

Escola Estadual de Educação Profissional de Dom Pedrito

Curso Técnico de Administração

PLANO DE NEGÓCIO

Dom Pedrito

Julho/2013

**CLUBE DA FAXINA**

 Projeto de Criação de Empresa apresentado as disciplinas do Modulo I/II/III como projeto experimental do Curso Técnico em Administração de Empresas.

Dom Pedrito

Julho/2013

Escola Estadual Profissional de Dom Pedrito

Curso Técnico de Administração

ANDRESSA ALAUZ SCHLESNER

AMANDA SILVA GULARTE

CAROLINE PEREIRA ANTUNES

MÁRCIA OLIVEIRA LEAL

PROFESSOR ORIENTADOR

FÁBIO JOSENDE PAZ

DOM PEDRITO/2013

**SUMÁRIO**

[SUMÁRIO EXECUTIVO 6](#_Toc359327083)

[CONCEITO DO NEGÓCIO 6](#_Toc359327084)

[- EQUIPE DE TRABALHO 6](#_Toc359327085)

[- MERCADO E COMPETIDORES 6](#_Toc359327086)

[- MARKETING E VENDAS 6](#_Toc359327087)

[- ESTRUTURA E OPERAÇÕES 7](#_Toc359327088)

[- ANALISE FINANCEIRA 7](#_Toc359327089)

[2- CONCEITOS DO NEGÓCIO 7](#_Toc359327090)

[2.1 MISSÃO 8](#_Toc359327091)

[2.2 VISÃO 8](#_Toc359327092)

[2.3 VALORES 8](#_Toc359327093)

[2.4 SERVIÇO 9](#_Toc359327094)

[2.5 PRODUTO 9](#_Toc359327095)

[3 TIME GERENCIAL 9](#_Toc359327096)

[4 MERCADO E COMPETIDORES 11](#_Toc359327097)

[4.1 ANALISE SETORIAL 11](#_Toc359327098)

[4.2 MERCADO ALVO 11](#_Toc359327099)

[4.3 PROJEÇÃO DE VENDAS E MARKET SHARE 11](#_Toc359327100)

[4.4 COMPETIDORES 13](#_Toc359327101)

[4.5 VANTAGEM COMPETITIVA 13](#_Toc359327102)

[5 MARKETING E VENDAS 13](#_Toc359327103)

[5.1 PRODUTO (SERVIÇO) 13](#_Toc359327104)

[5.2 PRAÇA 14](#_Toc359327105)

[5.3 PROMOÇÃO 14](#_Toc359327106)

[5.4 PREÇO 15](#_Toc359327107)

[6 ESTRUTURA E OPERAÇÕES 15](#_Toc359327108)

[6.1 LOCALIZAÇÃO E INFRAESTRUTURA 15](#_Toc359327109)

[6.2 PARCEIROS ESTRATÉGICOS/ FORNECEDORES/ 15](#_Toc359327110)

[6.3 RECURSOS HUMANOS 15](#_Toc359327111)

[7 ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO 22](#_Toc359327112)

[7.2 CRONOGRAMA 23](#_Toc359327113)

[8 PLANEJAMENTO FINANCEIRO 23](#_Toc359327114)

[8.1 INVESTIMENTOS INICIAIS 23](#_Toc359327115)

[8.2 DESPESAS FIXAS 24](#_Toc359327116)

[8.3 PROJEÇÕES DE VENDAS E CUSTOS 25](#_Toc359327117)

[9 CONCLUSÃO 27](#_Toc359327118)

# SUMÁRIO EXECUTIVO

# CONCEITO DO NEGÓCIO

A prestadora de serviços denominada Clube da Faxina tem como proposta fornecer a população pedritense, serviços de diaristas, seja para residências ou comércios, e utilizando em seus serviços alguns produtos de limpeza ecológicos. A empresa pretende levar em consideração o ambiente em que será prestado o serviço, bem como as necessidades de freqüência da realização deste, visando o tempo gasto em cada local de serviço prestado, tendo como compromisso principal a qualidade e a responsabilidade com o cliente.

# - EQUIPE DE TRABALHO

Nossa equipe conta com uma proprietária e também conta inicialmente três profissionais para a realização das faxinas.

# - MERCADO E COMPETIDORES

A carência de empresas neste setor e a demanda cada vez mais visível justificam a implantação de uma empresa que presta serviços de diaristas em nossa cidade.

# - MARKETING E VENDAS

Baseia-se no diferencial do nosso produto. Devido a necessidade existente deste serviço no município e sendo a única empresa a prestar serviços de diaristas em residências, oferecemos um produto de qualidade e confiança aos clientes, dentro da estratégia dos 4Ps.

# - ESTRUTURA E OPERAÇÕES

A empresa será localizada na Rua dos Trabalhadores, nº XX, no Bairro Getulio Vargas, Dom Pedrito/RS, CEP: 96450-000 onde terá sede própria cedida pela proprietária, os custos fixos como água, luz, telefone e internet serão rateados do local.

# - ANALISE FINANCEIRA

Para a criação da empresa será necessário um investimento de R$ 30.000,00 sendo que deste valor será retirado o valor para compra de materiais para estoque, documentos para legalização da empresa, marketing, entre outros.

Ainda não existe uma data prevista para a inauguração do empreendimento, mas feita a análise dos dados financeiros, o retorno do investimento está previsto para ocorrer em apenas 11 meses, considerando uma lucratividade de 29,37% e rentabilidade de 9,16%.

# 2- CONCEITOS DO NEGÓCIO

O projeto Clube da Faxina foi criado em 2012, com o objetivo de valorizar mais as empregadas domésticas, garantindo seus direitos trabalhistas. Sabendo do potencial que a empresa possui, a idéia é fomentar esse mercado gerando às empresas e residências uma fonte confiável que lhes preste um serviço de qualidade com responsabilidade. Quando os primeiros resultados positivos forem vistos, este mercado atrairá mais clientes, e o Clube da Faxina estará pronto para suprir suas necessidades, sempre focando na qualidade do serviço prestado.

Nosso projeto também tem como foco a preocupação com o meio ambiente, quando fornecemos em nossos serviços todos os materiais de limpeza, onde as embalagens vazias terão o descarte correto e também será utilizado um detergente 100% ecológico.

Segundo dados do IBGE 2010, 130 mil pessoas deixaram o trabalho doméstico o que se tornou um ponto positivo para o Clube da Faxina, pois uma vez que houver escassez de empregadas domésticas aumenta a demanda por diaristas, consecutivamente aumentando o número de serviços prestados pela empresa.

## 2.1 MISSÃO

Nossa missão é prestar serviços domésticos com qualidade, comodidade, segurança e bem estar aos nossos clientes, de forma única e personalizada.

## 2.2 VISÃO

Ser líder de mercado, aumentar a mão de obra e a qualificação destacando-se na prestação de serviços de diaristas, utilizando alguns produtos sustentáveis, preocupando-se com o meio ambiente, tendo certeza da qualidade do serviço prestado.

## 2.3 VALORES

Criatividade, Agilidade, Comportamento Ético, Espírito de Equipe, Comprometimento, Qualidade, Responsabilidade Social, Respeito ao Meio Ambiente, Saúde e Segurança dos Colaboradores, Modernidade e Confiabilidade de nossos Clientes.

## 2.4 SERVIÇO

Nossos profissionais admitidos para atuação nos serviços de limpeza e conservação recebem treinamento interno, onde são ministradas técnicas para uso, aplicação e manuseio dos mais diversos tipos de materiais de limpeza e equipamentos, operacionalizando os serviços de limpeza com o mais alto padrão de qualidade, planejando e organizando o método de trabalho, evitando interferência na atividade do cliente;

Para prestação dos serviços, além de equipamentos e utensílios convencionais, utilizamos o que existe de mais moderno disponível no mercado, visando a qualidade total. Utilizamos produtos de primeira linha, bio degradáveis, neutros e não tóxicos.

## 2.5 PRODUTO

Nosso produto nada mais é do que o serviço prestado tendo seu foco em residências, porém, abrange também as empresas locais tais como bancos, escritórios, lojas, etc.

# 3 TIME GERENCIAL

A equipe de gestão é bastante diversificada e experiente, tendo uma formação acadêmica bastante completa, e experiências diversificadas, especialmente na área de administração.

**Márcia Oliveira Leal, 30 Anos, Diretora Financeira e Diretora de Marketing**

* Experiência
* Trabalhou por 2 anos como gerente financeira do Banco do Brasil.
* Educação
* Graduação em Administração - UFSM

**Márcia Leal, 30 Anos, Administradora Geral**

* Experiência
* Ocupa cargos de gerencia administrativa a 3 anos.
* Educação
* Graduação em Administração – UFSM

**Márcia Leal, 30 Anos, Diretora RH**

* Experiência
* Trabalhou por 2 anos como Diretora de Recursos Humanos em uma Rede de Supermercados.
* Educação
* Graduação em Administração– UFSM

# 4 MERCADO E COMPETIDORES

## 4.1 ANALISE SETORIAL

A Proposta de Emenda à Constituição (PEC) n° 66/2012 foi promulgada no início do mês de abril e muitas famílias se questionam se poderão ou não manter o trabalho de empregados domésticos em suas residências. Segundo o Instituto Doméstica Legal, a nova lei que dá à categoria direitos semelhantes aos de qualquer trabalhador contratado sob-regime de Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) poderá aumentar em 36% o custo do trabalho doméstico para os empregadores. Tal aumento poderá fazer com que algumas famílias demitam seus funcionários e passem a utilizar serviços temporários, como diaristas; aumentando então a demanda de serviços prestados do Clube da Faxina.

## 4.2 MERCADO ALVO

Sabendo, a partir de dados do IBGE, nosso município conta com 38.880 habitantes, 15.208 residências ocupadas e segundo CDL Dom Pedrito o município conta com 1.419 empresas; o Clube da Faxina vem com a proposta de fornecer o serviço de diarista, com qualidade no atendimento, custo acessível também se preocupando com o meio ambiente. Nosso público alvo serão as residências levando em consideração que a empresa pretende também oferecer seu serviço às empresas locais.

Lista de Empresas potenciais

Lista de escolinhas

Licitações da prefeitura e câmara de vereadores

## 4.3 PROJEÇÃO DE VENDAS E MARKET SHARE

Como o município conta com 1.419 empresas o Clube da Faxina pretende atender 1% deste público, totalizando 14 empresas por mês; e das 15.208 residências, se quer atender 0,5% destas, resultando no número de 76 casas atendidas mensalmente.

Baseado nestes dados foi realizada uma pesquisa onde foram entrevistados 15 comércios e 30 residências, como mostram os gráficos abaixo, respondendo as seguintes perguntas:

1. Seria de seu interesse se em Dom Pedrito houvesse uma empresa que ofereça diaristas com qualificações e confiabilidade?
2. Em todas as vezes que precisou dos serviços de uma diarista encontrou pessoas capacitadas e confiáveis com facilidade?
3. Você contrataria pelo menos duas vezes ao mês uma diarista?

## 4.4 COMPETIDORES

A concorrência na região é pouca, sendo que no município não existem competidores diretos, já que a única empresa que presta serviços domésticos tem como publico alvo somente as empresas do comércio local, sendo este nosso único concorrente, indireto.

|  |  |
| --- | --- |
|  | Concorrente X |
| Pontos Fortes | Qualidade do serviço prestado, tempo no mercado de trabalho. |
| Pontos Fracos | Não presta serviços a residências, e não há flexibilidade do horário. |

## 4.5 VANTAGEM COMPETITIVA

A principal vantagem competitiva do Clube da Faxina oferecida a seus clientes em comparação aos concorrentes é o serviço prestado as residências locais e a flexibilidade de horário no atendimento aos comércios, a empresa atenderá em qualquer horário que for solicitada, entrando em acordo com o cliente.

Também serão atrativos adicionais o detergente ecológico e todos os materiais de limpeza dos quais a empresa oferecerá ao ser contratada, não deixando de se preocupar com a qualidade e responsabilidade no serviço prestado.

# 5 MARKETING E VENDAS

As estratégias de marketing utilizadas para promover a empresa Clube da Faxina foram baseadas nos quatro P’s, produto, preço, praça e propaganda/comunicação.

## 5.1 PRODUTO (SERVIÇO)

O Clube Da Faxina fornecerá uma gama completa de serviços de limpeza com alto padrão de qualidade em residências, onde limparemos todos os aparelhos e armários na cozinha, bem como limpeza de pia e chão, limparemos banheiros, incluindo desinfecção e tratamento de qualquer mofo no mesmo, limpamos o pó em todas as salas, limpamos interruptores, quadros de parede, etc, aspiramos, varremos e esfregamos, além de uma ampla variedade de outras tarefas de limpeza em casa; e em empresas, que além de oferecermos flexibilidade no horário conforme o cliente necessitar, em função do comércio trabalhar em horário comercial disponibilizaremos ainda, de uma equipe especializada na limpeza de comércios e escritórios.

## 5.2 PRAÇA

O Clube da Faxina está localizado na Rua dos Trabalhadores, nº XX, no Bairro Getulio Vargas, Dom Pedrito/RS, CEP: 96450-000, este local foi escolhido por se tratar de ser propriedade própria de uma das sócias, não precisando pagar aluguel, facilitando os custos da empresa e não dificultando na locomoção das diaristas por haver transporte próprio para levá-las as empresas ou residências onde prestarão os serviços.

## 5.3 PROMOÇÃO

Para conquistar e fidelizar os clientes, investiremos em cartões de visita, panfletos, folders e propagandas na mídia impressa e divulgações em redes sociais.

Através de um banco de dados, estaremos sempre em contato com nossos clientes para mantê-los informados sobre pacotes promocionais que a empresa disponibilizará, como por exemplo: *“Traga um novo cliente e ganhe desconto em sua próxima faxina”.*

Manter total qualidade em nossos serviços é o meio para garantir o que o marketing boca a boca possa ser a principal promoção da empresa, pois para os consumidores de serviços, é o marketing mais confiável.

## 5.4 PREÇO

O preço do nosso serviço torna-se justo pelo fato de que o cliente ao solicitar a diarista pela empresa não terá vinculo empregatício, o cliente não se preocupa com absolutamente nada, por que até mesmo os materiais são fornecidos para a limpeza, sem contar que o Clube da Faxina se preocupa com o meio ambiente utilizando detergente ecológico. Conclui-se que o valor final por peça é justo pois cobre os custos da empresa e também os direitos empregatícios das funcionárias.

# 6 ESTRUTURA E OPERAÇÕES

## 6.1 LOCALIZAÇÃO E INFRAESTRUTURA

A empresa Clube da Faxina será instalada em um espaço de aproximadamente 8m², anexado à residência de uma das sócias, onde o mesmo contará com um depósito, um banheiro e um escritório, localizada na Rua dos Trabalhadores, nº xx no bairro Getúlio Vargas, em Dom Pedrito-Rs. Este espaço foi escolhido por ser de propriedade de uma das sócias, e com isso não será necessário o pagamento de aluguel.

## 6.2 PARCEIROS ESTRATÉGICOS/ FORNECEDORES/

Os produtos de limpeza utilizados nas faxinas serão fornecidos por dois distribuidores quinzenalmente. Sendo que, todos serão armazenados de forma correta, dispostos em prateleiras, ficando ordenados de maneira a qual facilite o acesso a eles.

O detergente ecológico, produto de marca própria, será fabricado de acordo com a demanda.

Lista de fornecedores

## 6.3 RECURSOS HUMANOS

A empresa contará com uma administradora geral, uma diretora de marketing e finanças, uma diretora de RH e mais três pessoas contratadas para a realização das faxinas, formando-se assim uma equipe competente e muito bem treinada para melhor atender aos clientes.

Segue abaixo a Descrição dos Cargos:

|  |
| --- |
| Identificação do cargo |
| Título: Diretor Financeiro Setor: AdministrativoSubordinação: Não há Subordinados: Diaristas |
| Objetivo do cargo |
| Gerenciar todos os custos da empresa. |
| Responsabilidades |
| 1. Cuidar dos Pagamentos e Recebimentos
 |
| Principais Tarefas e Atribuições |
| * Resolver problemas bancários;
* Resolver problemas computacionais financeiros.
* Lançar o número de serviços prestados pela empresa.
 |
| Requisitos necessários para o cargo |
| Escolaridade: Graduação em AdministraçãoConhecimento: Experiência em finanças.Organização, trabalho em equipe, administração do tempo, disponibilidade, empatia, flexibilidade, facilidade de comunicação, raciocínio lógico, bom senso. .Atitudes: Multifuncionalidade, pro atividade, iniciativa, foco nos resultados, ética, sigilo, motivação, pontualidade. |

|  |
| --- |
| Identificação do cargo |
| Título: Diretor de Marketing Setor: AdministrativoSubordinação: Não há Subordinados: Diaristas |
| Objetivo do cargo |
| Cuidar da imagem e divulgação da empresa |
| Responsabilidades |
| 1. Cuidar do numero de cartões de visita a serem feitos.
2. Cuidar a conservação do logotipo da empresa.
3. Responsabilidade em gerenciar as páginas virtuais da empresa.
 |
| Principais Tarefas e Atribuições |
| * Resolver problemas com fornecedores dos panfletos.
* Identificar necessidades da imagem da empresa.
* Lançar pacotes promocionais
 |
| Requisitos necessários para o cargo |
| Escolaridade: Graduação em AdministraçãoConhecimento: Especialização em Marketing. Organização, trabalho em equipe, administração do tempo, disponibilidade, empatia, flexibilidade, facilidade de comunicação, raciocínio lógico, bom senso. .Atitudes: Multifuncionalidade, pro atividade, iniciativa, foco nos resultados, ética, sigilo, motivação, pontualidade. |

|  |
| --- |
| Identificação do cargo |
| Título: Administradora Geral Setor: AdministrativoSubordinação: Não há Subordinados: Diaristas  |
| Objetivo do cargo |
| Gerenciar a Empresa |
| Responsabilidades |
| 1 Cuida da parte Operacional 2 Responsável pelos Materiais e Logística da Empresa |
| Principais Tarefas e Atribuições |
| * Distribuição das tarefas
* Ministrar cursos de qualificação
* Cuida dos serviços prestados
* Atualiza o cadastro de fornecedores
 |
| Requisitos necessários para o cargo |
| Escolaridade: Graduação em AdministraçãoConhecimento: em gerenciasOrganização, trabalho em equipe, administração do tempo, disponibilidade, empatia, flexibilidade, facilidade de comunicação, raciocínio lógico, bom senso. .Atitudes: Multifuncionalidade, pro atividade, iniciativa, foco nos resultados, ética, sigilo, motivação, pontualidade. |

|  |
| --- |
| Identificação do cargo |
| Título: Diretora de RH Setor: AdministrativoSubordinação: Não há Subordinados: Diaristas |
| Objetivo do cargo |
| Cuidar dos interesses dos funcionários. |
| Responsabilidades |
| 1. Currículos de Funcionários
2. Estimulo e Motivação de Funcionários.
 |
| Principais Tarefas e Atribuições |
| * Resolver problemas dos funcionários ligados a empresa.
* Cuidar do cadastro de funcionários para que esteja sempre atualizado.
 |
| Requisitos necessários para o cargo |
| Escolaridade: Graduação em AdministraçãoHabilidades: inter-pessoalOrganização, trabalho em equipe, administração do tempo, disponibilidade, empatia, flexibilidade, facilidade de comunicação, raciocínio lógico, bom senso. .Atitudes: Multifuncionalidade, pro atividade, iniciativa, foco nos resultados, ética, sigilo, motivação, pontualidade. |

|  |
| --- |
| Identificação do cargo |
| Título: Diaristas Setor: Subordinação: Diretor Administrativo, RH, Marketing, Financeiro Subordinados: Não há |
| Objetivo do cargo |
| Realizar as faxinas  |
| Responsabilidades |
| 1. Manter o alto nível de qualidade nos serviços prestados.
2. Cumprir o horário
3. Sigilo
4. Responsabilidade com o emprego.
5. Respeitar o uso do uniforme.
 |
| Principais Tarefas e Atribuições |
| * Atender clientes quando solicitado.
* Prestar seu serviço com qualidade e rapidez
 |
| Requisitos necessários para o cargo |
| Escolaridade: Ensino Médio Habilidades: técnicas Organização, trabalho em equipe, administração do tempo, disponibilidade, empatia, flexibilidade, facilidade de comunicação, raciocínio lógico, bom senso. Atitudes: Multifuncionalidade, pro atividade, iniciativa, foco nos resultados, ética, sigilo, motivação, pontualidade. |

# 7 ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO

Inicialmente planeja-se uma estratégia de crescimento na cidade de Dom Pedrito, onde pretende-se estabelecer como uma marca consolidada no mercado de prestação de serviços de diaristas. Após nossa consolidação no município pretendemos expandir para outras cidades da região.

|  |
| --- |
| AMBIENTE INTERNO |
|  | Pontos Fortes | Pontos Fracos |
| AMBIENTE EXTERNO | Oportunidades | **Horário diferenciado;****Limpezas Residenciais;****Fornecimento dos produtos de limpeza.** | **Maior abrangência de mercado, devido a nova lei das empregadas domésticas; Porém, maior custo com os direitos trabalhistas.** |
| Ameaças | **Surgimento de novos concorrentes, contudo é uma forma de nos destacarmos acrescentando valor ao mercado.** | **Contratação de pessoas com valores morais, o que gera um alto custo no treinamento das mesmas.** |

## 7.2 CRONOGRAMA

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **MES/ETAPAS** | **Maio**

|  |
| --- |
| **14/05 a 31/05** |

 | **Junho**

|  |
| --- |
| **01/06 a 30/06** |

 | **Julho**

|  |
| --- |
| **01/07 a 12/07** |

 |
| **Conceito de Negocio** | **14/05** |  |  |
| **Equipe de Trabalho** | **15/05** |  |  |
| **Mercado e Competidores** | **21/05** |  |  |
| **Marketing e Vendas** | **22/05** |  |  |
| **Estrutura e Operação** | **28/05** |  |  |
| **Estratégias de Crescimento** | **29/05** |  |  |
| **Planejamento Financeiro** |  | **04/06** |  |
| **Conclusão** |  | **05/06** |  |
| **Apresentação do Plano de Negócio** |  |  |  |

# 8 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

## 8.1 INVESTIMENTOS INICIAIS

O calculo do investimento inicial foi baseado no que necessita uma empresa para prestar serviços domésticos e que o estabelecimento seja implantado em imóvel cedido por uma das sócias. Para este estudo foi considerada a utilização de capital próprio, sem financiamento externo.

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| 1.INVESTIMENTO FÍSICO | **VALOR (R$)** |
| 1.1 Móveis e Utensílios | R$ 3.204,00 |
| 1.2 Uniformes | R$ 450,00 |
| 2.Subtotal  | **R$ 3.654,00** |
| 3.CAPITAL DE GIRO |  |
| 3.1 Despesas fixas p/ 3meses | R$ 24.676,32 |
| 3.2 Estoque Inicial | R$ 944,68 |
| 4.Subtotal  | **R$ 25.621,00** |
| 5.DESPESAS JURÍDICAS |  |
| 5.1 Documentação  | R$ 425,00 |
| 6.Subtotal  | **R$ 425,00** |
| 7.OUTROS GASTOS |  |
| 7.1 Despesas c/ Marketing | R$ 300,00 |
| 8.Subtotal  | **R$ 300,00** |
| 9.TOTAL (2+4+6+8) | **R$ 30.000,00** |

## 8.2 DESPESAS FIXAS

Os custos fixos abaixo foram divididos proporcionalmente pelo que é utilizado do imóvel cedido pela proprietária, em rateio.

|  |  |
| --- | --- |
| **Descrição** | **Valor** |
| Salários+Impostos | **R$ 3734,35** |
| Luz | **R$ 10,00** |
| Água | **R$ 8,00** |
| Telefone | **R$ 6,00** |
| Internet | **R$ 8,00** |
| Gasolina | **R$ 120,00** |
| Variáveis | **R$ 388,65** |
| Total | **R$ 4.275,00** |

## 8.3 PROJEÇÕES DE VENDAS E CUSTOS

A projeção de serviços prestados mensalmente é de 76 casas e 14 empresas totalizando aproximadamente 720 peças, onde teremos como custo por peça a ser limpa o valor de R$6,52 projeta-se 29,37% de lucro, ou seja, ter um lucro de R$6,48, cobrando então R$13,00 por peça.

|  |  |
| --- | --- |
| DESCRIÇÃO DO CUSTO POR PEÇA |  |
| Salário dos funcionários p/peça | R$5,19 |
| Desinfetante 100ml p/peça | R$0,10 |
| Sabão em pó p/peça | R$0,35 |
| Cera p/peça | R$0,43 |
| Água Sanitária p/peça | R$0,13 |
| Sacos de lixo p/peça | R$0,08 |
| Pastilhas p/ banheiro | R$0,24 |
| TOTAL | R$6,52 |

Como projeção pretende-se atender uma residência com 8 peças, tem-se como preço de custo R$52,16 e de lucro R$51,84, sendo então o preço da faxina para uma casa de 8 peças de R$104,00, para as empresas segue o mesmo valor, porém dependendo da dimensão da empresa poderá ocorrer desconto.

**Cálculo Faturamento mensal (baseado na estimativa de 90 clientes)**

**720 peças x R$ 13,00 = R$ 9.360,00**

A receita mensal será de R$9360,00 e as despesas de R$7.200,00 e tirando o pró labore que será de R$1.000,00 resta como lucro da empresa o valor de R$2.749,40. Sem mexer neste lucro por 11 meses se obterá o retorno financeiro do investimento; a partir daí o lucro da empresa será revertido somente para seu crescimento.

**Cálculo Lucro Líquido**

|  |  |
| --- | --- |
| Faturamento | R$9.360,00 |
| Impostos | (-)R$ 374,40 |
| Custos Fixos | (-)R$4.275,00 |
| Pró labore | (-)R$1.000,00 |
| Materiais de Limpeza | (-)R$961,20 |
| LUCRO LIQUIDO | R$ 2.749,40 |

**LUCRATIVIDADE**

Lucratividade= Lucro liquido X 100

 Receita Total

Lucratividade= 2.749,00 X100

 9.360,00

Lucratividade= 0,2937 X 100

Lucratividade= 29,37%

**RENTABILIDADE**

Rentabilidade= Lucro Liquido X 100

 Investimento Total

Rentabilidade= 2.749,40 X 100

 30.000,00

Rentabilidade= 0,09 X 100

Rentabilidade= 9,16 %

**PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO**

Prazo Ret. Inv. = Investimento Total

 Lucro Líquido

Prazo Ret. Inv. = 30.000,00

 2.749,40

Prazo Ret. Inv = 10,91 (11 meses)

Com base neste índice podemos afirmar que em um prazo de 14 meses, todo o capital investido pelo proprietário retornará em forma de lucros.

**PONTO DE EQUILIBRIO**

PE= Custos Fixos

 MCU

MCU= PVU –CVU

MCU= R$ 13,00 – R$ 6,52

MCU= R$ 6,48

PE= 4.275,00

 6,48

PE= 659,72 (660 peças)

# 9 CONCLUSÃO

Atualmente, a procura por novas alternativas de renda é grande e crescente, enquanto que a prestação de serviços de serviços domésticos que esteja nos padrões de qualidade e responsabilidade exigidos praticamente não existe. Desta forma, a atividade mostra ser uma boa oportunidade de investimento.

Este projeto teorizou sobre os principais itens que compõe os custos para a implantação, identificando e analisando-os de maneira clara e objetiva. Processou os dados que os custos e despesas em relação as receitas foram superiores com uma margem de lucratividade de 29,37% e demonstrou em tabelas seus resultados com a média de 76 residências e 14 empresas atendidas mensalmente.

Nota-se que os cálculos apontaram um bom lucro, porém cabe ressaltar que esse empreendimento trabalha com mão de obra treinada para a função. Esse diferencial está representado na qualidade do serviço prestado. E o retorno está representado no preço pago pelo serviço.

Conclui-se que o empreendimento é rentável, porém depende da aceitação da comunidade pedritense e da demanda de pedidos, visto que a prestação de serviços será por agendamento, a menos que a funcionária esteja disponível no momento que for solicitada de imediato para prestar o serviço, jamais deixando de atender os clientes mensais, fiéis.