



**PLANO DE NEGÓCIO:  
POST CLEANING**

**BELO HORIZONTE**

**2020**

**GABRIELA FERREIRA DO CARMO**

**PLANO DE NEGÓCIO:  
POST CLEANING**

Trabalho apresentado à disciplina de Elaboração de Projetos (TCC) do Curso de Administração da Faculdade Minas Gerais - FAMIG - como requisito parcial para conclusão do curso de Administração.

Orientador: Maximiliano F. de Oliveira.

**BELO HORIZONTE  
2020**

## SUMÁRIO

<b>1 - SUMÁRIO EXECUTIVO.....</b>	<b>6</b>
1.1 – PRINCIPAIS PONTOS DO NEGÓCIO .....	6
1.2 – EMPREENDEDORES E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL .....	7
1.3 – DADOS DO EMPREENDIMENTO .....	7
1.4 – MISSÃO .....	7
1.5 – VISÃO .....	7
1.6 – FORMA JURÍDICA .....	8
1.7 – ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO.....	8
1.8 – CAPITAL SOCIAL .....	8
1.9 – FONTE DE RECURSOS.....	9
<b>2 – ANÁLISE DE MERCADO .....</b>	<b>10</b>
2.1 – CLIENTES .....	10
2.2 – CONCORRENTES .....	11
2.3 – FORNECEDORES .....	11
<b>3 – PLANO DE MARKETING.....</b>	<b>13</b>
3.1 – PRODUTOS E SERVIÇOS.....	13
3.2 – PREÇO .....	13
3.3 – DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO.....	14
3.4 – DISTRIBUIÇÃO E VENDAS .....	17
3.5 – LOCALIZAÇÃO .....	17
<b>4 – PLANO ESTRATÉGICO .....</b>	<b>18</b>
4.1 – ANÁLISE DE SWOT .....	18
4.2 – BSC .....	20
<b>5 – PLANO OPERACIONAL.....</b>	<b>21</b>
5.1 – LAYOUT .....	21
5.2 – CAPACIDADE PRODUTIVA.....	22
5.3 – PROCESSOS OPERACIONAIS.....	22

5.4	– PLANO DE PESSOAL.....	25
<b>6</b>	<b>– PLANO FINANCEIRO.....</b>	<b>27</b>
6.1	– INVESTIMENTO INICIAL .....	27
6.2	– GASTOS COM PESSOAL .....	32
6.3	– REMUNERAÇÃO DOS SÓCIOS.....	33
6.4	– PROJEÇÃO DE CUSTOS E DESPESAS.....	33
6.5	– CUSTOS DO PRODUTO OU SERVIÇO.....	34
6.6	– PREVISÃO DE VENDAS.....	34
6.7	– IMPOSTOS SOBRE FATURAMENTO.....	35
6.8	– PROJEÇÕES FINANCEIRAS .....	36
6.9	– ANÁLISE DE INVESTIMENTO .....	35
<b>7</b>	<b>– ELEVATOR PITCH .....</b>	<b>38</b>
<b>8</b>	<b>– BUSINESS MODEL CANVAS.....</b>	<b>39</b>
<b>9</b>	<b>– FEIRA DO EMPREENDEDOR .....</b>	<b>40</b>
<b>10</b>	<b>– CONCLUSÃO .....</b>	<b>41</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>42</b>

## 1 - SUMÁRIO EXECUTIVO

### 1.1 – Principais pontos do Negócio

A *Post Cleaning* é uma empresa especializada em limpezas pós mudanças, eventos e obras. A motivação para a ideia veio em 2017, quando três mulheres que trabalham o dia todo se perguntaram por que não poderiam criar uma empresa na qual as pessoas que são semelhantes a elas e quase não teriam tempo de arrumar a casa ou um espaço de festas depois de um determinado evento, precisassem se preocupar com isso. Para a ideia pós obras, uma das sócias na época informou a dificuldade que teve em retirar os resíduos depois de uma reforma realizada em sua casa. A limpeza pós mudanças foi um acordo das partes para acrescentar mais um tipo de serviço.

Inicialmente, a empresa atenderia serviços domésticos. Com novos estudos e avaliação do mercado de atuação, identificou-se a possibilidade de atuar no setor de limpeza para clientes pessoa jurídica, ou seja, as empresas seriam o cliente final.

Acredita-se que o diferencial desta empresa está na forma de atender a necessidade do cliente que precisa de seus serviços, com preços acessíveis para que ele não se preocupe com a limpeza depois de uma super festa ou após uma reforma, onde tem-se a dificuldade em retirar os resíduos de tinta ou argamassa, por exemplo.

Os principais clientes são estabelecimentos como espaço Buffet, condomínios, construtoras de pequeno porte e imobiliárias. Em longo prazo, a empresa visa atender pessoas físicas que necessitem de limpezas especializadas. A *Post Cleaning* atuará no mercado de limpeza, focada em segmento de mercado “*business to business*”. Prestará serviços de limpeza nos setores de mudanças, eventos e obras. A mão de obra será terceirizada pelo aplicativo Diaríssima.

O investimento inicial será de R\$ 178.404,56. Neste investimento estão considerados gastos com mobiliário, eletrodomésticos, contrato com aplicativo, investimentos pré-operacionais e aluguel para o escritório.

## 1.2 – Empreendedores e experiência profissional

Segue logo abaixo, um breve currículo dos sócios responsáveis pela *Post Cleaning*:

- Gabriela Ferreira do Carmo, 25 anos, graduando Administração na faculdade Famig; Técnica em segurança do trabalho pelo SENAC, monitora de informática na Escola Municipal Helena Antipoff, Auxiliar documental na empresa BRT telemática. Atualmente diretora presidente da *Post Cleaning*.
- Alysson Fernandes da Silva, 25 anos, graduando em engenharia de produção na faculdade Uni horizontes; Técnico em Segurança do Trabalho pela Polimig, Técnico em Edificações pelo CEFET-MG, Assistente de Unidade no Hospital Lifecenter, Assistente Administrativo na Conceito Perfil. Atual diretor operacional da *Post Cleaning*.
- Jardel Antunes, 28 anos, graduado em ciências contábeis pela faculdade Una; Auxiliar financeiro no Hospital Lifecenter, supervisor de finanças I na IPEMG, gerente financeiro na Somtec. Atual diretor financeiro da *Post Cleaning*.

## 1.3 – Dados do empreendimento

A sociedade apresentará o nome empresarial *Post Cleaning LTDA*, nome fantasia *Post Cleaning* e terá sede e domicílio na Avenida Afonso Pena, nº 578, Centro, no município de Belo Horizonte – MG, Brasil, 30000-000.

## 1.4 – Missão

Fornecer serviços de limpeza nos setores de pós mudança, pós eventos e pós obras com excelência e qualidade, proporcionando comodidade, segurança e satisfação.

## 1.5 – Visão

Ser referência nos serviços prestados, conquistando o mercado municipal e estadual.

## 1.6 – Forma jurídica

A empresa se enquadrará como sociedade limitada, sendo assim, a responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas cotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social, ou seja, cada sócio possui sua cota parte e será responsável por essa integralização no capital decorre sua responsabilidade pelos atos sociais da empresa (OSHIRO, Denise; 2019).

## 1.7 – Enquadramento tributário

A empresa será optante pelo Simples Nacional que é um regime que se aplica às Microempresas e empresas com faturamento anual de até R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais). A *Post Cleaning* terá um ramo de a atividade de prestação de serviços de limpeza e o faturamento estimado é de aproximadamente R\$ 1.020.000,00

## 1.8 – Capital social

A empresa é composta por três sócios, o capital social será R\$ 180.000,00 (cento e oitenta mil reais) divididos em cotas, os sócios Alysson Fernandes da Silva e Jardel Antunes com a cota de 30% cada uma o equivalente a 54.000,00 (cinquenta e quatro mil reais) e a sócia Gabriela Ferreira do Carmo com a cota de 40% equivalente a 72.000,00 (setenta e dois mil reais). As cotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas.

Tabela 1 – Capital Social

	<b>Nome do sócio</b>	<b>Valor (R\$)</b>	<b>% de Participação</b>
<b>Sócio 1</b>	Alysson Fernandes	R\$ 54.000,00	30%
<b>Sócio 2</b>	Gabriela Ferreira	R\$ 72.000,00	40%
<b>Sócio 3</b>	Jardel Antunes	R\$ 54.000,00	30%
<b>Total</b>		<b>R\$ 180.000,00</b>	<b>100%</b>

Fonte: Autora (2020)

### **1.9 – Fonte de recursos**

O sócio Jardel Antunes participa com 30% de cota. Conforme a Tabela 1, o valor total da cota é de R\$54.000,00 reais. Este valor será com o capital próprio do sócio, sem auxílio de fonte de terceiros. O sócio Alysson Fernandes pagará o valor de R\$40.000,00 reais e o restante da cota será por fonte de terceiros. A sócia também realizará o pagamento de R\$40.000,00 reais e o restante da cota será fonte de terceiros.

Desta forma, o capital de terceiro será de R\$46.000,00 reais, decidido em comum acordo pelos sócios.

Com algumas pesquisas realizadas em vários bancos, o valor de R\$46.000,00 será adquirido através de um financiamento com o prazo de 36 meses (3 anos), no Banco do Brasil onde a CEF gira atualmente em 4,07% a.m.

## 2 – ANÁLISE DE MERCADO

### 2.1 – Clientes

O setor de limpeza no Brasil vem obtendo um crescimento considerável em alguns anos. De acordo com o (SEBRAE Mercados 2014) entre 2011 e 2012, este setor movimentou aproximadamente R\$ 17 bilhões em limpeza profissional. No Brasil, o setor de limpeza é um dos tipos de mercado que registra um dos maiores crescimento, com aproximadamente 45% (Site Blumpa 2018).

De acordo com as estatísticas do segmento de limpeza, este é o setor com mais crescimento no Brasil, formalizando diretamente cerca de 1,6 milhões de trabalhadores, que estão alocados em aproximadamente 13 mil empresas no país. O mercado é composto basicamente de 95% de micro, pequenas e médias empresas. O faturamento da região sudeste supera o de outras regiões: são R\$ 18,9 bilhões, 59% de tudo que lucra o setor no País. (SEBRAE, 2014).

A *Post Cleaning* terá como modelo de negócio o B2B (Business to business) ou “Empresa para empresa” que é quando o cliente final é outra empresa e não pessoa física (GUSMÃO, Amanda, 2019).

Como perfil padrão de clientes, foram selecionados os seguintes pontos: empresas de pequeno e médio porte, situadas em belo horizonte e região metropolitana, as empresas onde os representantes de vendas forem visitar, o foco será o contato com o decisor de compra (é o responsável pelo fato da realização da compra).

O serviço será voltado para prestação de serviço em empresas como construtoras, porque ao concluir a construção de um prédio, a sujeira é maior e deixar a limpeza com os próprios funcionários pode tornar o custo ainda mais caro. Com o setor de eventos em crescimento exponencial, verificou-se a possibilidade de prestar serviços de limpeza pós eventos para Buffet, hotéis, clubes, espaços gourmet, chácaras e sítios. Otimizando o tempo para estes locais e reduções nos custos. Quando um imóvel é comprado ou locado, necessita-se de uma limpeza efetiva para evitar transtornos posteriores. Os serviços de limpeza pós mudanças poderão ser realizados em condomínios, escritórios, lojas, galpões, supermercados, entre outros.

Dentro dos três setores específicos de atendimento da empresa, o foco principal será nas construtoras, pois foi avaliado como o cliente que possivelmente trará mais receita para o negócio.

## 2.2 – Concorrentes

No levantamento de dados inicial de uma empresa, é essencial conhecer os concorrentes. Com isso, verificou-se que alguns concorrentes do negócio são:

- **House service:** Localizada no bairro Burity é uma administradora de condomínios que atua também na conservação e limpeza de condomínios e empresas. Presta serviços de apoio administrativos a condomínios, manutenção, serviços de conservação e limpeza, etc.
- **Centrolimp:** Limpeza e conservação de condomínios residenciais e comerciais, empresas e indústrias, locação de mão de obra temporária, recrutamento e seleção, promoção de eventos corporativos, construção, reforma e manutenção, entre outros. Localizada no bairro Gutierrez, possui 26 anos de mercado.
- **Limpidus:** Encontra-se no bairro Santa Efigênia, é uma empresa multinacional com mais de 170 franquias que prestam serviços de limpeza em escritórios e salas comerciais, clínicas e laboratórios, hotéis, igrejas e etc.

## 2.3 – Fornecedores

A *Post Cleaning* terá o auxílio de alguns fornecedores para execução do seu trabalho. Será utilizado o aplicativo Diaríssima como parceiro na hora de escolher a mão de obra necessária para o serviço, visando economia de locomoção e agilidade para contratar pessoas que estejam mais próximas do local onde os serviços forem solicitados. A empresa Alfa Tennant será parceira para locação do maquinário utilizado e a DHELL Distribuidora de limpeza será responsável pelos produtos de limpeza utilizados. A *Post Cleaning* é uma empresa de limpeza, mas terceirizará a mão-de-obra e o maquinário para limpezas especializadas.

Segue abaixo o quadro com a representação dos principais fornecedores e parceiros:

Quadro 1 - Fornecedores

<b>Fornecedores</b>	<b>Produto Fornecido</b>
<b>DHELL Distribuidora</b>	Material de Limpeza
<b>VIVO</b>	Telefone e Internet
<b>Kalunga</b>	Material de escritório
<b>Skills Brasil</b>	Marketing
<b>Diaríssima</b>	Aplicativo
<b>Alfa Tennant</b>	Maquinário
<b>SHELL</b>	Combustível

Fonte: Autora (2020)

Para o fornecimento da telefonia e internet foi contratado um pacote com a operadora VIVO, para instalação no escritório, para serviços de marketing foi selecionada a empresa Skills Brasil para assessoria de Marketing personalizada. Para materiais de escritório, as compras serão realizadas na Loja Kalunga e referente ao combustível utilizado para a locomoção até o local acordado, será realizado um contrato com a empresa Shell com pagamento mensal.

### **3 – PLANO DE MARKETING**

#### **3.1 – Produtos e serviços**

A *Post Cleaning* terá uma matriz fixa no centro da cidade de Belo Horizonte e trabalhará com equipes que se deslocarão para o local onde o serviço será prestado.

No serviço de pós mudanças, será prestado um serviço de limpeza completa do local, no serviço pós eventos a limpeza será em espaços de festas, sítios, espaços gourmet, locais para festas em condomínios, etc. Na limpeza pós obras, o serviço será prestado em construtoras de pequeno e médio porte após o término de uma obra ou reforma. Todos os serviços deverão ser previamente agendados.

A empresa trabalhará com a prospecção de funcionários que morem próximos dos locais onde os serviços serão solicitados, através do aplicativo que fornece a mão de obra (Diaríssima). Depois do primeiro serviço prestado pelo profissional ele entrará para o banco de dados da *Post Cleaning*. Este banco de dados será uma planilha utilizada pela empresa para o controle de funcionários contratados em uma determinada região e tipo de serviço.

A *Post Cleaning* acredita que terá como diferencial, a agilidade no serviço prestado, a comodidade e confiança passada a cada cliente, pois a cada mudança de local, a cada e realização de sonho, a cada comemoração e cada nova obra que tiverem, a limpeza será a excelente sem a preocupação com prazo de entrega.

#### **3.2 – Preço**

Foi realizado pesquisas de serviços prestados semelhantes no mercado para estabelecer uma média de preço acessível para os clientes. Com a conclusão da pesquisa, os serviços serão realizados mediante contrato, onde os valores poderão variar por tipo e tempo de serviço solicitado.

Segue quadro exemplificando a prestação de serviço:

Quadro 2 - Preço Mínimo

Tipo	Hora (s)	Produtos	Máquinas	Total
Limpeza Pós Obras	3H	Sim	Sim / Não	200 R\$
Limpeza Pós Mudanças	3H	Sim	Sim / Não	200 R\$
Limpeza Pós Eventos	3H	Sim/ Não	Sim / Não	200 R\$

Fonte: Autora (2020)

O quadro acima demonstra os tipos de serviços prestados, a hora mínima que poderá ser contratada (3H), em quais serviços o cliente poderá optar em utilizar os produtos e/ou maquinário da empresa. Sendo assim, os contratos poderão ter variações de preços. O valor mínimo contratado será de R\$200,00, ou seja, 3 horas tem o valor de R\$200, reais. Neste valor estará incluso, a equipe de funcionários, produtos de limpeza e maquinário, caso seja necessário.

Os valores podem variar, os principais indicadores são: tamanho do local, tempo necessário para limpeza, número de profissionais necessários para o serviço, tipo de limpeza, quais os produtos necessários, se será necessário o uso do maquinário ou não e se o cliente deseja utilizar os produtos de limpeza da Post Cleaning ou não. Ressaltando que o valor de R\$ 200,00 é o mínimo para contratação.

As formas de pagamento disponibilizadas pela empresa são: à vista (débito ou boleto bancário) e crédito (a vista, a prazo de até 3x sem juros e a prazo de até 12x com juros estabelecidos pela operadora do cartão).

### 3.3 – Divulgação e promoção

Para um bom funcionamento da empresa desde o início e em longo prazo, é importantíssimo ter uma estratégia de marketing estruturada para divulgação de seus produtos/serviços, atrair clientes, conhecê-los, sanar problemas de processos ou fluxos e vender com assertividade.

A *Post Cleaning* investirá em Marketing Digital através do Site e da Landing Page e utilizará redes sociais como Facebook, Instagram.

A empresa terá um sistema de CRM que contenha as informações dos possíveis e atuais clientes para controle de preferências, última compra e dados pessoais. Desta forma, será possível disponibilizar conteúdos, promoções e pesquisas para melhoria na qualidade dos serviços prestados.

Nas redes sociais, serão inseridos anúncios da empresa e terá divulgação de textos relacionados com o foco da empresa, que é o serviço de limpeza. No site o possível cliente terá várias informações da empresa, serviços ofertados e uma aba para realizar um orçamento ou contratar o serviço. Na Landing Page, ele será convidado a cadastrar-se para receber informações relacionadas à limpeza e caso no momento do cadastro ele selecione que deseja continuar recebendo informações, automaticamente ele concorre a uma limpeza.

Nas figuras 1 e 2 mostram as páginas criadas pela equipe da *Post Cleaning*, que estão em construção onde já foram iniciadas as postagens com o intuito que mostrar ao público os serviços prestados pela empresa.

Figura 1 – Facebook



Fonte: Autora (2020)

Figura 2 - Instagram



Fonte: Autora

A figura 3 demonstra a página inicial do site.

Figura 3 – Site



Fonte: Autora

### **3.4 – Distribuição e vendas**

Referente à distribuição dos Serviços da Post Cleaning, serão utilizadas as seguintes formas:

- Escritório próprio: os clientes poderão frequentar o escritório para sanar dúvidas, conhecer os serviços prestados e contratar os serviços;
- Representantes de vendas: os representantes de vendas serão responsáveis por visitar presencialmente os clientes caracterizados como compradores para um atendimento personalizado e cômodo para o cliente, evitando burocracias e otimizando as vendas;
- Landing Page: Utilizado também como forma de divulgação da empresa o site será também um canal direto de comunicação do cliente com a empresa e a Landing Page que será utilizada como forma de conhecer o perfil dos clientes da empresa e fidelizá-los, com promoções para a primeira contratação, entre outras;
- Site: No site, o cliente poderá conhecer melhor os serviços, sanar as dúvidas, realizar um orçamento sem compromisso e poderá realizar a contratação dos serviços, em uma janela específica onde terá o auxílio de uma atendente virtual para uma contratação assertiva;
- Com o auxílio do sistema CRM, a cada trimestre será realizado um contato com o cliente para ofertar um desconto na contratação do serviço ou anunciar uma nova promoção disponibilizada.

### **3.5 – Localização**

O escritório para atendimento aos clientes e fornecedores ficará localizado na região central de Belo Horizonte, mais especificamente na Av. Afonso Pena, número 578, onde se acredita ser um local de fácil acesso, devido à facilidade das pessoas de se locomoverem até o local. A localização foi escolhida pensando também no grande fluxo de pessoas na região durante o dia, com perfis variados e melhor proximidade para a entrega dos fornecedores.

O espaço para o escritório é alugado, com o contrato mensal no valor de R\$1500,00 reais pagos á vista e têm incluso segurança, serviços de gás e condomínio no valor pago.

## 4 – PLANO ESTRATÉGICO

### 4.1 – Análise de SWOT

A Matriz Swot é uma das ferramentas de análise em que possibilita ao gestor de uma determinada empresa a avaliação do ambiente interno e externo da empresa para que ela possa estabelecer prazos para planejar seus próximos passos. As forças e fraquezas são os pontos levantados internamente e as oportunidades e ameaças são fatores externos que influenciaram diretamente nas tomadas de decisão do negócio. Segue abaixo, a Matriz Swot da *Post Cleaning*:

Quadro 3 – Matriz SWOT

<b>Fatores Internos</b>	<p>S: Forças</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Especialidades escolhidas;</li> <li>• Especialização da mão de obra;</li> <li>• Localização.</li> </ul>	<p>W: Fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investimento Inicial;</li> <li>• Treinamento antecipado da mão de obra.</li> </ul>
<b>Fatores Externos</b>	<p>O: Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado de atuação.</li> </ul>	<p>T: Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrência com empresas experientes;</li> <li>• Quantidade de funcionários treinados;</li> <li>• Faturamento.</li> </ul>

Fonte: Autora (2020)

Na *Post Cleaning*, a análise realizada detectou internamente, como pontos fortes, a qualificação de mão de obra para a excelência na prestação de serviços, a localização para recepção de clientes e fornecedores, por ser na área central de Belo Horizonte, há mais possibilidades de divulgação e é um local de melhor acesso devido à variedade de transporte; e a escolha dos setores atendidos, pois têm se a possibilidade de atender pessoas físicas e jurídicas.

Nos pontos fracos, a parte financeira será o maior ponto de atenção. Com o valor de investimento inicial alto, deverá ser realizado um plano de ação afetivo para que não haja gastos desnecessários nos primeiros anos da empresa. Referente à mão de obra especializada, a empresa treinará os funcionários contratados previamente, de acordo com o tipo de serviço solicitado pelo cliente. Como a empresa preza pela qualidade na prestação de serviço, caso haja uma contratação antecipada ou de última hora, o treinamento poderá atrasar o tempo de serviço prestado. Devido a isso, as limpezas deverão ser contratadas com agendamento prévio para a seleção dos candidatos e treinamento especializado.

Já na análise referente à visão externa da empresa, como oportunidade tem-se o mercado de atuação do negócio. A empresa pode expandir o seu nicho de clientes dentro do mercado escolhido. A empresa terá a possibilidade de atender a pessoas físicas, outros tipos de empresas e aumentar os serviços prestados, voltando-se para o mercado de limpeza e conservação por exemplo.

Continuando com a análise externa, as ameaças são os concorrentes que já está há mais tempo no mercado, com clientes de confiança, mais espaço e visibilidade neste segmento e a capacidade produtiva da empresa. No mês, a *Post Cleaning* projeta atender no mínimo 250 solicitações de serviços. Se a demanda for bem acima da prevista, a empresa pode encontrar dificuldades para treinar os funcionários e disponibilizá-los para a prestação do serviço. Caso esta demanda seja baixa, acabará interferindo diretamente no faturamento.

Para as ameaças e fraquezas, será realizados planos de ação de médio á longo prazo. Para as fraquezas, no investimento inicial será necessário o acompanhamento rigoroso das despesas e custos para evitar gastos desnecessários, impactando diretamente no fluxo de caixa da empresa. Para a prestação de serviços, a *Post Cleaning* fará um banco de dados com os prestadores de serviços contratados na região, evitando um novo gasto com treinamentos.

Como a *Post Cleaning* será nova no mercado de limpeza, a concorrência será uma de suas maiores ameaças. Para amenizar este risco, o foco em marketing e em aumentar a cartela de clientes será o principal foco. Em relação ao número de serviços contratados, será avaliada a questão de promoções nos preços para aumento na contratação e fidelização dos clientes.

## 4.2 – BSC

Com base nos dados encontrados na análise SWOT, Foi realizado a matriz BSC (*Balanced Scorecard*) da *Post Cleaning*. Com o BSC, a empresa consegue ter uma visão mais clara de suas estratégias para pensar em melhorias em curto e longo prazo.

Segue abaixo, a matriz BSC da *Post Cleaning*:

Tabela 2 - BSC Post Cleaning

Objetivos	Metas	Indicadores	Iniciativa
<b>Perspectiva Financeira:</b> Aumento dos lucros	Aumento de 5 a 10% do faturamento em um prazo de 3 a 6 anos.	Receita Líquida	Atender clientes que são pessoas físicas
<b>Perspectiva do Cliente:</b> Prospecção de clientes	Aumentar a carteira de clientes em 3% do segundo para o terceiro ano de funcionamento.	Satisfação do cliente no serviço prestado	Disponibilizar promoções para os clientes que aceitarem a fidelização
<b>Perspectiva de processos internos:</b> Conclusão dos serviços dentro do tempo contratado pelo cliente	Conclusão de 90% dos serviços contratados, dentro do prazo estipulado em contrato.	Tempo do serviço contratado	Elaborar um <i>check list</i> com as tarefas que serão realizadas
<b>Perspectiva de Aprendizado e crescimento:</b> Treinamento e Capacitação de funcionários	Capacitação de 80% a 90% da mão de obra em tempo hábil para a prestação de serviço.	Aumento da especialização do funcionário	Implementar um ciclo de treinamento a cada 6 meses para funcionários cadastrados no banco de dados

Fonte: Autora (2020)

## 5 – PLANO OPERACIONAL

### 5.1 – Layout

Layout é o espaço físico organizacional, estabelecido através de estudos do local de trabalho para garantir o bem estar dos funcionários e clientes, tendo conseqüentemente, maior qualidade e produtividade. A recepção demonstra onde os clientes e/ou fornecedores aguardaram pelo atendimento, a sala de reunião de reunião é onde os fornecedores serão atendidos e os supervisores resolverão questões administrativas. A sala da diretoria é onde os clientes serão atendidos diretamente pelos sócios. A sala de descanso e cozinha é apenas para funcionários.

Na Figura 04, é demonstrado o layout do escritório da *Post Cleaning*:

Figura 04 - Layout



Fonte: Autora (2020)

## 5.2 – Capacidade produtiva

A *Post Cleaning* planeja ter 250 atendimentos ao mês. Esta será a capacidade produtiva máxima da empresa. A empresa não disponibiliza atendimento de 24 horas no presente momento. Para chegar ao número de 250 atendimentos ao mês, foi realizado o seguinte cálculo: o mês possui 30 dias, considerando que tempo de contratação mínimo de serviços pela *Post Cleaning* são de 3 horas, se a empresa tiver em um dia a contratação total das equipes pelo mínimo de horas contratadas, dará aproximadamente 18 horas no dia, ou seja em média 6 equipes. Esse número pode variar conforme tipo de serviço e horas contratadas.

## 5.3 – Processos operacionais

A *Post Cleaning* atenderá aos clientes localizados em Belo Horizonte e região metropolitana (Ibirité, Contagem, Nova Lima, Betim, entre outras). O serviço prestado funcionará da seguinte forma: solicitação prévia do serviço, contratação dos profissionais através do aplicativo, treinamento dos profissionais para a prestação do serviço e a prestação de serviço no local realizado.

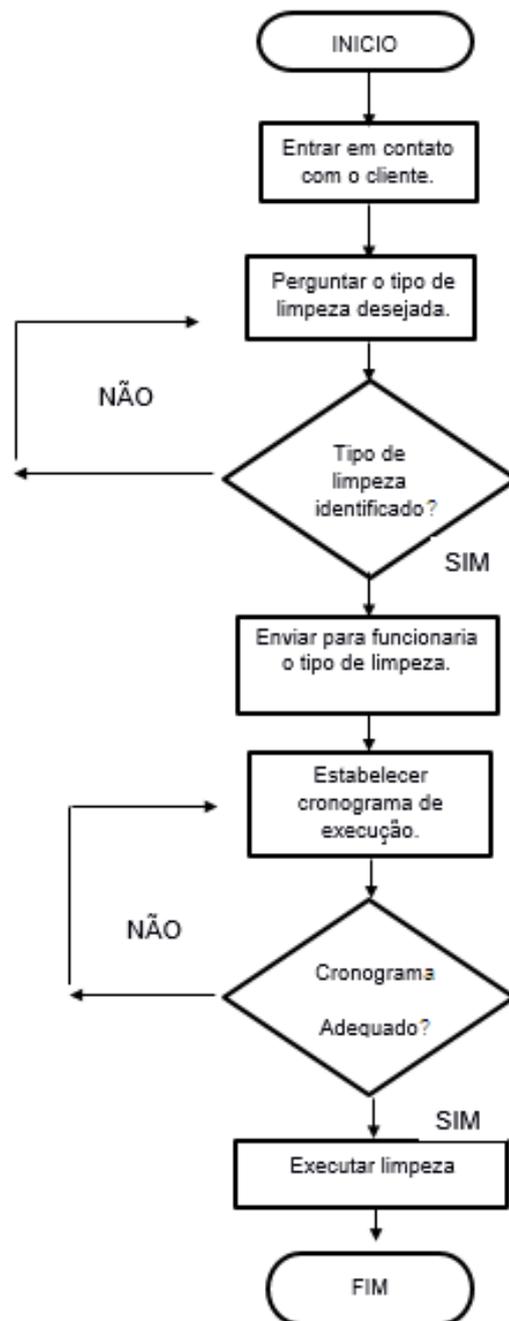
A contratação dos profissionais, supervisão de serviços e treinamentos serão responsabilidade dos supervisores de atendimento.

Segue abaixo dois fluxogramas de alguns dos processos desempenhados na empresa.

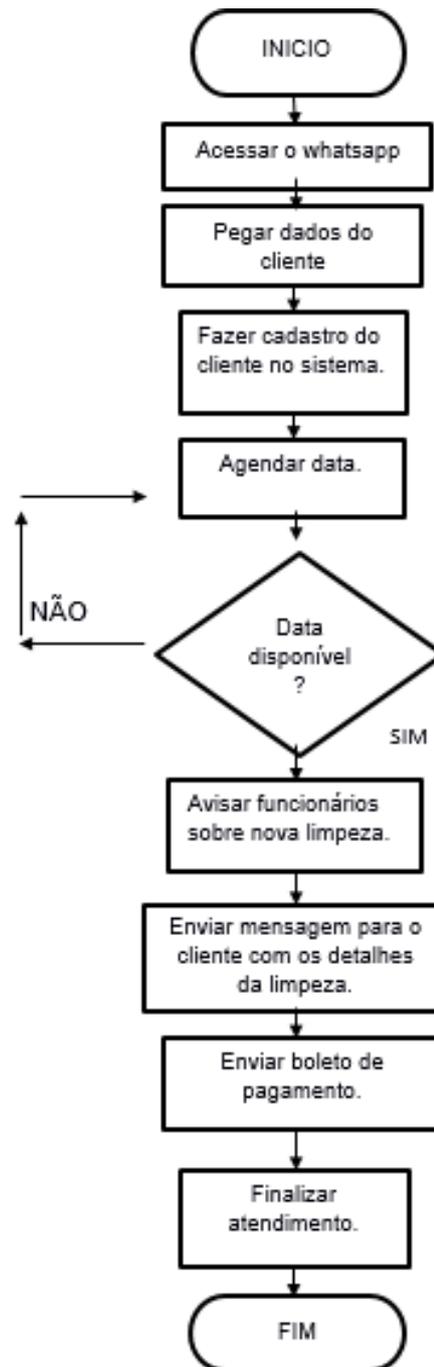
No primeiro fluxograma (Figura 5) tem-se o processo de agendamento por telefone e execução do serviço solicitado. A *Post Cleaning* entra em contato com o cliente ou o cliente entra em contato, informa o tipo de limpeza que deseja agendar, a empresa encaminha a equipe com o fiscal que já verifica o *check list* de produtos e/ou máquinas que serão utilizados, se estão conforme serviço solicitado.

No segundo fluxograma (Figura 6), é demonstrado o agendamento pelo aplicativo do *Whatsapp*, onde neste fluxo, o cliente já recebe um boleto para cobrança ou já pode solicitar esta forma de pagamento para melhor comodidade.

Figura 5 - Fluxograma identificação de limpeza



Fonte: Autora (2020)

Figura 6- Fluxograma do atendimento ao cliente pelo *whatsapp*.

Fonte: Autora

## **5.4 – Plano de pessoal**

### **5.4.1 – Atribuições dos sócios**

Os sócios participarão ativamente das rotinas da empresa. Cada sócio será responsável por uma determinada área. A sócia Gabriela Ferreira é responsável pelas rotinas administrativas, o sócio Alysson Fernandes atua nas rotinas operacionais e o sócio Jardel Antunes trata de todas as questões financeiras da empresa. Segue abaixo, as funções exercidas pelos sócios:

Gabriela Ferreira (Sócio Administrador) – Rotinas Administrativas:

Cadastro de informações nos sistemas, organização de arquivos e documentos, atendimento telefônico e via e-mail, registro de frequências de funcionários (registro de ponto), realização de transferência bancária e depósitos, negociação de compra e venda com fornecedores, avaliação de planos de ação e designação de tarefas.

Alysson Fernandes (Gerente Operacional) – Rotinas Operacionais

Controle de entrada e saída de materiais, entrega e expedição de materiais diversos, fiscalização da ordem nos ambientes, emissão de relatórios, definição de projetos, categorização das rotinas operacionais, avaliação de desempenho e designação de tarefas.

Jardel Antunes (Gerente Financeiro) – Rotinas Financeiras

Emissão de recibos, notas fiscais e relatórios (financeiro), controle de contas a pagar e receber (financeiro), emissão de relatórios, análise de fluxo de caixa, balanço e controle do estoque.

### **5.4.2 – Pessoal**

Na *Post Cleaning* cada funcionário tem uma importância singular. Para atribuição dos sócios (verificar tópico 5.4.1). Os supervisores de atendimento serão responsáveis pela contratação da mão de obra (via app), capacitação, designação das funções da equipe e conferência da qualidade dos serviços. A empresa terá 4 (quatro) supervisores. Os vendedores serão responsáveis por ofertar os serviços para as pessoas jurídicas, realizar visitar, e prospectar

novos clientes, será 3 (três vendedores). Os Auxiliares de serviços gerais serão os prestadores de serviços contratados pelo aplicativo Diaríssima. O número de contratados por equipe pode variar. Vai depender de tempo de serviço contratado, tipo de serviço, localização, etc.

Segue abaixo, o organograma da *Post Cleaning*:

Figura 7 - Organograma *Post Cleaning*



Fonte: Autora (2020)

## 6 – PLANO FINANCEIRO

### 6.1 – Investimento inicial

Os investimentos são essenciais para a criação de uma nova empresa. Serão apresentados abaixo, os investimentos fixos, investimentos pré-operacionais e o estoque inicial. Para investimento fixo, será demonstrado as os móveis e eletrodomésticos e eletrônicos adquiridos para a abertura da empresa, nos investimentos pré-operacionais está listado os valores gastos com reforma, documentação e treinamento de pessoal e no estoque inicial têm-se tudo que será necessário para abertura da empresa em questão de produtos e materiais de limpeza e máquinas básicas.

#### 6.1.1 – Investimentos fixos

Segue logo abaixo, o quadro com os investimentos fixos iniciais:

Quadro 4 - Investimentos físicos

Descrição:	Quantidade	Valor unitário	Total:
Computador	3	R\$ 1.134,00	R\$ 3.402,00
Tablet	4	R\$ 1.273,00	R\$ 5.092,00
Impressora	3	R\$ 879,00	R\$ 2.637,00
Telefone	3	R\$ 49,90	R\$ 149,70
Mesa	6	R\$ 335,89	R\$ 2.015,34
Cadeira	12	R\$ 160,00	R\$ 1.920,00
Ar condicionado	2	R\$ 769,00	R\$ 1.538,00
Microondas	2	R\$ 367,88	R\$ 735,76
Arquivo	1	R\$ 459,76	R\$ 459,76
Carros	2	R\$ 42.000,00	R\$ 84.000,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 101.949,56</b>

Fonte: Autora (2020)

No quadro 4, tem-se a lista de bens que serão necessários para a abertura da Post Cleaning. Estão listados os móveis, os veículos e equipamentos. Está descrito também as quantidades adquiridas e o valor de cada bem.

#### 6.1.2 – Investimentos pré-operacionais

Os investimentos pré operacionais da *Post Cleaning* engloba as despesas com a documentação de legalização da empresa, o marketing, treinamento do pessoal para a prestação do serviço e a reforma da sede. No quadro abaixo, está apresentado o valor de cada item.

Quadro 5 - Investimentos Pré operacionais

Descrição	Valor	
Documentação	R\$	5.590,00
Marketing	R\$	3.350,00
Treinamento	R\$	4.000,00
Reforma da sede	R\$	23.050,00
<b>Total</b>	<b>R\$</b>	<b>35.990,00</b>

Fonte: Autora (2020)

### 6.1.3 – Estoques iniciais

O valor do estoque inicial da *Post Cleaning* é de R\$ 40.465,00. Neste valor total está incluso, produtos de limpeza, materiais como: vassouras, rodos, pano de chão, flanelas, mangueiras e pás. Engloba também o maquinário mais simples, como por exemplo, lavadoras elétricas.

Quadro 6 - Estoque Inicial

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Vassoura	50	R\$ 5,90	R\$ 295,00
Rodo	50	R\$ 6,90	R\$ 345,00
Mob Giratório	20	R\$ 59,90	R\$ 1.198,00
Escovas de Limpeza	200	R\$ 8,67	R\$ 1.734,00
Panos de Chão	2000	R\$ 2,00	R\$ 4.000,00
Flanela	2000	R\$ 1,00	R\$ 2.000,00
Mangueiras	20	R\$ 44,90	R\$ 898,00
Pá	50	R\$ 3,90	R\$ 195,00
Lavadora Elétrica	20	R\$ 299,00	R\$ 5.980,00
Aspirador	15	R\$ 179,90	R\$ 2.698,50
Máquina de lavar	3	R\$ 969,00	R\$ 2.907,00
Produtos de Limpeza	1	R\$ 18.214,50	R\$ 18.214,50
<b>Total</b>			<b>R\$ 40.465,00</b>

Fonte: Autora (2020)

### 6.1.4 – Capital de Giro

Faz-se necessário estipular prazo de compras e prazo de vendas para concluir qual será o capital de giro líquido que a empresa deve conter para manter um bom funcionamento. Na *Post Cleaning*, foi realizada a seguinte estimativa:

Quadro 7 - Prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média ponderada em dias
Á vista	50%	0	0
A prazo (1)	30%	30	9
A prazo (2)	15%	60	9
A prazo (3)	5%	90	4,5
<b>Total:</b>			<b>22,5 dias</b>

Fonte: Autora (2020)

Quadro 8 - Prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média ponderada em dias
Á vista	50%	0	0
A prazo (1)	50%	15	15
A prazo (2)			
A prazo (3)			
<b>Total:</b>			<b>15 dias</b>

Fonte: Autora (2020)

O Quadro 7 apresenta o prazo médio de compras em dias. Referente a isso, a empresa estima que o pagamento das compras (fornecedor de produtos de limpeza), seja realizado 50% à vista e 50% com o prazo de 30 dias.

Já referente ao prazo médio de vendas (Quadro 8), estipula-se o recebimento dos seus clientes em 50% de pagamento à vista e os outros 50% serão divididos da seguinte forma: 30% do pagamento ao prazo de 30 dias e os 15% ao prazo de 60 dias e 5% ao prazo de 90 dias (via boleto bancário).

Em relação ao prazo médio de permanência do produto no estoque, estima-se (7) dias.

Feito isto, realiza-se o cálculo para saber o capital de giro líquido da empresa em dias e o caixa mínimo e a partir dessas informações, será possível encontrar o valor total do capital de giro (SEBRAE 2014).

Quadro 9 - Necessidade líquida de capital de giro

<b>Recursos da empresa fora do seu caixa</b>	<b>Número de dias</b>
<b>Contas a receber - prazo médio de vendas</b>	22,5 dias
<b>Estoque - Necessidade média de estoque</b>	7 dias
<b>SUBTOTAL 1 (Item 1 + 2)</b>	<b>29,5 dias</b>
<b>Recursos de terceiros no caixa da empresa</b>	
Fornecedores - Prazo médio de compras	15 dias
<b>SUBTOTAL 2</b>	<b>15 dias</b>
<b>Necessidade líquida de capital de giro em dias (subtotal 1 - subtotal 2)</b>	<b>14,5 dias</b>

Fonte: Autora (2020)

Realizado o cálculo, o valor da necessidade líquida de capital de giro em dias foi de 14,5 dias. Para a realização do caixa mínimo, este valor será arredondado para 15 dias.

Para o cálculo do caixa mínimo, a empresa precisa ter também os custos fixos e variáveis para que no final seja calculado o custo total diário da empresa (SEBRAE 2014). Segue abaixo, os custos mensais da *Post Cleaning*:

Quadro 10 - Custo Variável

<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Custo unitário</b>	<b>Total</b>
Comissão dos vendedores	10	R\$ 5,00	R\$ 50,00

Fonte: Autora (2020)

No Quadro acima, é demonstrado uma estimativa de venda esperada por cada vendedor. Sendo assim, se cada vendedor realizar pelo menos dez (10) vendas ao mês tem-se um custo de comissão de no mínimo R\$ 150,00. Este será o valor utilizado para os cálculos de custo variável mensal.

Nos custos fixos, foram incluídos todos os custos mensais que serão necessários para o funcionamento da empresa. Nele constam custos básicos como água, luz e telefone, por exemplo, honorário do contador, para os serviços de contabilidade prestados mensalmente, assessoria jurídica, marketing e o valor pago ao aplicativo Diaríssima. Dentro do valor pago ao aplicativo, já consta o valor dos pagamentos dos auxiliares de serviços gerais, conforme contrato. Este valor mensal permanece fixo por um período de cinco (5) anos, assim como o aluguel do maquinário. Segue abaixo, o quadro de custos fixos:

Quadro 11- Custos fixos mensais

Descrição	Custo Total Mensal
Aluguel do imóvel	R\$ 1.500,00
Água	R\$ 273,00
Energia elétrica	R\$ 349,00
Telefone e internet	R\$ 250,00
Honorários do contador	R\$ 1.900,00
Total Pró-labore	R\$ 18.284,00
Total Salário	R\$ 15.320,36
Material de limpeza	R\$ 3.300,00
Material de escritório	R\$ 300,00
Combustível	R\$ 1.000,00
Aplicativo	R\$ 15.523,64
Aluguel do maquinário	R\$ 4.000,00
Marketing	R\$ 700,00
Assessoria Jurídica	R\$ 1.300,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 64.000,00</b>

Fonte: Autora (2020)

Com os valores de custos mensais da empresa, é possível calcular o caixa mínimo.

Quadro 12 - Caixa mínimo

Custo variável mensal (Quadro 10)	R\$ 150,00
Custo fixo mensal	R\$ 64.000,00
Custo total da empresa	R\$ 64.150,00
Custo total diário (Custo total ÷ 30 dias)	R\$ 2.138,33
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	15 Dias
<b>Total de caixa mínimo</b>	<b>R\$ 32.075,00</b>

Fonte: Autora (2020)

Lembrando que para os cálculos, foram considerados 15 dias e o valor de R\$150 reais mínimo para custo variável (onde cada vendedor fará pelo menos 50 reais em comissão). Para encontrar o Capital de giro, soma-se o valor de estoque inicial mais o valor do caixa mínimo. Sendo assim, valor de Capital de giro será de R\$ 72.540,00.

### 6.1.5 – Investimento total e fontes de recursos

Segue na tabela abaixo o resumo que contém os investimentos iniciais (fixos e pré-operacionais), o estoque inicial e o capital de giro.

Tabela 3 - Resumo de investimentos

<b>Investimentos fixos</b>	R\$	101.949,56
<b>Investimentos pré-operacionais</b>	R\$	35.990,00
<b>Estoque Inicial</b>	R\$	40.465,00
<b>Capital de giro</b>	R\$	72.540,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$</b>	<b>250.944,56</b>

Fonte: Autora (2020)

Referente à fonte de recursos, os sócios arcarão totalmente com o investimento, portanto o recurso será totalmente próprio.

### 6.2 – Gastos com pessoal

A *Post Cleaning* terá o total de sete (7) funcionários próprios, mais os três sócios. Serão quatro (4) supervisores e três (3) vendedores. Segue abaixo o quadro com os salários dos trabalhadores, onde possui os valores mensais e anuais.

Quadro 13 - Gastos com pessoal

<b>Cargo</b>	<b>Nº de Empregados</b>	<b>Salário</b>	<b>Total</b>
Supervisor Administrativo	4	R\$ 2.892,59	R\$ 11.570,36
Vendedores	3	R\$ 1.250,00	R\$ 3.750,00
<b>Total de salários</b>			<b>R\$ 15.320,36</b>

Fonte: Autora (2020)

O quadro acima demonstra o salário dos supervisores e dos vendedores, lembrando que os vendedores possuem comissão. No Quadro 14 (vide abaixo), constam os encargos, provisão de férias e despesa com benefícios.

Para os cálculos foram considerados o valor mensal de cada funcionário e multiplicados por doze (12) para encontrar o valor anual.

Quadro 14 - Encargos, provisões e despesas com pessoal

Descrição	Mensal	Anual
Salário	R\$ 15.320,36	R\$ 183.844,32
Encargos sociais	R\$ 1.572,72	R\$ 18.872,64
Provisão de 13°	R\$ 345,22	R\$ 4.142,64
Provisão de férias	R\$ 345,22	R\$ 4.142,64
<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$ 17.583,52</b>	<b>R\$ 211.002,24</b>
Desp. Alimentação	R\$ 259,00	R\$ 3.108,00
Desp. Transporte	R\$ 84,00	R\$ 1.008,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 17.926,52</b>	<b>R\$ 215.118,24</b>

Fonte: Autora (2020)

### 6.3 – Remuneração dos sócios

Os três sócios optaram por receber pró-labore para que ela tenha ônus menor e devido aos três (3) participarem ativamente das funções da empresa. A distribuição do pró-labore ficou determinada da seguinte forma:

Quadro 15 - Pró-labore

Sócio	Valor
Gabriela Ferreira	R\$ 5.937,00
Alysson Fernandes	R\$ 6.227,00
Jardel Antunes	R\$ 6.120,00
<b>TOTAL:</b>	<b>R\$ 18.284,00</b>

Fonte: Autora (2020)

A remuneração de cada sócio foi vinculada a média de salário recebido pelo cargo de cada um.

### 6.4 – Projeção de custos e despesas

Para realizar a estimativa de gastos anuais, foram considerados os custos fixos (quadro 11), custos variáveis (quadro 10), despesas e despesas fixas (quadro 14). Para as despesas, foram considerados os valores mensais do Quadro 14. Sendo assim, a Tabela 4 demonstra a projeção de gastos anuais em um período de cinco (5) anos. Para o cálculo, não foi considerado o acréscimo de nenhum tipo de taxa, permanecendo o mesmo durante todo o período.

Dados Utilizados:

- Custo fixo mensal: R\$ 64.000,00;
- Custo variável mensal: R\$ 150,00;
- Despesas fixas mensal: R\$ 2.606,16.

Tabela 4 - Projeção de custos e despesas

Gastos	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Custos Fixos	R\$ 768.000,00				
Custos Variáveis	R\$ 1.800,00				
Despesas Fixas	R\$ 31.273,92				
<b>TOTAL:</b>	<b>R\$ 801.073,92</b>				

Fonte: Autora (2020)

### 6.5 – Custos do produto ou serviço

Segue abaixo o quadro que compõe os custos de comercialização e a incidência de tributos da *Post Cleaning*. Nele está considerado o imposto do simples nacional e o custo com vendas da empresa.

Quadro 16 - Custos do produto ou serviço

Descrição dos Custos	Valor Estimado
<b>IMPOSTOS</b>	
Simple nacional	R\$ 39.780,00
<b>GASTOS COM VENDAS</b>	
Comissões	R\$ 5.400,00
Marketing	R\$ 8.400,00
<b>TOTAL:</b>	<b>R\$ 53.580,00</b>

Fonte: Autora (2020)

### 6.6 – Previsão de vendas

A projeção de faturamento de vendas da *Post Cleaning* será anual e para isto, foi realizado pesquisas de serviços prestados semelhantes no mercado para estabelecer uma média de preço acessível para seus clientes.

Com a conclusão da pesquisa, ficou firmado que os serviços serão realizados mediante contrato, onde os valores poderão variar por tipo e tempo de serviço solicitado. Segue quadro exemplificando a prestação de serviço:

Quadro 17 – Valor mínimo contratado

<b>Tipo</b>	<b>Hora (s)</b>	<b>Produtos</b>	<b>Maquinas</b>	<b>Total</b>
<b>Limpeza Pós Obras</b>	3H	Sim	Sim / Não	<b>R\$ 200,00</b>
<b>Limpeza Pós Mudanças</b>	3H	Sim	Sim / Não	<b>R\$ 200,00</b>
<b>Limpeza Pós Eventos</b>	3H	Sim / Não	Sim / Não	<b>R\$200,00</b>

Fonte: Autora (2020)

O quadro acima demonstra os tipos de serviços prestados, a hora mínima que poderá ser contratada (3H), em quais serviços o cliente poderá optar em utilizar os produtos e/ou maquinário da empresa. Sendo assim, os contratos poderão ter variações de preços. O valor mínimo contratado será de R\$200,00.

Para calcular a projeção de vendas e saber o faturamento anual, soma-se o número de serviços prestados durante este um (1) ano. Estipula-se que a contratação do serviço será em média 200 serviços de contratação mínima (conforme o quadro acima) e pelo menos 50 serviços mais detalhados. Com 200 serviços da taxa mínima, tem-se o valor de R\$60.000,00 ao mês e com os outros 50 serviços de mais detalhados e/ou de maior proporção o valor estimado é de R\$ 25.000,00, o que dá o valor mensal de R\$85.000,00. Multiplicando este valor pelo período de doze meses, o valor de faturamento anual será de R\$ 1.020.000, 00.

### **6.7 – Impostos sobre faturamento**

A *Post Cleaning* é optante Pelo Simples Nacional. O simples nacional abrange os seguintes tributos: IRPJ, CSLL, PIS/Pasep, Cofins, IPI, ICMS, ISS e a Contribuição para a Seguridade Social destinada à Previdência Social a cargo da pessoa jurídica (CPP). Estes tributos são recolhidos através do documento único de arrecadação - DAS (RECEITA FEDERAL,2020). Sendo assim, segue a tabela de projeção de impostos que incidem anualmente pela empresa.

Conforme o anexo do Simples Nacional, a *Post Cleaning* se encaixa no anexo IV que estabelece a alíquota para empresas prestadoras de serviço que fornecem serviços de vigilância, Limpeza, obras e construção de imóveis.

Tabela 5 - Impostos sobre faturamento

<b>Período</b>	<b>Faturamento</b>	<b>Alíquota</b>	<b>Imposto a Pagar</b>
<b>Ano 1</b>	R\$ 1.020.000,00	14%	R\$ 39.780,00
<b>Ano 2</b>	R\$ 1.020.000,00	14%	R\$ 39.780,00
<b>Ano 3</b>	R\$ 1.020.000,00	14%	R\$ 39.780,00
<b>Ano 4</b>	R\$ 1.020.000,00	14%	R\$ 39.780,00
<b>Ano 5</b>	R\$ 1.020.000,00	14%	R\$ 39.780,00
<b>TOTAL:</b>	R\$ 5.100.000,00	14% a.a	R\$ 198.900,00

Fonte: Autora (2020)

## 6.8 – Projeções financeiras

### 6.8.1 – Fluxo de caixa

Para o fluxo de caixa abaixo, foram levados em consideração os seguintes dados: Para os impostos e deduções foi considerada a alíquota do simples nacional regime de tributação na qual a empresa se encaixa, com a taxa de 14%. Para CMV foi multiplicado o valor mínimo de venda, com a quantidade de serviço prestado estipulado por doze (12) meses. Em depreciações, foi adicionado o valor de todas as máquinas, equipamentos e veículos e o período para a depreciação. No quinto ano, tem-se o retorno do capital de giro, investido no primeiro ano.

Referente aos períodos, para realizar a estimativa, ficou estabelecido que todos os contratos assinados permanecerão com o valor fixo, durante o período de 5 anos. Não será acrescida nenhuma taxa durante os períodos, devido a isso os valores serão os mesmos. Segue abaixo, o fluxo de caixa.

Quadro 18 - Fluxo de Caixa

Item/Período (Ano)	Momento 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Investimento	R\$ 178.404,56					
Capital de Giro	R\$ 72.540,00					
(=) Receita Bruta		R\$ 1.020.000,00				
(-) Impostos, Deduções, Devoluções		R\$ 142.800,00				
(=) Receita Líquida		R\$ 877.200,00				
(-) CMV		R\$ 600.000,00				
(=) Lucro Bruto		R\$ 277.200,00				
(-) Custos Operacionais Fixos		R\$ 72.540,00				
(-) Custos Operacionais Variáveis		R\$ -				
(=) Lucro Operacional = EBITDA		R\$ 204.660,00				
(-) Depreciação		R\$ 21.233,25	R\$ 21.233,25	R\$ 21.233,25	R\$ 20.099,25	R\$ 20.099,25
(-) Despesas Financeiras		R\$ 21.233,25	R\$ 21.233,25	R\$ 21.233,25	R\$ 20.099,25	R\$ 20.099,25
(=) Lucro Tributável		R\$ 162.193,50	R\$ 162.193,50	R\$ 162.193,50	R\$ 164.461,50	R\$ 164.461,50
(-) IR/CS		R\$ -				
(=) Lucro Antes Depreciação		R\$ 162.193,50	R\$ 162.193,50	R\$ 162.193,50	R\$ 164.461,50	R\$ 164.461,50
(+) Depreciação		R\$ 21.233,25	R\$ 21.233,25	R\$ 21.233,25	R\$ 20.099,25	R\$ 20.099,25
(+) Valor Residual		R\$ -				
(+) Recuperação de Capital de Giro						R\$ 72.540,00
(=) Fluxo de Caixa Operacional / Lucro Líquido	R\$ 250.944,56	R\$ 204.660,00	R\$ 204.660,00	R\$ 204.660,00	R\$ 204.660,00	R\$ 277.200,00

Fonte: Autora (2020)

## 6.8.2 – Projeção de resultados

Segue abaixo, a tabela de projeção anual da Lucratividade e da rentabilidade da *Post Cleaning*:

Tabela 6 – Projeção de resultados

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
<b>(=) Lucro líquido operacional</b>	R\$ 204.660,00	R\$ 204.660,00	R\$ 204.660,00	R\$ 204.660,00	R\$ 277.200,00
<b>Lucratividade (%)</b>	23,33	23,33	23,33	23,33	31,60
<b>Rentabilidade (%)</b>	81,56	81,56	81,56	81,56	73,83

Fonte: Autora (2020)

Na Tabela 6, foi realizada a projeção de resultados anuais. Para a realização do cálculo de rentabilidade é necessário utilizar o lucro líquido operacional (EBITIDA), dividir pelo investimento e multiplicar por 100. Já para encontrar a lucratividade é o valor do lucro líquido, dividido pela receita total e multiplicar por 100.

Desta forma, é possível analisar que a lucratividade e rentabilidade anual são altas, demonstrando que o retorno que a empresa trará anualmente é viável.

## 6.9 – Análise de Investimento

### 6.9.1 – Valor Presente Líquido (VPL)

Para o cálculo da VPL (Valor presente Líquido), foi utilizado a taxa mínima de atratividade de 3% para acompanhar a atual Taxa Selic, que encontra-se em aproximadamente 2,25%. Para o cálculo, foi utilizado o valor do fluxo de caixa no período de cinco anos e verificou-se o retorno dos fluxos de caixa. Com isso, o valor estipulado do VPL foi de R\$ 1.250.801,07 (um milhão duzentos e cinquenta mil e oitocentos e sete reais e sete centavos).

### 6.9.2 – Prazo de Retorno do Investimento (*Payback*)

O *Payback* serve para a empresa calcular o tempo de retorno do investimento inicial do seu negócio. Com o cálculo do *payback*, foi possível avaliar que o empreendimento da Post Cleaning é viável e tem um retorno rápido, entre o segundo e terceiro ano. Segue abaixo, a tabela do *Payback da Post Cleaning*:

Tabela 7 - *Payback*

Momento 0	Ano 1	Ano 2
-R\$ 250.994,56	-R\$ 204.660,00	-R\$ 46.334,56
	-R\$ 46.334,56	R\$ 158.325,44

Fonte: Autora (2020)

### 6.9.3 – Taxa Interna de Retorno (TIR)

A taxa interna de retorno é para saber se o investimento realmente valerá a pena. Ela será comparada com a taxa mínima de atratividade do negócio. A taxa estipulada como a taxa mínima de atratividade foi 3% para acompanhar a taxa Selic que atualmente encontra-se em 2,25 aproximadamente. Para realizar o cálculo da TIR, é necessário somar todas as entradas do fluxo de caixa (anual) e subtrair o investimento inicial. O cálculo realizado foi na calculadora HP. Realizando os cálculos, a *Post Cleaning* teve uma taxa interna de retorno de 12%, sendo assim, o negócio torna-se viável para o investimento.

### 6.9.4 – Ponto de Equilíbrio (PE)

O ponto de equilíbrio representa o quanto sua empresa precisa faturar para pagar todos os seus custos em um determinado período (SEBRAE 2014). Segue abaixo os cálculos realizados para estabelecer o ponto de equilíbrio da *Post Cleaning*:

Tabela 8 - Ponto de equilíbrio

Descrição	Valor
Receita Total	R\$ 1.020.000,00
Custo variável Total	R\$ 1.800,00
Custo Fixo total	R\$ 768.000,00

Fonte: Autora (2020)

Índice da margem de contribuição é a receita total menos o custo variável total, dividido pelo valor da receita total, assim:

$$= 1.020.000,00 - 1.800 / 1.020.000,00 = 0,9982$$

Para encontrar o Ponto de Equilíbrio, divide o valor do custo fixo total pelo índice da margem de contribuição:

$$= 768.000 / 0,9982 = R\$ 769.384,89$$

Os cálculos acima demonstram é necessário que a *Post Cleaning* tenha uma receita de no mínimo de R\$ 769.384,89 por ano para que consiga pagar todos os seus gastos.

#### **6.9.5 – Lucratividade (lucro líquido sobre a receita total)**

Para calcular a lucratividade total é utilizada a seguinte fórmula: Lucro líquido / Receita Total x 100.

A lucratividade da *Post Cleaning* foi de 20,06% a.a durante os quatro primeiros anos e 27,18% a.a no quinto ano.

#### **6.9.6 – Rentabilidade (lucro líquido sobre o investimento total)**

Para calcular a rentabilidade total é utilizada a seguinte fórmula: lucro líquido ÷ valor investido x 100.

A rentabilidade da *Post Cleaning* foi de 81,56% a.a durante os quatro primeiros anos e 73,83% a.a no quinto ano.

Com os dados apresentados acima e a análise de viabilidade realizada, verifica-se que a *Post Cleaning* é um bom empreendimento tendo retorno rápido (entre o segundo e terceiro ano). Nota-se também que é de grande vantagem para seus sócios as estratégias tomadas para que o negócio aconteça.

## 7 – ELEVATOR PITCH

“Olá! Me chamo Gabriela e gostaria de falar da *Post Cleaning*, que é uma empresa de limpeza pós mudanças, eventos e obras. Voltada para o segmento de business to business para empresas como construtoras, salões de festa e imobiliárias de pequeno e médio porte. A empresa foi criada com o intuito de otimizar o tempo de limpeza e redução de custos para esse tipo de serviço. O cliente nos contrata para realizar tipo de limpeza que ele necessita por pelo menos 3 horas, este é o tempo mínimo. O valor será de R\$200 reais. A ideia dessa empresa, veio depois de uma obra que aconteceu em minha casa e nesta obra, vimos a dificuldade de limpar os resíduos de tintas, argamassas e cimentos por exemplo. Com isso, nós pensamos: Quantas pessoas não passam por esta mesma situação? Agradeço sua atenção e gostaria de deixar o senhor (a) informado sobre a evolução da empresa”.

## **8 – BUSINESS MODEL CANVAS**

O Business Model Canvas é uma ferramenta importante para que empresa tenha uma visão mais clara do seu negócio de uma maneira mais simples e para encontrar uma nova solução para os problemas (CAMARGO, Robson; 2019).

O Canvas da *Post Cleaning* encontra-se em apêndice (Vide apêndice A).

## **9 – FEIRA DO EMPREENDEDOR**

Devido a pandemia do Coronavírus, não houve a feira do empreendedor na segunda e terceira semanas, estabelecidas pelo professor.

## 10 – CONCLUSÃO

A *Post Cleaning* foi criada com o objetivo de suprir as necessidades de seus clientes, com a otimização dos serviços de limpeza, com qualidade, confiança e a excelência que eles merecem. Não é segredo que muitos gostam de uma limpeza. E a *Post Cleaning* foi criada para atender a esta demanda. Neste projeto, foram avaliados de forma objetiva, os tópicos importantes para a abertura de um novo negócio, o perfil dos clientes, os fornecedores, a viabilidade do negócio, as parcerias fundamentais para o bom andamento da empresa que desenvolvidos e realizados de forma assertiva, trará bons resultados no futuro.

Com dados levantados pela Associação Brasileira de Franchising, em 2017 o setor de limpezas em geral teve um crescimento no faturamento de 6,2% no ano. Isso significa o valor de R\$3.54 bilhão. Devido às pesquisas realizadas e dados apresentados como este acima, avaliou-se a viabilidade de investimento da empresa em limpeza e os prazos para retorno.

Para a realização da parte financeira, foi montado um fluxo de caixa com a estimativa de cinco anos. Com o fluxo de caixa, foi possível encontrar os valores do VPL (Valor Presente Líquido), que apresentou valores positivos ao negócio e o prazo para o retorno do investimento é estipulado entre o segundo e terceiro ano de funcionamento da empresa. Unindo estes e outros dados apresentados, é possível avaliar a *Post Cleaning* como uma empresa viável para investimento.

Por fim, a equipe de desenvolvimento da empresa continuará em busca de pesquisas e projetos de melhoria para manter-se atuando no mercado e atendendo da melhor forma a demanda de clientes, com a visão de tornar-se visível em todo estado de Minas Gerais.

## REFERÊNCIAS

GUESSE, Juliana. A responsabilidade remanescente do sócio retirante. Ano, 2018. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/283790/a-responsabilidade-remanescente-do-socio-retirante>. Acesso em: 11 abr 2020.

SEBRAE. Aumento da demanda por serviços de limpeza e conservação. Ano, 2014. Disponível em: [http://www.sebraemercados.com.br/wpcontent/uploads/2015/10/2014\\_08\\_20\\_BO\\_Agosto\\_Servicos\\_LimpezaConservacao\\_pdf.pdf](http://www.sebraemercados.com.br/wpcontent/uploads/2015/10/2014_08_20_BO_Agosto_Servicos_LimpezaConservacao_pdf.pdf). Acesso em: 25 abr 2020.

BLUMPA. Setor de limpeza é dos que mais crescem e empregam no Brasil. Ano, 2018. Disponível em: <https://blumpa.com/blog/setor-de-limpeza-no-brasil/>. Acesso em 25 abr 2020.

OLD, Dino. Mercado de eventos tem expectativa de crescimento em 2018. Ano, 2018. Disponível em: [https://exame.abril.com.br/negocios/dino\\_old/mercado-de-eventos-tem-expectativa-de-crescimento-em-2018/](https://exame.abril.com.br/negocios/dino_old/mercado-de-eventos-tem-expectativa-de-crescimento-em-2018/). Acesso em: 02 mai 2020.

SEBRAE. Como elaborar um plano de negócios. Ano, 2013. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO\\_baixa.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO_baixa.pdf). Acesso em 18 abr 2020.

CARLOS, Sander. Exemplos de BSC. Ano, 2019. Disponível em: <https://caetreinamentos.com.br/blog/melhoria-continua/exemplos-de-bsc/attachment/exemplos-de-bsc-1-2-1/>. Acesso em: 04 mai 2020.

HOUSE, Service. Disponível em: <http://www.houseservicebh.com.br/>. Acesso em: 04 Abr 2020.

CENTROLIMP. Disponível em: <https://www.centrolimp.com.br/>. Acesso em: 04 Abr 2020.

LIMPIDUS. Disponível em: <https://www.limpidus.com.br/>. Acesso em: 04 Abr 2020.

SITE MEU SUCESSO. Canvas: passo a passo para o modelo de negócios. Ano, 2017. Disponível em: <https://meusuccesso.com/artigos/gestao/canvas-passo-a-passo-para-o-modelo-de-negocios-1616/>. Acesso em: 10 mai 2020.

CONTABILIVRE. Investimento inicial: por onde começar seu empreendimento. Ano, 2018. Disponível em: <https://news.contabilivre.com.br/investimento-inicial/>. Acesso em: 13 Jun 2020.

SEBRAE. Como remunerar os sócios. Ano, 2017. Disponível em: [https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/como-remunerar-os-socios,25d0b693ad2e4410VgnVCM2000003c74010aRCRD#:~:text=Existem%20duas%20formas%20de%20remunerar,pr%C3%B3%20labore\)%20nos%20custos.](https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/como-remunerar-os-socios,25d0b693ad2e4410VgnVCM2000003c74010aRCRD#:~:text=Existem%20duas%20formas%20de%20remunerar,pr%C3%B3%20labore)%20nos%20custos.) Acesso em: 13 Jun 2020.

RECEITA FEDERAL. Perguntas e Respostas Simples Nacional. Ano 2020. Disponível em: <http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Arquivos/manual/PerguntaoSN.pdf>. Acesso em : 14 JUN 2020.

GUSMÃO, Amanda. Entenda o que é B2B, o modelo de negócios business to business. Ano,2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/b2b/>. Acesso em 04 jul 2020.

CAMARGO, Robson. O que é Canvas? E como pode auxiliar em seus projetos?. Ano 2019. Disponível em: <https://robsoncamargo.com.br/blog/O-que-e-Canvas>. Acesso em 04 Jul 2020

## APÊNDICE A

<b>Principais Parcerias</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• DHELL Distribuidora</li> <li>• VIVO</li> <li>• Kalunga</li> <li>• Skills Brasil</li> <li>• Diaríssima</li> <li>• Alfa Tennant</li> <li>• SHELL</li> </ul>	<b>Atividades – Chave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Divulgação;</li> <li>• Contratação de mão de obra;</li> <li>• Parceria com fornecedores;</li> </ul>	<b>Propostas de Valor</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Otimização do tempo de limpeza;</li> <li>• Redução de custos com limpeza;</li> <li>• Comodidade de atendimento online para sanar dúvidas.</li> </ul>	<b>Relacionamento com clientes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoções;</li> <li>• Cartão Fidelidade;</li> <li>• Brindes.</li> </ul>	<b>Segmento de Clientes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buffet (pequeno e médio porte);</li> <li>• Imobiliárias (pequeno e médio porte);</li> <li>• Construtoras (pequeno e médio porte);</li> <li>• Condomínios;</li> <li>• Pessoas físicas das classes A até c com idades entre 18 a 85 anos, de ambos os sexos.</li> </ul>
	<b>Recursos Principais</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mão de obra;</li> <li>• Produtos de limpeza;</li> <li>• Maquinário;</li> <li>• Fornecedores;</li> </ul>		<b>Canais</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Facebook</i>;</li> <li>• <i>Instagram</i>;</li> <li>• <i>Landing page</i>;</li> <li>• Telefone e <i>Whatsapp</i>;</li> <li>• Site e e-mail.</li> </ul>	
<b>Estrutura de custos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicativo de contratação de mão de obra;</li> <li>• Aluguel do maquinário;</li> <li>• Combustível;</li> <li>• Salários e pró-labore;</li> <li>• Estoque.</li> </ul>		<b>Fontes de Receita</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• À vista - Débito ou boleto bancário;</li> <li>• Crédito - A vista ou parcelado até 12 vezes;</li> <li>• O sistema de monetização será em horas;</li> <li>• O mínimo para contratação são 3 horas e o valor são R\$200 reais.</li> </ul>		

