

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA - UFPB
Centro de Ciências Sociais Aplicadas - CCSA
Graduação em Administração - GADM

Plano de Negócios: PROSUL Segurança Eletrônica

RODRIGO ABRAÃO GUEDES GONDIM DA SILVA

RODRIGO ABRAÃO GUEDES GONDIM DA SILVA

Plano de Negócios: PROSUL Segurança Eletrônica

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

Orientador: César Emanuel Barbosa de Lima, Prof. Dr.

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

S586p Silva, Rodrigo Abraao Guedes Gondim da.
Plano de negócios: PROSUL Segurança Eletrônica /
Rodrigo Abraao Guedes Gondim da Silva. - João Pessoa,
2026.
67 f. : il.

Orientação: César Emanuel Barbosa de Lima.
TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Plano de negócios. 2. Empreendedorismo. 3.
Segurança eletrônica. I. Lima, César Emanuel Barbosa
de. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 658(043)

FOLHA DE APROVAÇÃO

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

Aluno: Rodrigo Abraão Guedes Gondim da Silva

Trabalho: Plano de Negócios: PROSUL Segurança Eletrônica

Área da Pesquisa: Empreendedorismo

Data de Aprovação: 03 de agosto de 2026

Banca Examinadora

Documento assinado digitalmente
 **CESAR EMANOEL BARBOSA DE LIMA**
Data: 04/08/2026 08:18:32-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

César Emanuel Barbosa de Lima, Prof. Dr.
Orientador

Documento assinado digitalmente
 **WAGNER SOARES FERNANDES DOS SANTOS**
Data: 04/08/2026 18:58:02-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Wagner Soares F. dos Santos, Prof. Dr.
Membro Examinador

Documento assinado digitalmente
 **NADJA VALERIA PINHEIRO**
Data: 04/08/2026 21:54:44-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Nádja Valéria Pinheiro, Prof^a Dr^a
Membro Examinador

João Pessoa/PB
2026

AGRADECIMENTOS

- Agradeço a Deus pela oportunidade de cursar Administração na Universidade Federal da Paraíba;
- À minha mãe, Severina Guedes Gondim da Silva (*in memoriam*), e ao meu pai, Antônio Joaquim da Silva, por todo o apoio e dedicação durante a Graduação;
- Ao meu orientador, Prof. Dr. César Lima, pela paciência, incentivo e apoio;
- Aos docentes examinadores, Prof. Dr. Wagner Soares F. dos Santos e Prof.^a Dr.^a Nádja Valéria Pinheiro, pela disponibilidade;
- Aos docentes que foram incentivo e inspiração durante o curso: César Emanuel Barbosa de Lima, Renan Felinto de Farias Aires, Suelle Cariele De Souza e Silva, Arturo Rodrigues Felinto, Rosivaldo de Lima Lucena e Brivaldo André Marinho da Silva;
- Às minhas Supervisoras de Estágio, que contribuíram com minha formação, Sr.^a Stella Pereira Leite e Sr.^a Natália Patrícia Koncevecz Soares;
- Ao Senhor Natan Pereira Pedroza, por todos os trabalhos em grupo, que se tornaram mais tranquilos com seu apoio.

Muito obrigado!!!!!!

RESUMO EXECUTIVO

O presente plano de negócios detalha a criação da empresa PROSUL Segurança Eletrônica, organização que terá como proprietário Rodrigo Abraão Guedes Gondim da Silva. O empreendimento será formalizado como Empresário Individual, atuará no ramo de serviços e venda de sistemas de segurança eletrônica, com foco em residências, pequenos comércios e apartamentos. O empreendimento operará com o proprietário, mais um funcionário auxiliando na operação e parte do *marketing*. Estará localizado no bairro de Mangabeira, João Pessoa/PB, bairro em constante expansão imobiliária, com grande população e, consequentemente, maior procura. Atenderá os bairros de Mangabeira, Valentina, Jardim Cidade Universitária e Bancários. A missão da PROSUL é “oferecer soluções de segurança eletrônica, com o objetivo de proteger as residências e os comércios e, mais importante, as pessoas, por meio de um atendimento ágil, honesto e transparente”. A visão da empresa é consolidar-se como referência no segmento em Mangabeira, num prazo de três anos. A análise de mercado apontou para um setor aquecido e em crescimento ao nível nacional, e oportunidades no contexto local. O levantamento por meio da pesquisa de mercado apontou que as câmeras são a solução de segurança eletrônica de maior interesse e, consequentemente, de maior demanda e foco da empresa, e que os fatores decisivos para a aquisição e contratação são a qualidade, o preço e o suporte para os consumidores. Os indicadores financeiros resultantes do plano financeiro foram:

INDICADOR	RESULTADO
Ponto de Equilíbrio	R\$ 227.445,25
Lucratividade	12,31% a. a..
Rentabilidade	117,08% a. a.
Prazo de Retorno do Investimento	0,85 anos

A estimativa do investimento inicial é de R\$ 36.758,00, financiado com capital próprio, com objetivo de reduzir o risco resultado das dívidas para o início da operação.

LISTAS DE ILUSTRAÇÕES

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1 - Logotipo da Empresa	34
Figura 2 - Layout Funcional	38
Figura 3 - Fluxograma de Clientes	39
Figura 4 - Organização Funcional da Empresa.	40

LISTAS DE QUADROS

Quadro 1: pesquisa com fornecedores.....	13
Quadro 2: pesquisa com concorrentes.....	14
Quadro 3: análise SWOT (FOFA).....	16
Quadro 4: Manual de descrição de cargos com instalador.....	40
Quadro 5: estimativa de investimento fixos.....	43
Quadro 6: estimativa do Estoque Inicial.....	44
Quadro 7: estimativa do Prazo Médio de Vendas.....	45
Quadro 8: estimativa do Prazo Médio de Pagamento.....	46
Quadro 9: estimativa da Necessidade Líquida de Capital de Giro.....	46
Quadro 10: estimativa do Caixa Mínimo.....	46
Quadro 11: estimativa do Capital de Giro.....	47
Quadro 12: estimativa dos Investimentos Pré-Operacionais.....	47
Quadro 13: estimativa do Investimento Total.....	48
Quadro 14: estimativa do Faturamento com Serviços.....	48
Quadro 15: estimativa do Faturamento com Vendas.....	48
Quadro 16: estimativa do Custo Unitário dos Serviços.....	49
Quadro 17: estimativa do Custo de Mercadoria Vendida.....	49
Quadro 18: cálculo do Preço de Venda.....	50
Quadro 19: estimativa do Custo de Comercialização.....	50
Quadro 20: estimativa dos Custos com Depreciação.....	51
Quadro 21: estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais.....	53
Quadro 22: Demonstrativo do Resultado do Exercício.	54
Quadro 23: faturamento Estimado com Serviços Cenário Otimista.....	56
Quadro 24: faturamento Estimado com Vendas Cenário Otimista.....	57
Quadro 25: Custos de Comercialização Estimados Cenário Otimista.....	57
Quadro 26: Demonstração do Resultado do Exercício Cenário Otimista.....	57
Quadro 27: Indicadores de Viabilidade Cenário Otimista.	58
Quadro 28: faturamento Estimado com Serviços Cenário Pessimista.	58
Quadro 29: faturamento Estimado com Vendas Cenário Pessimista.....	58
Quadro 30: Custos de Comercialização Estimados Cenário Pessimista.....	59
Quadro 31: Demonstração do Resultado do Exercício Cenário Pessimista.....	59
Quadro 32: Indicadores de Viabilidade Cenário Pessimista.....	60

LISTAS DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Localização de Residência/Empresa.....	17
Gráfico 2 - Questão sobre o nível de segurança.....	18
Gráfico 3 - Tipo de Imóvel.....	19
Gráfico 4 - Nível de preocupação com segurança do imóvel.	20
Gráfico 5 - Experiências com ocorrências de segurança.....	21
Gráfico 6 - Preocupações para o uso da segurança eletrônica.	21
Gráfico 7 - Utilização de algum sistema de segurança eletrônica.....	22
Gráfico 8 - Sistemas utilizados.....	23
Gráfico 9 - Satisfação com o sistema atual.....	24
Gráfico 10 - Interesse em adquirir ou atualizar o sistema.....	25
Gráfico 11 - Tipo de sistema preferível.....	26
Gráfico 12 - Métodos de pagamento preferível.....	27
Gráfico 13 - Questão sobre preço dos sistemas.....	28
Gráfico 14 - Valor de mão de obra.....	28
Gráfico 15 – Fatores de aquisição.....	29
Gráfico 16 - Preferência sobre pesquisa para adquirir segurança eletrônica.....	30
Gráfico 17 – Faixa etária.....	31
Gráfico 18 - Gênero.....	32
Gráfico 19 - Renda familiar mensal.....	33

SUMÁRIO

1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO	10
1.1. Dados do Proprietário e Experiências	10
1.2. Responsabilidades	10
1.3. Dados do Empreendimento	10
1.4. Razão Social e Forma Jurídica	10
1.5. Missão.....	10
1.6. Visão.....	10
1.7. Valores.....	11
1.8. Área de Atuação	11
1.9. Mix de Serviços	11
1.10. Localização	12
1.11. Número de Funcionário Previsto	12
1.12. Capital Social e Fonte de Recursos.....	12
2. ANÁLISE DE MERCADO	12
3. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	13
3.1. Estudo dos Clientes	13
3.2. Público-Alvo.....	13
3.3. Fornecedores.....	13
3.4. Concorrentes.....	14
3.5. Análise de SWOT	15
3.5.1. Forças.....	16
3.5.2. Fraquezas	16
3.5.3. Oportunidades	16
3.5.4. Ameaças.....	16
4. Pesquisa De Mercado	17
4.1. Coleta de Dados.....	17
4.2. Análise dos Resultados	17
5. Plano De Marketing	34
5.1. Marca, slogan e posicionamento	34
5.2. Personas	35
5.3. Estratégias de Preço.....	36

5.4.	Estratégias promocionais e segmentação	36
5.5.	Estratégias de praça e distribuição.....	36
6.	PLANO OPERACIONAL	37
6.1.	Arranjo físico.....	37
6.2.	Capacidade produtiva e comercial.....	38
6.3.	Processos operacionais: fluxograma de clientes e produtos.....	39
7.	PLANO DE GESTÃO DE PESSOAS	40
7.1.	Organograma	40
7.2.	Jornada de Trabalho e Salários.....	41
7.3.	Plano de capacitação e treinamentos	42
7.4.	Estratégias de motivação, estilo de liderança e incentivos.....	42
8.	PLANO FINANCEIRO	42
8.1.	Estimativa dos Investimentos Fixos	42
8.2.	Capital de Giro	44
8.2.1.1.	Estimativa do Estoque Inicial.....	44
8.3.	Caixa Mínimo.....	45
8.3.1.	Prazo Médio de Vendas	45
8.3.2.	Prazo Médio de Pagamento	46
8.3.3.	Necessidade Líquida de Capital de Giro.....	46
8.3.4.	Caixa Mínimo	46
8.3.5.	Capital de Giro.....	47
8.4.	Investimentos Pré-Operacionais.....	47
8.5.	Investimento Total.....	47
8.6.	Estimativa do Faturamento com Serviços	48
8.7.	Estimativa do Faturamento com Vendas	48
8.8.	Custo dos Serviços	49
8.9.	Custo de Mercadoria Vendida	49
8.10.	Preço de Venda	50
8.11.	Custo de Comercialização	50
8.12.	Custos com Depreciação.....	51
8.13.	Custos Fixos Operacionais Mensais	53
8.14.	Demonstrativos dos Resultados	53

9.	Indicadores de Viabilidade.....	54
9.1.	Ponto de Equilíbrio.....	54
9.2.	Lucratividade (margem líquida).....	55
9.3.	Rentabilidade.....	55
9.4.	Prazo de Retorno do Investimento.....	55
10.	CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS.....	56
10.1.	Cenário Otimista.....	56
10.1.1.	Faturamento Estimado com Serviços.....	56
10.1.2.	Faturamento Estimado com Vendas.....	56
10.1.3.	Custo de Comercialização.....	57
10.1.4.	Demonstração do Resultado do Exercício	57
10.1.5.	Indicadores de Viabilidade.....	58
10.2.	Cenário Pessimista.....	58
10.2.1.	Faturamento Estimado com Serviços.....	58
10.2.2.	Faturamento Estimado com Vendas.....	58
10.2.3.	Custo de Comercialização.....	59
10.2.4.	Demonstração do Resultado do Exercício	59
10.2.5.	Indicadores de Viabilidade.....	60
11.	DECISÃO GERENCIAL	60
	REFERÊNCIAS	61

1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

1.1. Dados do Proprietário e Experiências

Rodrigo Abraão Guedes Gondim da Silva, com 25 anos, natural de Pedras de Fogo—PB. Dentre as experiências profissionais, atuou em empresa de segurança eletrônica, na qual obteve a percepção da importância dos instrumentos de segurança, como câmeras, sistemas de alarmes e cercas elétricas. Realizou, também, estágio na Companhia de Desenvolvimento da Paraíba - CINEP, atuando com pesquisa de preços para dispensas e licitações, conhecimentos úteis ao funcionamento dos processos de aquisições e contratações para órgãos públicos e com pesquisa de preços com fornecedores, além de ser importante para entender as potencialidades da Paraíba e, mais especificamente, da cidade de João Pessoa.

1.2. Responsabilidades

O proprietário será responsável pela gerência, maior parte do atendimento e também fará instalações e manutenções com um auxiliar.

1.3. Dados do Empreendimento

1.4. Razão Social e Forma Jurídica

A forma jurídica escolhida será a de Empresário Individual, considerando que o faturamento é maior do que o Microempreendedor Individual e não possui capital social mínimo, mais adequado ao modelo de negócios; optante pelo Simples Nacional, por permitir um processo menos burocrático e possuir um risco menor.

A razão social: Rodrigo Abraão Guedes Gondim da Silva.

Nome Fantasia: PROSUL Segurança Eletrônica.

1.5. Missão

A missão de uma organização é o seu propósito, ou sua razão de existência. Exprime o que a empresa está provendo à sociedade. Uma declaração de missão bem-feita define o fundamental, o propósito único que separa a companhia de outras empresas do seu tipo (HUNGER; WHEELLEN, 2011, p. 23, grifo nosso)

Define-se então a missão da organização como: oferecer soluções de segurança eletrônica, com o objetivo de proteger as residências e os comércios e, mais importante, as pessoas, por meio de um atendimento ágil, honesto e transparente.

1.6. Visão

A visão da empresa é: em três anos, tornar-se referência em segurança eletrônica no bairro de Mangabeira, cidade de João Pessoa/PB, no segmento residencial, pequeno e médio, e comercial, pequeno e médio. A referência se dará por notória excelência técnica, pela

confiança e inovação. “[...] a visão é a declaração do que a organização deseja ser, ou seja, da posição que ela quer ocupar no futuro” (SOBRAL; PECI, 2013, p. 201).

1.7. Valores

Confiança: agindo de forma honesta e zelando a parceria com os clientes;

Inovação: trazendo o que há de mais de novo e inteligente;

Defesa: garantindo que o que é mais importante seja protegido;

Atenção: oferecer um atendimento humanizado, personalizado e atencioso para garantir a satisfação das necessidades dos clientes;

União: oferecer um relacionamento de parceria entre as partes, visando melhorar a segurança nas residências, nos comércios e em toda a cidade.

1.8. Área de Atuação

O foco de atuação será na área de serviços, e a principal área de atuação econômica será o município de João Pessoa/PB, mais precisamente no ramo de segurança eletrônica, com instalações e manutenções de sistemas de segurança eletrônica. O empreendimento pretende se tornar referência em instalações e manutenções em residências, apartamentos e pequenos comércios, com sistemas mais modernos, com câmeras com reconhecimento de pessoas e sistemas de alarme inteligentes.

Com CNAES (Classificação Nacional de Atividades Econômicas): 4321-5/00 - Instalação e Manutenção Elétrica e 4742-3/00 - Comércio Varejista de Material Elétrico.

1.9. Mix de Serviços

Planejamento e consultoria: análise da necessidade do cliente e verificação do local, para melhor atender à demanda;

Instalação de câmeras, alarmes e cercas elétricas: em conformidade com as normas e em atendimento ao planejamento inicial, com instalação de aplicativos inclusa;

Manutenção corretiva de câmeras, alarmes, cercas elétricas e portões eletrônicos: identificação de falhas nos sistemas e conserto;

Manutenção preventiva de câmeras, alarmes, cercas elétricas e portões eletrônicos: troca de componentes e periféricos de forma periódica, prevenindo falhas que possam comprometer sistemas em locais em que não pode haver interrupção de uso dos sistemas.

Além dos serviços, a empresa irá dispor de pacotes disponibilizados e vendas avulsas de sistemas, tais como:

Pacote residências econômico 1: duas câmeras, um gravador de vídeo, um disco rígido de 500 GB em modo de gravação por movimento. Com ou sem instalação;

Pacote residências 1: duas câmeras, um gravador de vídeo, um disco rígido de um TB. Com ou sem instalação;

Pacote residências econômico 2: três câmeras, um gravador de vídeo e um disco rígido de 500 GB em modo de gravação por movimento. Com ou sem instalação;

Pacote residências 2: três câmeras, um gravador de vídeo e um disco rígido de um TB. Com ou sem instalação;

Pacote pequeno comércio 1: quatro câmeras, um gravador de vídeo, disco rígido de dois TB, sistema de alarme com quatro sensores e central de alarme inteligente com bateria. Com ou sem instalação.

Vendas avulsas de sistemas de câmeras, alarmes, cercas elétricas e controles de portões eletrônicos.

1.10. Localização

A empresa se localizará no bairro de Mangabeira, município de João Pessoa/PB, por ter um bom número de população e estar em expansão, o que proporcionará uma base maior de clientes.

1.11. Número de Funcionário Previsto

A empresa contará com um funcionário para auxiliar nas instalações, manutenções e *marketing*, além do proprietário.

1.12. Capital Social e Fonte de Recursos

A empresa contará com recursos próprios para financiar sua operação, garantindo assim que os riscos iniciais sejam reduzidos.

2. ANÁLISE DE MERCADO

O setor de segurança eletrônica tem demonstrado que é promissor para a economia do Brasil. Segundo dados obtidos na Pesquisa ABESE – Associação Brasileira das Empresas de Sistemas de Segurança, publicados pela Revista Segurança Eletrônica (2025), o faturamento médio do setor de segurança eletrônica alcançou R\$ 14 bilhões no ano de 2024 e gerou mais de 5 milhões de empregos diretos e indiretos para o mesmo ano. Esses dados indicam que o setor está gerando valor, o que proporciona um atrativo para novas empresas.

Ainda, dados publicados por Oliveira (2026), que reproduz a Pesquisa ABESE, o faturamento do setor foi de R\$ 16 bilhões no ano de 2025, com crescimento projetado de 18,8% para o ano de 2026. Os dados da pesquisa ABESE para o ano de 2025 revelam um crescimento e uma tendência de expansão para os próximos anos.

Alguns fatores podem impulsionar o crescimento do setor, de acordo com Queiroz e Ferreira (2025), sendo eles o aumento da violência urbana e a tecnologia. De um lado, a violência aumenta a percepção de insegurança da população, aumentando a demanda; de outro, a tecnologia transforma os sistemas em algo mais atrativo e acessível.

A aderência por parte dos consumidores desses sistemas é crescente. Segundo a pesquisa da ABESE, publicada pelo Estadão *Blue Studio* (2024), revela que 37% dos imóveis brasileiros já contam com algum sistema de monitoramento, com boa parcela ainda não possuindo algum sistema, o que indica um mercado consumidor potencial para as empresas do setor.

No que tange aos serviços com mais procura, dados indicam que o segmento residencial teve mais demanda, dados da pesquisa realizada pela SMG e publicada pelo sítio eletrônico *Tiinside* (2018). Em números, 69% dos prestadores de serviços atenderam os consumidores finais, com projetos realizados em residências, tendo demandas para sistemas de videomonitoramento e alarmes. Isso demonstra que o segmento das residências apresenta uma boa demanda comercial. Dentre os sistemas de videomonitoramento, em primeiro lugar vêm os sistemas IP (*Internet Protocol*), que transmitem as imagens por meio de cabos de dados; em seguida vêm os sistemas de câmera analógicos.

Para o contexto regional, na Paraíba, reproduzindo dados do IBGE (2021), o G1 (2022) comunica que apenas 58,6% dos domicílios paraibanos possuem algum tipo de sistema de segurança (convencional ou eletrônico). Isso representa um percentual menos expressivo que a média do Nordeste e do Brasil. A pesquisa ainda aponta que a maioria ainda utiliza sistemas convencionais, como portas, grades, fechaduras e cachorros, e apenas 8,8% dos imóveis do estado possuem sistemas de videomonitoramento ou alarmes. Isso representa demanda que ainda pode ser explorada por empresas do setor.

Quanto à verticalização, 43,3% dos domicílios de João Pessoa/PB são do tipo apartamento, sendo a capital com maior proporção de habitantes de condomínios no Nordeste, segundo dados do IBGE (2024), reproduzidos por Tibúrcio (2025). Tais dados devem ser considerados para direcionar ao público-alvo, levando em conta a precificação e o que esses diferentes públicos almejam ao adquirir ou contratar sistemas de segurança eletrônica, além de quais são suas necessidades considerando em qual tipo de habitação eles moram.

3. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

3.1. Estudo dos Clientes

3.2. Público-Alvo

São pessoas maiores de 18 anos que moram em residências, apartamentos ou comércios, localizados em Mangabeira, Jardim Cidade Universitária, Bancários e Valentina e demais bairros da Zona Sul de João Pessoa/PB, focando num público que possui residências e comércios menores, mas atendendo também ao público com maior poder aquisitivo.

3.3. Fornecedores

Considerando que a empresa atuará com equipamentos e materiais por demanda, os fornecedores devem estar localizados próximos, na Paraíba ou Pernambuco. A estratégia será construir um relacionamento duradouro com os fornecedores, priorizando a parceria em detrimento de competição por preços pesquisando com outros fornecedores.

FORNECEDOR	PREÇO	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	CONFIABILIDADE	PRAZO DE ENTREGA	LOCALIZAÇÃO
A	Baixo	À vista, cartão até 6x, pix, boleto (mediante a análise de crédito)	Média	Entrega em até 48h e imediata para retiradas	Bairro Novo, Olinda - PE

B	Médio	Dinheiro, cartão de crédito ou pix	Média	Entrega mesmo dia	Centro, João Pessoa - PB
C	Baixo	À vista ou Cartão em até 5X	Alta	Entrega em até 24H, retirada imediata	Torre - João Pessoa-PB
D	Médio	À vista ou cartão de crédito	Média	Somente retirada, mesmo dia da compra	Abreu e Lima - PE
F	Alto	Cartão em até 4X	Média	Mesmo dia da compra	Expedicionários - João Pessoa/PB

Quadro 1: pesquisa com fornecedores.

Fonte: Pesquisa Direta (2026).

Condições de pagamento: com base na pesquisa feita, os distribuidores não oferecem boas condições para novos parceiros, somente parcelam por cartão ou aceitam à vista. É necessário melhorar o relacionamento para obter melhores condições.

O fornecedor B se mostrou o melhor dentre os respondentes da pesquisa direta, com boa localização, atendimento, preço e disponibilidade, e por ser um dos maiores da Paraíba, que será o principal fornecedor para desenvolver relacionamento. A empresa deverá ter um segundo fornecedor em caso de ruptura de estoque do principal como estratégia contingencial, sendo escolhido o fornecedor A.

3.4. Concorrentes

Pesquisando no *Google Maps*, foram localizadas algumas empresas de segurança eletrônica. Pôde-se notar na pesquisa inicial que algumas não possuem números de telefone que sejam localizados no *WhatsApp*, o que é um ponto negativo para os concorrentes, pois os clientes ficam impossibilitados de entrar em contato com essas empresas. Outras não possuem *Instagram*, perdendo uma oportunidade de aumentar a visibilidade de seus empreendimentos.

Foi feita uma pesquisa por meio de mensageiro eletrônico com alguns concorrentes do bairro e de bairros próximos que se obteve êxito em comunicar, encontrados por meio do *Google Maps* e de ferramentas de dados de CNPJ. Com vistas a ter conhecimento sobre os preços dos equipamentos e serviços, foi indagado o preço de duas câmeras FULL HD e DVR com suporte para FULL HD, com o resultado abaixo:

EMPRESA	PREÇO	PONTO FORTE	PONTO FRACO	ENDEREÇO
Portões eletrônicos e segurança eletrônica	Baixo (marca inferior)	Bem avaliada no <i>Google Maps</i> , fácil de encontrar no <i>Google Maps</i> , bom preço, bom atendimento, atendimento rápido	Instagram não possui bom alcance	R. Manoel Joaquim das Neves, 138 - Mangabeira, João Pessoa - PB, 58057-550

VJSEG Segurança eletrônica	Baixo (não cobra diretamente os equipamentos, não obtém margem de lucro sobre os equipamentos, utiliza um dos distribuidores presentes em fornecedores no presente plano de negócios)	Preço bom	Poucas avaliações no <i>Google Maps</i> , não possui Instagram, atendimento moroso	Rua Maria Regina Martis 321 Mangabeira - Cidade Verde, João Pessoa - PB, 58059-700
Optima segurança e tecnologia	Baixo	Preço bom	Poucas avaliações no <i>Google Maps</i> , Instagram com pouco alcance	R. Irene Alves Pinheiro Celani, 80 - Mangabeira VII, João Pessoa - PB, 58058-340
1 Mundo Segurança Eletrônica	Médio	Bom atendimento	Só possui <i>Instagram</i> com pouco alcance e uma única postagem	Rua Estudante Erico Marcos Veloso, 159, Mangabeira, 58055-230, João Pessoa-PB
Primordial Segurança Eletrônica Ltda	Médio	Atendimento bom e ágil	Não possui presença digital	Rua Beatriz Maria de Oliveira, 78, Mangabeira, 58058-320, João Pessoa-PB
Eletricaproseg	Alto	Possui boa avaliação no Google Maps, possui sítio eletrônico e Instagram com bom alcance	Preço mais elevado	R. Profa. Maria Lianza, N341 - Jardim Cidade Universitária, João Pessoa - PB, 58052-320
Segurança Eletrônica SE	Baixo	Possui boa avaliação em geral no Google Maps, atendimento rápido com atendente com IA inicial	Existe avaliação negativa contra a empresa, não possui <i>Instagram</i>	R. Psicóloga Emilene Ribeiro Aranha Dellosbel, 42 - Bancários, João Pessoa - PB, 58052-142

Quadro 2: pesquisa com concorrentes.

Fonte: pesquisa direta (2026).

A PROSUL concorrerá principalmente com as empresas de médio e alto preço, e disputará com as empresas de baixo preço com equipamentos de marcas mais acessíveis.

Sobre o preço da instalação, algumas concorrentes responderam que seria R\$300, outra empresa informou que sairia por R\$340 a instalação de sistema de CFTV com duas câmeras.

3.5. Análise de SWOT

FORÇAS	FRAQUEZAS
---------------	------------------

Empresa enxuta Atendimento mais personalizado	Empresa no início, sem confiança no mercado Capital social limitado Pouco recurso humano
OPORTUNIDADES Expansão ao Sul de João Pessoa Expansão imobiliária População crescente Sensação de insegurança	AMEAÇAS Concorrência informal e concorrência muito consolidada Alguns sistemas, equipamentos e componentes possuem preços que estão se elevando

Quadro 3: análise SWOT (FOFA)

Fonte: elaboração própria (2025)

3.5.1. Forças

Uma estrutura mais enxuta permite que custos sejam menores, além de que uma parte do trabalho pode ser realizado em *home-office*, diminuindo custos. Por ser uma empresa pequena, que não terá o mesmo número de clientes e consumidores em comparação com seus concorrentes, o relacionamento com os clientes será mais pessoal, personalizado e próximo, resultado num relacionamento de longo prazo.

3.5.2. Fraquezas

Por ser um empreendimento novo e desconhecido no mercado, enfrentará uma dificuldade para conseguir clientes, mas isso pode ser remediado oferecendo uma experiência satisfatória, que faz com que os clientes indiquem a empresa. O capital social pequeno compromete o funcionamento, mas diminui riscos, e os malefícios podem ser remediados mediante compras por demanda. Entretanto, a presença de apenas o proprietário faz com que a empresa não consiga atender muitas demandas e diminui também a rapidez do atendimento e instalação, mas diminui riscos.

3.5.3. Oportunidades

O município de João Pessoa/PB está em expansão ao Sul, com Mangabeira tendo alguns destaques, sendo um bairro muito populoso, o que faz com que o mercado seja mais amplo. A cidade está com muitos visitantes que melhoraram a economia, e também com pessoas que vêm morar, aumentando a demanda. Apesar de bons indicadores de segurança pública, a insegurança ainda é sentida e, em comparação com cidades de países mais desenvolvidos, os indicadores ainda precisam melhorar. A insegurança faz com que os sistemas de segurança eletrônica tenham mais demanda.

3.5.4. Ameaças

Há na cidade uma presença forte de prestadores de serviço informais, que oferecem preços mais baixos, e também de grandes *players*, que atendem grandes empresas. Com vistas a mitigar a ameaça da concorrência, a empresa deve lançar mão de diversas marcas,

com marcas que são voltadas para o público de entrada, sem, contudo, ter muito ônus quanto à qualidade, mas também oferecer marcas que atendam a um público mais exigente. A organização deve também ter várias opções de pagamento, para atender diversos públicos.

Alguns equipamentos, sistemas e componentes sofrem uma inflação maior que outros. Atualmente discos rígidos estão em alta de preços em razão da demanda por unidades de estado sólido e discos rígidos pelas empresas de inteligência artificial.

4. Pesquisa De Mercado

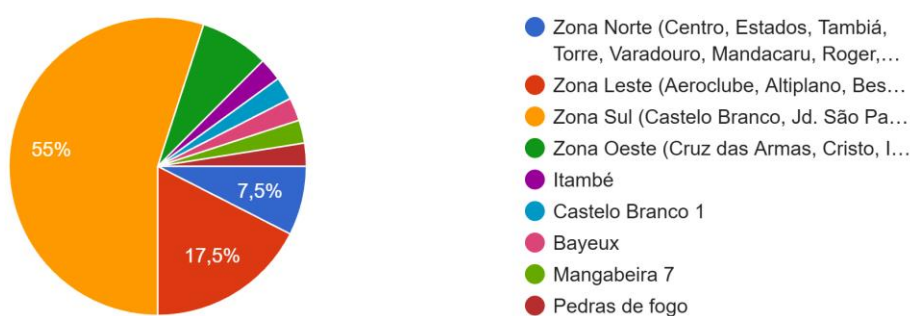
4.1. Coleta de Dados

A pesquisa foi feita mediante um instrumento de coleta de dados, de forma *online*, na plataforma *Google Forms*, com 22 questões. O período de coleta ocorreu do dia 03 de setembro de 2025 a 26 de janeiro de 2026, contando com 40 respondentes. A pesquisa contou com questões de múltiplas escolha em sua maior parte e algumas abertas, almejando extrair mais informações. Tendo objetivo em saber das informações sobre o perfil dos consumidores e a viabilidade do empreendimento.

4.2. Análise dos Resultados

Gráfico 1 – Localização de Residência/Empresa

Onde mora
40 respostas



Fonte: elaboração própria (2026).

As respostas estão mais voltadas para a área de foco do plano de negócio, que é a região Sul de João Pessoa/PB, sendo 55% dos respondentes dessa área. A Zona Norte e a Zona Leste também tiveram representação considerável, com um resultado de 25% no total, e as demais regiões respondem pelos 20% restantes.

O resultado da pesquisa traz implicações: a escolha da região da Zona Sul, onde será localizada a empresa, está validada, indicando que existe demanda nessa região de João Pessoa/PB, e os dados também reforçam e validam a escolha do bairro de Mangabeira, que com 70 mil habitantes, é o bairro mais populoso da Paraíba (G1, 2024).

A concentração inicial de atendimento da empresa deve ser restrita aos bairros de Mangabeira, Jardim Cidade Universitária, Bancários e Valentina, reduzindo os custos com o deslocamento, reduzindo o tempo para o efetivo atendimento e potencializando a capacidade produtiva.

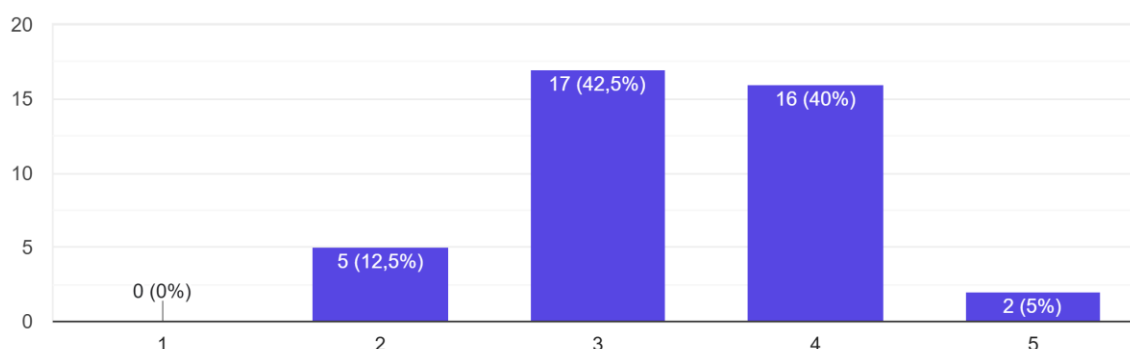
O marketing digital da empresa também deve se voltar para Mangabeira e para a Zona Sul, utilizando *hashtags* e palavras-chave que remetam às localidades. A empresa será cadastrada no Google Meu Negócio com o endereço, permitindo que ela seja localizada nas pesquisas e no Google Maps.

O empreendimento pode, no futuro, expandir sua atuação para a Zona Leste, considerando que foi a localidade que ficou em segundo lugar no número de respondentes. Para essa expansão, a PROSUL precisará construir sua reputação e carteira de clientes.

Gráfico 2 - questão sobre o nível de segurança.

Se sente seguro onde mora? Em qual nível?

40 respostas



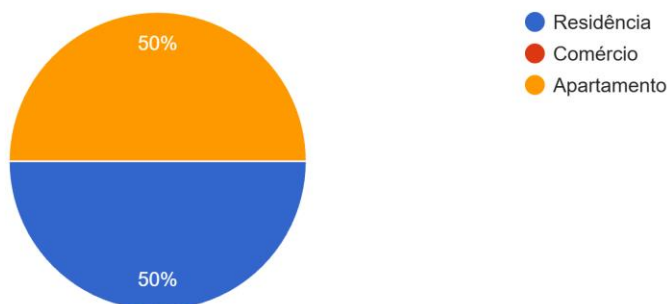
Fonte: elaboração própria (2026).

Conforme o apêndice, em que 0 (zero) significa nada seguro, e 5 (cinco) muito seguro, os dados indicam que, embora nenhum dos respondentes da pesquisa relate uma percepção pessoal de extrema insegurança (com 0%), e 12,5% respondam como pouco seguro, 42,5% se sentem razoavelmente seguros e 40% se sentem seguros, a minoria respondeu com nível 5, ou seja, se sente totalmente seguro. Isso revela um espaço para ofertar sistemas que sejam mais preventivos, como câmeras instaladas de forma mais visível, com inteligência artificial integrada ao Gravador Digital de Vídeo (DVR), que proporciona notificações mais precisas, identificando pessoas e veículos, não somente movimentos, e também alarmes, que, por meio de identificação de movimentos suspeitos e abertura de portas, ativam uma sirene que provoca dissuasão do possível ataque.

A comunicação da PROSUL deve transmitir uma mensagem de que a empresa irá oferecer soluções que garantem paz e tranquilidade para o domicílio do cliente, mantendo-o protegido mesmo na ausência e prevenindo ataques.

Gráfico 3 - Tipo de Imóvel.

Tipo de imóvel
40 respostas



Fonte: elaboração própria (2026).

As respostas obtidas nessa pergunta demonstram que João Pessoa/PB concentra muitos apartamentos, com 50% das respostas sendo desse tipo de habitação, e os outros 50% sendo de residências; 0% indicou que o imóvel seria um comércio.

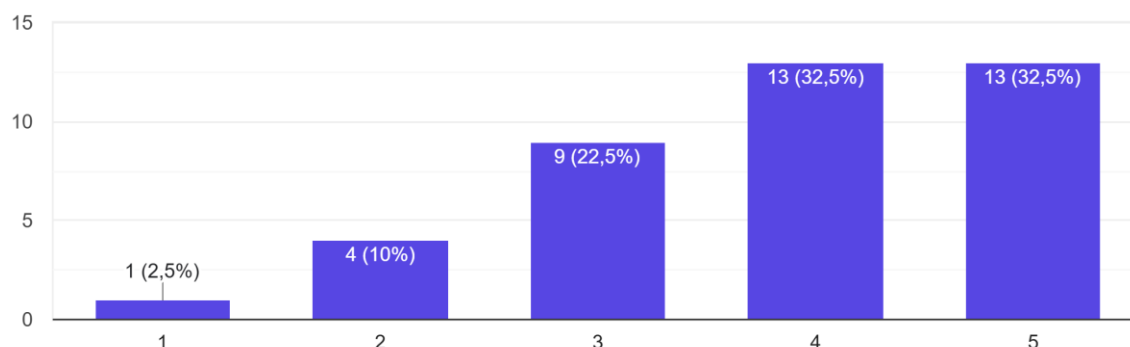
O fato de que 50% habitam apartamentos, tem validação com o fato de que João Pessoa é uma cidade bem verticalizada, com 37% da população habitante de apartamentos, conforme revelado com os dados do IBGE reproduzidos pelo Pauta Real (2024). Isso implica que, se a empresa se limitar apenas a residências, diminuirá o número de possíveis clientes e os ganhos que eles poderiam proporcionar.

Como os moradores de apartamentos já possuem algumas soluções de segurança e segurança eletrônica nos seus prédios, algumas soluções específicas individuais para apartamentos podem ser exploradas, como as câmeras internas com monitoramento remoto por *smartphone* e *Wi-Fi*, que fazem com que a solução também seja mais barata, visto que não necessita de gravador de vídeo e cabos para transmitir a imagem, e com instalação mais rápida. Outra solução é a de videoporteiros inteligentes.

Gráfico 4 - Nível de preocupação com segurança do imóvel.

Qual o nível de preocupação com a segurança do imóvel?

40 respostas



Fonte: elaboração própria (2026).

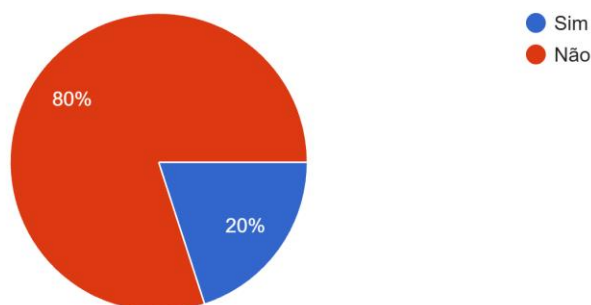
As informações do Gráfico 4 comunicam que 32,5% são muito preocupados com a segurança do imóvel em que residem e 32,5% são preocupados, evidenciando, com um total de 65%, um elevado nível de inquietação quanto à segurança; 22,5% se sentem razoavelmente preocupados e apenas um total de 12,5% são pouco ou nada preocupados. Como um refúgio, um local seguro, as pessoas priorizam a segurança do seu lar.

Esse nível de preocupação indica demanda real, mostrando viabilidade, e indicando que o serviço que a empresa oferece resolve a necessidade psicológica de se sentir mais seguro, atuando como um motor que gera a aquisição. Isso pode ser explorado para o *marketing*. Para os 32,5% do grupo que se sente muito preocupados e 32,5% que se sentem preocupados, uma resposta mais rápida no *WhatsApp* explora a urgência e provas sociais com instalações anteriores. Para os 22,5% e demais com menores níveis de preocupação, o *marketing* pode atuar com campanhas que conscientizam sobre a prevenção e atuando com um discurso mais persuasivo no *Instagram*.

Gráfico 5 - Experiências com ocorrências de segurança.

Já foi vítima de alguma ocorrência onde mora?

40 respostas



Fonte: elaboração própria (2026).

A grande maioria, de 80%, não foi vítima de alguma ocorrência passada; apenas 20% relataram experiência negativa anterior, mas, ainda assim, os dados da pesquisa em outras questões presentes no gráfico 2, 4 e na questão 20 revelam algumas preocupações.

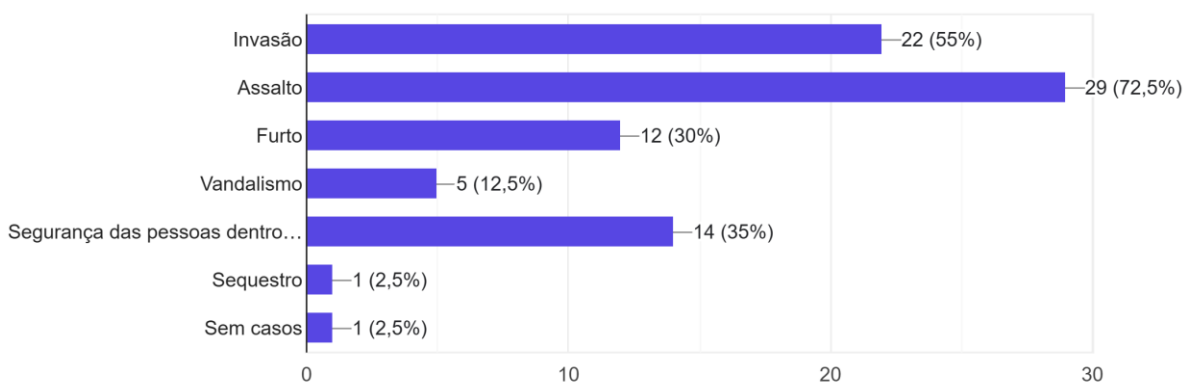
Tal resultado não significa que a empresa não tenha demanda, mas que a maioria dos consumidores tem uma demanda mais preventiva, visando uma proteção antes que algo ocorra.

Os 20% têm uma demanda mais urgente, estão com uma motivação emocional maior, resultado da experiência prévia existente. A PROSUL deve proporcionar um atendimento e diagnóstico mais rápido, direcionado por uma triagem que questione se o cliente já teve alguma ocorrência.

Gráfico 6 - Preocupações para o uso da segurança eletrônica.

Quais suas maiores preocupações quanto a segurança?

40 respostas



Fonte: elaboração própria (2026).

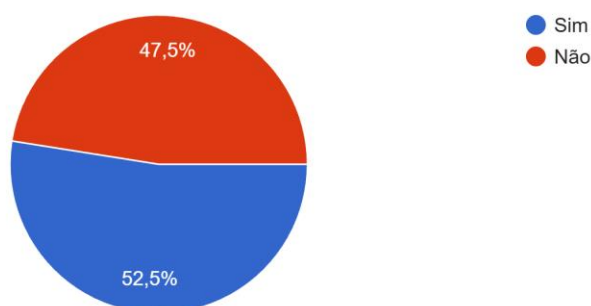
Os medos/preocupações maiores são assalto e invasão, indicando priorização de proteções que protegem o perímetro da moradia e previnem acessos não autorizados. As soluções que podem ser indicadas são as câmeras, posicionadas de forma mais ostensiva para dissuadir os possíveis agressores, sistemas de alarmes com sirene para alertar ao redor e afugentar os agressores, além de cercas elétricas que se tornam barreiras e desincentivam a invasão. Os sistemas comporão os pacotes oferecidos pela empresa.

A comunicação da PROSUL pode ser segmentada para cada tipo de preocupação, mostrando a solução e as palavras-chave. Para o medo do assalto, a empresa produzirá conteúdo digital em vídeos curtos que demonstram a capacidade de sistemas de câmeras inteligentes que identificam suspeitas e notificam em tempo real no *smartphone*. Para as invasões, o destaque serão demonstrações em vídeo dos alarmes e sua dissuasão, e conteúdo educativo de como as cercas elétricas funcionam como uma barreira preventiva.

Gráfico 7 - Utilização de algum sistema de segurança eletrônica.

Utiliza algum sistema de segurança eletrônica?

40 respostas



Fonte: elaboração própria (2026).

As respostas da questão presente no Gráfico 7 dividem-se em 47,5% de pessoas que não possuem algum sistema de segurança eletrônica e que não são clientes de algum concorrente, e 52,5% que já possuem algum sistema.

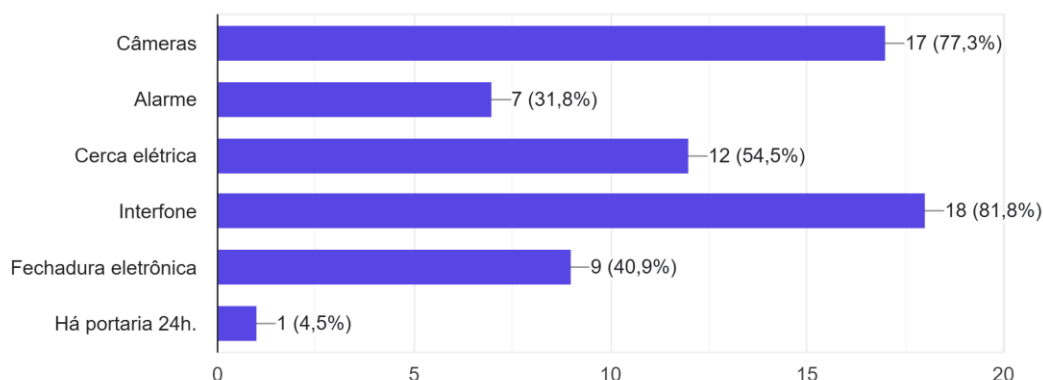
Segmentando o público, para os que ainda não possuem algum sistema, representando uma oportunidade de crescimento da empresa. Para esse segmento, a estratégia é educar e convencer o cliente sobre a necessidade de aquisição com os benefícios, como a redução de riscos, monitoramento remoto com notificações enviadas para o *smartphone* e economia proporcionada em comparação com a vigilância armada. A PROSUL pode oferecer pacotes de entrada e a possibilidade de parcelamento com cartão de crédito, tornando mais acessível a aquisição.

Para os clientes que já possuem algum sistema e são clientes de concorrentes, podem ser educados sobre *upgrades* com sistemas mais modernos, com algoritmos de reconhecimento de pessoas e veículos, e oferecendo sistemas com qualidade melhor e serviço com qualidade melhor, o que faz que a possibilidade de defeitos seja reduzida e que os sistemas funcionem o mais próximo de 100% possível, reduzindo queixas e melhorando a reputação da empresa.

Gráfico 8 - Sistemas utilizados

Se sim, qual sistema possui?

22 respostas



Fonte: elaboração própria (2026).

As respostas obtidas no Gráfico 8 estabelecem que os interfones estão em primeiro lugar em número de adoção e as câmeras são o segundo lugar, seguidas de cerca elétrica, fechadura eletrônica e alarme.

O fato de a solução de interfones possuir o maior número de respostas pode ter relação com o gráfico 3, que aborda sobre o tipo de imóvel, apresentando um elevado número de respostas de residentes de apartamentos. Para esse tipo de público, a empresa deve segmentar com interfones inteligentes e videoporteiros. Para o segundo tipo de sistema, a empresa deve priorizar a capacitação e o treinamento, visto que é a solução que mais interessa aos clientes, conforme Gráfico 11.

Questão 11: Se você possui sistema de segurança eletrônica, qual a principal queixa, se houver? Por quê?

3 respostas

- As vezes as câmeras ficam sem imagem e é necessário suporte técnico para retornar.
- Moro em um condomínio e alguns dos profissionais que fazem revezamento nos plantões não fazer um filtro da entrada e saída de pessoas, que não são do condômino, com precisão.
- Baixa resolução dos equipamentos

Tratando-se de uma questão complementar à questão do Gráfico 8, as respostas dessa questão aberta facultativa, com o objetivo de identificar queixas das pessoas que afirmaram possuir algum sistema, indicam uma baixa durabilidade dos sistemas ou baixa qualidade da instalação.

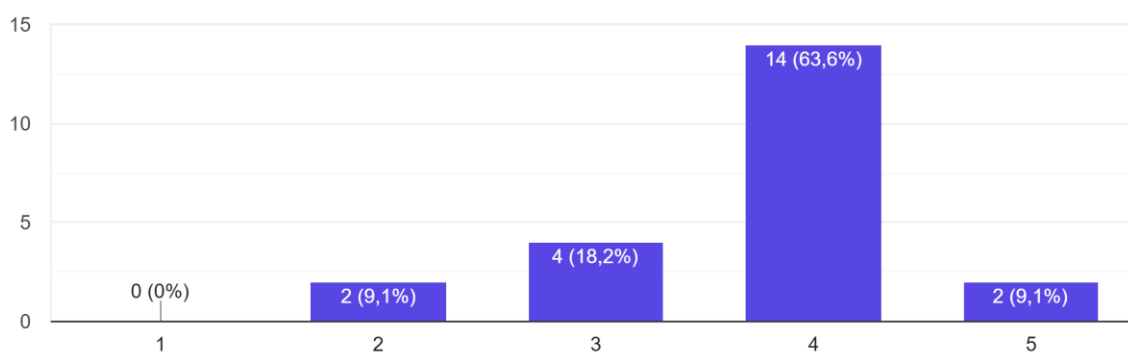
Para buscar uma diferenciação, o foco deve estar em oferecer sistemas que tenham uma qualidade melhor, com uma maior durabilidade, de marcas reconhecidas com menores índices de falha, que podem comprometer a segurança do cliente, o que resulta em uma menor probabilidade de manutenções corretivas.

A PROSUL deve oferecer uma maior qualidade na instalação e garantir que a testagem dos equipamentos, que estará num *check-list* antes da instalação. As manutenções a serem priorizadas devem ser preventivas.

Gráfico 9 - Satisfação com o sistema atual.

Qual seu nível de satisfação com o sistema?

22 respostas



Fonte: elaboração própria (2026).

Conforme apêndice, utilizando uma escala que vai de 1 a 5, em que 1 (hum) é igual a nada satisfeito e 5 (cinco) é muito satisfeito. Os resultados mostram que 63,6% dos respondentes estão satisfeitos, 18,2% estão razoavelmente satisfeitos e 9,1% estão pouco satisfeitos; somente 9,1% responderam com a nota máxima e nenhum com a nota mínima.

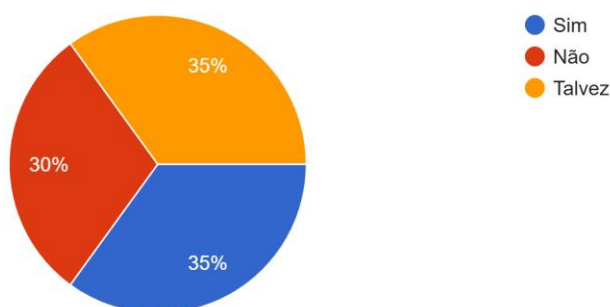
Embora 63,6% estejam satisfeitos com os sistemas atuais, um total de 27,3% não está plenamente satisfeito com seu sistema de segurança eletrônica atual, podendo buscar a PROSUL para migrar. Há espaço para concorrer, fornecendo uma qualidade superior quanto aos equipamentos, instalação e uma melhor pós-venda, com um contato mais rápido e buscando feedbacks até 60 dias de instalação quanto ao funcionamento dos sistemas, identificando proativamente problemas, prevenindo a insatisfação.

A empresa pode oferecer diagnósticos gratuitos para os clientes dos concorrentes que estão insatisfeitos e ofertar melhorias para os sistemas em uso.

Gráfico 10 - Interesse em adquirir ou atualizar o sistema.

Tem interesse em adquirir ou atualizar daqui aos próximos 12 meses?

40 respostas



Fonte: elaboração própria (2026).

Indica a existência de interesse por parte de 35%, que afirmaram sim para ter interesse em adquirir/atualizar, e outros 35% que disseram talvez, podendo ser convencidos a adquirir algum sistema ou atualizar. Já 30% afirmam não ter interesse.

Como estratégia para os 35% que responderam “talvez” é oferecer alguns benefícios especiais, como a primeira manutenção preventiva gratuita em até 6 meses após a compra. Para os 35% que disseram que tinham interesse em adquirir, a PROSUL oferecerá um desconto se o cliente fechar com a empresa em até 5 dias.

Para as vendas da empresa, a estratégia é buscar um atendimento mais rápido em até 1 hora, principalmente para aqueles que responderam “sim”, com triagem inicial por meio de resposta automática.

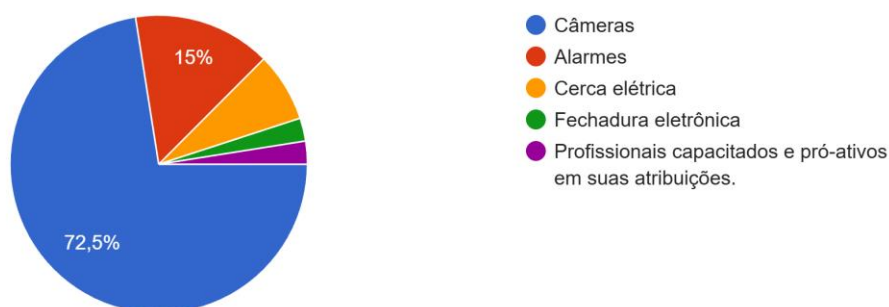
Para os que responderam “talvez”, a empresa enviará *links* por meio do *WhatsApp* de conteúdos educativos de postagens da PROSUL nas redes sociais, demonstrando os riscos de não possuir algum sistema de segurança eletrônica e os benefícios em possuir.

Para os 30% que afirmam que não possuem interesse, a estratégia é de comunicação, com a manutenção de presença da marca, fazer perguntas estratégicas, mostrar que o custo de adquirir é inferior ao custo de alguma perda material ou emocional em caso de alguma ocorrência e mostrar provas sociais.

Gráfico 11 - Tipo de sistema preferível.

Quais são as soluções que mais lhe interessam?

40 respostas



Fonte: elaboração própria (2026).

A grande maioria, de 72,5%, se interessa por câmeras, e confirma o que foi apontado na pesquisa da ABESE trazida por (TIINSIDE, 2018).

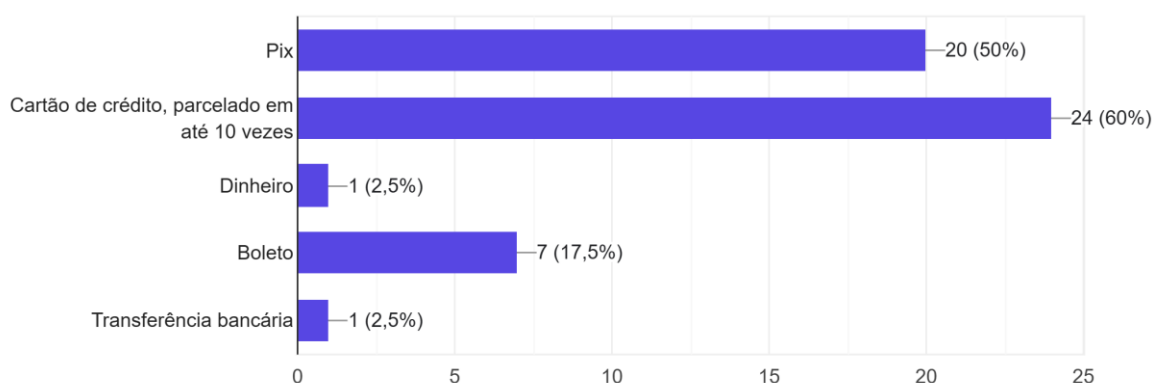
As respostas são positivas para a empresa, pois câmeras e alarmes são mais simples de serem instalados do que cercas elétricas, tornando mais viável uma estrutura mais simples e uma estratégia de dedicação para câmeras e alarmes, o que facilita a gestão de estoques e o foco para treinamentos e capacitação.

Por ser uma empresa nascente, com uma escala de compra menor e com um relacionamento a ser construído com os fornecedores, ela buscará se diferenciar pela qualidade do serviço e não concorrer somente por preço. De acordo com o Gráfico 15, a qualidade é mencionada como o principal fator e pós-venda como o terceiro. Quanto à qualidade e o pós-venda a empresa ofertará sistemas e instalações superiores, garantia de instalação e suporte mais proativo.

Gráfico 12 - Métodos de pagamento preferível.

Qual a forma de pagamento preferível?

40 respostas



Fonte: elaboração própria (2026).

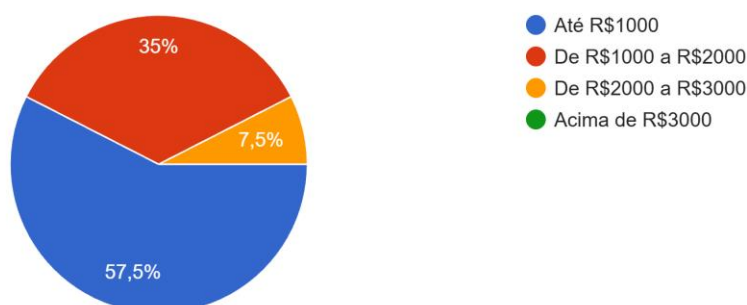
A questão do Gráfico 12 acima apresenta as formas de pagamento preferíveis, sendo o cartão de crédito com parcelamento o mais eleito, seguido do PIX. A questão foi desenhada de forma que permita mais de uma resposta para indicar alternativas de formas de pagamento.

A preferência por cartão de crédito implica que, para sobreviver à demanda, é necessário que a empresa aceite pagamento em cartão de crédito, sendo necessária a aquisição de uma maquininha. Isso terá implicações na precificação com a taxa da administradora da maquininha, que pode ser de 11,05% para uma venda de R\$ 2.000 em até 10X, com recebimento em até 2 dias úteis. É preferível que a empresa ofereça parcelas de até 6X, para que a taxa não seja tão alta, e deverá precificar a taxa de parcelamento. A empresa pode adotar como estratégia oferecer descontos para clientes que pagam via PIX, incentivando seu uso. As respostas demonstram que o cenário mudou com o advento do PIX, o dinheiro quase caiu em desuso.

Gráfico 13 - questão sobre preço dos sistemas.

Quanto estaria interessado em investir num sistema de segurança?

40 respostas



Fonte: elaboração própria (2026).

É revelado por meio do Gráfico 13 que 57,5% preferem pagar até R\$ 1.000, 35% de R\$ 1.000 a R\$ 2.000 e 7,5% de R\$ 2.000 a R\$ 3.000, nenhum quer pagar acima de R\$ 3.000.

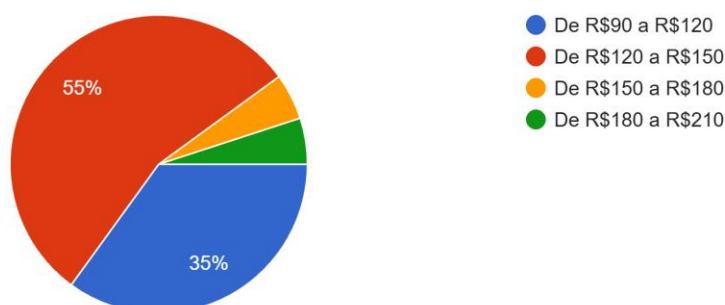
A forma com que foi respondida essa questão provoca um desafio, visto que as pessoas que responderam têm uma expectativa de que os sistemas são de um preço mais baixo do que a realidade, que estão mais próximos da faixa de R\$ 1.000,00 a R\$ 2.000,00 com a margem de lucro, levando em consideração os próprios dados de fornecedores: 1 (hum) Kit com marca melhor sairia por R\$ 2.133,25 e 1 (hum) kit acessível por R\$ 1.563,10.

Para equilibrar isso, é necessário educar os clientes sobre a qualidade e optar por câmeras de marcas de renome, mas que sejam mais de entrada ou que sejam de subsidiárias de entrada, e oferecer formas de pagamento acessíveis. Para alguns clientes, como aqueles que residem em apartamentos, soluções como as câmeras internas com *Wi-Fi* fazem com que esse preço total diminua consideravelmente, entrando na expectativa de faixa de preço do cliente.

Gráfico 14 - Valor de mão de obra.

Quanto considera justo o valor dos serviços de instalação por dia?

40 respostas



Fonte: elaboração própria (2026).

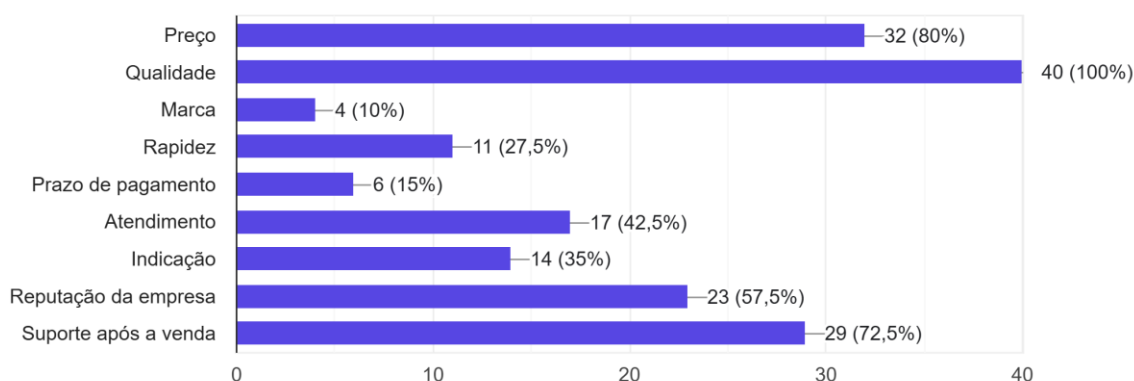
A pesquisa mostrou que 55% consideram um valor de R\$ 120 a R\$ 150 como justo e que 35% considera um valor de R\$ 90 a R\$ 120 como justo. A maioria de 55% se encontra próxima da média para os concorrentes. A faixa de preços menor para 35% dos respondentes pode ser explicada pelas rendas que não são tão significativas, podendo aumentar a sensibilidade aos preços. Para justificar um melhor valor para a mão de obra, a empresa pode ofertar um atendimento melhor e investir tempo na qualidade da instalação, resultando numa aparência final melhor que pode ser aproveitada pela PROSUL para postagens em redes sociais.

O valor é viável para instalações e manutenções no bairro de Mangabeira e na Zona Sul de João Pessoa, por ser na localidade da empresa, pois os custos de deslocamento são menores.

Gráfico 15 – Fatores de aquisição.

Quais fatores você considera de maior importância para comprar ou contratar sistemas de segurança?

40 respostas



Fonte: elaboração própria (2026).

O Gráfico 15 aborda os fatores de maior importância para adquirir sistemas de segurança eletrônica, fazendo uma hierarquia dos cinco principais fatores. Temos, em primeiro lugar, a qualidade, com 100% dos respondentes dizendo que é um fator importante; o preço fica em segundo, com 80% do total de respostas; o pós-venda ficou em terceiro, com 72,5%; e reputação e atendimento ficaram em quarto e quinto lugar, respectivamente.

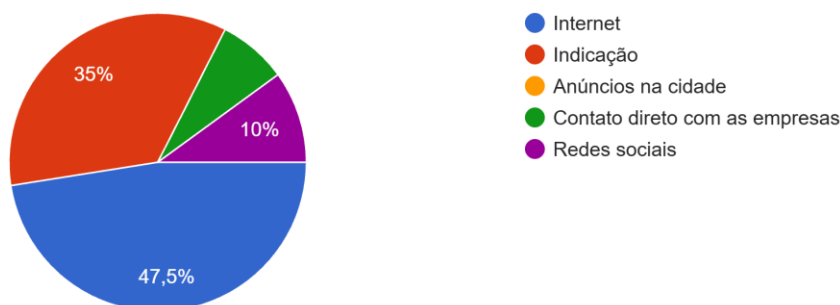
No que tange às implicações para a estratégia, é observado que a qualidade é mais importante que o preço para a maioria da amostra. Isso acarreta na conclusão de que o público não é sensível ao preço, exclusivamente, ele está disposto a pagar um pouco mais, desde que a qualidade seja algo significativo que faça com que os sistemas funcionem adequadamente, com suporte pós-venda. O pleno funcionamento dos sistemas também será positivo para a reputação da empresa. Com tudo isso, a PROSUL não irá competir exclusivamente pelo preço menor, ainda mais que é um empreendimento nascente.

Quanto ao preço, a PROSUL terá a estratégia de ser transparente, mostrando todos os benefícios que estão inclusos no pacote, qualidade e confiabilidade se o cliente adquirir.

Gráfico 16 - Preferência sobre pesquisa para adquirir segurança eletrônica.

Como você pesquisa ou prefere pesquisar soluções de segurança eletrônica?

40 respostas



Fonte: elaboração própria (2026).

A amostra que tem um contato maior com a internet e as redes sociais, por serem mais jovens; contudo, a indicação ainda é uma forma relevante de adquirir clientes. Diante disso, é recomendável que o negócio tenha uma boa presença na internet e também preze pelos clientes com uma boa qualidade e atendimento para estimular o *marketing* boca a boca.

Para a comunicação digital, a PROSUL terá alguns canais: O *Google* Meu Negócio, que irá permitir que a empresa seja encontrada por buscas na internet por palavras-chave que remetam a segurança eletrônica e dará dados do empreendimento, como telefone, endereço, horários de funcionamento, fotos e avaliações. O *Instagram* será utilizado para mostrar instalações realizadas e publicar conteúdos como os sistemas disponíveis, vídeos educativos e demonstrações de funcionamento. O *WhatsApp* será a porta de entrada para o atendimento inicial.

Para estimular as indicações, a empresa solicitará avaliação no *WhatsApp* após uma instalação. Para aqueles que avaliarem positivamente, será solicitada indicação. Para aqueles que indicarem e a pessoa indicada fechar negócio com a empresa, quem indicou ganhará desconto em manutenção.

Questão 20: Qual o principal desafio para a segurança onde mora?

11 respostas

- Invasões.
- A rotatividade de pessoas no prédio devido à plataformas como Airbnb.
- Muitos usuários de drogas tendem a furtar casas para conseguir manter o vício.
- A falta de iluminação nas ruas e de ronda policial
- Lugar pouco habitado por moradores, há muito comércio, tornado mais "esquisito" e menos monitorado.

- Assaltos nas redondezas

- Risco de invasão por ter muros baixos. Apesar de ser na zona sul, o bairro João Paulo II possui baixos índices de criminalidade. Por isso, muitos moradores da localidade não se atentam aos mecanismos de prevenção de furtos e invasões de propriedade.
- O bairro é cercado por comunidades, pouco policiamento e pouca iluminação.
- Muitos homicídios
- Assaltos
- Invasão doméstica seguida de furtos

A 20ª questão foi incluída para entender de maneira mais profunda as queixas quanto aos contextos de insegurança que marcam a vivência dos respondentes. As principais respostas podem ser sintetizadas em grupos:

Queixas quanto ao acesso não autorizado: respondentes reclamam de invasões e furtos.

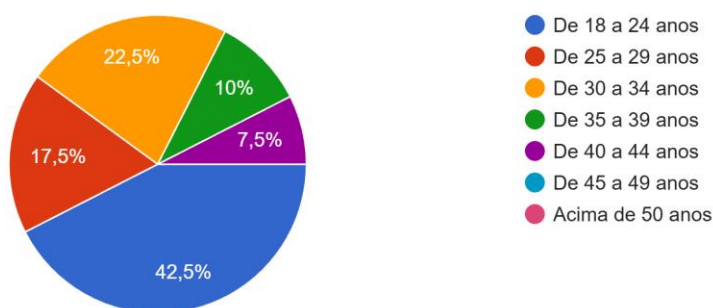
Queixas quanto à segurança e infraestrutura pública: pouco policiamento e iluminação.

As respostas apresentam implicações para o portfólio e para o *marketing* da empresa, que dará prioridade aos moradores de residências que são afetados por acessos não autorizados. Essas respostas mostram uma necessidade de sistemas como monitoramento com câmeras para evitar e ter alguma prova jurídica em caso de furtos e assaltos, e de cercas elétricas e de alarmes em caso de invasões de propriedades e de assaltos. Além disso, essas respostas podem ser exploradas para fazer textos persuasivos para anúncios no *Instagram*.

Gráfico 17 – Faixa etária.

Qual a sua idade?

40 respostas



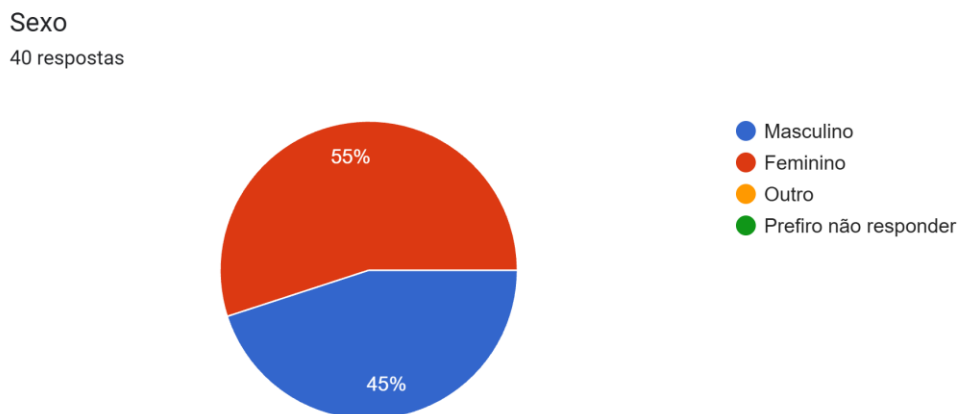
Fonte: elaboração própria (2026).

A amostra da pesquisa é composta por uma maioria de jovens, com 18 a 24 anos, sendo 42,5% das respostas, e de 25 a 29 anos com mais 17,5%, resultando em 60% dos respondentes.

Os jovens são um público que utiliza mais a internet e as redes sociais, pesquisam e buscam avaliações pela rede.

A comunicação deve se voltar para a *internet*, marcando presença digital e optando por uma comunicação mais visual, mais rápida, com vídeos curtos e fotos que demonstram a qualidade da instalação, já as vendas devem ser efetuadas no ambiente digital.

Gráfico 18 - Gênero.



Fonte: elaboração própria (2026).

O Gráfico 18 aborda sobre o gênero do participante da pesquisa; a maioria dos respondentes é do sexo feminino, mas as respostas estão equilibradas, com quase metade de cada gênero.

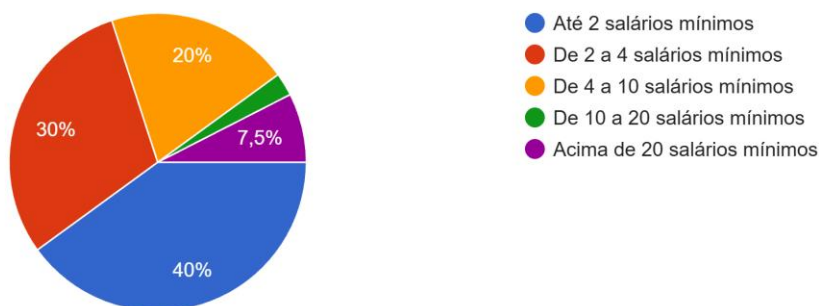
Essa distribuição atesta que a preocupação com a segurança e o interesse em adquirir soluções para esses anseios não é exclusivo de um gênero específico; isso indica que a responsabilidade pela decisão pode partir de qualquer gênero.

Esse equilíbrio deve ser refletido na comunicação da empresa, a comunicação não deve ser direcionada para um gênero em específico, como o masculino. O equilíbrio deve ser refletido na comunicação.

Gráfico 19 - Renda familiar mensal.

Renda familiar mensal

40 respostas



Fonte: elaboração própria (2026).

Os dados exibem que 70% dos questionados possuem até 4 salários mínimos e desses 70%, 40% possuem renda familiar mensal de apenas 2 salários mínimos, são pessoas que não possuem poder aquisitivo muito grande.

Para captar o público com rendas mais baixas, a estratégia é disponibilizar formas de pagamento que são mais acessíveis, como o cartão de crédito com parcelamento, e ofertar linhas de equipamentos de entrada de marcas mais conceituadas, como a Hilook, da Hikvision, com preço menor e qualidade significativa. O público com renda maior pode ser abordado por meio de um atendimento mais personalizado, com produtos de linhas mais *premium* e garantia de equipamentos e serviço maior.

5. Plano De Marketing

5.1. Marca, slogan e posicionamento



Figura 1 - Logotipo da Empresa

Fonte: Elaboração Própria (2026).

“A identidade visual provoca percepções e desencadeia associações a respeito da marca” (Wheeler, 2019, p. 24). A hierarquia da percepção começa com as formas, pois o cérebro reconhece mais rápido, depois vêm as cores, que podem provocar emoções e associações, por último a linguagem é processada. O escudo representa a defesa, amparo, auxílio, proteção. No caso concreto da empresa, visa criar uma mensagem de barreira entre o crime e o perigo e o patrimônio e as pessoas que os consumidores mais amam. Já o olho representa “espírito, visão, atividade, futuro, visão interior, divindade, visão ampla, percepção, vigilância, onipresença, sabedoria, penetração, magia, proteção”... segundo Couto (2021), que no caso deste Plano de Negócios, o foco do significado está na vigilância, proteção e percepção, que tem a ver com a lente das câmeras que faz com que nada passe despercebido por esses olhos, garantindo a proteção.

A junção dos dois símbolos comunica que a proteção é garantida por meio da vigilância constante. As cores escolhidas foram o azul-real, remetendo à confiança, responsabilidade, honestidade e ordem, como objetivo de transmitir estabilidade e tranquilidade, e o cinza representa a neutralidade e tecnologia, combinando com o azul. As fontes escolhidas tiveram com um objetivo remeter à modernidade e tecnologia, também pretendem transmitir autoridade com seu tamanho. Ainda, o slogan tem uma ligação com a visão da empresa, visando ser uma referência e dispensar maiores apresentações.

Sobre o posicionamento, Gabriel (2010, p. 40) traz que: “O posicionamento é usado como uma ferramenta de comunicação para atingir a mente do público-alvo”, e “o ato de projetar a oferta da empresa, de forma que ela ocupe um lugar distinto e valorizado nas mentes dos consumidores/clientes-alvo”. O posicionamento *in casu* é o de ser uma empresa especialista local de confiança, buscando atender e focar na Zona Sul de João Pessoa/PB. Também se diferencia por um atendimento mais humanizado e personalizado, além de foco na tecnologia com a inteligência artificial embarcada nos sistemas e honestidade e confiança, transformando-se numa autoridade local.

5.2. Personas

É definido após a delimitação do público-alvo para imaginar como são e então descobrir e atender seus desejos e ansiedades. Kotler *et al.* (2017, p. 183).

Persona I – Comerciante

Perfil: Pedro, 42 anos, é proprietário de um pequeno comércio, que é um mercadinho em Mangabeira.

Desejos e ansiedades: Pedro tem medo das invasões, furtos e roubos que podem ocorrer em períodos, principalmente noturnos, já que ele tem sua vida pessoal e não consegue estar pessoalmente 24 horas por dia. Para isso, ele quer uma solução que ofereça qualidade e confiança.

Fatores de Decisão: ele preza pelo preço competitivo ao mesmo tempo que deseja um bom suporte pós-venda, garantindo a confiança do sistema, visto que não pode estar sem funcionamento.

Solução: pacote para o pequeno comércio, com câmeras e alarme, com inteligência artificial e aplicativo, além de manutenção periódica.

Persona II – Cliente residencial

Perfil: Paula, 35 anos, casada, dois filhos, residente em uma casa na Zona Sul de João Pessoa/PB.

Desejos e ansiedades: preocupação com as pessoas que estão dentro da casa, pessoas que ela ama, além de medo de assaltos.

Fatores de decisão: atendimento humanizado, personalizado e atencioso, prezando pela qualidade.

Solução: câmeras com inteligência artificial para reconhecimento de rostos, com aplicativo.

Persona III – Cliente residente de apartamento

Perfil: Natan, 28 anos, estudante e bancário, vive sozinho em seu apartamento.

Desejos e ansiedades: deseja aumentar a segurança interna do seu apartamento, sente medo de furtos e invasões com entrada de pessoas desconhecidas no prédio.

Fatores de decisão: aprecia inovação com inteligência artificial e ter a capacidade de monitorar seu lar em qualquer lugar, usando seu *smartphone*.

Solução: assessoria para identificar a solução ideal, instalação de câmeras internas inteligentes e manutenção regular.

5.3. Estratégias de Preço

A PROSUL buscará adotar algumas marcas de produtos para transmitir uma imagem sobre preço-qualidade para diferentes tipos de consumidores, aqueles que prezam pelo custo-benefício ou preço baixo e aqueles que prezam pela qualidade. Pois, segundo Kotler; Keller (2018, p. 505), “As decisões de preço são complexas e devem levar em consideração muitos fatores — a empresa, os clientes, os concorrentes e o ambiente de marketing”.

Por ser uma empresa nova, que precisa de clientes, a estratégia no geral é precificar os produtos e a mão de obra um pouco mais baixos, tendo em conta os custos, e adotar vários tipos de produtos e serviços visando consumidores que almejam uma qualidade maior, que podem ter um valor mais alto e lucro maior. Tal decisão repousa, exatamente, no pensamento de Kotler; Keller (2018, p. 518), que expõe de forma enfática que “A demanda estabelece um teto para o preço que a empresa pode cobrar por seu produto. Os custos determinam o piso”.

O método adotado é o de preço de venda, em que: $\text{preço de venda} = \text{preço de custo} \div (1 - \text{soma da porcentagem dos impostos} - \text{porcentagem da taxa de cartão de crédito} - \text{porcentagem da margem de lucro desejada})$.

5.4. Estratégias promocionais e segmentação

A estratégia de marketing tem o objetivo de inserir a empresa no mercado e mantê-la por meio do *marketing* de boca a boca. Os canais utilizados são principalmente os digitais, visto que os respondentes da pesquisa utilizam muito esses canais. Então será utilizado o *WhatsApp Business* para atendimento inicial, para enviar orçamentos e fazer o suporte. O *Google Maps* será utilizado para que os clientes conheçam o negócio, para que possam entrar em contato com a empresa, que será um canal para avaliar o negócio, avaliação essa que pode provocar um efeito de prova social. Já o *Instagram* será como uma vitrine virtual, mostrando as instalações dos equipamentos. Tudo deve ser direcionado para a melhor qualidade e atendimento, para que o *marketing* de boca a boca funcione.

Na experiência atuando como auxiliar em instalação de segurança eletrônica, foi constatado que o *marketing* boca a boca e a promoção do logotipo no próprio carro da empresa eram os principais responsáveis por aquisição de novos clientes. A segmentação geográfica do público-alvo é concentrada na Zona Sul de João Pessoa, mais precisamente Mangabeira, que está em expansão e possui muito potencial e depois nos bairros de Valentina, Jardim Cidade Universitária e Bancários. O perfil é de pessoas mais jovens, mais receptivas a novas tecnologias e que utilizam *internet* e redes sociais para se comunicar, com renda familiar de até 4 salários mínimos, sem gênero específico e moradoras de apartamentos e residências. Como segmento complementar, a empresa abordará os pequenos comércios. O público é de pessoas que prezam pela segurança de seu lar, pela qualidade e pelo preço.

5.5. Estratégias de praça e distribuição

Definido o conceito, ficou estabelecido que os produtos serão disponibilizados numa pequena loja física e de forma digital, por meio do *WhatsApp Business*, ofertando o serviço também pelo *Google Maps*, garantindo maior conveniência e acessibilidade para o consumidor. O negócio ofertará seus produtos e serviços de forma direta e seletiva. Uma vez que, para Kotler (2003 *apud* GABRIEL, 2010, p. 49), define que a praça são as estratégias e

táticas para a colocação do produto no mercado, como ele chega ao seu alvo e como será exposto.

6. PLANO OPERACIONAL

6.1. Arranjo físico

O arranjo físico, ou mais conhecido como *layout*, em inglês, da PROSUL será adaptado para algo menor e de apoio. Para melhor conceituar, é citado o livro Administração: Teoria e Prática no Contexto Brasileiro:

Esse processo envolve decisões sobre como organizar espacialmente as instalações, concretamente o posicionamento e a localização das máquinas e equipamentos, estações de trabalho, áreas de atendimento aos clientes, áreas de armazenagem de materiais, banheiros, refeitórios, escritórios, salas de reunião, bem como a definição dos fluxos de materiais, informações e de pessoas nas instalações (SOBRAL; PECI, 2013, p. 424).

A PROSUL terá um enfoque maior nas visitas e instalações *in loco* e na presença digital, deste modo, a sede deverá ser mais enxuta e funcionará como um apoio, armazenamento e atendimentos pontuais de forma presencial. O arranjo físico será dividido em dois setores: o *front-office* para atender eventuais clientes e o *back-office*, onde será armazenado um pequeno estoque de insumos para instalação e também onde os equipamentos poderão ser testados antes de serem instalados.

O arranjo que mais se aproxima é o *layout* funcional, “[os recursos de transformação são agrupados de acordo com o tipo de processo que é executado” (SOBRAL; PECI, 2013, p. 424).

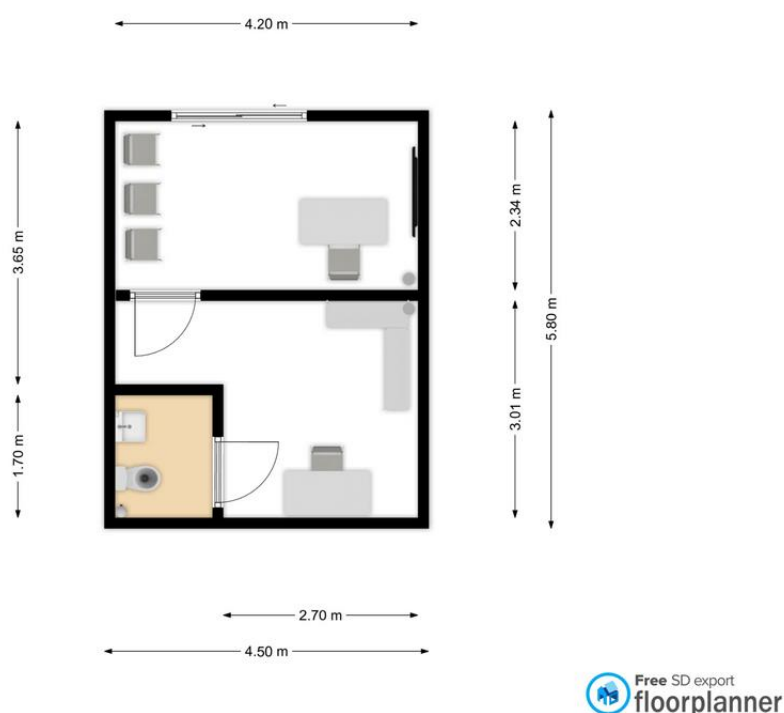


Figura 2 - *Layout Funcional*

Fonte: Elaboração Própria (2026).

Como será um arranjo físico enxuto, 4,5 m de largura e 5,80 m de comprimento, atende ao necessário para funcionar como um apoio. O local contará com três cadeiras para os clientes e uma para atendimento na parte da frente, um computador e uma impressora para atendimentos e eventuais orçamentos, além de um monitor *FULL HD* para demonstrar o funcionamento dos equipamentos. Já no *back-office* que será o pequeno estoque, há a necessidade de duas estantes, uma cadeira e uma mesa para testes dos equipamentos. O banheiro será necessário para os clientes e para as necessidades fisiológicas quando necessitar fazer atendimentos no local/buscar equipamentos.

6.2. Capacidade produtiva e comercial

Segundo Moreira (2012, p. 20), a capacidade pode ser interpretada como “as condições de atingir determinadas quantidades (ou níveis)”, e ainda “A capacidade representa, portanto, o limite.” Segundo Jacobs; Chase (2009, p. 82), o planejamento da capacidade de serviços tende a ter algumas variáveis mais importantes, como o tempo e a localização, não sendo possível produzir algo para destinação posterior; é algo que deve estar disponível.

Para estimar a capacidade, será considerado que a semana de trabalho será composta de seis dias com sete horas e meia diárias. Para instalar um sistema com três câmeras e um DVR, leva em média um dia para apenas um instalador. O mesmo tempo é o de instalação de alarmes, conforme experiência pessoal, outros sistemas, como câmeras internas e grande parte das manutenções, levam menos de um dia.

Adaptando a fórmula disponibilizada no livro de Peinado; Graeml (2007, p. 207), temos que capacidade é igual à capacidade disponível (tempo de trabalho) dividida pelo tempo de ciclo (tempo para produzir). Então, em minutos na semana seria:

- Para o tempo de trabalho: 7,5 (horas no dia) x 6 (dias na semana) = 45 horas x 60 = 2700 minutos na semana.

- Para o tempo para produzir: 1 (dia para produzir), que é igual a 7,5 horas X 60 = 450 minutos. $450/2=225$ (tempo para produzir em minutos dividido pelo número de funcionários). $2700/225 = 12$ instalações na semana e 48 instalações no mês.

6.3. Processos operacionais: fluxograma de clientes e produtos

Segundo Peinado; Graeml, (2007, p. 149) “Os fluxogramas são formas de representar por meio de símbolos gráficos, a sequência dos passos de um trabalho, para facilitar sua análise.”

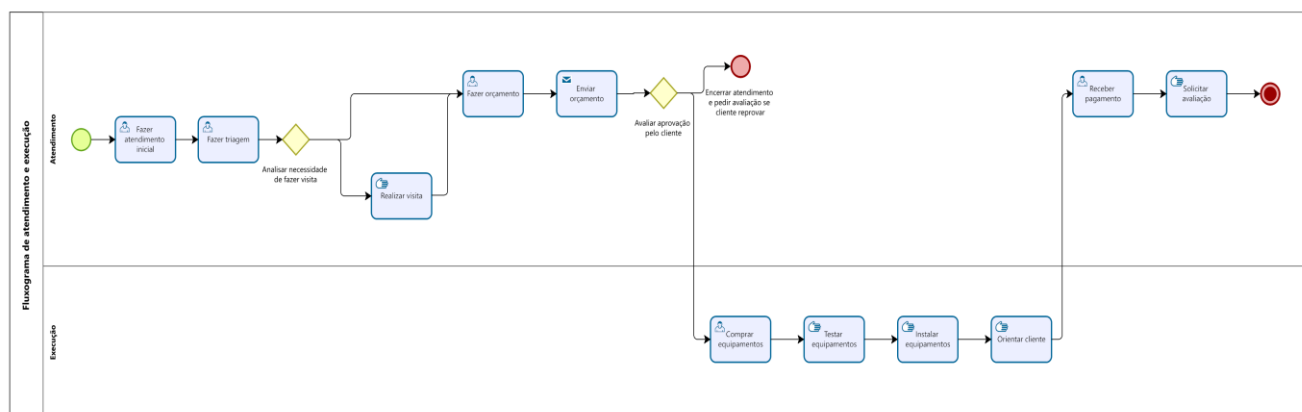


Figura 3 - Fluxograma de Clientes

Fonte: Elaboração Própria (2026).

Com a ajuda do *software Bizagi Modeler*, foi feita a definição do planejamento do processo, com o atendimento e a execução, começando pelo atendimento inicial ao cliente que entra em contato por meios digitais. O atendimento faz a triagem, identificando a necessidade do cliente e se é necessário fazer a visita técnica. Após isso, é feito o orçamento e enviado, que, se aprovado, iniciará a etapa de execução na qual são feitas as compras, a testagem e a instalação, procedendo depois com a orientação de uso do equipamento para o cliente, recebimento do pagamento e solicitação de avaliação.

7. PLANO DE GESTÃO DE PESSOAS

7.1. Organograma

O empreendimento terá uma organização funcional que, segundo Maximiano (2014, p. 91), é mais adequada para organizações no início e de pequeno porte. Na duração do plano, o administrador também será o diretor de todas as áreas.

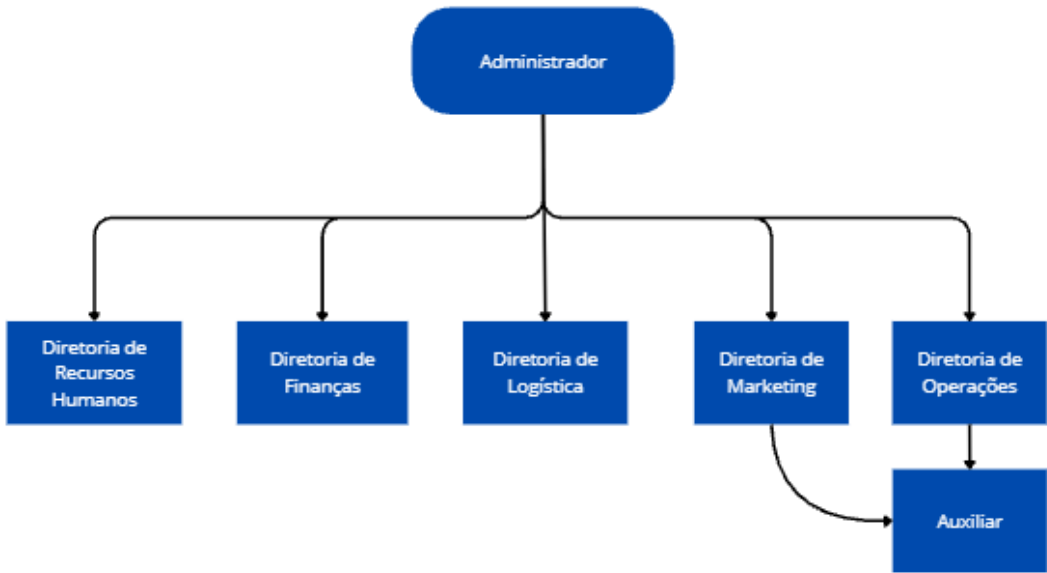


Figura 4 - Organização Funcional da Empresa.
Fonte: Elaboração Própria (2026).

Abaixo consta o Manual de Descrição de Cargos:

Quadro 4 – Manual de descrição de cargos com instalador.

CARGO	SETOR	ATRIBUIÇÕES	REQUISITOS MÍNIMOS
Administrador	Finanças	Controle de fluxo de caixa, realizar pagamento de tributos, apurar custos e calcular índices	• Superior incompleto • Capacidade física e mental • Informática intermediária
	Logística	Realizar compras, negociar com os fornecedores, realizar controle de estoque, fazer a roteirização	

		com auxílio de aplicativo	• Capacidade de liderança, comunicação e inteligência emocional • Carteira de Habilitação B
	Recursos Humanos	Realizar recrutamento, seleção, <i>onboarding</i> , treinamento, definir remuneração.	
	Marketing	Prospecção, atendimento de <i>leads</i> , telefone e Instagram, fazer orçamentos, fazer a estratégia de <i>marketing</i>	
	Operações	Realizar visitas, fazer instalações e manutenções, supervisionar qualidade das instalações e manutenções e cumprimento de prazos.	
Auxiliar	Marketing	Prospecção, atendimento de <i>leads</i> , telefone e Instagram, fazer orçamentos	• Ensino médio completo • Capacidade física e mental • Informática intermediária • Carteira de Habilitação B
	Operações	Instalar equipamentos, realizar diagnósticos e manutenções, configurar equipamentos e fazer a orientação básica, reportar ao Administrador	

Fonte: elaboração própria (2026).

7.2. Jornada de Trabalho e Salários

No começo do empreendimento, ele funcionará de segunda-feira a sábado, sendo 6 dias de trabalho semanais, começando às 8:00 e funcionando até as 17:00 horas, tendo duração de 7 horas e meia diárias, com 1h e meia de almoço, totalizando 45 horas semanais. Com o passar do tempo, será anotado e feita uma média em que se tem o dia com o menor atendimento. Este dia será removido, passando a ser 5 dias de trabalho semanais, o que irá totalizar 37,5 horas semanais, adequando-se a possíveis mudanças na legislação. O salário

do dono será o pró-labore de R\$ 1.800,00; o salário do funcionário auxiliar será um salário mínimo, com incentivos.

7.3. Plano de capacitação e treinamentos

No início, contando com apenas o dono, o foco será em participar de cursos oferecidos pelas maiores fabricantes de segurança eletrônica para entender como anda o mercado e as novas tecnologias, e, para aprender a instalar melhor os equipamentos, será voltado aos cursos EAD e presenciais gratuitos e depois buscando uma certificação de instalador de câmeras que custa cerca de R\$ 750.

Também haverá o foco em realizar cursos voltados à gestão, *marketing* e vendas, em locais como o SEBRAE. O futuro funcionário passará primeiramente por um *onboarding* sobre a PROSUL, depois será acompanhado nas instalações com supervisão para alcançar um bom nível de conhecimento e habilidade. Depois disso, o objetivo é que o funcionário participe de cursos presenciais e EAD ofertados pelas fabricantes, voltados à instalação de câmeras, alarmes e cercas elétricas.

7.4. Estratégias de motivação, estilo de liderança e incentivos

Quando o negócio escalar e surgir uma necessidade maior de contratar um funcionário, a estratégia de motivação (considerando que motivação é algo mais intrínseco) terá como princípio atender às expectativas do funcionário, para não o desmotivar, e, para isso, a pessoa escolhida deverá ter um interesse no mercado e deve-se perguntar sobre suas expectativas. Além disso, segundo Chiavenato (2014, p. 167), quando um funcionário se sente ouvido, isso é um fator de satisfação. Levando isso em conta, a organização será um canal aberto para o funcionário se expressar, discordar e propor melhorias. Além disso, a prática do reconhecimento também é abordada por Chiavenato (2014, p. 168). O estilo de liderança será mais para um lado democrático, mas também terá uma pequena parte autocrática; pode ser tido como uma liderança bidimensional.

A existência dos incentivos não visará a motivação, mas que não tenha a desmotivação e que atraia o trabalhador; O incentivo será definido de acordo com a preferência do trabalhador e terá como base seu desempenho; pode ser monetário ou algo como uma viagem, presente ou folgas.

8. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro será a tradução numérica do que foi estabelecido anteriormente no plano de negócios, o presente plano apresenta as estimativas de investimentos, custos, faturamento e indicadores.

8.1. Estimativa dos Investimentos Fixos

São os investimentos em ativos para que a empresa comece a operar, a origem dos recursos será de capital próprio.

Quadro 5: estimativa de investimento fixos.

Descrição	Quant.	Valor unitário	Valor total
Impressora multifuncional Tanque de Tinta	1	R\$ 1.099,00	R\$ 1.099,00
Notebook (em posse)	1	-	-
Smartphone (em posse)	1	-	-
Monitor 21,9 Pol (em posse)	1	-	-
Maquininha de cartão	1	R\$ 108,00	R\$ 108,00
Alicate crimpador RJ11, RJ12 e RJ45	2	R\$ 38,00	R\$ 76,00
Escada Extensível 19 Degraus Fibra	1	R\$ 699,99	R\$ 699,99
Chave Phillips 1/8 (1 em posse)	1	R\$ 9,60	R\$ 9,60
Caixa Plástica para Ferramentas	2	R\$ 69,90	R\$ 139,80
Cinta para Amarração de Carga	1	R\$ 24,90	R\$ 24,90
Alicate de Corte 6 pol. Profissional	2	R\$ 54,90	R\$ 109,80
Alicate Universal 8 Pol. com Cabo 1000V Profissional	2	R\$ 54,90	R\$ 109,80
Jogo de chave fenda e Phillips profissional (1 em posse)	1	R\$ 46,90	R\$ 46,90
Escada Multifuncional em Alumínio 3x4 com 12 Degraus	1	R\$ 599,90	R\$ 599,90
Jogo de brocas concreto 3 a 10mm Profissional	2	R\$ 54,90	R\$ 109,80
Jogo de Brocas para Metal HSS PointTeQ 1 a 10mm Profissional	2	R\$ 109,90	R\$ 219,80
Martelete Rompedor 820W 220V Profissional	1	R\$ 809,90	R\$ 809,90
Martelo de Unha 18mm Jateado Cabo de Madeira Hobby (1 em posse)	1	R\$ 22,00	R\$ 22,00
Extensão Elétrica 20 Metros	2	R\$ 53,54	R\$ 107,08
Trena de 5M	2	R\$ 23,90	R\$ 47,80
Trena a Laser 30M profissional	1	R\$ 299,00	R\$ 299,00
Passador de Fio	2	R\$ 28,90	R\$ 57,80
Parafusadeira Furadeira a Bateria 12V com Maleta e bits profissional	2	R\$ 346,90	R\$ 693,80
Jogo de Brocas SDS Plus 5.0 a 16.0mm	1	R\$ 162,98	R\$ 162,98

Multímetro Smart Escalas Automáticas com NCV	2	R\$ 78,00	R\$ 156,00
Voltímetro de cerca elétrica	2	R\$ 210,48	R\$ 420,96
Programador de portão eletrônico PPA	1	R\$ 267,95	R\$ 267,95
Programador de portão eletrônico Garen	1	R\$ 106,95	R\$ 106,95
Testador de Fim de Curso Universal	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
Jogo de Chaves Allen Abaulada 1.5 a 10 mm 9 Peças profissional	2	R\$ 108,90	R\$ 217,80
Kit chave catraca 52 peças profissional	2	R\$ 402,61	R\$ 805,22
Kit chave fixa 12 peças profissional	2	R\$ 199,90	R\$ 399,80
Capacete Classe B	2	R\$ 11,70	R\$ 23,40
Luva tátil com 12 pares	2	R\$ 31,11	R\$ 62,22
Bota de segurança	2	R\$ 129,00	R\$ 258,00
Balcão de atendimento	1	R\$ 602,56	R\$ 602,56
Cadeira para recepção	4	R\$ 173,73	R\$ 694,92
Mesa de escritório	1	R\$ 199,99	R\$ 199,99
Prateleira de aço para estoque	2	R\$ 560,00	R\$ 1.120,00
Cadeira escritório	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Fiat Uno Mille 1.0 Fire/ F.flex/ Economy 2P 2006	1	R\$ 16.072,00	R\$ 16.072,00
Total		R\$ 24.052,79	R\$ 27.141,42

Fonte: elaboração própria (2026).

Os itens de maior uso diário serão de linhas de marcas profissionais, para garantir uma durabilidade maior e uma depreciação real menor.

8.2. Capital de Giro

Corresponde ao capital necessário para o funcionamento normal da organização, com compra de matérias-primas, financiamento das vendas e pagamento de despesas (SEBRAE, 2013, p. 69).

8.2.1.1. Estimativa do Estoque Inicial

O estoque inicial será composto somente de insumos para instalação de alguns sistemas, para não comprometer o capital da empresa com estoques.

Quadro 6: estimativa do Estoque Inicial

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor total
Cabo coaxial 300M	3	R\$ 300,00	R\$ 900,00

Conector BNC par	36	R\$ 2,00	R\$ 72,00
Conector P4	36	R\$ 0,66	R\$ 23,76
Caixa de passagem CFTV	36	R\$ 5,00	R\$ 180,00
Cabo de alarme 100M	1	R\$ 54,81	R\$ 54,81
Parafuso com bucha 8 200 und	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Parafuso com bucha 6 100 und	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
Fita isolante 20 metros	3	R\$ 16,90	R\$ 50,70
Bobina fio inox 60mm 200M	2	R\$ 57,90	R\$ 115,80
Haste industrial	12	R\$ 12,83	R\$ 153,96
Sirene	4	R\$ 13,78	R\$ 55,12
Bateria alcalina A23 cartela com 5	5	R\$ 2,76	R\$ 13,80
Bateria alcalina CR2032	15	R\$ 2,37	R\$ 35,55
Sachê de Graxa Branca Lítio 20g	15	R\$ 3,71	R\$ 55,65
Desengripante Spray	5	R\$ 11,31	R\$ 56,55
Capacitor portão	5	R\$ 10,36	R\$ 51,80
Placa Central portão	3	R\$ 243,11	R\$ 729,33
Engrenagem portão	3	R\$ 50,26	R\$ 150,78
Cremalheira 1,5 Metro	12	R\$ 32,21	R\$ 386,52
Total		R\$ 854,97	R\$ 3.121,13

Fonte: elaboração própria (2026).

8.3. Caixa Mínimo

É uma reserva de valor inicial que corresponde ao valor que a empresa precisa ter disponível para cobrir custos até o recebimento pelas vendas (SEBRAE, 2013, p. 71). Este será calculado a partir do prazo médio de vendas, prazo médio de pagamento e necessidade líquida de capital em dias, os estoques serão desconsiderados, visto que serão por demandas.

8.3.1. Prazo Médio de Vendas

Quadro 7: estimativa do Prazo Médio de Vendas.

Descrição	Porcentagem de vendas	Número de dias	Média de dias
Vendas à vista	30,00%	0	0
Prazo de 30 dias (cartão)	70,00%	30	21
Prazo de 60 dias	0,00%	60	0

Total			21
--------------	--	--	-----------

Fonte: elaboração própria (2026).

8.3.2. Prazo Médio de Pagamento

Quadro 8: estimativa do Prazo Médio de Pagamento.

Descrição	Porcentagem das compras	Valor Unitário	Valor total
À vista	85,00%	0	0
Prazo (30 dias)	15,00%	30	4,5
Total			4,5

Fonte: elaboração própria (2026).

8.3.3. Necessidade Líquida de Capital de Giro

Quadro 9: estimativa da Necessidade Líquida de Capital de Giro.

Descrição	Total de dias
Prazo médio de vendas	21
Total de recursos da empresa fora do caixa	21
Prazo médio de pagamento ao fornecedor	4,5
Total de recursos de terceiros no caixa da empresa	4,5
Total	16,5

Fonte: elaboração própria (2026).

8.3.4. Caixa Mínimo

Quadro 10: estimativa do Caixa Mínimo.

Caixa mínimo	
Custo fixo mensal	R\$ 6.045,42
Custo variável mensal	R\$ 1.070,00
Custo total	R\$ 7.115,42
Custo total diário	R\$ 237,18
Necessidade líquida de capital de giro (dias)	16,5
Total	R\$ 3.913,48

Fonte: elaboração própria (2026).

8.3.5. Capital de Giro

O resultado do cálculo do capital de giro é a soma do caixa mínimo com o estoque inicial, calculados anteriormente.

Quadro 11: estimativa do Capital de Giro.

Capital de Giro	
Caixa mínimo	R\$ 3.913,48
Estoque inicial	R\$ 3.121,13
Total	R\$ 7.034,61

Fonte: elaboração própria (2026).

8.4. Investimentos Pré-Operacionais

São os gastos feitos antes da empresa entrar em operação, com seus serviços e vendas. A PROSUL deverá investir em plotagem parcial de seu veículo, placa para o ponto de apoio, impulsionamento inicial, cursos para se certificar em instalações e os custos com a legalização.

Quadro 12: estimativa dos Investimentos Pré-Operacionais.

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor total
Plotagem veículo lateral	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Placa de loja 1,1m x 60cm	1	R\$ 480,00	R\$ 480,00
Impulsionamento anúncios Google Maps	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
Cursos	1	R\$ 750,00	R\$ 750,00
Abertura empresa	1	R\$ 363,37	R\$ 363,37
Total		R\$ 3.293,37	R\$ 3.293,37

Fonte: elaboração própria (2026).

8.5. Investimento Total

É o somatório dos resultados obtidos no investimento fixo, capital de giro e investimento pré-operacional, todos estes oriundos de recursos próprios.

Quadro 13: estimativa do Investimento Total.

Investimento total	
Investimento fixo	R\$ 27.141,42
Capital de giro	R\$ 7.034,61
Investimento pré operacional	R\$ 3.293,37
Total	R\$ 37.469,40

Fonte: elaboração própria (2026).

8.6. Estimativa do Faturamento com Serviços

Os Quadros 15 e 16 apresentam a projeção de receitas para os serviços da empresa e das vendas, respectivamente, de acordo com as prioridades por tipo de sistemas.

Quadro 14: estimativa do Faturamento com Serviços.

Faturamento				
Descrição	Quantidade mensal estimada	Preço unitário	Faturamento mensal	Faturamento anual
Instalação Kit CCTV	10	R\$ 320,00	R\$ 3.200,00	R\$ 38.400,00
Instalação câmera interna	3	R\$ 80,00	R\$ 240,00	R\$ 2.880,00
Instalação alarme	3	R\$ 320,00	R\$ 960,00	R\$ 11.520,00
Instalação de cerca elétrica	2	R\$ 450,00	R\$ 900,00	R\$ 10.800,00
Manutenção CFTV	6	R\$ 150,00	R\$ 900,00	R\$ 10.800,00
Manutenção cerca elétrica	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00	R\$ 4.800,00
Manutenção portão eletrônico	2	R\$ 150,00	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Manutenção alarme	3	R\$ 150,00	R\$ 450,00	R\$ 5.400,00
Total			R\$ 7.350,00	R\$ 88.200,00

Fonte: elaboração própria (2026).

8.7. Estimativa do Faturamento com Vendas

Quadro 15: estimativa do Faturamento com Vendas.

Faturamento				
Descrição	Quantidade mensal estimada	Preço unitário	Faturamento mensal	Faturamento anual
Venda Kit CCTV	4	R\$ 2.133,25	R\$ 8.533,02	R\$ 102.396,18
Venda Kit CFTV acessível	5	R\$ 1.563,10	R\$ 7.815,51	R\$ 93.786,11

Venda Câmera interna	4	R\$ 283,46	R\$ 1.133,82	R\$ 13.605,85
Venda alarme	3	R\$ 866,33	R\$ 2.598,99	R\$ 31.187,83
Venda cerca elétrica	2	R\$ 1.060,72	R\$ 2.121,44	R\$ 25.457,26
Venda controle de portão	2	R\$ 72,00	R\$ 143,99	R\$ 1.727,90
Total			R\$ 22.346,76	R\$ 268.161,12

Fonte: elaboração própria (2026).

O quantitativo mensal estimado presente nos Quadros 15 e 16 considera a grande população de Mangabeira, Jardim Cidade Universitária, Bancários e Valentina e o impulsionamento inicial com investimento em *marketing* e que, no início, os clientes serão conhecidos do proprietário.

8.8. Custo dos Serviços

Quadro 16: estimativa do Custo Unitário dos Serviços.

Descrição	Quantidade	Custo (combustível, manutenção e materiais)	Custo mensal
Custo por instalação CFTV	10	R\$ 25,00	R\$ 250,00
Custo por instalação de câmera interna	3	R\$ 25,00	R\$ 75,00
Custo por instalação de alarme	3	R\$ 25,00	R\$ 75,00
Custo por instalação de cerca elétrica	2	R\$ 60,00	R\$ 120,00
Custo médio por manutenção de CFTV	6	R\$ 45,00	R\$ 270,00
Custo médio por manutenção de cerca elétrica	2	R\$ 45,00	R\$ 90,00
Custo médio por manutenção de portão eletrônico	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
Custo médio por manutenção de alarme	2	R\$ 45,00	R\$ 90,00
Total			R\$ 1.070,00

Fonte: elaboração própria (2026).

8.9. Custo de Mercadoria Vendida

Quadro 17: estimativa do Custo de Mercadoria Vendida.

Descrição	Quantidade mensal estimada	Custo unitário	CMV
Venda Kit CFTV	4	R\$ 1.429,92	R\$ 5.719,68
Venda Kit CFTV acessível	5	R\$ 938,33	R\$ 4.691,65
Venda Câmera interna com cartão de memória	4	R\$ 190,00	R\$ 760,00

Venda alarme	3	R\$ 580,70	R\$ 1.742,10
Venda cerca elétrica	2	R\$ 711,00	R\$ 1.422,00
Venda controle de portão	2	R\$ 23,66	R\$ 47,32
Total			R\$ 14.382,75

Fonte: elaboração própria (2026).

8.10. Preço de Venda

Para calcular o preço de venda, serão levados em conta o custo de aquisição, os impostos que incidem, a taxa média do cartão de crédito e a margem desejada.

Quadro 18: cálculo do Preço de Venda.

Produto	Preço de custo	Impostos	Taxa média Cartão de Crédito	Margem	Preço de venda
Venda Kit CCTV	R\$ 1.429,92	6,00%	6,97%	20,00%	R\$ 2.133,25
Venda Kit CFTV acessível	R\$ 938,33	6,00%	6,97%	27,00%	R\$ 1.563,10
Venda Câmera interna	R\$ 190,00	6,00%	6,97%	20,00%	R\$ 283,46
Venda alarme	R\$ 580,70	6,00%	6,97%	20,00%	R\$ 866,33
Venda cerca elétrica	R\$ 711,00	6,00%	6,97%	20,00%	R\$ 1.060,72
Venda controle de portão	R\$ 26,66	6,00%	6,97%	50,00%	R\$ 72,00

Fonte: elaboração própria (2026).

A margem maior para o *kit* acessível e do controle de portão se dá em razão de que o valor final ainda se mostra competitivo em relação a alguns dos concorrentes.

8.11. Custo de Comercialização

Para o cálculo do custo de comercialização, estão sendo levadas em conta as taxas da maquininha de cartão de crédito, que serão recaídas sobre todo o faturamento mensal estimado, com os serviços e com as vendas, e os impostos incidentes para os serviços e para as vendas.

Quadro 19: estimativa do Custo de Comercialização.

Descrição	Porcentagem	Faturamento mensal estimado	Custo total mensal
Taxa maquineta	6,97%	R\$ 29.696,76	R\$ 2.069,86
SIMPLES serviços	6,00%	R\$ 7.350,00	R\$ 441,00
SIMPLES vendas	7,30%	R\$ 22.346,76	R\$ 1.631,31

Total			R\$ 4.142,18
--------------	--	--	---------------------

Fonte: elaboração própria (2026).

8.12. Custos com Depreciação

A depreciação é o cálculo de todos os ativos que se desgastam ou tornam-se obsoletos e perdem seu valor.

Quadro 20: estimativa dos Custos com Depreciação.

Taxa anual	Descrição	Quant.	Valor unitário	Valor total	Depreciação mensal	Depreciação anual
20,00%	Impressora multifuncional Tanque de Tinta	1	R\$ 1.099,00	R\$ 1.099,00	R\$ 18,32	R\$ 219,80
	Notebook (em posse)	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 6,67	R\$ 80,00
	Smartphone (em posse)	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 6,67	R\$ 80,00
	Monitor 21,9 Pol (em posse)	1	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 3,75	R\$ 45,00
	Maquininha de cartão	1	R\$ 108,00	R\$ 108,00	R\$ 0,90	R\$ 10,80
10,00%	Alicate crimpador RJ11, RJ12 e RJ45	2	R\$ 38,00	R\$ 76,00	R\$ 0,63	R\$ 7,60
	Escada Extensível 19 Degraus Fibra	1	R\$ 699,99	R\$ 699,99	R\$ 5,83	R\$ 70,00
	Chave Phillips 1/8 (1 em posse)	2	R\$ 9,60	R\$ 19,20	R\$ 0,16	R\$ 1,92
	Caixa Plástica para Ferramentas	2	R\$ 69,90	R\$ 139,80	R\$ 1,17	R\$ 13,98
	Cinta para Amarração de Carga	1	R\$ 24,90	R\$ 24,90	R\$ 0,21	R\$ 2,49
	Alicate de Corte 6 pol. Profissional	2	R\$ 54,90	R\$ 109,80	R\$ 0,92	R\$ 10,98
	Alicate Universal 8 Pol. com Cabo 1000V Profissional	2	R\$ 54,90	R\$ 109,80	R\$ 0,92	R\$ 10,98
	Jogo de chave fenda e Phillips profissional (1 em posse)	2	R\$ 46,90	R\$ 93,80	R\$ 0,78	R\$ 9,38
	Escada Multifuncional em Alumínio 3x4 com 12 Degraus	1	R\$ 599,90	R\$ 599,90	R\$ 5,00	R\$ 59,99
	Jogo de brocas concreto 3 a 10mm Profissional	2	R\$ 54,90	R\$ 109,80	R\$ 0,92	R\$ 10,98
	Jogo de Brocas para Metal HSS PointTeQ 1 a 10mm Profissional	2	R\$ 109,90	R\$ 219,80	R\$ 1,83	R\$ 21,98
	Martelete Rompedor 820W 220V Profissional	1	R\$ 809,90	R\$ 809,90	R\$ 6,75	R\$ 80,99

	Martelo de Unha 18mm Jateado Cabo de Madeira Hobby (1 em posse)	2	R\$ 22,00	R\$ 44,00	R\$ 0,37	R\$ 4,40
	Extensão Elétrica 20 Metros	2	R\$ 53,54	R\$ 107,08	R\$ 0,89	R\$ 10,71
	Trena de 5M	2	R\$ 23,90	R\$ 47,80	R\$ 0,40	R\$ 4,78
	Trena a Laser 30M profissional	1	R\$ 299,00	R\$ 299,00	R\$ 2,49	R\$ 29,90
	Passador de Fio	2	R\$ 28,90	R\$ 57,80	R\$ 0,48	R\$ 5,78
	Parafusadeira Furadeira a Bateria 12V com Maleta e bits profissional	2	R\$ 346,90	R\$ 693,80	R\$ 5,78	R\$ 69,38
	Jogo de Brocas SDS Plus 5.0 a 16.0mm	1	R\$ 162,98	R\$ 162,98	R\$ 1,36	R\$ 16,30
	Multímetro Smart Escalas Automáticas com NCV (1 em posse)	2	R\$ 78,00	R\$ 156,00	R\$ 1,30	R\$ 15,60
	Voltímetro de cerca elétrica	2	R\$ 210,48	R\$ 420,96	R\$ 3,51	R\$ 42,10
	Programador de portão eletrônico PPA	1	R\$ 267,95	R\$ 267,95	R\$ 2,23	R\$ 26,80
	Programador de portão eletrônico Garen	1	R\$ 106,95	R\$ 106,95	R\$ 0,89	R\$ 10,70
	Testador de Fim de Curso Universal	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 0,25	R\$ 3,00
	Jogo de Chaves Allen Abaulada 1.5 a 10 mm 9 Peças profissional	2	R\$ 108,90	R\$ 217,80	R\$ 1,82	R\$ 21,78
	Kit chave catraca 52 peças profissional	2	R\$ 402,61	R\$ 805,22	R\$ 6,71	R\$ 80,52
	Kit chave fixa 12 peças profissional	2	R\$ 199,90	R\$ 399,80	R\$ 3,33	R\$ 39,98
	Capacete Classe B	2	R\$ 11,70	R\$ 23,40	R\$ 0,20	R\$ 2,34
	Luva tátil com 12 pares	2	R\$ 31,11	R\$ 62,22	R\$ 0,52	R\$ 6,22
	Bota de segurança	2	R\$ 129,00	R\$ 258,00	R\$ 2,15	R\$ 25,80
10,00%	Balcão de atendimento	1	R\$ 602,56	R\$ 602,56	R\$ 5,02	R\$ 60,26
	Cadeira para recepção	4	R\$ 173,73	R\$ 694,92	R\$ 5,79	R\$ 69,49
	Mesa de escritório	1	R\$ 199,99	R\$ 199,99	R\$ 1,67	R\$ 20,00
	Prateleira de aço para estoque	2	R\$ 560,00	R\$ 1.120,00	R\$ 9,33	R\$ 112,00
	Cadeira de escritório	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00
20,00%	Fiat Uno Mille 1.0 Fire/ F.flex/ Economy 2P 2006	1	R\$ 16.072,00	R\$ 16.072,00	R\$ 267,87	R\$ 3.214,40
Total					R\$ 400,76	R\$ 4.644,09

Fonte: elaboração própria (2026).

8.13. Custos Fixos Operacionais Mensais

São os gastos que não alteram de valor, mesmo que a empresa aumente ou diminua seu faturamento com produtos e serviços, e continuam sendo cobrados independentemente das receitas.

Quadro 21: estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais.

Descrição	Custo mensal	Custo anual
Pró-labore	R\$ 1.800,00	R\$ 21.600,00
Salário auxiliar com custos	R\$ 2.605,42	R\$ 31.265,04
Água	R\$ 60,00	R\$ 720,00
Energia	R\$ 120,00	R\$ 1.440,00
Internet	R\$ 60,00	R\$ 720,00
Plano celular	R\$ 30,00	R\$ 360,00
Aluguel	R\$ 700,00	R\$ 8.400,00
Seguro veicular (Incêndio, Colisão, Danos da Natureza, Roubo e Furto)	R\$ 280,00	R\$ 3.360,00
Limpeza	R\$ 25,00	R\$ 300,00
Rateio e-CNPJ A1	R\$ 10,00	R\$ 120,00
Contador (contabilidade online)	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
Software Notas fiscais	R\$ 55,00	R\$ 660,00
Anúncios	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
Depreciação	R\$ 400,76	R\$ 4.644,09
Total	R\$ 6.446,18	R\$ 77.354,13

Fonte: elaboração própria (2026).

O ponto comercial será utilizado apenas para apoio e eventuais vendas. Dado esse fato, ele será pequeno e não necessitará de muitos recursos para funcionar. Considerando isso, a internet será banda larga e, baseando-se em pesquisa no buscador na internet, o valor de internet banda larga nas empresas que oferecem internet com uma menor velocidade é de R\$ 60 por 100 MB, o que se torna mais que suficiente para o uso de baixa intensidade.

8.14. Demonstrativos dos Resultados

O Demonstrativo de Resultados do Exercício dará o resultado projetado da empresa, se será de lucro ou de prejuízo após serem calculadas as estimativas de todos os custos e do faturamento da organização.

Quadro 22: Demonstrativo do Resultados do Exercício.

Demonstrativo de Resultado do Exercício		
Descrição	Mensal	Anual
Receita total	R\$ 29.696,76	R\$ 356.361,12
CMV (-)	R\$ 14.382,75	R\$ 172.593,00
Custo variável (-)	R\$ 1.070,00	R\$ 12.840,00
Custo de comercialização (-)	R\$ 4.142,18	R\$ 49.706,13
Custo variável total (=)	R\$ 19.594,93	R\$ 235.139,13
Resultado Operacional (=)	R\$ 10.101,83	R\$ 121.221,99
Custos fixos totais (-)	R\$ 6.446,18	R\$ 77.354,13
Lucro líquido (=)	R\$ 3.655,65	R\$ 43.867,85

Fonte: elaboração própria (2026).

9. Indicadores de Viabilidade

9.1. Ponto de Equilíbrio

Conforme Assaf Neto (2014, p. 422), o ponto de equilíbrio calculará a receita necessária para anular os custos e despesas.

Fórmulas necessárias para o cálculo:

$$\text{Índice de Margem de Contribuição} = \frac{\text{Receita total} - \text{Custo variável}}{\text{Receita total}}$$

$$\text{Índice de Margem de Contribuição} = \frac{\text{R\$}356.361,12 - \text{R\$}235.139,13}{\text{R\$}356.361,12} = 0,3401$$

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Custo fixo total}}{\text{Índice de Margem de Contribuição}}$$

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{R\$}77.354,13}{0,3401} = \text{R\$}227.445,25$$

O resultado aponta que a empresa deverá obter uma receita de R\$ 227.445,25 para cobrir todos os custos no ano.

9.2. Lucratividade (margem líquida)

O indicador de lucratividade mensurará o quanto do resultado do lucro líquido está sendo feito em relação às receitas.

Utilizando a fórmula presente em Ross *et al* (2013, p. 67) modificada temos que:

$$\text{Lucratividade (margem líquida)} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Vendas}} \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = \frac{R\$43.867,85}{R\$356.361,12} \times 100 = 12,31\% \text{ a. a.}$$

Significa que a empresa está gerando pouco mais que 12 centavos para cada real faturado.

9.3. Rentabilidade

Segundo Assaf Neto (2014), esse indicador indica o retorno produzido pelo total de recursos aplicados.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Investimento total}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{R\$43.867,85}{R\$37.469,40} \times 100 = 117,08\% \text{ a. a.}$$

O resultado indica que 117,08% a. a. do capital próprio investido será recuperado por meio do lucro obtido ao ano.

9.4. Prazo de Retorno do Investimento

Corresponde ao tempo necessário para recuperar o capital investido no empreendimento.

$$\text{Prazo de Retorno de Investimento} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}}$$

$$\text{Prazo de Retorno de Investimento} = \frac{R\$37.469,40}{R\$43.867,85} = 0,85 \text{ anos}$$

O resultado aponta para o retorno do capital investido em 10 meses e mais 6 dias.

10. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

10.1. Cenário Otimista

Para projetar o cenário otimista foi estimado uma quantidade maior de vendas e de serviços, que resultou num aumento de 11,91% do faturamento.

10.1.1. Faturamento Estimado com Serviços

Quadro 23: faturamento Estimado com Serviços Cenário Otimista.

Faturamento				
Descrição	Quantidade mensal estimada	Preço unitário	Faturamento mensal	Faturamento anual
Instalação Kit CCTV	11	R\$ 320,00	R\$ 3.520,00	R\$ 42.240,00
Instalação câmera interna	3	R\$ 80,00	R\$ 240,00	R\$ 2.880,00
Instalação alarme	3	R\$ 320,00	R\$ 960,00	R\$ 11.520,00
Instalação de cerca elétrica	2	R\$ 450,00	R\$ 900,00	R\$ 10.800,00
Manutenção CFTV	6	R\$ 150,00	R\$ 900,00	R\$ 10.800,00
Manutenção cerca elétrica	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00	R\$ 4.800,00
Manutenção portão eletrônico	2	R\$ 150,00	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Manutenção alarme	3	R\$ 150,00	R\$ 450,00	R\$ 5.400,00
Total			R\$ 7.670,00	R\$ 92.040,00

Fonte: elaboração própria (2026).

10.1.2. Faturamento Estimado com Vendas

Quadro 24: faturamento Estimado com Vendas Cenário Otimista.

Faturamento				
Descrição	Quantidade mensal estimada	Preço unitário	Faturamento mensal	Faturamento anual
Venda Kit CCTV	5	R\$ 2.133,25	R\$ 10.666,27	R\$ 127.995,23
Venda Kit CFTV acessível	6	R\$ 1.563,10	R\$ 9.378,61	R\$ 112.543,33
Venda Câmera interna	4	R\$ 283,46	R\$ 1.133,82	R\$ 13.605,85
Venda alarme	3	R\$ 866,33	R\$ 2.598,99	R\$ 31.187,83
Venda cerca elétrica	2	R\$ 1.060,72	R\$ 2.121,44	R\$ 25.457,26
Venda controle de portão	2	R\$ 72,00	R\$ 143,99	R\$ 1.727,90
Total			R\$ 26.043,12	R\$ 312.517,38

Fonte: elaboração própria (2026).

10.1.3. Custo de Comercialização

Quadro 25: Custos de Comercialização Estimados Cenário Otimista.

Descrição	Porcentagem	Faturamento mensal estimado	Custo total mensal
Taxa maquineta	6,97%	R\$ 33.713,12	R\$ 2.349,80
SIMPLES serviços	6,00%	R\$ 7.670,00	R\$ 460,20
SIMPLES vendas	7,30%	R\$ 26.043,12	R\$ 1.901,15
Total			R\$ 4.711,15

Fonte: elaboração própria (2026).

10.1.4. Demonstração do Resultado do Exercício

Quadro 26: Demonstração do Resultado do Exercício Cenário Otimista.

Demonstrativo de Resultado do Exercício		
Descrição	Mensal	Anual
Receita total	R\$ 33.713,12	R\$ 404.557,38
CMV (-)	R\$ 16.751,00	R\$ 201.012,00
Custo variável (-)	R\$ 1.095,00	R\$ 13.140,00
Custo de comercialização (-)	R\$ 4.711,15	R\$ 56.533,82
Custo variável total (=)	R\$ 22.557,15	R\$ 270.685,82
Resultado Operacional (=)	R\$ 11.155,96	R\$ 133.871,56
Custos fixos totais (-)	R\$ 6.446,18	R\$ 77.354,13
Lucro líquido (=)	R\$ 4.709,79	R\$ 56.517,43

Fonte: elaboração própria (2026).

10.1.5. Indicadores de Viabilidade

Quadro 27: Indicadores de Viabilidade Cenário Otimista.

Indicador	Resultado
Ponto de Equilíbrio	R\$ 233.768,90
Lucratividade	13,97% a. a.
Rentabilidade	150,84% a. a.
Prazo de Retorno do Investimento	0,66 anos

Fonte: elaboração própria (2026).

10.2. Cenário Pessimista

Para projetar o cenário pessimista foi estimado uma quantidade menor de vendas e de serviços, que resultou numa diminuição de 23,42% do faturamento.

10.2.1. Faturamento Estimado com Serviços

Quadro 28: faturamento Estimado com Serviços Cenário Pessimista.

Faturamento				
Descrição	Quantidade mensal estimada	Preço unitário	Faturamento mensal	Faturamento anual
Instalação Kit CCTV	8	R\$ 320,00	R\$ 2.560,00	R\$ 30.720,00
Instalação câmera interna	3	R\$ 80,00	R\$ 240,00	R\$ 2.880,00
Instalação alarme	3	R\$ 320,00	R\$ 960,00	R\$ 11.520,00
Instalação de cerca elétrica	2	R\$ 450,00	R\$ 900,00	R\$ 10.800,00
Manutenção CFTV	5	R\$ 150,00	R\$ 750,00	R\$ 9.000,00
Manutenção cerca elétrica	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00	R\$ 4.800,00
Manutenção portão eletrônico	2	R\$ 150,00	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Manutenção alarme	3	R\$ 150,00	R\$ 450,00	R\$ 5.400,00
Total			R\$ 6.560,00	R\$ 78.720,00

Fonte: elaboração própria (2026).

10.2.2. Faturamento Estimado com Vendas

Quadro 29: faturamento Estimado com Vendas Cenário Pessimista.

Faturamento				
Descrição	Quantidade mensal estimada	Preço unitário	Faturamento mensal	Faturamento anual

Venda Kit CCTV	3	R\$ 2.133,25	R\$ 6.399,76	R\$ 76.797,14
Venda Kit CFTV acessível	4	R\$ 1.563,10	R\$ 6.252,41	R\$ 75.028,89
Venda Câmera interna	3	R\$ 283,46	R\$ 850,37	R\$ 10.204,39
Venda alarme	2	R\$ 866,33	R\$ 1.732,66	R\$ 20.791,88
Venda cerca elétrica	2	R\$ 1.060,72	R\$ 2.121,44	R\$ 25.457,26
Venda controle de portão	2	R\$ 72,00	R\$ 143,99	R\$ 1.727,90
Total			R\$ 17.500,62	R\$ 210.007,45

Fonte: elaboração própria (2026).

10.2.3. Custo de Comercialização

Quadro 30: Custos de Comercialização Estimados Cenário Pessimista.

Descrição	Porcentagem	Faturamento mensal estimado	Custo total mensal
Taxa maquineta	6,97%	R\$ 24.060,62	R\$ 1.677,03
SIMPLES serviços	6,00%	R\$ 6.560,00	R\$ 393,60
SIMPLES vendas	7,30%	R\$ 17.500,62	R\$ 1.277,55
Total			R\$ 3.348,17

Fonte: elaboração própria (2026).

10.2.4. Demonstração do Resultado do Exercício

Quadro 31: Demonstração do Resultado do Exercício Cenário Pessimista.

Demonstrativo de Resultado do Exercício		
Descrição	Mensal	Anual
Receita total	R\$ 24.060,62	R\$ 288.727,45
CMV (-)	R\$ 11.243,80	R\$ 134.925,60
Custo variável (-)	R\$ 975,00	R\$ 11.700,00
Custo de comercialização (-)	R\$ 3.348,17	R\$ 40.178,05
Custo variável total (=)	R\$ 15.566,97	R\$ 186.803,65
Resultado Operacional (=)	R\$ 8.493,65	R\$ 101.923,80
Custos fixos totais (-)	R\$ 6.446,18	R\$ 77.354,13
Lucro líquido (=)	R\$ 2.047,47	R\$ 24.569,67

Fonte: elaboração própria (2026).

10.2.5. Indicadores de Viabilidade

Quadro 32: Indicadores de Viabilidade Cenário Pessimista.

Indicador	Resultado
Ponto de Equilíbrio	R\$ 219.133,51
Lucratividade	8,51% a. a.
Rentabilidade	65,57% a. a.
Prazo de Retorno do Investimento	1,53 anos

Fonte: elaboração própria (2026).

11. DECISÃO GERENCIAL

Foi possível afirmar, por meio dos indicadores, que a empresa é rentável, com índice de rentabilidade de 117,08% a. a. e prazo de retorno de investimento de 0,85 anos, e tem viabilidade; no entanto, não haverá ausência de desafios.

A organização deverá se esforçar para conquistar os clientes iniciais e mantê-los, principalmente no início, e para prevenir o cenário pessimista com redução de 23,42% do faturamento, que apresenta um prazo de retorno do investimento estendido, com 1,53 anos.

Quanto ao indicador de lucratividade, a PROSUL deve reduzir alguns custos com o objetivo de aumentá-lo. Uma das formas de fazer isso é buscando parcerias com fornecedores presentes neste plano de negócios e novos fornecedores que não responderam à pesquisa, para reduzir o custo de mercadoria vendida, e parcerias com fornecedoras de maquininhas de cartão, para reduzir o custo de comercialização. Outra forma de reduzir os custos é atuar sem o ponto de apoio, vendendo por meios digitais e atendendo somente no local do cliente, principalmente no primeiro ano em caso de concretização do cenário pessimista.

Após o retorno do investimento, a empresa deverá investir em construir um pequeno estoque dos equipamentos de maior demanda para aumentar a margem de lucro ou reduzir seu preço ao consumidor.

A elaboração do Plano de Negócios permite que cada decisão seja tomada e repensada em um ambiente seguro antes de ser executada, reduzindo os riscos de empreender e promovendo a reflexão sobre a criação do empreendimento utilizado a forma jurídica mais adequada com suas implicações tributárias, que são complexas no Brasil, além de decidir e repensar sobre o *marketing*, estratégia e as finanças.

REFERÊNCIAS

- ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças corporativas e valor**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 4. ed. Barueri: Manole, 2014.
- COUTO, Hélio. **Marketing e arquétipos: símbolos, poder, persuasão**. 3. ed. São Paulo: Linear B Editora, 2021.
- GABRIEL, Martha. **Marketing na Era digital**. São Paulo: Novatec Editora, 2010.
- HUNGER, J. David; WHEELLEN, Thomas L. **Essentials of strategic management**. 5. ed. New Jersey: Prentice Hall, 2011.
- JACOBS, F. Robert; CHASE, Richard B. **Administração da produção e de operações: o essencial**. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.
- Mangabeira permanece como o bairro mais populoso da Paraíba; Gramame ganha 40 mil novos habitantes e assume 2º lugar. **G1**. 14 nov. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2024/11/14/mangabeira-permanece-como-o-bairro-mais-populoso-da-paraiba-gramame-assume-2o-lugar.ghhtml>. 20 set. 2025.
- MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Fundamentos da Administração: Introdução à Teoria Geral e aos Processos da Administração**. 3. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2014.
- MOREIRA, Daniel. **Administração da produção e operações**. São Paulo: Saraiva, 2012.
- OLIVEIRA, Fábio. Setor de segurança eletrônica atinge R\$ 16 bilhões no Brasil e acelera crescimento, revela pesquisa Panorama ABESE, na EXPSEC 2026. **Sala da Notícia**. 3 jun. 2026. Disponível em: <https://portal.saladanoticia.com.br/noticia/50903/setor-de-seguranca-eletronica-atinge-r-16-bilhoes-no-brasil-e-acelera-crescimento-revela-pesquisa-panorama-abese-na-expsec-2026>. Acesso em: 14 jun. 2026.
- Página Inicial. Comissão Nacional de Classificação. Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html>. Acesso em: 25 ago. 2025.
- PEINADO, Jurandir; GRAEML, Alexandre Reis. **Administração da produção: operações industriais e de serviços**. Curitiba: UnicenP, 2007.
- Pesquisa Abese aponta que Segurança Eletrônica faturou 14 bilhões de reais em 2024 no Brasil. **Revista Segurança Eletrônica**. 12 jun. 2025. Disponível em: <https://revistasegurancaeletronica.com.br/pesquisa-abese-aponta-que-seguranca-eletronica-faturou-14-bilhoes-de-reais-em-2024-no-brasil/>. Acesso em: 22 set. 2025.
- Pesquisa da ABESE aponta números da segurança eletrônica. **Blue Studio Estadão**. 8 mar. 2024. Disponível em: <https://bluestudio.estadao.com.br/agencia-de-comunicacao/releases/releases-geral/pesquisa-da-abese-aponta-numeros-da-seguranca-eletronica/>. Acesso em: 31 ago. 2025.

Pesquisa demonstra que aumenta procura por segurança residencial no Brasil. **Tiinside**. 11 dez. 2018. Disponível em: <https://tiinside.com.br/11/12/2018/pesquisa-demonstra-que-aumenta-procura-por-seguranca-residencial-no-brasil/>. Acesso em: 22 set. 2025.

PETER, J. Paul; OLSON, Jerry C. **Comportamento do consumidor e estratégia de marketing**. 8. ed. Porto Alegre, AMGH, 2010.

QUEIROZ, Simone; FERREIRA, Leonardo. Violência e tecnologia impulsionam mercado de segurança eletrônica no Brasil. **SBT News**. 31 out. 2025. Disponível em: <https://sbtnews.sbt.com.br/noticia/brasil/violencia-e-tecnologia-impulsionam-mercado-de-seguranca-eletronica-no-brasil-1>. Acesso em: 14 jun. 2026.

Região Metropolitana de João Pessoa concentra mais de 56% das vítimas de roubos na Paraíba. **G1**. 7 dez. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2022/12/07/regiao-metropolitana-de-joao-pessoa-concentra-mais-de-56percent-das-vitimas-de-roubos-na-paraiba.ghtml>. Acesso em: 21 set. 2025.

ROSS, Stephen A. ; WESTERFIELD, Randolph W. ; JORDAN, Bradford D.; LAMB, Roberto. **Fundamentos de administração financeira**. Porto Alegre: AMGH, 2013.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: Sebrae, 2013.

SILVA, Luana. João Pessoa é a capital com maior desigualdade de renda do país, aponta IBGE. **G1**. 5 dez. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2024/12/05/joao-pessoa-capital-com-maior-desigualdade-de-renda-do-pais.ghtml>. Acesso em: 22 set. 2025.

SOBRAL, Filipe; PECI, Alketa. **Administração: teoria e prática no contexto brasileiro**. 2. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

Tecnologias em engenharia levam João Pessoa a ser a ‘cidade mais vertical’ do Nordeste. **Pauta Real**. 31 mai. 2024. Disponível em: <https://pautareal.com/noticia/273/tecnologias-em-engenharia-levam-joao-pessoa-a-ser-a-cidade-mais-vertical-do-nordeste>. Acesso em: 22 set. 2025.

TIBÚRCIO, Cauã. Taxa de verticalização de João Pessoa é a maior entre capitais do Nordeste, diz IBGE. **Click PB**. 22 ago. 2025. Disponível em: <https://www.clickpb.com.br/paraiba/taxa-verticalizacao-capitais.html>. Acesso em: 12 jul. 2026.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

Olá, essa é uma pesquisa acadêmica para um plano de negócios para criação de uma empresa de venda e instalação de sistemas de segurança eletrônica, para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Administração. O objetivo é entender as preocupações com segurança e as necessidades dos consumidores, para oferecer serviços e bens melhores e mais adequados.

A participação é totalmente voluntária e poderá ser suspensa a qualquer momento, se assim desejar. As respostas são confidenciais e anônimas e serão utilizadas para fins acadêmicos. O questionário leva cerca de 3 minutos para responder.

A sua opinião é extremamente valiosa, obrigado!

1. Você leu e está de acordo?
 - a. Sim
 - b. Não
2. Onde mora?
 - a. Zona Norte (Centro, Estados, Tambiá, Torre, Varadouro, Mandacaru, Roger, Jd. 13 de maio, Padre Zé, Ipês, Alto do Céu, Jd. Esther, Jd. Mangueira, Pedro Gondim)
 - b. Zona Leste (Aeroclube, Altiplano, Bessa, Cabo Branco, Tambaú, Tambauzinho, Brisamar, Expedicionários, Jd. Oceania, Manaíra, Miramar, Jd. Luna, João Agripino, São José)
 - c. Zona Sul (Castelo Branco, Jd. São Paulo, Anatólia, Jd. Cidade Univer., Bancários, Água Fria, Geisel, Valentina de Fig., Paratibe, Praia do Sol, Conj. Boa Esperança, José Américo, Costa e Silva, Mangabeira, Cidade Verde, Esplanada, Ernani Sátiro, Funcionários, Grotão, Conjunto João Paulo II, Distrito Industrial, Bairro das Indústrias)
 - d. Zona Oeste (Cruz das Armas, Cristo, Ilha do Bispo, Alto do Mateus, Jaguaribe, Oitizeiro, Rangel, Novais, Jardim Veneza)
 - e. Outro
3. Se sente seguro onde mora? Em qual nível?
 1. Nada seguro
 2. Pouco seguro
 3. Razoavelmente
 4. Seguro
 5. Muito seguro
4. Tipo de imóvel
 - a. Residência

- b. Comércio
 - c. Apartamento
5. Qual o nível de preocupação com segurança do imóvel?
- 1. Nada preocupado(a)
 - 2. Pouco preocupado(a)
 - 3. Preocupação razoável
 - 4. Preocupado(a)
 - 5. Muito preocupado(a)
6. Já foi vítima de alguma ocorrência onde mora?
- a. Sim
 - b. Não
7. Quais suas maiores preocupações quanto a segurança?
- a. Invasão
 - b. Assalto
 - c. Furto
 - d. Vandalismo
 - e. Segurança das pessoas dentro do imóvel
 - f. Outro _____
8. Utiliza algum sistema de segurança eletrônica?
- a. Sim
 - b. Não
9. Se sim, qual sistema possui?
- a. Câmeras
 - b. Alarme
 - c. Cerca elétrica
 - d. Interfone
 - e. Fechadura eletrônica
 - f. Outro _____
10. Se você possui sistema de segurança eletrônica, qual a principal queixa, se houver?
- a. _____
11. Qual seu nível de satisfação com o sistema?
- 1. Nada satisfeito

- 2. Pouco satisfeito
- 3. Razoável
- 4. Satisfeito
- 5. Muito satisfeito

12. Tem interesse em adquirir ou atualizar daqui nos próximos 12 meses?

- a. Sim
- b. Não
- c. Talvez

13. Quais são as soluções que mais lhe interessam?

- a. Câmeras
- b. Alarmes
- c. Cerca elétrica
- d. Outro: _____

14. Qual a forma de pagamento preferível?

- a. Pix
- b. Cartão de crédito, parcelado em até 10 vezes
- c. Dinheiro
- d. Boleto
- e. Transferência bancária

15. Quanto estaria interessado em investir?

- a. Até R\$1000
- b. De R\$1000 a R\$2000
- c. De R\$2000 a R\$3000
- d. Acima de R\$3000

16. Quanto considera razoável o valor dos serviços de instalação por dia?

- a. De R\$90 a R\$120
- b. De R\$120 a R\$150
- c. De R\$150 a R\$180
- d. De R\$180 a R\$210

17. Quais três fatores você considera de maior importância para comprar ou contratar

- a. Preço
- b. Qualidade

- c. Marca
- d. rapidez
- e. Prazo de pagamento
- f. Atendimento
- g. Indicação
- h. Reputação da empresa
- i. Suporte após a venda
- j. Outro: _____

18. Como você pesquisa ou prefere pesquisar soluções de segurança eletrônica?

- a. Internet
- b. Indicação
- c. Anúncios na cidade
- d. Contato direto com as empresas
- e. Redes sociais
- f. Outro: _____

19. Qual o principal desafio para a segurança onde mora?

- a. _____

20. Faixa etária

- a. De 18 a 24 anos
- b. De 25 a 29 anos
- c. De 30 a 34 anos
- d. De 35 a 39 anos
- e. De 40 a 44 anos
- f. De 45 a 49 anos
- g. Acima de 50 anos

21. Sexo

- a. Masculino
- b. Feminino
- c. Outro
- d. Prefiro não responder

22. Renda familiar mensal

- a. Até 2 salários mínimos
- b. De 2 a 4 salários mínimos

- c. De 4 a 10 salários mínimos
- d. De 10 a 20 salários mínimos
- e. Acima de 20 salários mínimos