

**UNIVERSIDADE DO SUL DE
SANTA CATARINA**



RODNEY BOEIRA NUNES

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
PLANO DE NEGÓCIOS**

Palhoça
2017

Rodney Boeira Nunes

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
PLANO DE NEGÓCIOS

Trabalho de Conclusão de Curso em Administração
apresentado ao Curso de Administração, da Universida-
de do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial à
aprovação nas disciplinas de TCC I e TCC II.

Orientador: **Sidenir Niehuns Meurer**

Palhoça
2017
Rodney Boeira Nunes

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
PLANO DE NEGÓCIOS

Este trabalho de Conclusão de Curso em Administração foi julgado adequado à obtenção do grau de Bacharelado em Administração e aprovada em sua forma final pelo Curso Superior de Administração da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Palhoça, 07 de novembro de 2017.

Prof. e orientador Ms.C. Sidenir Niehuns Meurer (tutora Francielle Fernandes)
Universidade do Sul de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que contribuíram no decorrer desta jornada, em especialmente:

A minha família, esposa e filhas, que sempre me apoiou nos estudos e nas escolhas tomadas de decisões.

A orientadora Prof.^a Ms.C. Sidenir Niehuns Meurer que teve papel fundamental na elaboração deste trabalho.

A tutora Francielle Fernandes, que esteve sempre disponível para atender às solicitações que eram por ela recebidas.

A todos os professores da Unisul, que contribuíram para meu crescimento profissional, através das orientações em cada disciplina cursada.

Aos meus colegas pelo companheirismo e disponibilidade para me auxiliar em vários momentos.

Ao IFRS, que foi de fundamental importância no auxílio financeiro de meus estudos.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 TEMA E PROBLEMA	8
1.2 OBJETIVOS	9
1.2.1 Objetivo Geral	9
1.2.2 Objetivos específicos	9
1.3 JUSTIFICATIVA	9
1.4 METODOLOGIA	10
1.5. FICHA TÉCNICA DO PLANO DE NEGÓCIOS	10
2. REVISÃO DE LITERATURA	12
3 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO	13
3.1 NOME DA EMPRESA	13
3.2 CONSTITUIÇÃO LEGAL	13
3.3. PROPRIETÁRIOS DA EMPRESA	13
4. PLANO ESTRATÉGICO	14
4.1 ANÁLISE DO MACROAMBIENTE	14
4.2 ANÁLISE DO SETOR	19
4.3 ANÁLISE INTERNA DO EMPREENDIMENTO	23
4. 4 A MATRIZ SWOT	25
4.5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	26
4.6 POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO	26
5. PLANO DE MARKETING	28
5.1 ANÁLISE DE MERCADO	28
5.1.1 Descrição dos produtos	29
5.1.2 Análise do mercado consumidor	30
5.1.3 Análise dos fornecedores	31
5.1.4 Análise detalhada dos concorrentes	32
5.2 SEGMENTAÇÃO DO MERCADO	36
5.3 OBJETIVOS E ESTRATÉGIAS DE MARKETING	37
5.3.1 Objetivos de marketing	37

5.3.2 Estratégias de marketing.....	38
5.3.3 Ações e mecanismos de controle de marketing	39
6. PLANO DE OPERAÇÕES	43
6.1 TAMANHO (CAPACIDADE INSTALADA)	43
6.2 TECNOLOGIA E OPERAÇÃO	43
6.3 LOCALIZAÇÃO	52
7. PLANO FINANCEIRO.....	54
7.1 INVESTIMENTO INICIAL	54
7.2 FORMAS DE FINANCIAMENTO	54
7.3 RECEITAS	56
7.4 CUSTOS	57
7.5 PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA	58
7.6 PROJEÇÃO DO DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS (DRE)	59
8. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS.....	60
8.1. AVALIAÇÃO ECONÔMICA	60
8.1.1 Ponto de equilíbrio	60
8.1.2 Taxa de lucratividade	60
8.1.3 Taxa do retorno do investimento	60
8.1.4 Prazo de retorno do investimento (<i>payback</i>)	61
8.1.5 Taxa Interna de Retorno	61
8.1.6 Valor Presente Líquido	61
8.2. ANÁLISE DE SENSIBILIDADE	62
8.3 AVALIAÇÃO SOCIAL	63
9 CONCLUSÃO.....	64
REFERÊNCIAS.....	66
APÊNDICES	69
ANEXOS	69

1 INTRODUÇÃO

A evolução das tecnologias de fabricação e nos mercados atacadistas vem promovendo diversas mudanças na sociedade em geral. Entre elas está a disponibilização de uma quantidade crescente de máquinas e equipamentos sofisticados. Isso porém não elimina totalmente os riscos a que os trabalhadores estão expostos no dia a dia, e para se prevenir, as empresas necessitam de assessoramento de profissionais para ter uma noção dos riscos a que seus funcionários ficam expostos.

O Ser Humano e o meio ambiente interagem continuamente, provocando mudanças de ambas as partes.

A necessidade de controle tanto do homem ao meio ambiente, como os efeitos causados ao próprio homem, fez com que nos dedicássemos a estudar esses fatores e fenômenos, e sua forma de controle.

Dessa forma nossa empresa pretende atuar no levantamento das necessidades de melhorias e controle de agentes químicos, físicos e ergonômicos, sugerindo medidas de controle aos empresários.

1.1 TEMA E PROBLEMA

Conforme pesquisa inédita do Serviço Social da Indústria (SESI) com 500 médias e grandes empresas mostra que, para 48% delas, ações para aumentar a segurança no ambiente laboral e promover a saúde de trabalhadores reduzem as faltas ao trabalho. Para 43,6%, esses programas aumentam a produtividade no chão de fábrica e 34,8% apontam que tais ações reduzem custos. Por esses motivos, as empresas dão grande importância ao tema.

No levantamento, realizado entre outubro de 2015 e fevereiro de 2016, 71,6% das indústrias afirmaram dar alta atenção à saúde e segurança dos trabalhadores. Além disso, na visão de 76,4% dos entrevistados, o grau de atenção da indústria brasileira ao tema deve aumentar nos próximos cinco anos – para 13,2%, essa atenção deverá aumentar muito. A pesquisa mostra ainda que a alta importância dada ao tema está relacionada, sobretudo, à preocupação com o bem-estar do trabalhador, à maior conscientização das empresas e à prevenção de acidentes de trabalho.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

- Propor uma forma diferenciada de prestação de serviços em Segurança Ocupacional, com uma equipe qualificada e que atenda aos anseios dos clientes.

1.2.2 Objetivos específicos

- Analisar o panorama atual dos processos tecnológicos de trabalho e das novas tecnologias para controle do ambiente de trabalho, detalhando as fases que os compõem, assim como, a área em geral de de Segurança e Medicina do Trabalho.
- Modelar uma base de dados que suporte os dados gerados e alimentados a partir do processo de desenvolvimento das atividades, e permita trabalhar com relativa facilidade na elaboração dos laudos a serem disponibilizados aos clientes num menor período de tempo.
- Realizar uma discussão dos resultados oriundos do processo de trabalho em conjunto com todos os colaboradores, para que se possa aperfeiçoar os métodos de trabalho, primando sempre pela qualidade e pela rapidez no atendimento ao cliente final.

1.3 JUSTIFICATIVA

Teórica: Em que o estudo é importante para a área na qual o autor está atuando ou busca formação acadêmica? Qual é a contribuição do trabalho?

- Prática: Como os resultados do trabalho poderão contribuir para a aplicação prática dos conceitos teóricos?
- Razões da preferência pela escolha do assunto (repensar na escolha do assunto e as razões da escolha).

Esta etapa do seu TCC compõe a primeira avaliação a distância da disciplina de TCC I que deve ser preenchida de acordo com os assuntos discutidos na unidade 1 do material didático. Após digitar o texto referente a este item delete esta informação. Cuidado para não perder as configurações deste texto.

1.4 METODOLOGIA

- a) A aplicabilidade da pesquisa. Básica
- b) A forma de abordar o problema de pesquisa. Qualitativa e quantitativa.
- c) A forma de tratar os objetivos da pesquisa. Avaliações com embasamento legal
- d) Os procedimentos de coleta de dados. Base na Portaria 3214 do Ministério do

Trabalho

- e) A unidade de análise. Agentes Químicos, Físicos, Biológicos e de Acidentes.
- f) Os instrumentos de coleta de dados. Levantamento de dados local e entrevistas com funcionários.

Este estudo está classificado como pesquisa de natureza empírica e aplicada, pois faz uso da pesquisa básica como alicerce mas tem como finalidade buscar soluções atuais que atendam às necessidades das empresas em geral, sejam indústrias ou comércio de qualquer ramo, no sentido de precaver-se de reclamações trabalhistas, ou simplesmente para manterem um perfil atualizado de sua situação na área de prevenção de acidentes. O problema de pesquisa terá uma abordagem qualitativa para conhecer o perfil do cliente em relação aos serviços ofertados e com base nos resultados torna-se possível traçar um perfil do mercado. A abordagem quantitativa será feita com a aplicação de um questionário estruturado para levantamento das necessidades de cada segmento, e atender as necessidades de maneira satisfatória. Os objetivos serão abordados de forma descritiva e explicativa, pois não basta descrever apenas as características do que já é conhecido, é imperativo entender todos os fatores que contribuem para qualquer mudança na área prevencionista, seja ela social ou legal, pois a área ocupacional está em constante movimento. Quanto aos procedimentos adotados, a pesquisa adotará diversas abordagens, o uso de documentos, levantamentos de necessidades dos clientes, pesquisa de satisfação dos serviços prestados atualmente. Dessa forma, será necessário utilizar diferentes abordagens para obter um resultado final mais preciso. As unidades de análise utilizadas neste trabalho serão os clientes.

1.5. FICHA TÉCNICA DO PLANO DE NEGÓCIOS

- Denominação da empresa: Rudy Assessoria em Segurança do Trabalho.
- Porte: pequena

- Localização: Caxias do Sul, RS
- Ramo de atividade: Prestação de Serviços em Segurança Ocupacional
- Área de atuação: mercado local
- Setor da economia: terciário
- Produtos: Elaboração de Laudos relacionados à Engenharia de Segurança
- Número de funcionários: 7
- Investimento total: R\$ 302.500,00
- Receita operacional mensal prevista: R\$ 30.000,00
- Ponto de Equilíbrio: R\$ 73.963,00
- Taxa mensal do retorno do investimento: 36,55%
- Situação do mercado: instável
- Parecer final sobre a viabilidade do empreendimento: Empreendimento viável

2 REVISÃO DE LITERATURA

Atualmente, os fatores organizacionais, como a cultura de segurança, apontam como principais os fatores relacionados aos acidentes de trabalho. Um Sistema de Gestão da Segurança do Trabalho, que gerencie os riscos e enfatize a cultura de segurança, é um instrumento essencial para melhorar as condições no ambiente de trabalho e reduzir acidentes e doenças ocupacionais. Para ter um Sistema de Gestão da Segurança do Trabalho bem-sucedido, é necessário que a organização tenha uma cultura de segurança estabelecida. Assim, o conhecimento do estágio de maturidade da cultura de segurança é condição essencial para adotar as medidas necessárias para o sucesso deste sistema. Para França (1997 apud VASCONCELOS, 2001, p.80), Qualidade de vida no trabalho (QVT) é o conjunto das ações de uma empresa que envolve a implantação de melhorias e inovações gerenciais e tecnológicas no ambiente de trabalho. A construção da qualidade de vida no trabalho ocorre a partir do momento em que se olha a empresa e as pessoas como um todo, o que chamamos de enfoque biopsicossocial.

3 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

3.1 NOME DA EMPRESA: Rudy Assessoria em Segurança do Trabalho.

3.2 CONSTITUIÇÃO LEGAL: Sociedade Empresarial Limitada

3.3. PROPRIETÁRIOS DA EMPRESA: RBN Participações Ltda.; Rodney Boeira Nunes;
Carlos Alberto Pereira

4 PLANO ESTRATÉGICO

4.1. ANÁLISE DO MACROAMBIENTE

Faça uma análise do macroambiente com base no modelo STEP.

Fatores	Aspectos analisados
Econômicos	De acordo com o site Gazeta do povo, dos 5 milhões de acidentes de trabalho ocorridos no Brasil entre 2007 e 2013, data da última atualização do anuário estatístico da Previdência Social, 45% acabaram em morte, em invalidez permanente ou afastamento temporário do emprego. Só nesse período, o desembolso do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) com indenizações aos acidentados foi de R\$ 58 bilhões. Além da pensão por morte e invalidez, o INSS paga ainda o salário do segurado a partir do 16º dia de ausência no emprego. http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/especiais/acidentes-de-trabalho-no-brasil/perdas-humanas-em-cifras-bilionarias.jpp. Segundo a Previdência Social, os trabalhadores e os familiares desembolsam uma grande parte dos custos dos acidentes, o que eleva a razão de 1:4 para 1:5 e faz subir o custo para R\$ 15 bilhões por ano. As famílias têm o padrão de vida reduzido e muitas vezes se tornam órfãs, considerando que cerca de 10 trabalhadores em regime de CTL morrem diariamente no país vítimas de acidentes do trabalho. As empresas, na maioria das vezes, são obrigadas a pagar vultosas indenizações para os acidentados e suas famílias. Além disso, os acidentes e doenças profissionais geram custos para o Estado não só em termos de pagamento de benefícios às vítimas, mas também de pagamento das despesas de recuperação da saúde e reintegração delas no mercado de trabalho e na sociedade em geral, inclusive o do mercado informal (60% dos brasileiros). Estima-se que isso acarrete um custo adicional de R\$ 5 bilhões. Assim, calcula-se que os acidentes do trabalho no Brasil geram uma despesa fenomenal que chega à casa dos R\$ 20 bilhões por ano. No Brasil, o índice de doenças ocupacionais

	subiu de 5,8 mil registros em 1990 para mais de 27 mil em 2005, uma prova de que o país deixa de investir em áreas básicas para pagar os custos da falta de uma política de prevenção e educação. Dados do Ministério da Previdência mostram que em 1999, a Previdência Social desembolsou o montante de R\$ 5,3 bilhões para arcar com despesas dos benefícios. Já em 2007, o valor gasto com o auxílio chegou a R\$ 16,1 bilhões. http://www.previdenciasocial.gov.br/ .
Político legais	A Constituição Federal (CF) de 1988 estabelece a competência da União para cuidar da segurança e da saúde do trabalhador por meio das ações desenvolvidas pelos Ministérios do Trabalho e Emprego, da Previdência Social e da Saúde, atribuições regulamentadas na Consolidação das Leis do Trabalho (Capítulo V, do Título II, Lei n. 6.229/75), na Lei n. 8.212/91 e 8.213/91, que dispõe sobre a organização da seguridade social e institui planos de custeio e planos de benefícios da previdência social e na lei Orgânica da Saúde, Lei No. 8080/90. Os artigos 196 ao 200 da CF atribuem ao Sistema Único de Saúde as ações de Saúde do Trabalhador, por meio de políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doenças e de outros agravos, além de serviços e ações que possam promover, proteger e recuperar a saúde. A Lei Orgânica da Saúde (Lei Federal 8080/90) regulamenta os dispositivos constitucionais sobre a Saúde do Trabalhador. O direito dos trabalhadores à redução dos riscos para a saúde presentes no trabalho, por meio de normas de saúde, higiene e segurança está inscrito no artigo 7.º da CF. A CF define a prerrogativa exclusiva da União para legislar sobre o Direito do Trabalho e a obrigação de organizar, manter e executar a inspeção do trabalho. 40. Estão incluídas no campo de atuação do Sistema Único de Saúde – SUS (art 200), nos distintos níveis: a) - a execução de ações

	de saúde do trabalhador; b) a colaboração na proteção do meio ambiente, nele compreendido o do trabalho. A competência privativa da União para legislar sobre Direito do Trabalho não se sobrepõe nem entra em conflito com a competência dos Estados e dos Municípios em editar, de forma suplementar, normas de proteção e defesa da saúde, em especial do trabalhador, por se situarem em campos distintos, autônomos, ainda que conexos pelo bem jurídico que se pretende proteger. Os trabalhadores têm o direito ao trabalho em condições seguras e saudáveis não condicionado à existência de vínculo trabalhista, ao caráter e natureza do trabalho.
Socioculturais	Embora seja um tema de relevância, estudos sobre cultura de segurança estão restritos em países da Europa, não existem estudos empíricos no Brasil, e não existem modelos validados para identificar seu estágio de maturidade (GULDENMUND, 2000; HUDSON, 2007; LIMA; SILVA, 2005). Segundo Fleming (2001), o conceito de maturidade de cultura de segurança é novo, portanto, é importante explorar seu potencial com a finalidade de melhorar a segurança do trabalho nas organizações. Alguns pesquisadores consideram a cultura de segurança uma particularidade da cultura organizacional. Para estes pesquisadores, a cultura de segurança existe na organização quando a cultura organizacional prioriza a segurança do trabalho ou possui aspectos que a impactam. Entre estes pesquisadores, estão Glendon e Stanton (2000) e Silva e Lima (2004), para quem, a cultura de segurança tem origem na cultura organizacional e tem definição semelhante a esta, ou seja, cultura de segurança é um conjunto de crenças, valores e normas compartilhados pelos membros de uma organização que constituam pressupostos básicos para a segurança do trabalho. Guldenmund (2000) define cultura de segurança como os aspectos da cultura organizacional que impactam as atitudes e o comportamento dos membros da organização relativa à segurança do trabalho. Luz (2003) considera que

	cultura organizacional influencia as atitudes e o comportamento dos indivíduos e dos grupos dentro das organizações, consequentemente, influencia as atitudes e o comportamento destes com relação à segurança do trabalho. Para Hopkins (2006), a cultura organizacional existente na organização impacta a segurança do trabalho, sendo importante entender como esse impacto acontece, com o objetivo de promover intervenções na cultura organizacional, quando necessário, para que segurança do trabalho seja uma prioridade. Atualmente, os fatores organizacionais, como a cultura de segurança, apontam como principais os fatores relacionados aos acidentes de trabalho. Um Sistema de Gestão da Segurança do Trabalho, que gerencie os riscos e enfatize a cultura de segurança, é um instrumento essencial para melhorar as condições no ambiente de trabalho e reduzir acidentes e doenças ocupacionais. Para ter um Sistema de Gestão da Segurança do Trabalho bem sucedido, é necessário que a organização tenha uma cultura de segurança estabelecida. Assim, o conhecimento do estágio de maturidade da cultura de segurança é condição essencial para adotar as medidas necessárias para o sucesso deste sistema. O sucesso de uma intervenção na segurança do trabalho nas organizações depende da capacidade de realizar um bom diagnóstico da sua situação. Assim, recomenda-se que o modelo desenvolvido neste estudo seja validado em trabalhos futuros, para fortalecer suas bases teóricas, e posteriormente ser utilizado como uma importante ferramenta de gestão de segurança nas empresas, contribuindo para o sucesso e o bom desempenho do SGST, que, por sua vez, impactará na segurança das operações, dos trabalhadores e na prevenção de acidentes do trabalho.
Tecnológicos	Em quais ferramentas investir para melhorar a segurança no trabalho? Certas ferramentas tecnológicas se destacam quando falamos nos melhores investimentos para segurança do trabalho. Elas são es-

senciais para afetar direta e positivamente na rotina da empresa, diminuindo os riscos.

Plataforma de gestão de riscos ocupacional e ambiental: permite gerenciar os indicadores de riscos, proporcionando facilidade, e agilidade e alocação eficaz de recursos na tomada de decisões.

Sistema de monitoramento: é importante para poder realizar um acompanhamento eficiente de outros indicadores de segurança e meio ambiente, tais como taxas de frequência, taxas de gravidade, potencial de severidade de eventos indesejados, consumos de insumos tais como água e energia, bem como geração de resíduos e efluentes, dentre outros.

Com a utilização de tais tecnologias, é possível identificar os ambientes e as tarefas com maiores índices de riscos e acidentes, podendo, assim, tomar as medidas necessárias para cada caso. Como consequência positiva, é possível ver como elas afetam até a produtividade e a competitividade das empresas.

Isso significa que investir em tecnologia é, também, investir na segurança e na imagem e reputação da empresa. As ferramentas tecnológicas possibilitam a democratização da gestão sem a perda de controle; facilita e orienta a inclusão do risco na tomada de decisões; otimiza o uso de recursos aplicando-os em situações e cenários que sejam de fato relevantes e que possam reduzir o risco para o negócio, assegurando conformidade ocupacional e ambiental cujo resultado social é a preservação da vida e da qualidade de vida dos seus colaboradores e, cujo resultado financeiro, é a melhoria da produtividade e da competitividade.

Dentre as várias tecnologias que tiveram impacto na realização do trabalho recentemente, a de informática é a que tem despertado maior atenção. Sua utilização é muito disseminada em diversos ambientes de trabalho e a abrangência de seus impactos é muito ampla.

Para Walton (1973, p. 11 apud RODRIGUES, 1994, p. 81)

	“[...] a expressão Qualidade de Vida tem sido usada com crescente frequência para descrever certos valores ambientais e humanos, negligenciados pelas sociedades industriais em favor do avanço tecnológico, da produtividade e do crescimento econômico”. Para França (1997 apud VASCONCELLOS, 2001, p.80), Qualidade de vida no trabalho (QVT) é o conjunto das ações de uma empresa que envolve a implantação de melhorias e inovações gerenciais e tecnológicas no ambiente de trabalho. A construção da qualidade de vida no trabalho ocorre a partir do momento em que se olha a empresa e as pessoas como um todo, o que chamamos de enfoque biopsicossocial. O posicionamento representa o fator diferencial para a realização de diagnóstico, campanhas, criação de serviços e implantação de projetos voltados para a preservação e desenvolvimento das pessoas, durante o trabalho na empresa. Para que os trabalhadores se sintam bem e sejam estimulados para o trabalho, as empresas necessitam estar envolvidas com os mesmos, analisando meios cada vez mais eficazes que proporcionam um melhor aproveitamento tanto de tempo, como de cuidados específicos com cada setor. “A qualidade de vida é definida não só pelo que é feito para as pessoas, mas também pelo que elas fazem por si próprias e pelos outros” (MENDES, 2008, p. 160).
--	---

4.2 ANÁLISE DO SETOR

ANÁLISE ESTRATÉGICA DO SETOR COMPETITIVO

Para cada afirmação, atribuir notas:

- 1** > se a afirmação é absolutamente falsa
 - 2** > se a afirmação é falsa
 - 3** > se a afirmação for parcialmente falsa e parcialmente correta
 - 4** > se a afirmação é correta
 - 5** > se a afirmação é totalmente correta
- Se a afirmação não se aplica ao setor, colocar 1

Avaliação da pontuação

INTENSIDADE DA FORÇA	
BAIXA	0 – 34
MÉDIA	35 – 70
ALTA	71 – 100

FORÇA 1 – POSSIBILIDADE DE ENTRADA DE NOVOS CONCORRENTES

FATORES		Nota
A.	É possível ser pequeno para entrar no negócio.	5
B.	Empresas concorrentes têm marcas desconhecidas, ou os clientes não são fiéis.	3
C.	É necessário baixo investimento em infraestrutura, bens de capital e outras despesas para implantar o negócio.	5
D.	Os clientes terão baixos custos para trocarem seus atuais fornecedores.	5
E.	Tecnologia dos concorrentes não é patenteada. Não é necessário investimento em pesquisa.	3
F.	O local, compatível com a concorrência, exigirá baixo investimento.	3
G.	Não há exigências do governo que beneficiam empresas existentes ou limitam a entrada de novas empresas.	5
H.	Empresas estabelecidas têm pouca experiência no negócio ou custos altos.	3
I.	É improvável uma guerra com os novos concorrentes.	3
J.	O mercado não está saturado.	3
TOTAL		38

Intensidade da FORÇA 1 = $\frac{[38 - 10]}{40} \times 100 = 70$

FORÇA 2 – RIVALIDADE ENTRE AS EMPRESAS EXISTENTES NO SETOR

FATORES		Nota
A.	Existe grande número de concorrentes, com relativo equilíbrio em termos de tamanho e recursos.	1
B.	O setor em que se situa o negócio mostra um lento crescimento. Uns prosperam em detrimento de outros.	3
C.	Custos fixos altos e pressão no sentido do vender o máximo para cobrir estes custos.	3

D.	Acirrada disputa de preços entre os concorrentes.	4
E.	Não há diferenciação entre os produtos comercializados pelos concorrentes.	1
F.	É muito dispendioso para as empresas já estabelecidas saírem do negócio.	1
TOTAL		13

$$\text{Intensidade da FORÇA 2} = \frac{[13 - 6]}{24} \times 100 = \mathbf{29,17}$$

FORÇA 3 – AMEAÇA DE PRODUTOS SUBSTITUTOS

FATORES		Nota
A.	Verifica-se uma enorme quantidade de produtos substitutos.	2
B.	Produtos substitutos têm custos mais baixos que os das empresas existentes no negócio.	2
C.	Empresas existentes não costumam utilizar publicidade para promover sua imagem e dos produtos.	3
D.	Setores de atuação dos produtos substitutos estão em expansão, aumentando a concorrência.	3
TOTAL		10

$$\text{Intensidade da FORÇA 3} = \frac{[10 - 4]}{16} \times 100 = \mathbf{37,5}$$

FORÇA 4 – PODER DE NEGOCIAÇÃO DOS COMPRADORES

FATORES		Nota
A.	Clientes compram em grandes quantidades e sempre fazem forte pressão por preços menores.	3
B.	Produto vendido pelas empresas do setor representa muito nos custos do comprador.	2
C.	Produtos que os clientes compram das empresas do setor são padronizados.	4
D.	Clientes não têm custos adicionais significativos, se mudarem de fornecedores.	4
E.	Há sempre uma ameaça dos clientes virem a produzir os produtos adquiridos no setor.	1
F.	Produto vendido pelas empresas do setor não é essencial para melhorar os produtos do comprador.	1

G.	Clientes são muito bem informados sobre preços, e custos do setor.	3
H.	Clientes trabalham com margens de lucro achatadas.	1
TOTAL		19

Intensidade da FORÇA 4 = $\frac{19 - 8}{32} \times 100 = 34,37$

FORÇA 5 – PODER DE NEGOCIAÇÃO DOS FORNECEDORES

FATORES		Nota
A.	O fornecimento de produtos, insumos e serviços necessários é concentrado em poucas empresas fornecedoras.	3
B.	Produtos adquiridos pelas empresas do setor não são facilmente substituídos por outros.	4
C.	Empresas existentes no setor não são clientes importantes para os fornecedores.	2
D.	Materiais / serviços adquiridos dos fornecedores são importantes para o sucesso dos negócios no setor.	3
E.	Os produtos comprados dos fornecedores são diferenciados.	4
F.	Existem custos significativos para se mudar de fornecedor.	2
G.	Ameaça permanente dos fornecedores entrarem no negócio do setor.	4
TOTAL		22

Intensidade da FORÇA 5 = $\frac{22 - 7}{28} \times 100 = 53,57$

Analisando os resultados obtidos, concluímos que a abertura do negócio é viável, conforme descrito a seguir:

A força 1, ficou com intensidade media no que tange à entrada de novos concorrentes, o que nos mostra a abertura do negócio é viável, levando-se em conta que a concorrência, na maioria dos casos é um risco em potencial para novos empreendimentos. A necessidade de cumprimento da legislação e até mesmo para benefício próprio, leva as empresas a procurarem esse tipo de prestação de serviço. A força 2, que ficou com intensidade baixa, e diz respeito à rivalidade entre as empresas, nos mostra que esse item oferece baixo risco para as empresas que atuam na área de Segurança Ocupacional, nos mostrando ótimas possibilidade de êxito. A força 3, que atingiu também a intensidade media quanto à ameaça de produtos substitutos, é outro fator preponderante a nos incentivar e motivar no empreendimento. Ofere-

cendo um serviço diferenciado e de qualidade, com preço justo, as chances de sucesso serão maiores. A força 4, de intensidade média quanto ao poder de negociação dos compradores, pode ser visto como ponto favorável ao empreendimento, pois como nossa área de atuação será baseada na legislação vigente e o diferencial estará justamente em nossa capacidade de oferecer ao cliente um serviço de qualidade, para justificar com argumentos contundentes junto ao cliente. A força 5, que atingiu a intensidade média, quanto ao poder de negociação dos fornecedores, também está dentro de um patamar aceitável, mas podemos encontrar resistência na negociação de preços, portanto é fundamental manter parcerias com fornecedores, conscientes de que quanto melhor for o acordo com estes, mais chances de repassar ao cliente final um preço competitivo e consequentemente traduzir em maior lucro para a empresa.

De um modo geral, podemos dizer que nossas expectativas são boas de conseguirmos sucesso no empreendimento, pois podemos perceber que nenhum dos itens analisados ultrapassou a intensidade média. Mas também serve de alerta, que não poderemos ser acomodados e achar que será tudo fácil.

4.3 ANÁLISE INTERNA DO EMPREENDIMENTO

Áreas	5 ASPECTOS ANALISADOS
Produção	A Instalação da empresa não requererá um grande investimento, por se tratar de trabalho de levantamento de riscos e serviço administrativo, para tanto se pretende investir em um local que possua três salas e área de recepção dos clientes e fornecedores. Os Equipamentos e processos de trabalho serão de pequeno porte, tipo instrumentos de medição e de avaliação de agentes nos postos de trabalho contratados. O planejamento e controle dos processos de trabalho serão feitos por Técnicos capacitados, e também por auxiliares administrativos. A Qualidade dos produtos oferecidos estará vinculada ao desempenho dos funcionários, quer na execução do trabalho na empresa contratante, como na execução dos relatórios gerados internamente para posterior entrega ao cliente. Pretende-se praticar custos compatíveis com o Mercado, sem perder o foco na qualidade, ter consciência que não adianta

	ter baixo custo associado a trabalho de baixa qualidade. A Organização dos Processos de trabalho será feita em função da carga disponível dos serviços contratados, com planejamento adequado. A ideia é manter sempre pesquisa e desenvolvimento buscando novas tecnologias que atendam às necessidades da empresa e dos clientes. Por fim, acreditamos que a confiabilidade dos clientes é fator preponderante no sucesso de qualquer empreendimento, e queremos que esse seja um diferencial de peso, pois um cliente indica outro cliente e a cadeia se forma.
Recursos Humanos	A empresa contará com um setor de política de recrutamento e seleção, para que sejam contratados técnicos capacitados para as atividades desenvolvidas, e pretende-se evitar a rotatividade como forma de manter o padrão de serviço. Será desenvolvido um plano de cargos e salários, como forma de remuneração justa, levando-se em conta a competência pessoal de cada profissional para que haja motivação no desempenho do trabalho. Periodicamente, será feita avaliação do clima de trabalho da equipe, através de pesquisas de satisfação e desempenho.
Finanças	A lucratividade da empresa será controlada de forma consciente, sem gastos exorbitantes, e de forma coerente. Os investimentos serão feitos gradativamente, conforme os recursos forem surgindo, controlando a liquidez e evitando um alto grau de endividamento. As receitas e os custos serão controlados para evitar que haja desperdício de valores de forma inadequada. Pretende-se iniciar com um investimento inicial de aproximadamente R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), e o percentual de participação dos investidores do projeto será de 40%, 30%, 30%, sendo sócio majoritário Rodney Boeira Nunes.
Marketing	A principal estratégia será a de Marketing pessoal, onde os funcionários farão o contato pessoal com os clientes, quer oferecendo os serviços, recepcionando e fazendo o trabalho de campo. A empresa vai investir na diferenciação de seus serviços, focando na

	qualidade, atendimento diferenciado e preço justo. Os clientes contarão com um site, um canal de atendimento direto por telefone e email. A empresa utilizará as mídias digitais como meio de divulgação. Serão oferecidas promoções aos clientes e parceiros com descontos, bônus e brindes por fidelidade e por indicação de novos clientes. Será dada ênfase ao meio ambiente, pois pesquisas recentes mostram que empresas que se preocupam com o meio ambiente e com a sociedade, atingem melhores índices de aceitação de mercado. Será elaborado material impresso com o portfólio de serviços oferecidos, para distribuição aos clientes. A empresa manterá um sistema de pesquisa e satisfação dos clientes internos e externos, para saber o nível de aceitação dos serviços prestados e manter melhoramento contínuo. Será feito de forma periódica um trabalho de divulgação da empresa por empresas de divulgação e de Marketing.
--	--

4.4 A MATRIZ SWOT

Ambiente interno	
Pontos fortes	Pontos fracos
Instalação da empresa Equipamentos e processos de trabalho Planejamento e controle dos processos de trabalho Qualidade dos produtos oferecidos Custos compatíveis com o Mercado Organização dos Processos de trabalho Confiabilidade dos clientes Competência e motivação Clima de trabalho Sistema de distribuição do Trabalho Satisfação dos clientes internos e externos	Política de recrutamento e seleção Pesquisa e desenvolvimento Portfólio de produtos (limitado) Receitas e custos restritos Estrutura de preços e promoção pouco agressivos
Ambiente externo	
Oportunidades	Ameaças

Legislação trabalhista favorável	Entrada de novos concorrentes.
Equipamentos de trabalho acessíveis	Queda na produção das empresas.
Necessidade das empresas em manter documentação trabalhista atualizada	Pacotes de medidas governamentais que prejudiquem a área produtiva do país.
Normas de Segurança e meio ambiente em constante atualização	Mudanças na Legislação de Segurança e Medicina do Trabalho.
Preocupação das empresas com a Segurança e Saúde de seus funcionários.	
Aspectos Sociais que influem na imagem das empresas.	
Abertura de novos clientes	

4.5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Política de recrutamento e seleção – Contratar uma assessoria em recrutamento e seleção de funcionários, que atualmente é feito somente pela administração da empresa. Com isso o foco da empresa ficara no desenvolvimento dos trabalhos e atendimento ao cliente.

Pesquisa e desenvolvimento – Buscar novos conhecimentos em tecnologias voltadas para os monitoramentos ambientais.

Portfólio de produtos (limitado) – buscar expandir a gama de produtos ofertados, pois atualmente é feito apenas levantamentos de riscos. A ideia é fazer treinamentos “in company”, relacionados aos riscos ambientais dos clientes.

Receitas e custos restritos – Buscar novas linhas de financiamento para ampliação dos negócios, e buscando novos clientes, inclusive fora da nossa região de atuação.

Estrutura de preços e promoção pouco agressivos – Revigorar o sistema de marketing e divulgação dos produtos oferecidos, buscando auxílio de empresas especializadas.

4.6 POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO

A empresa pretende oferecer um **serviço diferenciado**, primando pela qualidade no atendimento, agilidade no serviço prestado e eficiência. Dessa forma o cliente terá a garantia de rapidez ao contratar, sabendo que poderá confiar no serviço prestado.

A empresa terá como **foco**, prestar serviços com garantia de qualidade, de forma que o cliente sinta-se satisfeito com os resultados.

O trabalho de segmentação do mercado será amplo, visando atender com maior eficiência a todos os clientes, tendo em vista que a Segurança Ocupacional se aplica a todos os segmentos empresariais..

5 PLANO DE MARKETING

5.1 ANÁLISE DE MERCADO

Com as novas exigências tanto legais como sociais, o mercado passou a exigir que os produtos e serviços tragam consigo o comprometimento das empresas responsáveis pelos mesmos em atender aos padrões das normas internacionais de qualidade, sustentabilidade ambiental e proteção à integridade física e saúde de seus trabalhadores. Assim, o gerenciamento das questões ambientais e de saúde e segurança do trabalho, com foco na prevenção de acidentes e no tratamento dos problemas potenciais, passou a ser o gerenciamento da própria viabilidade e sobrevivência do empreendimento.

Outro fator que influencia incisivamente nesta questão é a atuação dos órgãos normativos e fiscalizadores, nas esferas municipal, estadual e federal. Para os dois aspectos – proteção ao meio ambiente e saúde e segurança do trabalho – tais órgãos determinam, sob pena de aplicação de multas e sanções, que as empresas tenham uma atitude que também contribua para a adequada gestão dos problemas. Percebe-se que, em âmbito mundial, o número de empresas certificadas conforme a ISO 14001:1996 tem aumentado substancialmente. Em julho de 2000, havia algo em torno de 18.000 empresas certificadas (Fresner, 2004). Atualmente, esse número já ultrapassou 50.000 organizações certificadas por tal norma (ISO, 2004). Tal fato tem se refletido no Brasil na última década, onde houve uma rápida disseminação das ideias do desenvolvimento industrial atrelado à sustentabilidade. O país, em 1999 contava com 100 certificações e, em 2004, já estava superando a marca de 1500 empresas certificadas com base na ISO 14001:1996.

Segundo o site “Fechado com a Segurança”, as empresas passaram a perceber que cuidar da saúde e da integridade de seus funcionários conta pontos preciosos para a sua imagem. Graças a essa mudança de mentalidade dos empregadores, a segurança do trabalho desponta como mercado em expansão e praticamente imune à crise pela qual o país atravessa. Todas as áreas de engenharia apresentaram crescimento nas últimas décadas, mas a de segurança do trabalho teve uma valorização muito maior. Um acidente fatal afeta mais a imagem da empresa do que o atraso na entrega de um produto — afirma o professor Alberto Barros, coordenador do curso de pós-graduação em Engenharia de Segurança do Trabalho da Universidade Veiga de Almeida. A demanda tem crescido tanto que o mercado de trabalho está aten-

to e à procura destes profissionais. Até mesmo os estudantes já possuem grandes oportunidades dentro das empresas. Para muitos, o diploma já vem com excelentes opções de emprego em algumas das grandes empresas do Brasil.

5.1.1 Descrição dos produtos

- Descreva os produtos (bens e/ou serviços) que serão comercializados pelo futuro empreendimento.

(PCA (programa de controle auditivo), PCMSO(programa de controle médico de saúde ocupacional), PCMAT(programa de condições e meio ambiente de trabalho na indústria da construção), PPR(programa de proteção respiratória), PCV(programa de conservação visual), PPP(perfil profissiográfico previdenciário), AET (análise ergonômica do trabalho), LTCAT (laudo técnico das condições ambientais)), para os exames médicos (ASO (atestado de saúde ocupacional)), para a entrega de EPIs, e para Integração entre CIPA (comissão interna de prevenção de acidentes) e SESMT (serviço especializado em segurança e medicina do trabalho).

- Identifique as características do(s) produto(s).

A empresa atuará na Prestação de Serviços em Segurança e Saúde Ocupacional, cumprindo o que determina a legislação vigente, em especial a Portaria 3214/78 do Ministério do Trabalho e Consolidação das Leis do Trabalho, não deixando de levar em conta as demais legislações pertinentes. O trabalho realizado por nossos colaboradores terão o intuito, além do já citado, o de fornecer qualidade de vida aos funcionários de nossos clientes, identificando os riscos e agentes agressivos à saúde nos ambientes de trabalho, orientando sobre as formas adequadas de neutralização ou eliminação daqueles que possuem intensidade acima do permitido. A empresa focará sempre no lema de que é possível evitar perdas financeiras e humanas, com um bom planejamento de controle de riscos em qualquer ambiente de trabalho. As informações prestadas, servirão de suporte para documentos preventivistas (PCA (programa de controle auditivo), PCMSO(programa de controle médico de saúde ocupacional), PCMAT(programa de condições e meio ambiente de trabalho na indústria da construção), PPR(programa de proteção respiratória), PCV(programa de conservação visual), PPP(perfil profissiográfico previdenciário), AET (análise ergonômica do trabalho), LTCAT (laudo técni-

co das condições ambientais)), para os exames médicos (ASO (atestado de saúde ocupacional)), para a entrega de EPIs, e para Integração entre CIPA (comissão interna de prevenção de acidentes) e SESMT (serviço especializado em segurança e medicina do trabalho).

- Identifique os diferenciais do(s) produto(s) em relação à concorrência.

O diferencial de nossa empresa, será o foco no cliente, primando pelo bom atendimento, serviço de qualidade, realizado por profissionais capacitados, cumprimento dos prazos estipulados pelas partes e entrega garantida dos laudos e relatórios, praticando um preço justo com referência aos serviços realizados, prestando a devida assistência ao cliente no que tange às dúvidas e esclarecimentos sobre quaisquer assuntos relacionados aos trabalhos realizados. A empresa terá parcerias com laboratórios de análises, e com fornecedores de equipamentos de avaliação e seus assessórios para que o serviço prestado esteja em constante melhoria.

- Identifique os principais produtos substitutos e complementares.

Por se tratar de serviço normatizado pelo governo, em especial pelo Ministério do Trabalho, os produtos substitutos que possam surgir, seriam nas mudanças nas Legislações de Segurança e Medicina do Trabalho, tais como alterações na elaboração da LTCAT (laudo técnico das condições ambientais) e do próprio PPRA (Programa de Prevenção de Riscos Ambientais). Os produtos (leia-se serviços) complementares que existem são o PCA (programa de controle auditivo) PCMAT(programa de condições e meio ambiente de trabalho na indústria da construção), o PPR(programa de proteção respiratória), o PCV(programa de conservação visual) e a AET (análise ergonômica do trabalho).

5.1.2 Análise do mercado consumidor

Com as novas exigências tanto legais como sociais, o mercado passou a exigir que os produtos e serviços tragam consigo o comprometimento das empresas responsáveis pelos mesmos em atender aos padrões das normas internacionais de qualidade, sustentabilidade ambiental e proteção à integridade física e saúde de seus trabalhadores. Assim, o gerenciamento das questões ambientais e de saúde e segurança do trabalho, com foco na prevenção de acidentes e no tratamento dos problemas potenciais, passou a ser o gerenciamento da própria viabilidade e sobrevivência do empreendimento.

Outro fator que influencia incisivamente nesta questão é a atuação dos órgãos normativos e fiscalizadores, nas esferas municipal, estadual e federal. Para os dois aspectos – proteção ao meio ambiente e saúde e segurança do trabalho – tais órgãos determinam, sob pena de aplicação de multas e sanções, que as empresas tenham uma atitude que também contribua para a adequada gestão dos problemas. Percebe-se que, em âmbito mundial, o número de empresas certificadas conforme a ISO 14001:1996 tem aumentado substancialmente. Em julho de 2000, havia algo em torno de 18.000 empresas certificadas (Fresner, 2004). Atualmente, esse número já ultrapassou 50.000 organizações certificadas por tal norma (ISO, 2004). Tal fato tem se refletido no Brasil na última década, onde houve uma rápida disseminação das ideias do desenvolvimento industrial atrelado à sustentabilidade. O país, em 1999 contava com 100 certificações e, em 2004, já estava superando a marca de 1500 empresas certificadas com base na ISO 14001:1996.

Segundo o site “Fechado com a Segurança”, as empresas passaram a perceber que cuidar da saúde e da integridade de seus funcionários conta pontos preciosos para a sua imagem. Graças a essa mudança de mentalidade dos empregadores, a segurança do trabalho desponta como mercado em expansão e praticamente imune à crise pela qual o país atravessa. Todas as áreas de engenharia apresentaram crescimento nas últimas décadas, mas a de segurança do trabalho teve uma valorização muito maior. Um acidente fatal afeta mais a imagem da empresa do que o atraso na entrega de um produto — afirma o professor Alberto Barros, coordenador do curso de pós-graduação em Engenharia de Segurança do Trabalho da Universidade Veiga de Almeida. A demanda tem crescido tanto que o mercado de trabalho está atento e à procura destes profissionais. Até mesmo os estudantes já possuem grandes oportunidades dentro das empresas. Para muitos, o diploma já vem com excelentes opções de emprego em algumas das grandes empresas do Brasil.

5.1.3 Análise dos fornecedores

Optamos por operar com parcerias estratégicas tanto na aquisição de instrumentos de medição, utilizadas nas coletas realizadas em campo, para posterior elaboração dos laudos técnicos, como com os laboratórios, para análise das amostras coletadas de agentes que assim necessitam. Dessa forma, entendemos que podemos ter maior confiabilidade nos resultados, bem como negociar preços mais adequados para cada trabalho realizado.

Os principais mercados fabricantes, mas principalmente, fornecedores de instrumentos de medição estão localizados em São Paulo, mas possuem distribuidores e representantes em todo o Brasil, além de possuírem sites especializados para consulta. Entre os principais, podemos citar a Instrutherm, a Criffer Instrumentos de Medição e Instrutemp Instrumentos de Medição, que possuem uma vasta linha desses equipamentos.

Já, na área de Análises das amostras dos agentes, podemos contar com laboratórios localizados no próprio Rio Grande do Sul, como o Laboratório Alac, localizado em Garibaldi, e o Green Lab Laboratório Análises Químicas e Toxicológicas localizado em Porto Alegre.

Na área de saúde ocupacional é importante trabalhar com dois laboratórios, pois em caso de imprevistos, sempre é possível executar as análises na segunda opção. No nosso caso, priorizamos o Laboratório Alac, por estar numa localização geograficamente favorável ao negócio.

5.1.4 Análise detalhada dos concorrentes

Faça uma análise detalhada dos concorrentes. Em seguida faça uma síntese dos pontos fracos e fortes de cada concorrente.

Item	Rudy Assessoria em Segurança do Trabalho	Concorrente A SESI RS	Concorrente B CGC Segurança do Trabalho	Concorrente C Amb Quality
Produto	Consultoria (assessoria) em monitoramentos ambientais, relacionados à segurança ocupacional e meio ambiente	Consultoria (assessoria) em monitoramentos ambientais, relacionados à segurança ocupacional e meio ambiente	Consultoria (assessoria) em monitoramentos ambientais, relacionados à segurança ocupacional e meio ambiente	Consultoria (assessoria) em monitoramentos ambientais, relacionados à segurança ocupacional e meio ambiente
Participação do mercado (em vendas)	A empresa pretende consolidar-se no segmento de Consultoria em Segurança Ocupacional em 5 anos, no máximo, e tentar conquistar uma fatia de mercado em torno 10% do quantitativo estimado de empresas da região da serra do RS, Caso seja concretizado essa	Por ser uma entidade ligada às empresas e já estar a bastante tempo no mercado, possui diversas empresas que realizam seus levantamentos de dados ambientais com ela. Mas pecam pela demora na entrega dos laudos.	Empresa que surgiu há pouco tempo no mercado, mas desponta como uma concorrente a ser observada	Possui uma participação modesta no mercado.

	previsão, a empresa terá chances de crescimento.			
Atendimento	Físico e online.	Físico e online.	Físico e online.	Físico e online.
Atendimento pós-venda	Físico e online.	Físico e online.	Físico e online.	Físico e online.
Localização	Caxias do Sul - RS	Caxias do Sul - RS	Caxias do Sul - RS	Caxias do Sul - RS
Divulgação	Sites especializados – Webmarketing, Jornais, Revistas especializadas de Segurança ocupacional, Marketing pessoal.	Sites da empresa, sistema Fiergs e revistas especializadas	Site da empresa e revistas especializadas	Site da empresa e revistas especializadas
Garantias oferecidas	Cumprir com os prazos estipulados para entrega dos relatórios e laudos, seriedade e comprometimento nos serviços prestados, presteza no atendimento ao cliente quanto às consultas e dúvidas sobre os trabalhos realizados. Laudos com clareza e redação compatível para entendimento e principalmente garantia de qualidade nos serviços prestados	Não disponível	Não disponível	Não disponível
Política de crédito	A empresa disponibilizará uma opção de pagamento parcelado com valor integral, ou pagamento à vista com desconto de 5% a 10% dependendo do valor. Será levado em conta a fidelidade do cliente, tendo em vista que esses monitoramentos ambientais devem ser feitos com certa regularidade, na maioria dos casos uma vez ao ano	Não disponível	Não disponível	Não disponível
Preços	Os preços praticados serão de acordo com a solicitação de avaliações feitas pelo cliente, sendo que será respeita-	Os preços variam de acordo com o serviço prestado / solicitado.	Os preços variam de acordo com o serviço prestado / solicitado.	Os preços variam de acordo com o serviço prestado / solicitado.

	do o valor praticado pelos laboratórios parceiros (ALAC e Green Lab). O valor dos serviços prestados nos monitoramentos ambientais terá seu valor variável, em virtude do número de funcionários da contratante, e da área a ser monitorada (isso inclui o número de setores, máquinas e demais variáveis de ambiente)			
Qualidade dos produtos	A empresa priorizara sempre pela qualidade, realizado com excelência e alto padrão.	Laudos de boa qualidade, mas de uma forma geral, deixa muito a desejar	Não disponível	Não disponível
Reputação	A empresa pretende conquistar a confiança dos clientes, adquirindo a cada dia maior credibilidade e consequentemente uma reputação invejável no mercado	Empresa já reconhecida, pelo tempo em que atua na região, além de ser conhecida nacionalmente. Mas não existe unanimidade como referência para prestação de serviço em Segurança ocupacional.	Empresa ainda em fase de afirmação, e que surge com algum destaque na área.	Não disponibiliza dados sobre o início de suas atividades, mas não chega a ser uma ameaça para as demais.
Tempo de entrega	Os prazos de entrega serão estipulados em contrato, de acordo com os trabalhos contratados	Empresa sempre teve dificuldade em cumprir os prazos de entrega de seus laudos.	Não disponível	Não disponível
Canais de venda utilizados	As vendas poderão ser realizadas via internet, em aba específica do Site da empresa, através de contato pessoal entre as partes, tanto na sede da empresa ou na contratante, através de contato por e-mail, ou por telefone, desde que posteriormente seja formalizado em documentos.	Diretamente no SESI de Caxias do Sul, por telefone ou por e-mail.	Diretamente na sede da empresa, por telefone ou por e-mail.	Diretamente na sede da empresa, por telefone ou por e-mail.
Capacidade de produção	A princípio, a intenção é contar com um grupo de 5 Técnicos para realização dos monitoramentos de campo, e um	Não disponível	Não disponível	Não disponível

	auxiliar administrativo para digitação das tabelas que são elaboradas pelos técnicos para elaboração dos laudos que serão entregues aos clientes			
Recursos humanos	Além dos sócios (3), contaremos com uma equipe de 5 técnicos para monitoramento de agentes nas empresas, um atendente que pode ser um auxiliar administrativo, um auxiliar administrativo para digitação das tabelas e um engenheiro de segurança para assinatura e responsabilidade técnica dos laudos.	Não disponível	Não disponível	Não disponível
Métodos gerenciais	Pretende-se praticar um sistema de gestão integrada, com a participação de todos os funcionários nas decisões, mas coordenado pelos sócios.	Não disponível	Não disponível	Não disponível
Métodos de produção	Distribuição de atividades dentro de cada uma das áreas, de acordo com as necessidades, e com maximização de resultados para maior índice de lucratividade tempo x resultados.	Não disponível	Não disponível	Não disponível
Estrutura econômico-financeira	A empresa será constituída com capital próprio dos sócios na integralização, podendo vir a fazer uso financiamentos para aquisição de bens e equipamentos junto ao Banco do Brasil ou Caixa Econômica Federal. A ideia é trabalhar com recursos próprios, pelo menos nos primeiros 2 anos, pois esse é um período	Não disponível	Não disponível	Não disponível

	crítico para novos investimentos.			
Flexibilidade	A empresa terá uma gestão participativa, buscando priorizar a comunicação e a informação. As tomadas de decisão deverão ser no menor tempo possível, para que os problemas sejam solucionados também no menor tempo com responsabilidade e coerência.	Não disponível	Não disponível	Não disponível
Formas de competição	Atento ao mercado e à concorrência, deve ser feito um acompanhamento constante e contínuo da concorrência para alinhamento de estratégias e tomadas de decisões em tempo real.	Não disponível	Não disponível	Não disponível

Pelos dados levantados, percebemos que apesar de não possuímos todos os dados necessários das empresas vistas como concorrentes, nossas chances de superação são bastante favoráveis, apesar de estarmos iniciando. Com uma estrutura enxuta e com pessoas capacitadas, teremos condições de fazer frente a concorrência, realizando um trabalho honesto e pautado pela qualidade. Como não vamos fazer investimentos em financiamentos, a ideia é trabalhar com o máximo de eficiência em todos os sentidos. Pretendemos fazer com que todos os envolvidos no trabalho se tornem cúmplices no sentido de alavancar o empreendimento. Haverá um constante monitoramento interno para testar a satisfação de nossos clientes internos e externos, assim poderemos estar sempre aplicando a técnica de melhoria contínua. As empresas concorrentes são:

- SESI, que possui sua unidade central em Porto Alegre, mas também possui unidade de funcionamento em Caxias do Sul (<http://www.sesirs.org.br/pt-br/seguran%C3%A7a-e-sa%C3%Bade-no-trabalho>),
- CGC Segurança do Trabalho (<https://www.cgcsegurancatrabalho.com.br/>)
- Amb Quality (<http://www.ambquality.com.br/servicos>).

5.2 SEGMENTAÇÃO DO MERCADO

Segmente o futuro mercado de atuação

A Segurança do Trabalho se aplica a todos os segmentos de empresas, sejam indústrias, comércio ou construtoras. Evidentemente cada segmento tem suas características e riscos específicos, e exatamente por isso, cada ambiente precisa ser “cuidado” com um olhar particular. Alguns empresários ainda acreditam que investir em Segurança do Trabalho é gasto, esse é um erro grave! De uma forma bem superficial podemos dizer que cada centavo investido em Segurança economiza: Gastos com acidentes; Gastos com transporte do acidentado; Gastos com afastamentos causados por doenças ocupacionais; Os primeiros quinze dias de afastamento do acidentado do trabalho são pagos pela empresa. Gastos com contratação de mão de obra temporária ou permanente para ocupar o lugar deixado pelo trabalhador acidentado; Prejuízos materiais: É comum que em casos de acidentes maquinários e produtos se percam, sejam danificados e inutilizados. Gastos com reabilitação do trabalhador: A volta de um funcionário que sofreu acidente de trabalho às vezes é problemática. Logo que o funcionário retorna do período de afastamento causado por acidente de trabalho, é provável leve um tempo até conseguir retomar a sua capacidade laborativa habitual, ou seja, no começo ele produzirá menos. Nesse período ele está blindado pela estabilidade de um ano concedida pela Lei nº 8.213/91, art. 118. Gastos com indenizações e com ações na justiça trabalhista civil: Qualquer acidente que envolva alguma perda pode gerar ações na justiça. O único jeito de evitar é construindo um ambiente de trabalho mais seguro.

A consultoria em Segurança do Trabalho, vem exatamente para suprir essa deficiência das empresas no sentido de atender a legislação e proporcionar aos clientes dos diversos ramos empresariais a tranquilidade de possuírem documentação suficiente para resguardar-se de possíveis infortúnios por não estarem dentro das normas exigidas legalmente. Além disso, com um ambiente saudável, haverá menos gastos com encargos sociais por afastamento, faltas ao trabalho e outros problemas que influenciam no desgaste da visão geram da empresa.

5.3 OBJETIVOS E ESTRATÉGIAS DE MARKETING

5.3.1 Objetivos de marketing

Defina o(s) objetivo(s) de marketing do futuro empreendimento

As novas regras de terceirização tendem a abrir oportunidades para investidores como os prestadores de serviço em Segurança Ocupacional, e nossa ideia é aproveitar essa abertura para divulgar a empresa e os trabalhos oferecidos aos pretensos clientes. Para início dos trabalhos, será feito um evento podendo ser um workshop ou palestra com coquetel aos convidados, onde será divulgado o que a empresa oferece e a forma de trabalho. Haverá uma continuidade nas promoções, com planos de fidelidade e indicações de novos clientes, contemplando aos clientes com descontos variando de 5% a 20% de acordo com o número de clientes indicados, a ser aplicado em trabalhos futuros, pela participação nessas modalidades.

5.3.2 Estratégias de marketing

1. Estratégias de Produto: Os serviços prestados pela Rudy Assessoria em Segurança do Trabalho, terão uma padronização em sua forma de atuação, realizado por profissionais identificados e uniformizados, com automóveis com logotipo nas portas e na traseira. Os serviços serão realizados na sede das empresas contratadas, e posteriormente serão entregues em mãos, os relatórios para uma pré avaliação, e somente depois da confirmação por parte do cliente, será emitido o Laudo definitivo dos levantamentos realizados. A Rudy Assessoria em Segurança do Trabalho, presa pela sua idoneidade, e cada cliente terá tratamento diferenciado. Os documentos gerados priorizarão a forma confidencial sem exposição dos dados. Os clientes contarão com atendimento das reclamações e dúvidas através de e-mail, telefone e outros meios de comunicação.

2. Estratégias de Preço: O preço de um produto ou serviço não pode ser definido como a principal estratégia de marketing a ser adotada por uma empresa. Primeiramente utilizaremos a estratégia de ganho ou penetração de mercado, com valores iguais aos dos possíveis concorrentes, porém destacando nosso diferencial em atendimento e pós-venda. Após conquistado nosso espaço no mercado, partiremos para maximização do lucro, priorizando sempre nosso diferencial e eficiência de nossos serviços.

3. Estratégias de Promoção: Acreditando sempre que a melhor promoção de uma empresa são clientes satisfeitos e fidelizados, que serão nosso melhor cartão de visita, serão ofertados programas de bonificação por indicação de novos clientes e pela fidelização destes na realização de trabalhos em nossa empresa. Fará parte de nossa estratégia, a distribuição de brindes ao concluir cada serviço contratado ou em datas comemorativas, envios de e-mails informativos ou de parabenizações, entre outras atividades. Sempre que possível, nossas ativi-

dades serão divulgadas em mídias televisivas, internet e jornais regionais. Dentro das possibilidades, será feita divulgação da empresa e eventos através de banners e afins nos principais pontos das cidades de nossa atuação. Sempre que possível acionaremos nossos parceiros para colaborar.

4. Estratégias de Distribuição: Com referência a venda de nossos serviços, utilizaremos o sistema de distribuição direta, tanto através dos sócios como dos funcionários que executam os serviços. Dessa forma a empresa não utiliza intermediários, vendendo seus produtos(serviços) diretamente ao seu consumidor final, que no nosso caso são as empresas contratantes. O sistema de distribuição (entregas) dos produtos, consiste em elaboração dos relatórios (laudos) e a entrega será feita preliminarmente via e-mail, para uma pré avaliação de conteúdo, em formato PDF, e após a confirmação de aceite por parte do cliente, será impressa uma via definitiva dos laudos solicitados, devidamente assinado pelos responsáveis técnicos, e entregue em mãos ao cliente final.

5.3.3 Ações e mecanismos de controle de marketing

Defina ações, responsáveis, prazos de execução e mecanismos de controle para cada uma das estratégias estabelecidas para o futuro empreendimento.

Objetivo(s) de marketing	Estratégia(s) de marketing	Ações de marketing	Responsável	Prazo de execução	Mecanismos de controle
Investir em desenvolvimento de clientes, com captação de novas adesões, de 30% a 40% de participação no mercado ao final	Produto: garantir o diferencial de nosso produto, a qualidade total e rapidez na execução.	-Capacitação de todos os colaboradores; - Estabelecer metas de satisfação dos clientes;	- Presidente; - Gerente; - Técnicos; operacionais.	1 ano, a partir da criação da empresa.	- Relatórios de performance - Relatórios de clientes; - Reuniões mensais; - Planilhas de controle das atividades.

do 1º ano da empresa.	Preço: adotar preços promocionais de penetração de mercado, após a conquista de mercado, praticar o preço de mercado gradativamente, justificando-se pela eficácia, rapidez e qualidade do serviço.	- Fazer análise de custos; - Realizar pesquisas de preços; - pesquisa de satisfação de clientes; - Fazer estudo do nível de satisfação de clientes x clientes de concorrentes.	- Presidente; - Técnicos administrativos.	Primeiro ano de existência da empresa.	- Relatórios de vendas efetuadas; - Relatórios de satisfação dos clientes sobre serviços e preços em contrapartida; - Realização de reuniões mensais entre os membros da equipe.
	Promoção: envio de brindes, bônus de descontos fidelidade por contratos firmados, contato com clientes e divulgação nas mídias.	- Contato com clientes; - Realização de ações sociais junto à comunidade; - Ofertas de desconto por indicação de novos clientes;	- Gerente - Técnicos administrativos; - Técnicos operacionais	Desenvolver os trabalhos no período de um ano a partir do início das atividades.	- Fichas de controles; - planilhas de Monitoramento de resultados das campanhas; - Pesquisas de satisfação.
	Distribuição: Usar os veículos de deslocamento dos técnicos operacionais para entrega dos materiais promocionais e de trabalho, usando também os meios eletrônicos e as redes sociais.	- Realizar pesquisas de mercado para comparação de concorrentes; - Realizar estudos de casos de empresas de sucesso na área.	- Gerente - Técnicos administrativos; - Técnicos operacionais.	Impreterivelmente no prazo de um ano do início das atividades.	- Reuniões trimestrais; - Acompanhamento por resultados; - Fichas de controles; - planilhas de Monitoramento de resultados das campanhas; - Pesquisas de satisfação.

Objetivo(s) de marketing	Estratégia(s) de marketing	Ações de marketing	Responsável	Prazo de execução	Mecanismos de controle
Manter um quadro de clientes mensais de aproximada-	Produto: investir na diferenciação, rapidez e comodidade dos serviços presta-	-Capacitação de todos os funcionários; - Definir metas de satisfação dos clien-	- Gerente; - Técnicos; administrativos; - Técnicos opera-	Primeiro semestre de atuação.	- Relatórios de satisfação dos clientes; - Acompanhamento

mente 50 empresas no primeiro semestre.	dos. Conquistar a confiança dos clientes.	tes (feedback); - Contato por e-mail, telefone ou outro meio.	cionais.		mento dos resultados; - Reuniões quinzenais; - Fichas de controle; - planilhas de Monitoramento de resultados dos atendimentos -Pesquisas de satisfação.
	Preço: adotar estratégia de preços promocionais para penetração no mercado, após a conquista de mercado, praticar o preço de mercado gradativamente, justificando-se pela eficácia, rapidez e qualidade do serviço.	- Analisar custos; - Realizar pesquisas de preços; - Realizar pesquisa de satisfação de clientes; - Fazer estudo do nível de satisfação de clientes x clientes de concorrentes.	- Presidente; - Técnicos administrativos.	Final do 1º semestre de atuação da empresa.	- Relatórios de participação de mercado; - Relatórios de satisfação dos clientes; - Reuniões quinzenais.
	Promoção: envio de brindes aos clientes, bônus de descontos fidelidade por contratos firmados, contato com clientes e divulgação nas mídias.	- Estabelecer formas e regras para contato com o cliente; - Divulgar no site da empresa os clientes parceiros; - Manter pesquisa de nível de satisfação dos clientes.	- Gerente; - Técnicos administrativos e operacionais; - Motoristas.	Até 6 meses de existência da empresa.	- Relatórios; - Planilhas de controle; - Análise e avaliação das pesquisas de satisfação; - Visitas periódicas aos clientes e aos futuros clientes.
	Distribuição: Utilizar motoristas e Técnicos operacionais por estarem em constante contato com clientes, bem como os gerentes que terão incumbência de visitar os cli-	- Realizar pesquisas de mercado para comparação com os concorrentes; - Realizar levantamentos de fatos, casos e aperfeiçoar o serviço prestado.	- Gerente; - Técnicos administrativos e operacionais; - Motoristas.	Até 6 meses de existência da empresa.	- Reuniões semestrais; Acompanhamento por resultados.

	entes.				
--	--------	--	--	--	--

Objetivo(s) de marketing	Estratégia(s) de marketing	Ações de marketing	Responsável	Prazo de execução	Mecanismos de controle
Prestar atendimento a todas as reclamações no prazo máximo de 24 horas, dando retorno sobre o assunto.	Produto: Manter rígido controle de qualidade de nossos serviços; primando pelo atendimento diferenciado, tratando o cliente com cordialidade e urbanidade.	- Capacitar a equipe de colaboradores; - Manter contato interativo com os clientes, por meio telefônico, e-mail ou visitas regulares.	- Toda equipe de trabalho será responsável por sanar dúvidas e procurar encaminhar as solicitações à área competente para soluções.	Até 24 horas após a reclamação ser aberta.	- Reuniões semanais; - Relatórios de suporte e operacional; - Central de atendimento; - E-mail institucional específico.
	Preço: Quando houver reclamações relacionadas a preços de serviços, a gerência ou a presidência será acionada.	- Realizar pesquisas de preço e de mercado; - Acompanhar mudanças econômicas do país.	- Gerente; - Técnicos administrativos.	Até 24 horas após a reclamação ser aberta.	- Reuniões semanais; - Relatórios de suporte e operacional; - Central de atendimento; - E-mail institucional específico.
	Promoção: Contato direto por e-mail, telefone ou visitas.	- Capacitar a equipe de colaboradores; - Manter contato interativo com os clientes, por meio telefônico, e-mail ou visitas regulares; - Evitar que ocorram erros semelhantes no futuro.	- Gerente; - Técnicos administrativos e operacionais.	Até 24 horas após a reclamação ser aberta.	- Reuniões semanais; - Relatórios de suporte e operacional; - Central de atendimento; - E-mail institucional específico.
	Distribuição: Refazer o serviço contratado nas condições especificadas, ou agendar para realização mais breve possível.	- Assegurar o cumprimento do contrato; - Criar canal para que o cliente tenha certeza que o serviço será refeito.	- Gerente; - Técnicos administrativos e operacionais.	Até 24 horas após a reclamação ser aberta.	- Reuniões semanais; - Relatórios de suporte e operacional; - Central de atendimento; - E-mail institucional específico.

6 PLANO DE OPERAÇÕES

6.1. TAMANHO (CAPACIDADE INSTALADA):

Defina a capacidade de produção ou atendimento de clientes do futuro empreendimento.

Demonstramos a seguir, o tamanho do empreendimento, levando-se em conta o mercado aquecido, e com as atuais regras que a legislação brasileira apresenta para cumprimento das Normas de Segurança do Trabalho.

Empresas a serem atendidas: a meta inicial é conquistar um mercado de 30 empresas, ampliando consecutivamente, à medida que for divulgado o trabalho realizado. Cada colaborador terá por missão fazer contato com novos clientes, ofertando nosso serviço.

Serviços oferecidos: PPRA (Programa de Prevenção de Riscos Ambientais) e Assessoria em Segurança do Trabalho. Porém, a empresa também atenderá as demandas das empresas em programas como: PCA (programa de controle auditivo), PCMSO (programa de controle médico de saúde ocupacional), PCMAT (programa de condições e meio ambiente de trabalho na indústria da construção), PPR (programa de proteção respiratória), PCV (programa de conservação visual), PPP (perfil profissiográfico previdenciário), AET (análise ergonômica do trabalho) e LTCAT (laudo técnico das condições ambientais) :

Quantidade de Serviços mensais: A quantidade de serviços a serem realizadas mensalmente, dependerá da demanda de cada cliente-alvo, que definirá sua necessidade para atendimento às Normas de Segurança do Trabalho.

6.2. TECNOLOGIA E OPERAÇÃO

- Selecione a os equipamentos, e, conseqüentemente, a tecnologia necessários para o funcionamento do futuro empreendimento.

Processo de produção: A prestação de Serviço em Segurança Ocupacional, se diferencia dos demais segmentos de trabalho, por ser vinculado às Normas e Legislações, e conseqüentemente requer uma atenção especial no desempenho das atividades, e diferentes processos de trabalho. Para tanto, a empresa necessitará de Equipamentos de medição e controle do ambiente e de seus agentes tais como:

ANEMÔMETROS

São equipamentos medem a velocidade do ar, no início eram usados apenas nos serviços de meteorologia, hoje são usados também na segurança do trabalho.

Quando a hélice do equipamento gira consegue registrar a velocidade do ar/vento.



6.1 BOMBA PARA AMOSTRAGEM DE GASES E POEIRA

Possibilita a coleta de gases, vapores, névoas, neblinas, poeiras de uma forma geral, incluindo fumos metálicos. As amostras coletadas são encaminhadas aos laboratórios para análises químicas, com base em métodos analíticos, para quantificação para respectivas concentrações.



Instrutemp

DETECTORES DE GÁS

São equipamentos usados para medir diferentes tipos de gases e vapores no ambiente de trabalho. Normalmente são usadas para medir gases ou vapores como propano, metano, sulfeto de hidrogênio, combustíveis, explosivos, oxigênio, etc. Cada gás ou vapor tem necessidade de ser medido com sensor específico e com calibração específica.



Instrutemp

DECIBELÍMETRO OU MEDIDOR DE NÍVEL DE PRESSÃO SONORA

Os aparelhos mais modernos possuem memória com armazenamento de dados, os modelos mais simples ou antigos oferecem apenas a opção de leitura imediata dos níveis de ruído no visor.

O microfone é peça vital na composição do equipamento, sua função é a de transformar o sinal de pressão mecânica em sinal elétrico. Normalmente os decibelímetros usados comercializados no Brasil operam entre 30 a 140 Decibéis.

Conforme regulamentação dada pela NR 15 o ruído deve ser controlado no ambiente de trabalho.



Instrutemp

DOSÍMETRO

É usado para avaliar o ruído no qual o trabalhador está submetido durante determinado período no ambiente de trabalho. Com o equipamento fixado no trabalhador ele permite a medição do ruído com o cálculo automático da dose de ruído. O interessante desse equipamento é que ele oferece o percentual de ruído no qual o trabalhador está exposto. Tudo depende da configuração previamente programada no aparelho.

O dosímetro é considerado o aparelho mais eficiente e detalhista para as medições de ruído, sendo por isso, preferência entre muitos profissionais.



Instrutemp

MONITOR DE IBUTG (ÍNDICE DE BULBO ÚMIDO E TERMÔMETRO DE GLOBO)

Popularmente conhecido como medidor de stress térmico o IBTUG permite a avaliação das condições do ambiente no que se refere ao calor. Para exibir as informações podemos trabalhar diretamente através de gráficos e relatórios.

O equipamento é largamente usado em trabalhos a céu aberto e em siderúrgicas ou locais com calor intenso.

O uso do IBUTG no Brasil é fundamentado para atender as exigências da NR 15 e NHO 6 (Norma de Higiene Ocupacional – Fundacentro) que determinam os limites de exposição máxima.



Instrutemp

MEDIDORES DE VIBRAÇÃO HUMANA

São usados para medir as vibrações nos braços, mãos e corpo inteiro. Dentre os equipamentos que geram vibração estão compactadores (sapinho), marteletes, lixadeiras, etc. O equipamento mede tanto as vibrações localizadas como em grandes equipamentos como tratores e máquinas de tão ou maior porte.

LUXÍMETRO

Mede os níveis de iluminação ou a iluminância (em lux), ou seja, a luz distribuída em uma superfície ou área.

De acordo com as normas técnicas cada ambiente tem um nível de iluminação adequado, e no trabalho não é diferente. A monitoração tem a função de que a partir da medição possamos adequar a iluminação do ambiente.

O aparelho funciona transformando a luz natural ou artificial recebida em corrente elétrica, a partir desse ponto é mostrado no visor a quantidade de lux do ambiente.



Instrutemp

HIGRÔMETRO

É o nome dado a um equipamento usado para medir a umidade relativa do ar. São usados para medir o clima de ambientes fechados onde o excesso de umidade poderia causar danos como museus, documentos de bibliotecas. Também é usado para medir a umidade a que trabalhadores estão expostos.



Instrutemp

EXPLOSÍMETRO

É usado para testar na atmosfera a presença de misturas inflamáveis ou explosivas. Para realizar o teste o equipamento suga os gases do ambiente e submete-os a um filamento aquecido. A partir da tentativa de queima é possível determinar a presença ou não de gases inflamáveis no ambiente.

O uso dos explosímetros possibilita a obtenção de resultados quantitativos e não qualitativos. Isso significa que é possível detectar a presença e a concentração de um gás ou vapor inflamável em uma composição de gases. Porém, não é possível diferenciar um determinado gás dentre as várias substâncias presentes nessa composição.

O explosímetro mede vapores de combustíveis presentes no ar, mas, não é capaz de medir a porcentagem de vapor em fumaça ou atmosfera inerte, por causa da ausência de oxigênio necessário à combustão na unidade detetora do instrumento.



Instrutemp

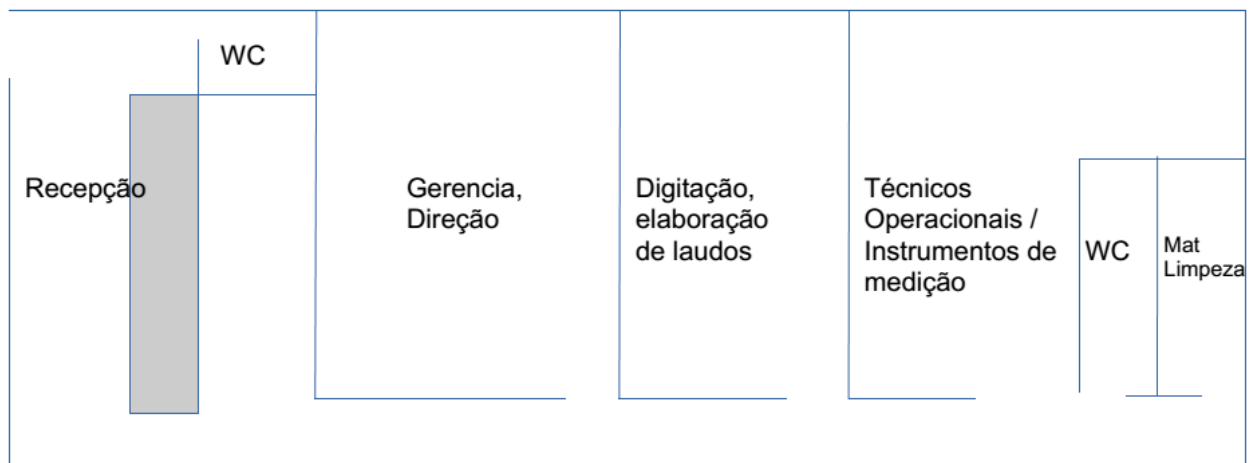
Alguns equipamentos citados serão adquiridos pela empresa, inicialmente, e outros serão locados, de acordo com a necessidade do cliente. A empresa, a princípio, pretende adquirir alguns luxímetros, decibelímetros, dosímetros, bombas de detecção de gases e poeira e agentes químicos. A ideia é locar os demais equipamentos, em virtude de serem utilizados com menos frequência. As avaliações ambientais que requerem análise laboratorial, serão terceirizadas e realizadas pelos laboratórios de análises parceiros.

- Descreva o processo de produção: como fabricar seus bens e/ou fornecer seus serviços; informação detalhada dos procedimentos operacionais para transformar insumos em produtos acabados, layout, fluxograma, etc.

Processos	Principais atividades	Equipamentos utilizados	Pessoas envolvidas
Processo administrativo	Recepção e atendimento telefônico, digitação, arquivamento, gerenciamento de atividades, de Recursos humanos, compra de materiais, controle de veículos e de patrimônio.	Computadores, telefone, fax, impressoras, material de expediente, etc	Gerência, direção e auxiliares administrativos.
Processo de compras	Negociar com fornecedores; efetivar a compra; receber e armazenar produtos.	Equipamentos de medição, de escritório, de limpeza, de expediente e relativos aos veículos	Auxiliares administrativos e gerência.
Processo de atendimento aos clientes	Enviar mala direta, contatar com clientes, negociar com clientes, visitar clientes, encaminhar documentação.	Telefone, computador, fax, e-mail, rede social.	Auxiliares administrativos e gerência.
Processo de Vendas	Visitar clientes, fazer contato com as empresas, marketing direto	Carro, folders, Telefone, redes sociais	Gerência, Técnicos Operacionais

- Elabore o projeto de construção civil / arquitetônico (se necessário)

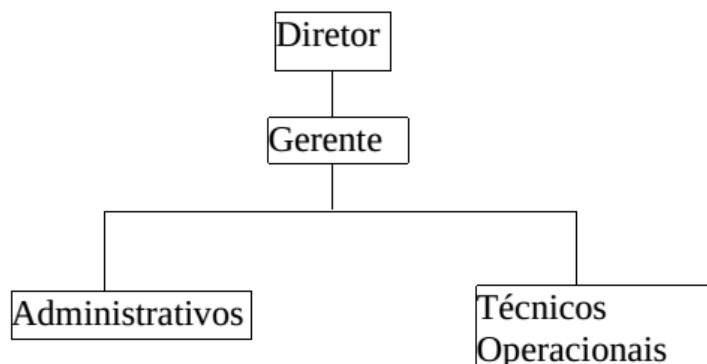
Por se tratar de uma empresa de prestação de serviços em Segurança Ocupacional, as instalações de operação serão apenas de cunho administrativo, conforme demonstrado a seguir.



Os Técnicos Operacionais, que deverão ter formação de Técnico em Segurança do Trabalho, serão os responsáveis pelo trabalho “de campo”, onde farão os levantamentos dos dados, para confecção dos Laudos a serem entregues aos clientes posteriormente.

- Elabore a projeção da necessidade de mão de obra: equipe gerencial e operacional (organograma da empresa).

A empresa terá um quadro “ enxuto, por ser um trabalho de prestação de Serviços. A princípio, deverá ter uma recepcionista, que terá também a atribuição de auxiliar administrativo, um sócio-gerente, um sócio-diretor, funcionários administrativos com atribuição de digitação, financeiro, Recursos Humanos e compras de material de expediente e de limpeza. Os Técnicos Operacionais (Técnico em Segurança do Trabalho) só estarão na empresa para auxiliar nas dúvidas dos clientes, para auxiliar nas dúvidas das digitações dos Laudos, e apagar os equipamentos necessários ao trabalho que será realizado



6.3. LOCALIZAÇÃO

Descreva a localização. O que justifica a escolha do local? Utilize pelo menos uma das técnicas de análise de localização, apresentadas na unidade 1 do material didático da disciplina de TCC II.

Check-list qualitativo para análise de localização

1. O valor do aluguel é competitivo? (Custo/benefício)

Ao fazermos o levantamento dos imóveis para implantação da “base operacional da empresa, levamos em conta que não é necessário que essa base fique em local nobre da cidade, mas que também não fique localizada em bairros periféricos. Dessa forma, o valor de locação fica mais acessível, e o atendimento aos clientes fica de boa qualidade.

Por isso a opção escolhida foi de implantarmos a base operacional em algum dos bairros dentro do eixo perimetral da cidade, que não é muito longe do centro, com acesso facilitado, em virtude do trânsito ser menos intenso.

2. O espaço físico é adequado? (Atual + expansão)

O espaço físico do local deve ter pelo menos 4 salas de aproximadamente 4 metros x 4 metros, mais dois banheiros, e local para material de limpeza, conforme mostrado no croqui acima. Não será necessário expandir, pois o trabalho realizado não exige expansão de área, tendo em vista que o trabalho administrativo será feito nos computadores.

3. O local fica em uma região movimentada? (Varejo)

O local escolhido não ficará em região movimentada, devendo até ser local tranquilo e que facilite a concentração dos funcionários, visto que é necessário realizar o trabalho com precisão e extrema qualidade.

4. O seu negócio é permitido na região? (Prefeitura)

Dentro do estabelecido na Lei Complementar nº 290, de 24 de Setembro de 2007, que institui o Plano Diretor do Município de Caxias do Sul, e dá outras providências, a implantação e abertura de empresas deve se adequar ao que estabelece o texto.

Fonte: https://www.caxias.rs.gov.br/_uploads/planejamento/plano_diretor_lei.pdf

Dessa forma, por se tratar de uma empresa prestadora de serviços, sem geração de resíduos, o negócio é permitido, desde que seja emitido o Alvará de funcionamento a ser expedido pela Secretaria da Receita Municipal.

5. Existe estacionamento para clientes?

O local deverá possuir uma área de estacionamento, com pelo menos 10 vagas, onde ficarão os carros da empresa, e para os clientes.

7 PLANO FINANCEIRO

7.1. INVESTIMENTO INICIAL

Itens de investimento (fixo e circulante)	Valores em R\$
Terreno	0,00
Projetos civis (estruturas e instalações)	15.000,00
Projeto arquitetônico	0,00
Adequação predial e aluguel	5.000,00
Equipamentos para atividades (Instrumentos de medição)	10.000,00
Mobiliário / Diversos/ Linha Telefônica e Internet	30.000,00
Carros	30.000,00
Material de expediente (escritório e higiene)	10.000,00
Custos para abertura da empresa	2.500,00
Valor Total	102.500,00

A empresa iniciará suas atividades sem deficit em seu fluxo de caixa projetado. Foi feita uma estimativa de capital de giro que se aproximasse de 50% dos custos mensais da empresa, para cobrir os custos iniciais. O Investimento dos acionistas será de R\$ 200.000,00, com capital próprio dos sócios, divididos da seguinte forma:

Sócio majoritário: R\$ 80.000,00 (40%)

Outros dois sócios: R\$ 60.000,00 (30%) para cada sócio

Para a instalação (local físico), a empresa não pretende investir em compra de terreno, nem em construção de prédio, a princípio. Será feita a locação de uma área, que atenda as necessidades de espaço já especificadas anteriormente, com valor entre R\$ 3.000,00 e R\$ 5.000,00 mensais.

7.2. FORMAS DE FINANCIAMENTO

- Descrever as formas de financiamento do futuro negócio (capital próprio ou de terceiros).

Os recursos financeiros para o investimento inicial da “Rudy Assessoria em Segurança do Trabalho” serão provenientes de capital próprio. Após a implantação do empreendimento, a expansão das atividades poderá ser feita por meio de:

– Inclusão de novos sócios com capital para investimento (capital próprio, por meio da alocação de fundos para reinvestimento);

– Linhas de financiamento bancário para fins de ampliação do negócio.

- Descreva as linhas de crédito para financiar o investimento (caso o empreendimento seja financiado por capital de terceiros).

Linha Proger Urbano – Capital de Giro

A Linha de crédito Proger Urbano é um financiamento no limite de até R\$ 200 mil por empresa, com prazo máximo de pagamento de até 48 meses, sendo 12 meses de carência e limite financiável de 100%. As taxas de juros de longo prazo (TJLP) são de até 12% ao ano.

BNDES Automático

Financiamento realizado por meio de instituições financeiras credenciadas ao BNDES, com valores até o limite de R\$ 20 milhões. O BNDES possui várias linhas de financiamento com condições que podem ser adequadas às mais diversas necessidades.

FINEM

É um financiamento do grupo BNDES para empreendimentos que valor igual ou SUPERIOR a R\$ 20 milhões. Este financiamento é direcionado para ampliação, recuperação e modernização de ativos fixos nos setores de indústria, comércio, prestação de serviços e agropecuária.

Pode ser realizado diretamente com o BNDES ou por meio de instituições financeiras credenciadas.

FINAME

Financiamento do BNDES direcionado especificamente para máquinas e equipamentos. Só pode ser direcionado para produção e aquisição destes produtos e os eles devem ser credenciados no BNDES. Esse tipo de financiamento só pode ser realizado por meio de instituições financeiras credenciadas à instituição.

Cartão BNDES

O cartão BNDES é voltado para aqueles empresários que necessitam de valores até R\$ 1 milhão, exclusivamente para aquisição de produtos credenciados no Portal de Operações do cartão BNDES. A taxa de juros dessa linha de crédito é definida mensalmente e os prazos de amortização variam de acordo com a instituição credenciada que você escolher.

Microcrédito Produtivo Orientado Caixa

A linha de crédito da Caixa Econômica Federal é outra opção para buscar investimento no negócio. O valor liberado depende da análise do crédito e da capacidade de pagamento da empresa. O valor pode chegar a R\$ 15 mil. É uma das formas mais facilitadas de se conseguir um crédito.

Fonte: <http://www.guiaempreendedor.com/linhas-de-credito-para-investir/>

7.3. RECEITAS

- Descreva quanto a empresa pretende vender mensalmente/anualmente.

As receitas da “Rudy Assessoria em Segurança do Trabalho” podem ser visualizadas nos quadros apresentados a seguir.

Serviços oferecidos	À Realizar mensal	À Realizar anual
Levantamento de Riscos (PPRA, LTCAT)	10	120
Treinamentos	40	480
TOTAL	50	600

- Descreva o preço estimado para cada produto/hora trabalhada.

O custo para avaliações ambientais, levantamento de riscos é calculado pelo número de funcionários ou por pontos a serem avaliados, já os treinamentos em Segurança do Trabalho são por hora trabalhada. No quadro a seguir será colocada uma estimativa para 01 funcionário / ponto, para cada item.

Serviços oferecidos	Valor (R\$)
Dosimetria de ruído	450,00
Medição instantânea de ruído	50,00
Medição de poeiras	100,00
Medição de gases e vapores orgânicos	100,00
Treinamento de Operador de Empilhadeira	50,00
Treinamento NR 20	50,00
Treinamento Formação de Brigada de Incêndio	50,00
Treinamento da Cipa	50,00
Treinamento RT-14 (Bombeiros) Prevenção de Incêndio	100,00
TOTAL	75.000,00

- Descreva a receita mensal/anual prevista.

Serviços oferecidos	Receita mensal R\$	Receita anual R\$
Levantamento de Riscos (PPRA, LTCAT)	50.000,00	600.000,00
Treinamentos	25.000,00	300.000,00
TOTAL	75.000,00	900.000,00

7.4. CUSTOS

- Descreva os custos operacionais mensais/anuais do futuro empreendimento.

Item de custo operacional	Tipo de custo (fabricação, administração, vendas ou financeiros?)	Custo Mensal (R\$)	Custo Anual (R\$)
Pró-labore	Administração	5.500,00	66.000,00
Encargos pró-labore (20%)	Administração	1.100,00	13.200,00
Total folha de pagamento	Administração	12.000,00	144.000,00
Seguros	Financeiro	850,00	10.200,00
Despesas administrativas	Administração	5.000,00	60.000,00
Despesas promocionais	Administração	800,00	9.600,00
IPTU/IPVA	Administração	158,33	1.899,96
Contador	Administração	500,00	6.000,00
Depreciação	Financeiro	810,00	9.720,00
Luz	Administração	180,00	2.160,00
Água	Administração	80,00	960,00
Telefone / Internet	Administração	130,00	1.560,00
Serviços terceirizados	Financeiro	500,00	6.000,00
Empréstimo	Financeiro	1.000,00	12.000,00
Materiais de Expediente	Administração	900,00	10.800,00
Combustível	Administração	300,00	3.600,00
Aluguel	Administração	3.500,00	42.000,00
* Simples (IRPJ, CS, CO-FINS, PIS, ISS)	Administração	1.000,00	12.000,00
Total		34.308,33	411.699,96

- Classifique os custos operacionais mensais/anuais em fixos e variáveis. Exemplo:

Item de custo operacional	Custo Fixo (R\$)	Custo Variável (R\$)
Pró-labore	66.000,00	
Encargos pró-labore (20%)	13.200,00	
Total folha de pagamento	144.000,00	
Seguros	10.200,00	
Despesas administrativas	60.000,00	

Despesas promocionais	9.600,00	
IPTU	699,96	
Contador	6.000,00	
Depreciação	9.720,00	
Luz	2.160,00	
Água	960,00	
Telefone / Internet	1.560,00	
Serviços terceirizados		6.000,00
Empréstimo	12.000,00	
Materiais de Expediente		10.800,00
Combustível		3.600,00
Aluguel	42.000,00	
* SIMPLES (IRPJ, CS, COFINS, PIS, ISS)		12.000,00
Total	378.099,96	32.400,00
CUSTO TOTAL = CF + CV		410.499,96

7.5. PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

Elabore a projeção do fluxo de caixa mensal/anual do futuro empreendimento.

	Jan.	Fev.	Mar.	Outros meses	Total
<i>Recebimentos</i>					
Receitas à vista	45.000,00	45.000,00	45.000,00	405.000,00	540.000,00
Receitas a prazo	30.000,00	30.000,00	30.000,00	270.000,00	360.000,00
(a) Receita total (vendas)	75.000,00	75.000,00	75.000,00	675.000,00	900.000,00
<i>Pagamentos</i>					
Custos operacionais Variáveis					
Compras à vista	800,00	900,00	850,00	8.000,00	10.550,00
Compras a prazo	1.100,00	1.400,00	900,00	9.000,00	12.400,00
Comissão de vendas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tributos (PIS, ISS, etc.)	1.000,00	1.000,00	1.000,00	9.000,00	12.000,00
Atividades terceirizadas	500,00	500,00	500,00	4.500,00	6.000,00
Outros custos variáveis	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total de custos operacionais variáveis	3.400,00	3.800,00	3.250,00	30.500,00	40.950,00
Custos operacionais Fixos					
Aluguel	3.500,00	3.500,00	3.500,00	31.500,00	42.000,00
Pró-labore	5.500,00	5.500,00	5.500,00	49.500,00	66.000,00
Tributos (IPVA, IPTU, etc.)	158,33	158,33	158,33	1.424,97	1.899,96
Despesas bancárias	1.000,00	1.000,00	1.000,00	9.000,00	12.000,00
Mensalidade internet	130,00	130,00	130,00	1.170,00	1.560,00

Salários	12.000,00	12.000,00	12.000,00	108.000,00	144.000,00
Outros custos fixos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total de custos operacionais fixos	22.288,33	22.288,33	22.288,33	200.594,97	267.459,96
(b) Custo Total (CF + CV)	25.688,33	26.088,33	25.538,33	231.094,97	308.409,96
(c) Investimentos	8.541,66	8.541,66	8.541,66	76.874,99	102.499,97
Saldo de caixa (a-b-c)	40.770,01	40.370,01	40.920,01	367.030,04	489.090,07

7.6. PROJEÇÃO DO DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS (DRE)

Elabore o Demonstrativo do Resultado do Exercício mensal/anual.

Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE) – em Reais	
Receita Total (RT)	900.000,00
(-) Custo Variável (CV)	40.950,00
(=) Lucro Bruto (LB)	859.050,00
(-) Custo Fixo (CF)	267.459,96
(=) Lucro Operacional (LO)	591.590,04
(-) Imposto de Renda (IR) 15%	88.738,51
(-) Contribuição Social (CS) 9%	53.243,10
(=) Lucro Líquido	449.608,43

8 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS

8.1. AVALIAÇÃO ECONÔMICA

8.1.1 Ponto de equilíbrio

Calcule o ponto de equilíbrio econômico do futuro empreendimento.

$PE = \frac{CF \times 100}{RT - CV}$	$PE = \frac{CF}{PV - CVu}$
--------------------------------------	----------------------------

Onde:

PE = Ponto de Equilíbrio

CF = Custo Fixo

RT = Receita Total

CV = Custo Variável

PV = Preço de Venda

CVu = Custo Variável Unitário. Para calcular o CVu, basta dividir o Custo Variável pela quantidade produzida e/ou vendida.

$$PE = \frac{31.508,33 \times 100}{75.000,00 - 32.400,00}$$

$$PE = \frac{3150833,00}{42.600,00}$$

$$PE = \text{R\$ } 73.963,00$$

8.1.2 Taxa de lucratividade

Calcule a taxa de lucratividade do futuro empreendimento.

$$\text{Taxa de Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido} \times 100}{\text{Receita Total}}$$

$$\text{Taxa de Lucratividade} = \frac{44960843,00}{900.000,00}$$

$$\text{Taxa de Lucratividade} = 49,95\%$$

8.1.3 Taxa do retorno do investimento

Calcule a taxa de retorno do futuro empreendimento.

$$\text{Taxa de retorno do investimento} = \frac{\text{Lucro Líquido} \times 100}{\text{Investimento inicial}}$$

$$\text{Taxa de retorno do investimento} = \frac{44960843,00}{102500,00}$$

$$\text{Taxa de retorno do investimento} = 438,64\%$$

8.1.4 Prazo de retorno do investimento (*payback*)

Calcule o *payback* do futuro empreendimento.

$$\text{Payback} = \frac{\text{Investimento inicial}}{\text{Lucro Líquido}}$$

$$\text{Payback} = \frac{200.000,00}{449.608,43}$$

$$\text{Payback} = 0,444831 \text{ (x 12 meses)} = 5 \text{ meses aproximadamente.}$$

8.1.5 Taxa Interna de Retorno

Calcule TIR do futuro empreendimento.

Calculado na HP

Memória de cálculo:

$$F + CLX$$

$$FC_0 = G + PV(CF_0) 200.000,00$$

$$FC_1 = 40.770,01 + G + PMT(CF_j)$$

$$FC_2 = 40.370,01 + G + PMT(CF_j)$$

$$FC_3 = 40.920,01 + G + PMT(CF_j)$$

$$FC_n = 367.030,0 + G + PMT(CF_j)$$

$$\text{Taxa} = 8,27 + i$$

$$F + FV(\text{IRR})$$

Taxa mínima de atratividade (TMA) (taxa selic em outubro 2017 = 8,27 $\Rightarrow$ 0,0827)

$$\text{TIR} = 30,48 > \text{TMA (taxa selic em outubro 2017)} = 8,27$$

$$\text{TIR} > \text{TMA} = \text{projeto viável}$$

8.1.6 Valor Presente Líquido

Calcule o VPL do futuro empreendimento.

$$\text{VPL} = -FC_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$$

Onde:

VPL = valor presente líquido

FC_0 = fluxo de caixa na data zero, ou seja, o investimento inicial

FC_1 = fluxo de caixa na data 1, ou seja, o saldo de caixa no mês ou ano 1

FC_n = Fluxo de caixa da data n

i = taxa mínima de atratividade (TMA)

$$VPL = -200000,00 + \frac{40.770,01}{(1,0827)^1} + \frac{40.370,01}{(1,0827)^2} + \frac{40.920,01}{(1,0827)^3} + \frac{367.030,04}{(1,0827)^4}$$

$$VPL = -200000,00 + \frac{40.770,01}{1,0827} + \frac{40.370,01}{1,17} + \frac{40.920,01}{1,27} + \frac{367.030,04}{1,37}$$

$$VPL = -200.000,00 + 37.655,86 + 34.504,28 + 32.220,48 + 267.905,13$$

$$VPL = 172.285,75$$

8.2. ANÁLISE DE SENSIBILIDADE

Projete diferentes cenários para a atuação do futuro empreendimento no mercado (veja os exemplos nos quadros) e em seguida desenvolva uma análise dos indicadores econômicos para os diferentes cenários.

Projeção	Volume de vendas	Perspectiva de crescimento				
		Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Otimista	800	20	30	30	40	50
Mais provável	600	10	20	20	30	30
Pessimista	400	5	10	15	20	25

Análise em diferentes cenários			
Indicador	Cenários		
	Pessimista	Mais provável	Otimista
TIR (%)	17,5	30,48	45,99
VPL (R\$)	65.350,00	172.285,75	315.083,00
Payback	12 meses	5 meses	3 meses
PE (%)	47.230,00	73.963,00	127.350,00

Levando em consideração os dados da análise de sensibilidade, pode-se concluir que:

- * nos diferentes cenários, a TIR é maior que a TMA;
- * nos diferentes cenários, o VPL é positivo;
- * nos diferentes cenários, o payback é relativamente baixo, onde em um cenário otimista, a empresa recupera o capital investido em 3 meses, aproximadamente;

- * em menos de 1 ano, a empresa consegue equilibrar os seus custos e receitas;
- * Após avaliações, conclui-se que esse projeto deve ser aceito!

8.2. AVALIAÇÃO SOCIAL

Descreva os custos e benefícios sociais (número de empregos gerados, impactos ambientais, etc.) do futuro empreendimento.

A empresa atuará com tecnologia limpa, e equipamentos que não geram resíduos, sendo dessa forma, não prejudicial ao meio ambiente. Com um número reduzido de funcionários diretos mas com parceria de laboratórios de análises, será importante na geração de empregos, e na arrecadação de impostos gerando maior contribuição à Previdência Social, e consequentemente à receita.

Nas instalações físicas será dada prioridade à energia de baixo consumo, sempre que possível, com utilização de luminárias de LED, mas principalmente o aproveitamento da energia solar natural, evitando-se desperdício. Será dada ênfase para computadores e demais equipamentos elétricos com selo de baixo consumo.

O próprio trabalho realizado pela empresa será em prol de melhorias ambientais nas empresas contratantes, tais como redução de ruído, redução de geração de agentes insalubres e agressivos à saúde, menor geração de resíduos tóxicos ao meio ambiente, redução de acidentes de trabalho e de doenças profissionais, causadas por exposição excessiva a produtos e agentes tóxicos.

9 CONCLUSÃO

Esta etapa do seu TCC já faz parte da 3ª Avaliação a Distância da disciplina de TCC II. Faça uma reflexão final, isto é, segundo os critérios trabalhados no plano, é viável a implantação dessa ideia de negócio? Justifique.

Na decisão de se abrir uma empresa, além de outros fatores é importante considerar certos aspectos da economia, como a inflação, taxas de juros, desemprego e padrão de vida do cliente-alvo. Uma medida amplamente aceita para a economia em geral é o Produto Nacional Bruto – PNB. Nesse sentido, deve-se atentar para o que diz Montana e Charnov (2003, p.72. grifo dos autores):

“Esse é o valor total do mercado de todos os bens e serviços finais produzidos pelas empresas no país no período de um ano. O PNB mede os recursos produzidos no país. Não inclui pagamentos, como a Previdência Social, que não resultem de produção real, mas sim da transferência de dinheiro de uma área da sociedade (governo) para outra (pensionistas). assim sendo, os cheques da Previdência Social são considerados como transferência de pagamentos e não incluídos no PNB. Enquanto o PNB inclui todos os negócios internacionais realizados pelas empresas, a soma de todos os negócios internos é o produto interno bruto, o conhecido PIB.”

Outros fatores, como por exemplo, a identificação de oportunidades no mercado também pode ser citado, isso quando seu propósito vai ao encontro de uma necessidade de mercado, ou seja, quando existem potenciais clientes ou então por necessidade de ter um negócio próprio não apenas para sobreviver, mas acima de tudo para desenvolver novas formas de realização pessoal favorece e estimula a criação de novos empreendimentos, mesmo o Brasil sendo um dos países que tem a maior carga tributária e que detém um dos maiores índices de encargos sociais, ainda assim o Brasil tem sido palco para atuação de muitos empreendedo-

res, tal motivo se dá devido ao número crescente de empresas que vem surgindo no mercado, como por exemplo. Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) que hoje juntas constituem a principal fonte de emprego e renda, contribuindo para formação da riqueza do país.

O empreendimento tem como objetivo principal o lucro e a subsistência ao longo do tempo, e o crescimento sustentável. Para tanto será priorizado a otimização dos recursos e da mão de obra contratada, para que os resultados sejam obtidos com o mínimo de custo e o máximo de lucro.

Os equipamentos serão adquiridos sempre que possível, com recursos próprios, mas se necessário serão utilizadas as linhas de crédito citadas no decorrer do projeto.

A projeção é que nosso investimento seja lucrativo, em função da forma de administração e aproveitando as oportunidades que o mercado oferece no momento. Caso haja uma mudança na legislação, teremos que nos adequar à realidade e rever nosso planejamento.

Entendemos que o projeto é viável, pois todos os indicadores mostram que estamos no caminho certo.

REFERÊNCIAS

- Artigos UFRJ. Disponível em: <<http://www.ppe.ufrj.br/ppes/production/tesis/ebdchaib.pdf>>. Acesso em: 05 abril de 2017.
- Associação Brasileira das Empresas de Saúde e Segurança no Trabalho – ABRESST, Investimento em SST dá retorno às empresas. Disponível em: <<http://www.abresst.org.br/noticias/380-investimento-em-sst-da-retorno-as-empresas>>. Acesso em 25 março 2017.
- Cartilha de excelência no atendimento e boas práticas na PGR. Disponível em: <<http://www.agu.gov.br/page/download/index/id/9317064>>. Acesso em: 09 abril de 2017
- CASAROTTO FILHO, Nelson. Projeto de negócio: estratégias e estudos de viabilidade. São Paulo: Atlas, 2002.
- Consultoria em Segurança do Trabalho. Disponível em <<https://www.ohub.com.br/empresas/consultorias-e-afins/consultoria:consultoriaem-seguranca-do-trabalho#.WN2DTW8rLcs>>. Acesso em: 27 Março de 2017.
- Criffer Instrumentos de Medição. Disponível em: <www.criffer.com.br/>. Acesso em: 09 abril de 2017.
- DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- FERNANDES, Bruno Henrique Rocha; BERTON, Luiz Hamilton. Administração estratégica: da competência empreendedora à avaliação de desempenho. São Paulo: Saraiva, 2005.
- Gohr, Claudia Fabiana, Trabalho de conclusão de curso em administração I: livro didático / Claudia Fabiana Gohr; design instrucional Leandro Kingeski Pacheco. – Palhoça: UnisulVirtual, 2008.
- Guia do empreendedor. Disponível em: <<http://www.guiaempreendedor.com/linhas-de-credito-para-investir/>>. Acesso em: 17 outubro de 2017.
- Instrutemp Instrumentos de Medição. Disponível em: <www.instrutemp.com.br/>. Acesso em: 09 abril de 2017.
- Instrutherm. Disponível em: <www.instrutherm.com.br/>. Acesso em: 09 abril de 2017.
- MONTGOMERY, Cynthia A., PORTER, Michael (ed.). A busca da vantagem competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

O mercado de segurança do trabalho esta imune a crise. Disponível em: <<http://fechadocoma-seguranca.com.br/blog/o-mercado-de-seguranca-dotrabalho-esta-imune-a-crise/>>. Acesso em: 07 abril de 2017.

Portal da Previdência Social, Política Nacional de Segurança e Saúde do Trabalhador. Disponível em: <http://www.previdencia.gov.br/arquivos/office/3_081014-105206-701.pdf>. Acesso em 21 março de 2017.

Portal Gazeta do Povo, Acidentes custaram R\$ 70 bilhões em 7 anos. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-ecidadania/especiais/acidentes-de-trabalho-no-brasil/perdas-humanas-em-cifrasbilionarias.jpg>>. Acesso em 25 março de 2017.

Portal Scielo, Cultura e gestão da segurança no trabalho: uma proposta de modelo. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X2011000100015>. Acesso em 21 março 2017.

PORTER, M. Como as forças competitivas moldam a estratégia. In: MONTEGOMERY, Cynthia A., 1998.

SEBRAE. Como elaborar um plano de negócio. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Como-elaborar-umplano-de-neg%C3%B3cio>>. Acesso em: 20 março de 2017.

Seget arquivos. Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/56316676.pdf>>. Acesso em: 02 abril de 2017.

Segurança do Trabalho.. Disponível em: <<http://segurancadotrabalhonwn.com/como-abrir-uma-assessoria-ou-consultoria-em-seguranca-do-trabalho/>>. Acesso em: 22 Março de 2017.

Segurança Ocupacional. Disponível em: <http://www.ocupacional.com.br/ocupacional/entrevista-wellington-junqueiradesafios-e-perspectivas-do-mercado-de-medicina-e-seguranca-do-trabalhopara-2017/>. Acesso em: 24 Março de 2017.

SESI oferece consultoria em segurança e saúde no trabalho. Disponível em: <<http://www.sistemafibra.org.br/sesi/sala-de-imprensa/noticias/971-sesi-oferececonsultoria-em-seguranca-e-saude-no-trabalho-sst.html>>. Acesso em: 02 abril de 2017.

Tabela de preços em Segurança. Disponível em: <http://www7.fiemg.com.br/Cms_Data/Contents/central/Media/Videos/Biblioteca/Sesi/CredenciamendoSaudeSesi/TABELA-DE-PRE-OS-FEVEREIRO-2014.pdf>. Acesso em: 24 Março de 2017.

Trabalho, vantagens, desafios e qualidades do consultor. Disponível em: <<http://segurancado-trabalhonwn.com/consultoria-em-seguranca-do-trabalhovantagens-desafios-e-qualidades-do-consultor/>>. Acesso em: 29 Março de 2017.

APÊNDICES E ANEXOS

Sem Apêndices e Anexos