
Divulgação de Lançamento	R\$ 3.000,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 0,00
Outras despesas	R\$ 1.500,00
TOTAL	R\$ 19.950,00

Fonte: dados da pesquisa

5.5 - Investimento total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 4.988,36	9,98
Capital de Giro – Quadro 5.3	R\$ 25.032,07	50,09
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.4	R\$ 19.950,00	39,92
TOTAL (1 + 3 + 4)	R\$ 49.970,43	100,00

Fonte: dados da pesquisa



Fonte: dados da pesquisa

Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 37.477,82	75,00
Recursos de terceiros	R\$ 12.492,61	25,00
Outros	R\$ 0,00	0,00
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 49.970,43	100,00

Fonte: dados da pesquisa



Fonte: dados da pesquisa

5.6 - Faturamento mensal

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Avaliação de lesões cutâneas com formulação do laudo apresentando a conduta necessária com a relação dos medicamentos e materiais para curativos e prazo inicial de tratamento (normalmente 30 dias)	10	R\$ 150,00	R\$ 1.500,00
2	Tratamento de lesões cutâneas simples e complexas (curativo)	150	R\$ 70,00	R\$ 10.500,00
3	Desbridamento de lesões cutâneas	5	R\$ 500,00	R\$ 2.500,00
TOTAL				R\$ 14.500,00

Fonte: dados da pesquisa

Projeção das Receitas:

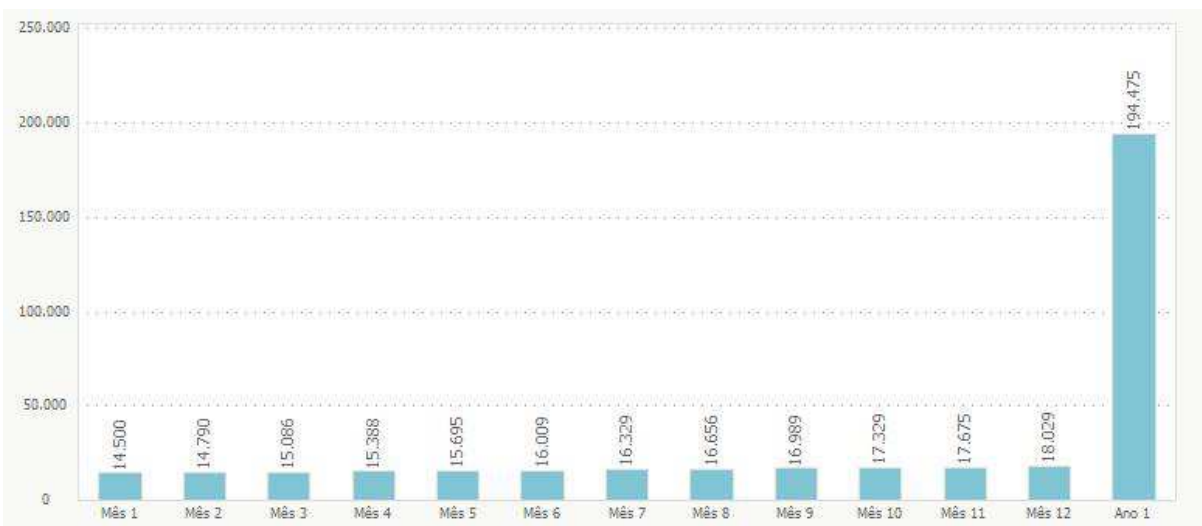
Crescimento a uma taxa constante:

2,00 % ao mês para os 12 primeiros meses

5,00 % ao ano a partir do 2º ano

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 14.500,00
Mês 2	R\$ 14.790,00
Mês 3	R\$ 15.085,80
Mês 4	R\$ 15.387,52
Mês 5	R\$ 15.695,27
Mês 6	R\$ 16.009,17
Mês 7	R\$ 16.329,36
Mês 8	R\$ 16.655,94
Mês 9	R\$ 16.989,06
Mês 10	R\$ 17.328,84
Mês 11	R\$ 17.675,42
Mês 12	R\$ 18.028,93
Ano 1	R\$ 194.475,30

Fonte: dados da pesquisa



Fonte: dados da pesquisa

5.7 - Custo unitário

Produto: Avaliação de lesões cutâneas com elaboração de laudo, apresentação da conduta a ser seguida e a relação dos medicamentos e materiais para curativos com prazo inicial de tratamento (normalmente 30 dias).

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Mão de obra de enfermagem	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
TOTAL			R\$ 150,00

Fonte: dados da pesquisa

Produto: Tratamento das lesões (curativo).

Com base no anexo II, conduta a ser adotada no tratamento da lesão avaliada, foi feito o presente levantamento dos custos para o tratamento num período de 30 dias, ficando o valor unitário do procedimento $R\$ 1.599,85 / 30 = R\$ 53,33$ (cinquenta e três reais e trinta e três centavos).

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Solução Fisiológica a 0,9 500ml	2	R\$ 4,89	R\$ 9,78
Hidrogel com Alginato 85g	1	R\$ 72,90	R\$ 72,90
Creme Barreira(coloplast) 60g	1	R\$ 69,30	R\$ 69,30
Esparadrapo impermeável 10x4,5 cm	2	R\$ 8,00	R\$ 16,00
Ataduras de crepon 15 cm	30	R\$ 1,00	R\$ 30,00
Gaze estéril 7,5 x7,5	90	R\$ 0,70	R\$ 63,00
Aquasept plus spray	1	R\$ 83,87	R\$ 83,87
Luva estéril n°7,5	30	R\$ 1,50	R\$ 45,00
Pacote de compressa	4	R\$ 20,00	R\$ 80,00
Colagenase pomada 15g	4	R\$ 20,00	R\$ 80,00
Mão de obra de enfermagem	30	R\$ 35,00	R\$ 1.050,00
TOTAL			R\$ 1.599,85

Fonte: dados da pesquisa

Produto: Desbridamento de lesões

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Mão de obra de enfermagem	1	R\$ 500,00	R\$.500,00
TOTAL			R\$ 500,00

Fonte: dados da pesquisa

5.8 - Custos de comercialização

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
IRPJ (Imposto Federal)	0,00	R\$ 14.500,00	R\$ 0,00
PIS (Imposto Federal)	0,00	R\$ 14.500,00	R\$ 0,00
COFINS (Imposto Federal)	0,00	R\$ 14.500,00	R\$ 0,00
IPi (Imposto Federal)	0,00	R\$ 14.500,00	R\$ 0,00
CSLL (Imposto Federal)	0,00	R\$ 14.500,00	R\$ 0,00
ICMS (Imposto Estadual)	0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
ISS (Imposto Municipal)	5,00	R\$ 14.500,00	R\$ 725,00
Comissões (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 14.500,00	R\$ 0,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 14.500,00	R\$ 0,00
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 14.500,00	R\$ 0,00

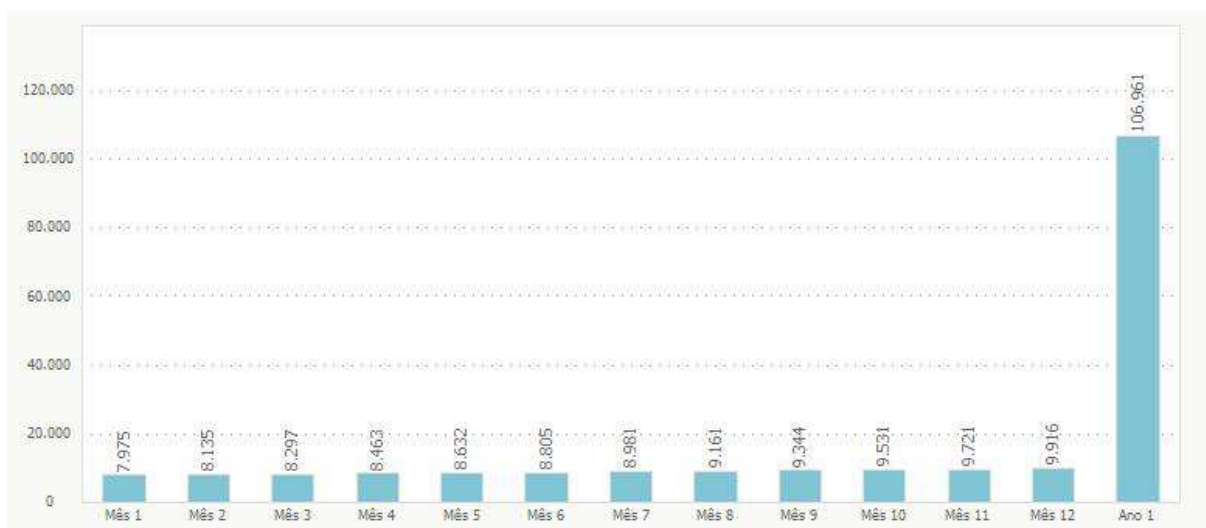
Fonte: dados da pesquisa

Total Impostos	R\$ 725,00
Total Gastos com Vendas	R\$ 0,00
Total Geral (Impostos + Gastos)	R\$ 725,00

Fonte: dados da pesquisa

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 725,00
Mês 2	R\$ 739,50
Mês 3	R\$ 754,29
Mês 4	R\$ 769,38
Mês 5	R\$ 784,76
Mês 6	R\$ 800,46
Mês 7	R\$ 816,47
Mês 8	R\$ 832,80
Mês 9	R\$ 849,45
Mês 10	R\$ 866,44
Mês 11	R\$ 883,77
Mês 12	R\$ 901,45
Ano 1	R\$ 9.723,77

Fonte: dados da pesquisa



Fonte: dados da pesquisa

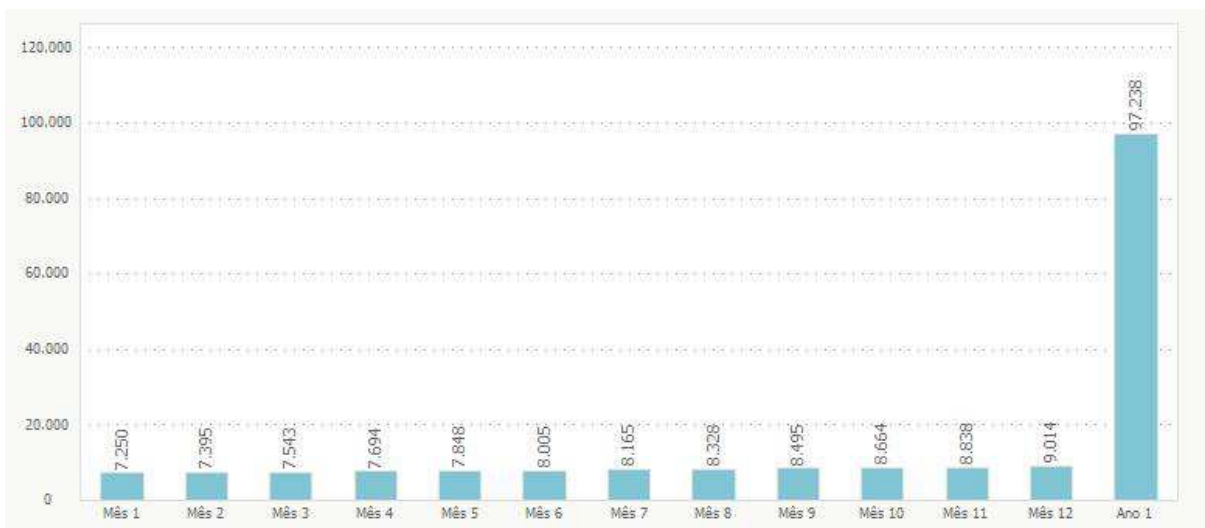
5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
1	Avaliação de lesões cutâneas com formulação do laudo apresentando a conduta necessária com a relação dos medicamentos e materiais para curativos e prazo inicial de tratamento (normalmente 30 dias)	10	R\$ 75,00	R\$ 750,00
2	Tratamento de lesões cutâneas simples e complexas (curativo)	150	R\$ 35,00	R\$ 5.250,00
3	Desbridamento de lesões cutâneas	5	R\$ 250,00	R\$ 1.250,00
TOTAL				R\$ 7.250,00

Fonte: dados da pesquisa

Período	CMD/CMV
Mês 1	R\$ 7.250,00
Mês 2	R\$ 7.395,00
Mês 3	R\$ 7.542,90
Mês 4	R\$ 7.693,76
Mês 5	R\$ 7.847,63
Mês 6	R\$ 8.004,59
Mês 7	R\$ 8.164,68
Mês 8	R\$ 8.327,97
Mês 9	R\$ 8.494,53
Mês 10	R\$ 8.664,42
Mês 11	R\$ 8.837,71
Mês 12	R\$ 9.014,46
Ano 1	R\$ 97.237,65

Fonte: dados da pesquisa



Fonte: dados da pesquisa

5.10 - Custos de mão-de-obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
Secretária	1	R\$ 963,00	R\$ 963,00	42,50	R\$ 409,28	R\$ 1.372,28
TOTAL	1		963,00		R\$ 409,28	R\$ 1.372,28

Fonte: dados da pesquisa

5.11 - Custos com depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	R\$ 3.199,36	10	R\$ 319,94	R\$ 26,66
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	R\$ 1.789,00	10	R\$ 178,90	R\$ 14,91
Total			R\$ 498,84	R\$ 41,57

Fonte: dados da pesquisa

5.12 - Custos fixos operacionais mensais

Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 0,00
Condomínio	R\$ 0,00
IPTU	R\$ 0,00
Energia elétrica	R\$ 101,64
Telefone + internet	R\$ 0,00
Honorários do contador	R\$ 0,00
Pró-labore	R\$ 0,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 100,00
Salários + encargos	R\$ 1.372,28
Material de limpeza	R\$ 50,00
Material de escritório	R\$ 0,00
Taxas diversas	R\$ 0,00
Serviços de terceiros	R\$ 0,00
Depreciação	R\$ 41,57
Contribuição do Microempreendedor Individual – MEI	R\$ 0,00
Outras taxas	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 1.665,49

Fonte: dados da pesquisa

Projeção dos Custos:

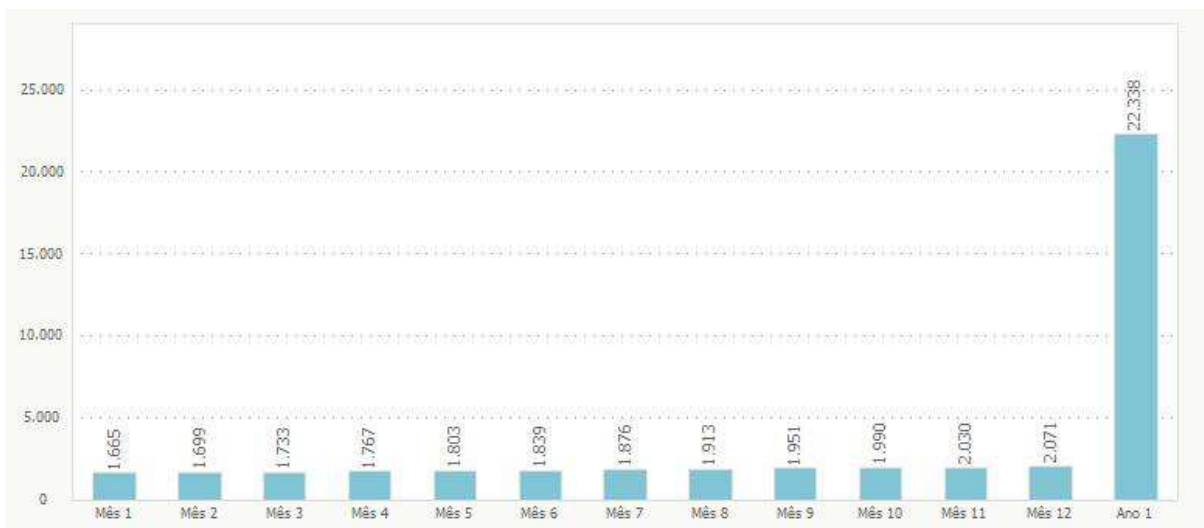
(x) Crescimento a uma taxa constante:

2,00 % ao mês para os 12 primeiros meses

3,00 % ao ano a partir do 2º ano

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 1.665,49
Mês 2	R\$ 1.698,80
Mês 3	R\$ 1.732,78
Mês 4	R\$ 1.767,43
Mês 5	R\$ 1.802,78
Mês 6	R\$ 1.838,84
Mês 7	R\$ 1.875,61
Mês 8	R\$ 1.913,12
Mês 9	R\$ 1.951,39
Mês 10	R\$ 1.990,41
Mês 11	R\$ 2.030,22
Mês 12	R\$ 2.070,83
Ano 1	R\$ 22.337,70

Fonte: dados da pesquisa



Fonte: dados da pesquisa

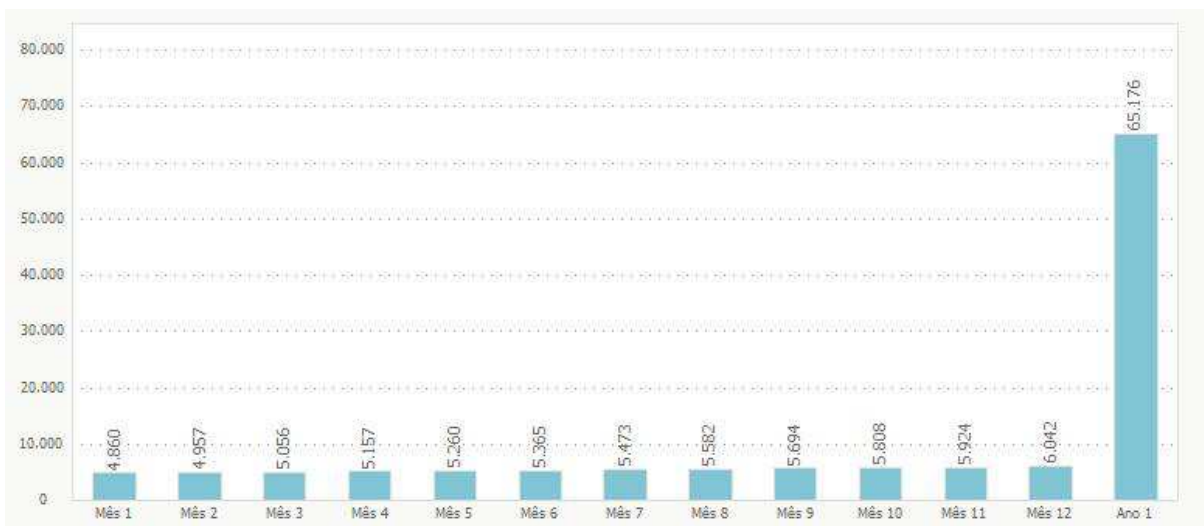
5.13 - Demonstrativo de resultados

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 14.500,00	R\$ 194.475,31	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 7.250,00	R\$ 97.237,65	50,00
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 725,00	R\$ 9.723,77	5,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
Total de custos Variáveis	R\$ 7.975,00	R\$ 106.961,42	55,00
3. Margem de Contribuição	R\$ 6.525,00	R\$ 87.513,89	45,00
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 1.665,49	R\$ 22.337,70	11,49
5. Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 4.859,51	R\$ 65.176,18	33,51

Fonte: dados da pesquisa

Período	Resultado
Mês 1	R\$ 4.859,51
Mês 2	R\$ 4.956,70
Mês 3	R\$ 5.055,83
Mês 4	R\$ 5.156,95
Mês 5	R\$ 5.260,09
Mês 6	R\$ 5.365,29
Mês 7	R\$ 5.472,60
Mês 8	R\$ 5.582,05
Mês 9	R\$ 5.693,69
Mês 10	R\$ 5.807,56
Mês 11	R\$ 5.923,72
Mês 12	R\$ 6.042,19
Ano 1	R\$ 65.176,18

Fonte: dados da pesquisa



Fonte: dados da pesquisa

5.14 - Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 49.639,34
Lucratividade	33,51 %
Rentabilidade	130,43 %
Prazo de retorno do investimento	10 meses

Fonte: dados da pesquisa

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	R\$ 14.500,00	100,00	R\$ 11.600,00	100,00	R\$ 17.400,00	100,00
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 7.250,00	50,00	R\$ 5.800,00	50,00	R\$ 8.700,00	50,00
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 725,00	5,00	R\$ 580,00	5,00	R\$ 870,00	5,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00
Total de Custos Variáveis	R\$ 7.975,00	55,00	R\$ 6.380,00	55,00	R\$ 9.570,00	55,00
3. Margem de contribuição	R\$ 6.525,00	45,00	R\$ 5.220,00	45,00	R\$ 7.830,00	45,00
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 1.665,49	11,49	R\$ 1.665,49	14,36	R\$ 1.665,49	9,57
Resultado Operacional	R\$ 4.859,51	33,51	R\$ 3.554,51	30,64	R\$ 6.164,51	35,43

Fonte: dados da pesquisa

Ações corretivas e preventivas:

A mão de obra do enfermeiro será remunerada de acordo com o número de atendimentos, e os medicamentos e materiais serão comprados de acordo com as necessidades. Em um cenário pessimista, conseqüentemente, a remuneração de mão de obra com enfermagem e compras de materiais e medicamentos, serão reduzidas em conformidade com os agendamentos para tratamento.

Em um cenário otimista, será necessária a contratação de mão de obra extra para dar suporte no atendimento aos usuários e adequar a compra dos materiais e medicamentos de acordo com a quantidade de atendimentos agendados.

O acompanhamento do processo no dia a dia vai possibilitar ao gestor fazer os ajustes que forem necessários ao bom desenvolvimento das atividades, e possivelmente permitirá ver alternativas que no momento não são possíveis de serem vislumbradas.

7 – AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

7.1 - Análise da matriz F.O.F.A

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
PONTOS FORTES	FORÇAS Convênio Pró-Vida Saúde Localização Central Muitos Fornecedores Estrutura física de fácil adequação Serviço especializado	OPORTUNIDADES Demanda reprimida Pouca concorrência
PONTOS FRACOS	FRAQUEZAS Dependência de parceiros Falta de experiência na atividade Falta de conhecimento por parte dos clientes, por ser um serviço novo	AMEAÇAS Crise econômica Leis ambientais Vigilância sanitária Fenômenos naturais

Fonte: Elaborado pelo autor

Ações:

O acompanhamento bem próximo no dia a dia proporcionará a leitura correta dos acontecimentos, possibilitando ver se o que foi planejado está sendo executado dentro do esperado e ajustar algo que saia do roteiro buscando adequação para o melhor funcionamento, propiciando maior solidez e eficiência.

Os pontos fortes e fracos que compõem a matriz F.O.F.A. foram diagnosticados pelo autor deste plano, que trabalha na organização e também por seus colegas de trabalho através de questionamentos informais. As forças e fraquezas são fatores internos, portanto podem sofrer influências por parte da organização para permitir um melhor desempenho das atividades visando um melhor aproveitamento de suas potencialidades.

Nas fraquezas temos como o principal ponto a dependência de um parceiro que vai fornecer a mão de obra especializada no tratamento das lesões. No entanto, como tudo será tratado de forma profissional, a relação de parceria será regida por contrato de prestação de serviços devidamente registrado em cartório.

A falta de experiência na atividade também é um ponto das fraquezas que deve ser acompanhado com bastante empenho, no intuito de se aprender o máximo possível sobre as relações entre os profissionais e assim poder identificar possíveis substitutos aos parceiros iniciais. Considera-se que a partir do momento em que se começa atuar em uma área que não se conhece, aos poucos este conhecimento vai sendo incorporado, e depois de algum tempo a probabilidade de um vasto número de contatos com pessoas do ramo abre a possibilidade da continuidade do empreendimento com outros profissionais.

O fato da organização não ser conhecida na prestação de serviços especializados na cura de lesões cutâneas, inicialmente pode impor algumas dificuldades no que se refere à credibilidade, mas, à medida em que a propaganda boca a boca for sendo disseminada, a organização passará a constar de uma relação das pessoas que necessitam dos serviços.

Outras formas de divulgação dos serviços como panfletagens, propaganda em rádios, anúncios no Google buscas, entre outros, também ajudarão a consolidar a organização na prestação dos serviços.

Quanto às ameaças, tudo que estiver ao alcance será feito para que a adequação às leis aconteça.

8 – AVALIAÇÃO DO PLANO

8.1 - Análise do plano

Todo empreendimento comercial é idealizado para proporcionar lucro, e este plano de negócios foi elaborado com a finalidade de fornecer informações sobre a viabilidade financeira da implantação de uma sala de curativos na cidade de João Pessoa, uma vez que o serviço é escasso e em conversas informais com profissionais da área médica, podemos detectar que há uma demanda reprimida, obrigando clientes a procurarem outras praças para tratamento.

O mercado consumidor inicialmente será o da grande João Pessoa, mas nada impede que pessoas de outras regiões possam ser atendidas, bastando para isto que entrem em contato e agendem horário para atendimento.

Com a utilização do software do SEBRAE/MG, foram levantados os dados que compõem este plano, os quais, ao serem analisados, possibilitam a constatação de que o empreendimento é viável e tem potencial para crescimento acima do especificado, pois todos os apontamentos relacionados ao número de atendimentos e taxas de crescimento foram feitos com bastante cautela, beirando o pessimismo. Desta forma, com previsão de retorno em um prazo de apenas 10 meses, fica clara a viabilidade e um possível crescimento acima do apurado.

REFERÊNCIAS

SEBRAE/MG. Disponível em: < <https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/software/software-plano-de-negocio-30> > Acesso em 02 jun. 2017.

FACEBOOK. Disponível em: < https://pt-br.facebook.com/pg/cicatrizareviews/?ref=page_Internal > Acesso em 31 Out. 2017.

ANEXO I



Avaliação e Primeira Consulta

Nome: _____ Idade _____ Anos

Endereço: _____ Cidade: _____

Contato: _____

Hábitos pessoais

Refeições: no/dia: _____ Preferência Alimentar: _____

Ingesta Hídrica: _____ l/dia Sono: _____ h/noite Insônia: Sim() Não()

Etilismo: Sim() Não() Tabagismo: Sim() Não() Sim nº de Cigarros /dia: _____

Alergia Tópica: Sim() Não() Produto: _____

Doenças Atuais Diabetes Tipo I () Diabetes Tipo II () Alzheimer () Doença Neurológica () Neoplasia () Insuficiência Arterial () Insuficiência Venosa () Doenças Cardiovasculares () Pé Diabético ()

Medicamentos em Uso: _____

Tempo de Existência da Ferida: _____ Tratamentos Anteriores sim () não ():

Mobilidade: Deambula () - Deambula com ajuda () - Não Deambula () Restrito ao Leito ()

Exame Físico, Dados Antropométricos Peso: _____ Kg - Altura: _____ Cm Circunferência: (ITB) Panturrilha _____ Cm - Tornozelo _____ cm

Presença de Pulso: Pedial Dorsal (MID) Sim () Não () - Pulso (MIE) Sim () Não ()

Pulso Poplíteo - (MID) Sim () Não () - Pulso Poplíteo (MIE) Sim () Não ()

Tibial Posterior - (MID) Sim () Não () - (MIE) Sim () Não ()

Exame local Edema de MMII () - Ausente () +1/+4 () +2/+4 () +3/+4 () +4/+4 ()

Número de feridas: _____ Localização (s): _____

Tecido Desvitalizado: Necrose Seca () - Necrose Úmida () - Esfacelos () - Necrose de Liquefação () N. Coagulação ()

Exsudato: Ausente () Pequeno () Médio () Grande () Abundante ()

Tipo de Exsudato: Seroso () Serosanguinolento () Sanguinolento () Piosanguinolento () - Característico ()

Odor: Ausente () Discreto () Característico () Forte ()

Dor: Nenhuma () - Pouca Dor () Dor Moderada () Dor Intensa ()

Área Perilesional: Normal () - Macerada () - Eritema () - Descamação () Prurido () - Dermatite ()

Sinais e sintomas locais

Edema () Cianose () Fissuras () Hiperemia () Lipodermatosclerose () Varizes () Pele Ressecada ()

Hipótese Etiológica da Ferida:

Úlcera Arterial () - Úlcera Venosa (estase) () Úlcera Neurotrófica () Úlcera Mista () Lesão por Pressão ()

Resultados de Exames Laboratoriais: Data do Exame: _____ / _____ / 20 _____

Hemoglobina _____ g/dl (4,0 a 6,2 milhões) Glicose jejum _____ mg/dl (ver item exames complementares)

Leucócitos _____ Ref. cel./ mm³ (4 a 11 milhões/mm³) Albumina _____ g/dl Ref. (3,5 a 5,0 g/dl)

Plaquetas _____ /mm³ Referência (150 a 450 milhões/mm³)

Nome: Manoel João dos Santos (nome fictício)
Enfº Especialista em Lesões Cutâneas
COREN - xxxxx PB

João Pessoa _____ de _____ de 20 _____

ANEXO II



LAUDO E CONDUTA

Paciente: João da Silva (nome fictício)

Paciente de 71 anos, consciente, orientado, deambulando, diabetes tipo I, fazendo uso de insulina Lispro, cardiopata, Hipertenso, com insuficiência venosa de MMII, paniculite predominantemente lobular que acometeu os membros inferiores com amputação de MID. Lesão essa medindo 2 cm de comprimento e 2 cm de largura, com bordas endurecidas irregulares e grossas por se tratar de uma amputação onde o paciente pisa em cima da lesão dificultando o processo de epitelação e uma segunda lesão no dorso do pé medindo 5 cm de largura e 5 cm de comprimento, 1 cm de profundidade, bordas regulares e grossas, apresentando necrose de liquefação e necrose seca, exsudato abundante e fétido, realizado desbridamento cirúrgico onde foi tirado toda necrose mas a lesão se apresenta com exposição óssea e flutuantes, com sangramento importante.

CURATIVO DIÁRIO: MID

- 02 Soro fisiológico 500 ml- Mensal
- 01 Saf Gel (Hidrogel com alginato de cálcio)- Mensal
- 01 Creme Barreira(coloplast)- Mensal
- 01 Esparadrapo impermeável 10 x 4,5 cm – Quinzenal
- 01 Ataduras de crepon 15 cm- diário
- 03 Pacote gaze estéril 7,5 x 7,5 – diário
- 01 Aquacept plus spray – Mensal
- 01 Luva estéril nº7,5 – diário
- 01 Pacote de compressa – Semanal
- 01 Colagenase pomada - Semanal

CONDUTA DE CURATIVO MID

Lavar as mãos, calçar luvas de procedimento, retirar o curativo sujo, avaliar o curativo num todo, calçar luva estéril aplicar SF a 0,9% em jatos na lesão, em seguida aplicar Aquacept plus spray, aguardar 30 segundos, retirar o excesso, aplicar novamente o produto, deixar secar, colocar creme barreira na região perilesional, colocar Saf Gel e colagenase em alternâncias na lesão, cobrir como curativo primário com gaze úmida e em seguida com compressa estéril, envolver o curativo com atadura de crepom e esparadrapo impermeável.



Nome: Manoel João dos Santos (nome fictício)
Enfº Especialista em Lesões Cutâneas
COREN – xxxxx PB

João Pessoa ____ de _____ de 20 ____