



FACULDADE ALFA UMUARAMA - UNIALFA
CURSO DE TECNOLOGIA EM PROCESSOS GERENCIAIS

DANIELLE AMORIM FONSECA
MAISA VITORIA GUERINI BARBOSA

DM CONSULTORIA EM GESTÃO DA QUALIDADE EM SAÚDE

UMUARAMA
2020

**DANIELLE AMORIM FONSECA
MAISA VITORIA GUERINI BARBOSA**

DM CONSULTORIA EM GESTÃO DA QUALIDADE EM SAÚDE

Trabalho apresentado como pré-requisito
para obtenção do Título de Tecnólogo em
Processos Gerenciais, sob orientação do
Professor Me. Ricardo Botelho Camargo

UMUARAMA

2020

Danielle Amorim Fonseca
Maísa Vitoria Guerini Barbosa

DM CONSULTORIA EM GESTÃO DA QUALIDADE EM SAÚDE

Este trabalho foi julgado e aprovado como requisito parcial para obtenção do grau de **Tecnólogo em Processos Gerenciais** pela Faculdade ALFA Umuarama – UniALFA.

Umuarama PR, 22 de Janeiro de 2021.

Prof. Esp. Ricardo Botelho Camargo
Faculdade ALFA Umuarama
Professor Orientador

Prof. Dr. Clovis Aparecido Alves Palozzi
Faculdade ALFA Umuarama
Professor Convidado

Prof. Me. Luiz Walter Pacola
Faculdade Alfa Umuarama
Professor Convidado

DEDICATÓRIA

A Deus, pois acredito que ele tenha uma participação importante.

À minha família, pois contribuíram para a realização deste trabalho.

Aos meus amigos, poucos em números, mas incomensuráveis na qualidade.

Aos orientadores, pela sabedoria na orientação e por sua amizade dispensada.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Deus primeiramente, por nos dar forças determinação e coragem para a conclusão deste sonho.

Agradecemos ao nosso orientador, pela paciência, e instrução para que possamos fornecer um trabalho executado com clareza.

Agradecemos aos nossos amigos e familiares pela paciência e força neste momento difícil porem gratificante.

Agradecemos a faculdade pelo companheirismos conosco, e pelo fornecimento do conhecimento a nós e aos demais acadêmicos.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Planta Baixa da consultoria.....	26
Figura 02: Organograma.....	27

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: CAPITAL SOCIAL	18
Tabela 02: ANALISE DE SWOT.....	21
Tabela 03: PLANO PESSOAL.....	26
Tabela 04: INVESTIMENTO FIXO.....	32
Tabela 05: DRE.....	29/30/31
Tabela 06: INDICADORES.....	32/33
Tabela 07: CUSTOS FIXOS.....	33/34

RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de verificar a viabilidade da abertura de uma Consultoria. Analisamos a viabilidade através de pesquisas mercadológicas, buscando sempre obter a satisfação do cliente com o possível empreendimento. Utilizamos meios de gráficos e planilhas, para que houvesse uma forma que favorecesse a visualização do empreendimento como um Todo. Estes métodos são utilizados, por empreendedores ou futuros empreendedores, para que haja uma facilidade maior em observar a viabilidade da abertura de tais negócios. Conforme mostrado nas tabelas, a taxa interna de retorno é de 157,14% e a taxa de retorno do escritório é de 10 meses. Um valor presente líquido positivo indica que o investimento é viável e os futuros investidores obterão lucros.

Sumário

INTRODUÇÃO	15
1 CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....	16
1.1 Setor de atividade	17
1.2 Forma jurídica	17
1.3 Enquadramento tributário.....	17
1.3.2 Âmbito Estadual.....	17
1.3.3 Âmbito Municipal.....	17
1.4 Capital Social	18
1.5 Fonte de recursos	18
1.6 Localização e instalação	18
1.7 Canvas Parceiros Chave.....	18
Atividades Chave.....	18
Recursos Chave.....	18
Proposta de Valor.....	19
Canais	19
Segmentos de Mercado.....	19
Estrutura de Custos.....	19
Fontes de Renda.....	19
1.7 CANVAS.....	20
2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.....	20
2.1 Análise SWOT	21
3 Missão: Facilitar o processo de gestão da empresa e, assessorando com qualidade e responsabilidade.	22
3.1 Visão: Ser reconhecido como referência em consultoria em gestão da qualidade hospitalar no Estado do Paraná.....	22
3.1.1 Valores:.....	22
3.1.2 Objetivos:.....	22
3.1.3 Estratégias:.....	22
3.1.4 Metas:.....	22
4 PLANO MERCADOLÓGICO	23
4.1 MERCADO	23
4.1.1 Segmentação do Mercado.....	23
4.1.2 Mercado Potencial.....	23
4.1.3 Concorrência	24
4.1.4 Produtos e Serviços Oferecidos.....	24
4.1.5 Características do produto ou serviço.....	24
4.1.6 Estratégia do produto ou serviço	24
4.1.7 Ciclo de Vida do Produto	24

4.1.8 Estratégias de Comunicação Utilizadas na Divulgação	24
4.1.9 Canais de Distribuição a Serem Utilizados	25
4.1.10 Estratégia de Preços.....	25
4.1.11 Definição da Marca do Negócio e/ou Produtos/Serviços	25
4.1.12 Estratégias de Posicionamento/Imagem em Relação ao Mercado	25
5 PLANO OPERACIONAL	25
5.1 Volume de produção/atendimento inicial.....	26
5.2 Plano de Pessoal	26
5.3 Organograma:	26
6 AVALIAÇÃO.....	27
DRE 28	
Indicadores.....	31
Fonte: Autores (2020).....	35
1 REFERÊNCIAS	35
SEBRAE – SERVIÇO DE APOIO À PEQUENA EMPRESA NO PARANÁ.	36

INTRODUÇÃO

Consultorias na área de gestão da qualidade surgiram entre a metade do século XIX e o início do XX, quando a Revolução Industrial criou uma necessidade de especialistas para assessorar empresas em questões de produção, recursos humanos e gestão. Tem por objetivo avaliar o cenário atual da empresa e com isso sugerir soluções, desde o planejamento, implantação, monitoramento e padronização.

Na área da saúde não é diferente, os hospitais, clínicas e laboratórios, também necessitam de assessoramento profissional, principalmente em gestão da Qualidade, uma área que é ampla em todos os seus sentidos.

A ideia central desse trabalho é relacionada à Consultoria em Gestão da Qualidade em Saúde, DM consultoria será criada para auxiliar empresas da área de saúde, dando suporte, novas ideias, solucionando problemas, padronizando serviços e satisfazendo necessidades de clientes.

Para a realização desse trabalho será utilizado revisão de literaturas, pesquisas mercadológicas, Metaplan, Canvas, Análise SWOT, Planejamento Estratégico, Plano Mercadológico, Plano Operacional e Organograma.

Ao final deste estudo será possível determinar se existe viabilidade econômica para um serviço dessa natureza.

1 CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

A DM Consultoria em gestão da qualidade em saúde será uma empresa especializada em gestão da qualidade e terá como foco atender hospitais, clínicas e laboratórios. A empresa prestará serviços de consultoria e adequação técnica para selos de qualidade como ISO, DICQ e ONA. Os atendimentos serão realizados na forma presencial e digital, na forma digital será utilizado as plataformas de reuniões, como; google meet, zoom, teims, etc.

Empresas do setor de saúde precisam passar por adequações de qualidade, pois o mercado está cada vez mais exigente e competitivo. Planos de saúde, governos e clientes buscam as empresas que entregam os melhores serviços. Quando a empresa tem um selo de qualidade, ela tem condições de revisar seus processos, seus objetivos, seus métodos, e isso faz com que o valor percebido pelo cliente seja um ganho de mercado.

Implantação

Expansão/Modernização Novo produto

Sócios 1: Danielle Amorim Fonseca

Sócio 2: Maísa Vitoria Guerini Barbosa

A ideia da consultoria surgiu devido à demanda das empresas da cadeia de saúde da cidade Umuarama, que necessitam melhorar seus indicadores de qualidade e também precisam apresentar selos de qualidade como ISO, ONA e DICQ para a comunidade. O foco principal da DM Consultoria será nas creditações da DICQ e da ONA, a primeira é um selo que é cedido aos laboratórios, enquanto a ONA tem como foco principal dos hospitais e clínicas médicas. Além do foco nos selos de qualidade a DM consultoria manterá um plano de atuação dentro das empresas atendidas para que mantenham suas políticas de qualidade.

1.1 Setor de atividade

A atividade será consultoria em gestão da qualidade – CNAE 70.20/400

1.2 Forma jurídica

LTDA, ME

1.3 Enquadramento tributário

1.3.1 Âmbito Federal:

No âmbito das questões tributárias, o empreendimento atende aos requisitos que definem o regime simples nacional, alíquota de 15,55%.

1.3.2 Âmbito Estadual

Isento

1.3.3 Âmbito Municipal

Segue as regras do Simples Nacional

1.4 Capital Social

Sócias	Participação	Porcentagem
Danielle Amorim	R\$ 28.500,00	50%
Maisa Guerini	R\$ 28.500,00	50%
TOTAL	R\$ 57.000,00	100%

Fonte: Autores (2020)

1.5 Fonte de recursos

Os recursos para a instalação do escritório de consultoria serão obtidos por meio de fontes pessoais das sócias.

1.6 Localização e instalação

O escritório fica no Edifício Atruim- sala 07 localizado na Avenida Brasil,4334, zona I em Umuarama Paraná. A sala tem 46,40m² com bwc social, seguro anual e condomínio.

1.7 Canvas Parceiros Chave

-SEBRAE
ACIU

Atividades Chave

- Consultorias em qualidade
- Treinamento

Recursos Chave

- -Equipe
- -Estrutura Física

- Escritório

Proposta de Valor

- -levar gestão de qualidade, redução de custos e melhoria de processos para empresas da cadeia de valor de saúde.

Canais

- -Atendimento presencial na empresa
- -Rede Social
- Site

Segmentos de Mercado

- -Hospitais
- -Clínicas
- Laboratórios

Estrutura de Custos

- -Energia
- -Água
- -Cursos
- -Internet
- -Telefone
- Salários

Fontes de Renda

- -Consultorias
- Assessorias
- Treinamentos

- Palestras

1.7 CANVAS

O Canvas é uma ferramenta utilizada para modelar negócios, ele permite desenvolver e esboçar novos modelos de negócio ou existentes. O canvas é como um mapa visual contém nove blocos, as ideias expressas nos nove blocos constituem a conceituação do negócio, ou seja, como você vai operar e criar valor para o mercado, e definir os principais fluxos e processos, para que o modelo de atuação do mercado possa ser analisado e visualizado (SEBRAE, 2020)

O escritório escolheu esse modelo pois é um modelo mais simples e permite a visualização do empreendimento.

2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Planejamento estratégico é a melhor oportunidade de transformar sonhos e ideias em realidade, através dele pôde-se desenhar o futuro do seu negócio, definindo as ações que fará sair do ponto A onde se encontra e chegar até o ponto B que é o futuro que deseja alcançar, esse futuro pode ser alcançado com diferentes metas de tempo como meses ou anos, a frequência com que se faz o planejamento estratégico depende da velocidade das mudanças no mercado.

O planejamento estratégico ajuda a definir uma direção a seguir e estabelecer prioridades, assim sabe-se aonde quer chegar e quais as atividades-chave para alcançar o resultado esperado, garante que todas as ações tomadas estejam direcionadas para o mesmo objetivo, torna as tomadas de decisões mais fáceis já que as prioridades estão definidas, assim evita a perda de tempo em atividades que não irá agregar valores.

2.1 Análise SWOT

AMBIENTE INTERNO

FORÇAS	FRAQUEZAS
Qualidade no atendimento das empresas.	Poucas experiências dos sócios em Consultorias.
Capacitação dos funcionários da Empesas.	Falta de funcionarios.
Redução de cursos.	

Fonte: Autores (2020)

AMBIENTE EXTERNO

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Oferecer cursos de auditor em selos de qualidade (ISO,DICQ E ONA).	SEBRAE como Concorrente direto.
Necessidade de certificação por hospitais clinica e laboratórios	Crise econômica pode diminuir o investimento em qualidade por parte das empresas
Possibilidade de Credenciar ao SEBRAE para atender empresas pelo SEBRAETEC.	Perda de fechamento de contratos para os concorrentes.
Mercado de consultoria em expansão.	

FONTE: Autores (2020)

3 Missão: Facilitar o processo de gestão da empresa e, assessorando com qualidade e responsabilidade.

3.1 Visão: Ser reconhecido como referência em consultoria em gestão da qualidade hospitalar no Estado do Paraná.

3.1.1 Valores:

- ✓ Responsabilidade, transparência e ética em todas as ações.
- ✓ Excelência na prestação de serviço .
- ✓ Transformar organizações.

3.1.2 Objetivos:

- ✓ Melhoria dos processos de trabalhos.
- ✓ Monitoramento dos processos de serviços.
- ✓ Satisfação dos clientes.
- ✓ Ser reconhecido pela excelência e responsabilidade social.
- ✓ Realizações de auditorias internas.

3.1.3 Estratégias:

- ✓ Estruturar e implementar planejamento estratégico.
- ✓ Consultoria e treinamento.
- ✓ Reunião e nivelamento de informações.

3.1.4 Metas:

- ✓ Melhora de resultados.
- ✓ Criar e manter a qualidade em projetos através de um processo sistemático.
- ✓ Aumento na produtividade da empresa.

4 PLANO MERCADOLÓGICO

O planejamento mercadológico é um desenvolvimento sistemático de ações programadas para atingir os objetivos da empresa através do processo de análise, avaliação e seleção das melhores oportunidades. O plano mercadológico é um conjunto de estratégias que visam posicionar o seu negócio para que tenha melhor desempenho empresarial e melhor desempenho financeiro.

4.1 MERCADO

O mercado de consultoria está em expansão, com a pandemia, dessa forma há oportunidades de nascerem mais empresas que trabalham com essas atividades. A forma de atuação do escritório será presencial e digital.

4.1.1 Segmentação do Mercado

Serão atendidas empresas do setor de saúde em todo o estado do Paraná, serão atendidos desde consultórios até hospitais, também há a possibilidade de atender empresas que prestam serviços para a cadeia de valor da saúde.

4.1.2 Mercado Potencial

O mercado potencial do escritório de consultoria terá como público Hospitais, Clínicas, Laboratórios e todos do ramo da saúde.

Foi encaminhado entrevista para algumas empresas do setor, porém obteve-se apenas uma resposta, foi perguntado: O que a empresa esperaria de uma consultoria da qualidade?

- Melhoria dos processos de trabalho
- Padronização dos processos de trabalho
- Monitoramento de indicadores
- Melhoria dos serviços
- Satisfação dos clientes
- Fidelização dos clientes
- Saúde financeira da instituição

4.1.3 Concorrência

SEBRAE, atá consultores, os dois são fortes concorrentes tem vários clientes são muito conhecidos pelo desempenho e qualidade dos serviços oferecidos.

4.1.4 Produtos e Serviços Oferecidos

O serviço oferecido será bom para a empresa que contratar e para os colaboradores, esse serviço ajuda no relacionamento com os funcionários e chefes melhorando assim o desempenho da empresa e os resultados.

4.1.5 Características do produto ou serviço

O serviço prestado pela DM Consultoria de gestão de qualidade será consultorias e treinamentos em hospitais, clínicas e laboratórios da região. O serviço prestado serão Consultorias e treinamentos tanto presenciais quanto digital. As consultorias serão feitas em forma de consultas e os treinamentos de serão para qualificação.

4.1.6 Estratégia do produto ou serviço

A estratégia do escritório é atender presencialmente ou digital fazendo consultoria e treinamento com dinâmicas para que os clientes fiquem sempre satisfeitos com o serviço prestado.

4.1.7 Ciclo de Vida do Produto

O serviço está em fase de introdução, pois, a saúde está sempre á procura da qualidade, com isso o escritório dará às empresas um aumento na satisfação de seus clientes.

4.1.8 Estratégias de Comunicação Utilizadas na Divulgação

As estratégias de divulgação do escritório será via Internet, propagandas, Sites, jantares com os proprietários e gestores das empresas.

4.1.9 Canais de Distribuição a Serem Utilizados

O Escritório físico ficará localizado em Umuarama- PR, mas pretende expandir para todo o estado do Paraná por consultorias online, e consultas no site, também com a futura expansão do negocio poderá abrir novas filiais.

4.1.10 Estratégia de Preços

Os preços do escritório serão no nível médio, as formas de pagamentos serão por boletos, cartão de crédito, os prazos de pagamentos serão 30/60. O valor das consultorias será de 120,00 reais por hora e os treinamentos 2.500,00 a cada 4 horas de treinamento.

4.1.11 Definição da Marca do Negócio e/ou Produtos/Serviços

O nome da empresa é relacionado aos nomes das sócias.

4.1.12 Estratégias de Posicionamento/Imagem em Relação ao Mercado

O escritório se posiciona como uma consultoria voltada a empresas da cadeia de saúde.

5 PLANO OPERACIONAL

O planejamento operacional são os planos de trabalho de todos os setores que visam detalhar os planos táticos em forma de atividades a serem realizadas nos setores, são nos setores que essas metas se transformam em ações e resultados positivos para a empresa.

O Planejamento visa gerar resultados a curto prazo, ele também cuida das atividades de rotina da empresa, garantindo que os colaboradores cumpram com suas reponsabilidades de acordo com a política da empresa. É um plano voltado em maximizar resultados por isso é o mais detalhado entre os demais planos.



Figura 01: Planta baixa do escritório.

Fonte: Floorplanner renderizar em 2D e 3D

5.1 Volume de produção/atendimento inicial

O atendimento inicial do escritório será pouco até conseguir muitos clientes fazendo assim aumentar a procura pelos serviços prestados.

5.2 Plano de Pessoal

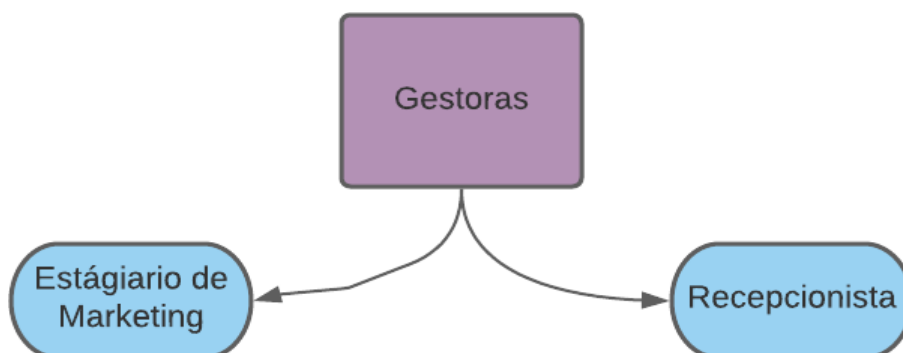
Função	Quantidade	Qualificação	Remuneração
Gestoras	02	Pós-Graduadas em processos gerenciais	R\$ 2.000
Estagiário de Marketing	01	Cursando Marketing	R\$ 600,00
Recepcionista	01	Ensino Médio Completo	R\$ 1.700,00

FONTE: Autores (2020)

As Gestoras ficarão com a parte de fazer visitas nos laboratórios e Hospitais, já o estagiário de Marketing ficará com a parte de divulgar o consultório, Recepcionista atenderá telefone, marcará visitas e receberá clientes quando fizerem uma visita ao escritório, fazer café ou chá dos colaboradores e visitantes.

5.3 Organograma:

Um organograma é aquele que representa a estrutura de uma organização, em outras palavras é uma representação gráfica clássica de estrutura organizacional.



FONTE: Autores 2020

6 AVALIAÇÃO

O investimento fixo do Escritório será de 57.000,00 como mostra a planilha.

Investimento fixo são os investimentos correspondentes aos bens que deve ser adquirido para o funcionamento do negócio.

INVESTIMENTO FIXO		
DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%*
Construções	-	4,0%
Máquinas e Equipamentos	200,00	10,0%
03 telefones fixos	200,00	
Móveis e Utensílios	5.600,00	10,0%
10 cadeiras	100,00	
03 mesas	1.000,00	
03 Armários	3.000,00	
01 Balcão	1.000,00	
01 pia	300,00	
01 fogão	200,00	
Computadores	6.200,00	20,0%
02 computadores	5.000,00	
01 computador (Recepção)	1.200,00	
Taxa de Franquia	-	0,0%
Veículos	45.000,00	20,0%
01 carro médio	45.000,00	
Outros	-	0,0%
Total Investimento Fixo	57.000,00	901,67

Fonte: Autores (2020).

DRE

A DRE mais conhecido como Demonstração do resultado do exercício tem como objetivo demonstrar contábil, é uma dinâmica projetada para formação de lucro líquido, que deve ser calculado comparando receitas, custos e resultados de acordo com o regime para alterar no período de um ano.

ESTRUTURA GERENCIAL DE RESULTADOS

DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%
1. Receita Total	36.400,00	100,00%
Vendas (à vista)	36.400,00	100,00%
Vendas (a prazo)	0,00	0,00%
2. Custos Variáveis Totais	11.648,00	32,00%
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria + Custo do Serviço)	0,00	0,00%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IPI ou SUPER SIMPLES)	10,00% 3.640,00	10,00%
Impostos Estaduais (ICMS)	6.552,00	18,00%
Imposto Municipal (ISS)	4,00% 1.456,00	4,00%
Previsão de Inadimplência	0,00% 0,00	0,00%
<u>Comissões</u>	0,00	0,00%
<u>Cartões de Crédito e Débito</u>	0,00	0,00%
<u>Outros Custos Variáveis</u>	0,00	0,00%

3. Margem de Contribuição	24.752,00	68,00%
----------------------------------	------------------	---------------

4. Custos Fixos Totais	13.508,13	37,11%
Mão-de-Obra + Encargos	3.160,46	8,68%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	2.220,00	6,10%
Água	126,00	0,35%
Luz	300,00	0,82%
Telefone	800,00	2,20%
Contador	400,00	1,10%
Despesas com Veículos	1.000,00	2,75%
Material de Expediente e Consumo	300,00	0,82%
Aluguel	1.000,00	2,75%
Seguros	250,00	0,69%
Propaganda e Publicidade	1.500,00	4,12%
Depreciação Mensal	901,67	2,48%
Manutenção	50,00	0,14%
Condomínio	0,00	0,00%
Despesas de Viagem	1.500,00	4,12%
Serviços de Terceiros	0,00	0,00%
Ônibus, Táxis e Selos	0,00	0,00%
<u>Outros Custos Fixos</u>	0,00	0,00%

5. Resultado Operacional	11.243,87	30,89%
---------------------------------	------------------	---------------

6. Investimentos	0,00	0,00%
Financiamento	0,00	0,00%

7. Imposto Renda Pessoa Jurídica e Contribuição Social (Presumido/Real)	0,00	0,00%
Imposto de Renda Pessoa Jurídica - IRPJ	-	0,00%
Contribuição Social - CS	-	0,00%

8. Resultado Líquido Financeiro	11.243,87	30,89%
--	------------------	---------------

Indicadores

Os indicadores financeiros são utilizados para medir o desempenho e mostrar o quão saudável está a situação financeira da sua empresa.

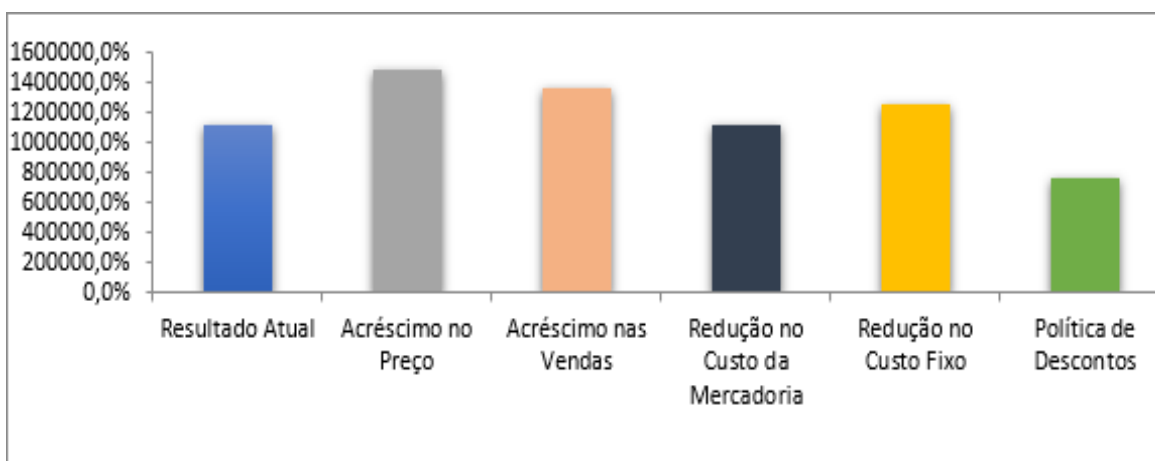
Acréscimo no Preço		10,0%
Receita	40.040,00	
Custo Variável	11.648,00	
Custo Fixo	13.508,13	
Resultado Operacional	14.883,87	
Investimentos	-	
Resultado Final	14.883,87	

Acréscimo nas Vendas		10,0%
Receita	40.040,00	
Custo Variável	12.812,80	
Custo Fixo	13.508,13	
Resultado Operacional	13.719,07	
Investimentos	-	
Resultado Final	13.719,07	

Redução no Custo da Mercadoria		10,0%
Receita	36.400,00	
Custo Variável	11.648,00	
Custo Fixo	13.508,13	
Resultado Operacional	11.243,87	
Investimentos	-	
Resultado Final	11.243,87	

Redução no Custo Fixo		10,0%
Receita	36.400,00	
Custo Variável	11.648,00	
Custo Fixo	12.157,31	
Resultado Operacional	12.594,69	
Investimentos	-	
Resultado Final	12.594,69	

Política de Descontos		10,0%
Receita	32.760,00	
Custo Variável	11.648,00	
Custo Fixo	13.508,13	
Resultado Operacional	7.603,87	
Investimentos	-	
Resultado	7.603,87	



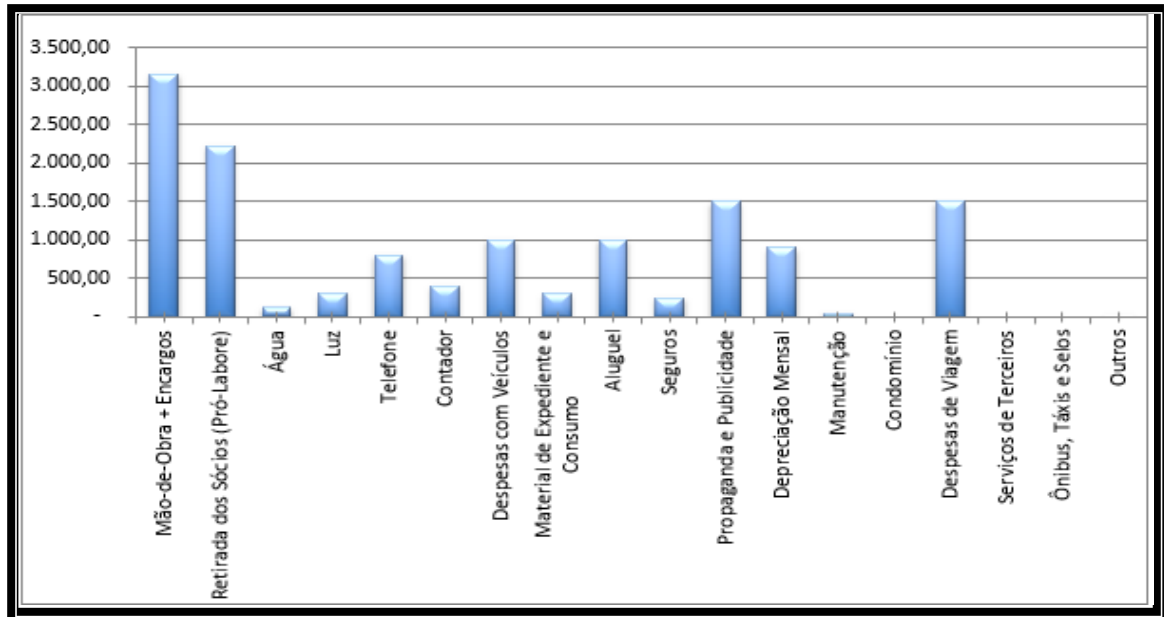
FONTE: Autores (2020)

Custos Fixos

Custos fixos são os gastos no qual nunca há variações de valores, se mantem os mesmos valores sem que haja alterações com o passar de algum tempo.

CUSTOS FIXOS

Discriminação	Valor R\$
Mão-de-Obra + Encargos	3.160,46
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	2.220,00
Água	126,00
Luz	300,00
Telefone	800,00
Contador	400,00
Despesas com Veículos	1.000,00
Material de Expediente e Consumo	300,00
Aluguel	1.000,00
Seguros	250,00
Propaganda e Publicidade	1.500,00
Depreciação Mensal	901,67
Manutenção	50,00
Condomínio	
Despesas de Viagem	1.500,00
Serviços de Terceiros	
Ônibus, Táxis e Selos	
Outros	-



Fonte: Autores (2020).

7 CONCLUSÃO

Através de pesquisas mercadológicas e planilhas obteve-se a visualização da viabilidade desse empreendimento, foi utilizado plano mercadológico para se ter contato com o público alvo e empreendedores, podendo visualizar as vantagens e desvantagens do negócio, assim tendo interação com clientes e suas vontades. As planilhas colaboraram para analisar a viabilidade da abertura desse empreendimento.

Utilizado um formulário podendo responder através de tele móveis e outros meios eletrônicos, foi feito o plano mercadológico onde o público alvo colaborou com respostas viabilizando o projeto.

O empreendimento é viável a TIR como mostra a planilha em 157,14%, o retorno do escritório será em 10 meses, o VPL positivo mostra a viabilidade do investimento e futuramente os investidores terão lucro. Foi concluída a total importância o estudo da viabilidade do empreendimento, para que não haja conflitos entre os sócios, e que haja total finalidade de tal negócio.

1 REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS UNIVERSIDADES PRIVADAS.

Dados. Disponível em:

<www.anup.com.br>. Acesso em: 20 nov. 2014.

ARRUDA, José Ricardo Campelo. **Políticas & indicadores da qualidade na educação superior**. Rio de Janeiro: Dunya; Qualitymark, 1997.

BASTOS, Antonio V. B. Comprometimento organizacional: um balanço dos resultados e desafios que cerca essa tradição de pesquisa. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 33, n. 3, p. 52-64, 1993.

Comprometimento no trabalho: a estrutura dos vínculos do trabalhador com a organização, a carreira e o sindicato. Brasília: 1994. Tese (doutorado), Universidade de Brasília.

BLAU, G. The measurement and prediction of career commitment. **Journal of Occupational Psychology**, v. 58, p. 277-288, 1985.

CANDIDA, Maria das Graças. **Diagnóstico Ambiental:** aplicação da etapa inicial de um modelo do planejamento estratégico para instituição de ensino superior da iniciativa privada: o caso da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel. Cascavel: 2001. Monografia (graduação), União Educacional de Cascavel.

CARDOSO, Olga Regina, **Foco da qualidade total de serviços no conceito do produto ampliado**. Florianópolis: 1995. Tese (doutorado), departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina.

COSTA, Vânia M. F. **As influências de um programa de participação nos resultados no comprometimento organizacional:** o caso de uma empresa gaúcha do ramo moveleiro. Florianópolis: 2000. Dissertação (mestrado), Universidade Federal de Santa Catarina.

GIL, Antônio Carlos. **Gestão de pessoas:** enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2001.

SEBRAE – SERVIÇO DE APOIO À PEQUENA EMPRESA NO PARANÁ.

Disponível em:

[http://www.sebraepr.com.br/gc/images/Plano_de_%20Negocios v15.zip](http://www.sebraepr.com.br/gc/images/Plano_de_%20Negocios%20v15.zip)

Acesso em: 22 de nov. 201

