

CENTRO PAULA SOUZA
Faculdade de Tecnologia de Praia Grande
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial

ANA CAROLINA SILVA
EDSON LEANDRO FERREIRA VEDOR
PATRICIA KELLY DE S. DOMINGUES

PLANO DE NEGÓCIOS: LONGEVITÀ DAY CARE



Praia Grande – SP
JUNHO / 2024

ANA CAROLINA SILVA
EDSON LEANDRO FERREIRA VEDOR
PATRICIA KELLY DE S. DOMINGUES

PLANO DE NEGÓCIOS: LONGEVITÀ DAY CARE

Trabalho de Conclusão de Curso, com foco em negócios, apresentado à Faculdade de Tecnologia de Praia Grande, como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial.

Orientador: Professora Dra. Luciana Nogueira Lobo Marcondes

Praia Grande – SP

JUNHO/2024

Silva, Ana Carolina; Vedor, Edson Leandro Ferreira; Domingues, Patrícia Kelly de Souza.

Plano de negócios: Longevittá Day Care / Silva, Ana Carolina; Vedor, Edson Leandro Ferreira; Domingues, Patrícia Kelly de Souza – Praia Grande. - 2024.
135f.: il.

Plano de negócios (Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial) – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza - Faculdade de Tecnologia de Praia Grande (FATEC Praia Grande), 2024.

Orientador: Luciana Nogueirol Lobo Marcondes.

1. Day-care. 2. Creche para idosos. 3. Público sênior. I Título. II Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – FATEC Praia Grande.

ANA CAROLINA SILVA
EDSON LEANDRO FERREIRA VEDOR
PATRICIA KELLY DE S. DOMINGUES

PLANO DE NEGÓCIOS: LONGEVITÀ DAY CARE

Trabalho de Conclusão de Curso, com foco em negócios, apresentado à Faculdade de Tecnologia de Praia Grande, como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial.

Praia Grande, 17, Junho, 2024.

Banca Avaliadora

Orientador: Professora Dra. Luciana
Nogueirol Lobo Marcondes
FATEC de Praia Grande
Presidente

Professor Mestre Norberto Luiz de França Paul
FATEC de Praia Grande

Professor Dr. Carlos Eduardo Dezan
Scopinho
FATEC de Praia Grande

Praia Grande – SP
JUNHO / 2024

Dedicamos esse trabalho, em primeiro lugar a Deus, que nos sustentou, familiares e amigos que nos motivaram, e aos nossos mestres, que com muita dedicação e excelência nos prepararam para trilhar um novo caminho no competitivo mercado de trabalho.

AGRADECIMENTOS

O grupo em primeiro lugar, agradece a Deus, que até aqui nos guardou, protegeu e sustentou para que chegássemos ao final de mais uma etapa, fechando um importante ciclo nas nossas vidas.

A Ana Carolina Silva: agradece seu marido Henrique Escobar Hornos, pela dedicação durante todos os anos de faculdade, agradece a sua filha Mariana Silva Escobar Hornos pela paciência em sua ausência durante esse tempo todo, agradece ainda seus sogros Sonia Regina Escobar Hornos e Valdir Hornos por cuidarem da sua filha enquanto ela estava na faculdade.

O Edson Leandro Ferreira Vedor: agradece a seus pais, Nelson Joaquim Vedor (in memoriam) e Ana Maria Augusto Ferreira Vedor, sua esposa Renata Amaral Vieira de Souza Vedor, seus filhos Kauê Amaral Vieira de Souza Vedor e Julia Amaral Vieira de Souza Vedor, seu neto Théo Marquezin Vedor e sua nora Letícia Marquezin Baltazar, por toda motivação e compreensão pela ausência durante todos os anos de faculdade.

A Patricia Kelly de Souza Domingues: agradece a seus pais Arildo Pereira de Souza e Maria Izabel Moraes de Souza pelo incentivo e motivação durante todo o curso e dedica a eles esse diploma, a seu esposo Danilo Domene Domingues pela compreensão, auxílio e paciência principalmente em épocas de entregas de trabalhos e provas, e agradece as filhas Giovanna de Souza Domene Begliomini e Giulia de Souza Domene Domingues, que são em todo o tempo as suas maiores fontes de incentivo para enfrentar e transpor qualquer desafio, e seu genro Vitor Hugo Franco Begliomini Nicola pelo carinho e dedicação.

“Talvez não tenha conseguido fazer o melhor, mas lutei para que o melhor fosse feito. Não sou o que deveria ser, mas Graças a Deus, não sou o que era antes”.

(King, Marthin Luther)

RESUMO

O presente plano de negócio estuda a viabilidade operacional, mercadológica, econômica e financeira para abertura de um Day Care (creche para idosos) , na cidade de Praia Grande-SP, observado o crescimento de idosos na região, não apenas pela mudança da estrutura demográfica da população brasileira, mas também com o aumento da expectativa de vida. Essas mudanças acabaram alterando as demandas nomativas sobre as famílias e aumentando o interesse em melhor qualidade de vida dos idosos. As ofertas de cuidados hoje se limitam a cuidadores/enfermeiros ou internações em asilos. Tanto os idosos quanto familiares, tem diferentes necessidades de assistência e cuidados em distintos períodos do dia, além de tipos de serviços e atividades específicos, que além de intrerter o idoso os estimule e traga qualidade de vida e prazer de viver. Pensando em atender esse nicho do mercado, surgiu a ideia da criação de um Day Care, um local onde o idoso passará o tempo necessário para que seus tutores possam exercer suas profissões e atividades, com seu ente querido sob cuidados e serviços de sua preferência e escolha. Nosso diferencial está em apresentar planos em períodos flexíveis, atendendo a necessidade de cada cliente com atividades personalizadas, que os estimulem tanto no emocional, quanto no físico e intelectual. O Day Care além de atividades, prestará também serviços de beleza e cuidado, para que em um único lugar o cliente se sinta por completo atendido e tenha motivos para continuar utilizando os serviços. Nosso principal objetivo é promover a qualidade de vida e bem estar do idoso, desenvolvendo atividades físicas e intelectuais, bem como entretenimento e socialização, valorizando o prazer de viver e a longevidade.

Palavras-chave: Creche para Idosos. Geriatria. Público Sênior. Terceira Idade. Melhor Idade.

ABSTRACT

The present business plan studies the operational, marketing, economic and financial viability for the opening of a Day Care (daycare for elderly), in the city of Praia Grande-SP, observed the growth of the elderly in the region, not only due to the change in the demographic structure of the Brazilian population, but also with the increase in the expectation of life. These changes ended up changing the normative demands on families and increasing the interest in better quality of life of the elderly. Care offers today are limited to caregivers/nurses or hospitalizations in nursing homes. Both the elderly and family members have different needs for assistance and care at different times of the day, in addition to types of services and specific activities, which in addition to entering the elderly stimulates them and bring quality of life and pleasure of living. Thinking about meeting this niche of the market, the idea of creating a Day Care arose, a place where the elderly will spend the necessary time for their tutors to exercise their professions and activities, with their loved one under care and services of their preference and choice. Our differential is in presenting plans in flexible periods, meeting the need of each client with personalized activities, which stimulate them both emotionally, physically and intellectually. Day Care, in addition to activities, will also provide beauty and care services, so that in a single place the customer feels completely served and has reasons to continue using the services. Our main objective is to promote the quality of life and well-being of the elderly, developing physical and intellectual activities, as well as entertainment and socialization, valuing the pleasure of living and longevity.

Keywords: Daycare for the elderly; Geriatrics; Senior audience; Old age; Best age.

RESUMEN

El presente plan de negocio estudia la viabilidad operativa, mercadológica, económica y financiera para la apertura de un Day Care (guardería para ancianos), en la ciudad de Praia Grande-SP, observando el crecimiento de ancianos en la región, no solo por el cambio de la estructura demográfica de la población brasileña, sino también con el aumento de la expectativa de la vida. Estos cambios acabaron alterando las demandas nominativas sobre las familias y aumentando el interés por una mejor calidad de vida de los ancianos. Las ofertas de atención hoy en día se limitan a los cuidadores/enfermeras o a las internaciones en asilos. Tanto los ancianos como los familiares tienen diferentes necesidades de asistencia y cuidado en diferentes épocas del día, además de tipos de servicios y actividades específicas, que además de entretener a los ancianos los estimulan y traen calidad de vida y placer de vivir. Pensando en atender este nicho de mercado, surgió la idea de crear un Day Care, un lugar donde los ancianos pasarán el tiempo necesario para que sus tutores puedan ejercer sus profesiones y actividades, con su ser querido bajo cuidados y servicios de su preferencia y elección. Nuestro diferencial está en presentar planes en períodos flexibles, atendiendo a la necesidad de cada cliente con actividades personalizadas, que los estimulen tanto en lo emocional como en lo físico e intelectual. Day Care, además de actividades, también prestará servicios de belleza y cuidado, para que en un solo lugar el cliente se sienta completamente atendido y tenga motivos para seguir utilizando los servicios. Nuestro principal objetivo es promover la calidad de vida y el bienestar de los ancianos, desarrollando actividades físicas e intelectuales, así como entretenimiento y socialización, valorando el placer de vivir y la longevidad.

Palabras clave: *Guardería para ancianos; Geriatria; Público Senior; Tercera edad; Mejor edad.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – BMC – LONGEVITTÀ DAY CARE	33
Figura 2 – Longevittà Day Care.....	34
Figura 3 – Organograma Longevittà Day Care	42
Figura 4 – Fluxograma Longevittà Day Care.....	43
Figura 5 – Fluxograma Hotelaria Logevittà Day Care.....	44
Figura 6 – Análise VRIO.....	50
Figura 7 – Análise VRIO 2.....	51
Figura 8 – Mapa de empatia Longevittà Day Care	64
Figura 9 – As 5 forças de Porter.....	66
Figura 10 – Modelo de Matriz Pestel.....	69
Figura 11 – Análise SWOT da Longevittà Day Care	73
Figura 12 – Elemento do mix de marketing para varejo	75
Figura 13 – Apresentação da Longevittà Day Care nas redes sociais	83
Figura 14 – Layout Interno e Externo da Longevittà Day Care.....	87
Figura 15 – As unidades de medida da capacidade de produção.....	88
Figura 16 – Metodologia de Funcionamento de um Processo	92
Figura 17 – Exemplificação do Processo	92
Figura 18 – Fases, Objetivos e Ações Para a Gestão dos Processos	93

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Capital Social.....	58
Tabela 2 – Preços dos Produtos e Serviços pelas óticas do Cliente e da Empresa..	79
Tabela 3 – Investimentos Fixos.....	99
Tabela 4 – Estoque Inicial	102
Tabela 5 – Ciclo Financeiro.....	103
Tabela 6 – Necessidade de Capital de Giro.....	104
Tabela 7 – Investimento Pré-Operacional	105
Tabela 8 – Investimento Total da Longevittà.....	106
Tabela 9 – Exibe as fontes de recursos do Day Care	107
Tabela 10 – Investimentos dos sócios.....	107
Tabela 11 – Estimativa do faturamento mensal	108
Tabela 12 – Estimativa do faturamento para os 12 meses iniciais.....	109
Tabela 13 – Estimativa do faturamento anual	109
Tabela 14 – Custos do Plano Premium.....	110
Tabela 15 – Custos do Plano Luxo.....	111
Tabela 16 – Hotelaria	112
Tabela 17 – Custos de Comercialização.....	113
Tabela 18 – Custos com Impostos.....	113
Tabela 19 – Estimativa de custos para os 12 meses iniciais.....	114
Tabela 20 – Estimativa de custo anual.....	114
Tabela 21 – Custos dos serviços e mercadorias vendidas nos meses iniciais.....	115
Tabela 22 – Custos dos serviços e mercadorias vendidas anuais	116
Tabela 23 – Custo com mão de obra	117
Tabela 24 – Custo com depreciação	118
Tabela 25 – Custos fixos operacionais mensais	120
Tabela 26 – Demonstrativo de resultados	122
Tabela 27 – Indicadores de viabilidade	123
Tabela 28 – Ponto de equilíbrio.....	124
Tabela 29 – Lucratividade anual	124
Tabela 30 - Rentabilidade	125
Tabela 31 – Retorno do investimento.....	126

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dados do Empreendimento.....	39
Quadro 2 – Dados dos Empreendedores.....	40
Quadro 3 – Dimensões do Radar da Longevittà Day Care.....	47
Quadro 4 – Dimensões da Análise VRIO da Longevittà Day Care.....	52
Quadro 5 – Fatores que levam a menor sensibilidade ao preço.....	79
Quadro 6 – Situação da Longevittà Day Care em relação aos seus concorrentes ...	81
Quadro 7 – Capacidades da Longevittà Day Care.....	89
Quadro 8 – Matriz SIPOC.....	95
Quadro 9 – Necessidades de Pessoal Longevittà Day Care.....	96

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Logevittà X Concorrência.....	48
Gráfico 2 – Interesse no serviço.....	60
Gráfico 3 – Interação dos idosos.....	61
Gráfico 4 – Interseção com os tutores.....	61
Gráfico 5 – Preferência de Período.....	62
Gráfico 6 – Atividades mais relevantes.....	62

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas
- FATEC PG - Faculdade de Tecnologia da Praia Grande

SUMÁRIO

SUMÁRIO EXECUTIVO	18
1 INTRODUÇÃO	20
1.1 JUSTIFICATIVA	22
1.2 ESTRUTURA DO TRABALHO	23
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	25
2.1 O CRESCIMENTO DA POPULAÇÃO IDOSA	25
2.2 O CRESCIMENTO DOS IDOSOS NA BAIXADA SANTISTA	26
2.2.1 Causas do Crescimento da População Idosa na Baixada Santista	26
2.2.2 Implicações Sociais e Econômicas	27
2.2.3 Políticas e Soluções	28
2.3 O QUE É O DAY CARE?	29
2.3.1 Benefícios das Creches para idosos	30
2.3.2 Desafios e Futuro das Creches para idosos	31
3 MODELO DE NEGÓCIO	32
3.1. PROPOSTA DE NEGÓCIO E SUA VIABILIDADE	32
3.2. BUSINESS MODEL CANVAS	32
3.2.1 Proposta de valor	35
3.2.2 Segmento de clientes	35
3.2.3 Canais de distribuição	36
3.2.4 Relacionamento com clientes	36
3.2.5 Fluxo de receitas	37
3.2.6 Recursos Chave	37
3.2.7 Atividades chave	38
3.2.8 Parcerias chave	38
3.2.9 Estrutura de custos	38
4 PLANO DE NEGÓCIOS	39
4.1 DADOS DO EMPREENDIMENTO.....	39
4.1.1 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições	40
4.1.2 Organograma da empresa	41
4.1.3 Descrição das funções exercidas pelos sócios	42
4.1.4 Fluxograma das principais atividades do negócio	43
4.1.5 Fluxograma Day Care (Hotelaria)	44
4.2 INOVAÇÃO	46
4.2.1 Radar de inovação	46
4.2.2 Análise VRIO	50
4.3 ESTRUTURA DO NEGÓCIO	53

<u>4.3.1 Missão, Visão e Valores da empresa</u>	53
<u>4.3.2 Setores de atividades</u>	53
<u>4.3.3 Forma jurídica</u>	54
<u>4.3.4 Enquadramento Tributário</u>	56
<u>4.3.5 Capital Social</u>	58
<u>4.3.6 Fontes de Recursos</u>	58
<u>4.4 ANÁLISE DE MERCADO</u>	59
<u>4.4.1 Pesquisa de mercado</u>	59
<u>4.4.2 Estudo dos clientes</u>	63
4.4.2.1 <u>Mapa de empatia</u>	64
<u>4.4.3 Estudo dos concorrentes</u>	65
<u>4.4.4 As 5 forças de Porter</u>	65
<u>4.4.5 Análise PESTEL</u>	68
4.4.5.1 <u>Fatores Políticos</u>	70
4.4.5.2 <u>Fatores Econômicos</u>	70
4.4.5.3 <u>Fatores Sociais</u>	70
4.4.5.4 <u>Fatores Tecnológicos</u>	71
4.4.5.5 <u>Fatores Ambientais</u>	71
4.4.5.6 <u>Fatores Legais</u>	71
<u>4.4.6 Análise SWOT</u>	71
4.4.6.1 <u>Análise do Ambiente Interno</u>	72
4.4.6.2 <u>Análise do Ambiente Externo</u>	72
4.4.6.3 <u>Diagnóstico</u>	73
4.4.6.4 <u>Oportunidades</u>	74
4.4.6.5 <u>Ameaças</u>	74
<u>4.5 PLANO DE MARKETING</u>	75
<u>4.5.1 Descrição dos Principais Produtos e Serviços</u>	77
<u>4.5.2 Preços e Precificação</u>	78
<u>4.5.3 Estratégias Promocionais</u>	81
<u>4.5.4 Estrutura de Comercialização e Logística de Distribuição</u>	84
<u>4.6 PLANO OPERACIONAL</u>	84
<u>4.6.1 Localização do Negócio</u>	84
<u>4.6.2 Layout ou Arranjo Físico</u>	85
<u>4.6.3 Capacidade Produtiva, Comercial e de Prestação de Serviços</u>	88
<u>4.6.4 Processos Operacionais</u>	91

<u>4.6.5 Necessidades de Pessoal</u>	96
<u>4.7 PLANO FINANCEIRO</u>	98
<u>4.7.1 Estimativa dos investimentos fixos</u>	98
<u>4.7.2 Capital de giro</u>	101
<u>4.7.3 Investimentos pré-operacionais</u>	104
<u>4.7.4 Investimento total</u>	105
<u>4.7.5 Estimativa do faturamento mensal</u>	107
<u>4.7.6 Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações</u>	110
<u>4.7.7 Estimativa dos custos de comercialização</u>	112
<u>4.7.8 Apuração do custo dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas</u>	114
<u>4.7.9 Estimativa dos custos com mão de obra</u>	116
<u>4.7.10 Estimativa do custo com depreciação</u>	118
<u>4.7.11 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais</u>	120
<u>4.7.12 Demonstrativo de resultados</u>	121
<u>4.7.13 Indicadores de viabilidade</u>	122
4.7.13.1 Ponto de equilíbrio.....	123
4.7.13.2 Lucratividade.....	124
4.7.13.3 Rentabilidade.....	125
4.7.13.4 Prazo de retorno do investimento	125
<u>5 SUBPROJETO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E/OU SUSTENTABILIDADE</u>	126
<u>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</u>	128
<u>REFERÊNCIAS</u>	129

SUMÁRIO EXECUTIVO

O presente plano de negócio estuda a viabilidade operacional, mercadológica, econômica e financeira de abertura de uma Day Care (creche para idosos), na cidade de Praia Grande – SP.

O tema escolhido para o projeto e abertura dessa empresa, surgiu através da percepção da necessidade de um local de recreação, lazer e cuidado para idosos em curto período de tempo, diárias e pacotes de períodos integral ou parcial. “Day Care”, um serviço inovador, principalmente na cidade de Praia Grande, porém de grande valia para atender uma população que está envelhecendo.

As famílias atuais estão envolvidas em tarefas fora de casa e não dispõem de tempo integral para acompanhar parentes idosos, principalmente que exijam cuidados em tempo parcial ou integral, muitas vezes os colocando em situações de risco e violência doméstica, sob cuidados de pessoas despreparadas. Mediante esse cenário, as atividades voltadas para o público da terceira idade são cada vez mais consideradas um nicho no mercado com futuro promissor.

O nome fantasia foi definido como Longevittá Day care, que remete a um lugar aconchegante, atrativo, que eleve a autoestima, resultando em qualidade de vida e bem-estar do idoso.

Toda a estrutura física, bem como pedagógica do Day Care para Idosos, foi idealizada com base no Estatuto do Idoso, ou seja, focada no bem-estar deste público. Lugar preparado e pensado, criteriosamente, para garantir liberdade com segurança, contribuindo para a longevidade com qualidade de vida.

Estudo recente do IBGE (2023) detectou e apontou o elevado número de idosos no momento e projetou crescimento significativo para os próximos anos, prevendo a necessidade de novos métodos para cuidado e atendimento de uma classe de idade em crescimento.

Em vista dessa necessidade de novos métodos de cuidados e atendimento, visualizamos oportunidade desse serviço inédito na cidade, após pesquisa de mercado, verificamos que poucas empresas investiram nesse tipo de serviço com qualidade e exclusividade. O mais comum continua sendo o modelo antigo de casa de repouso para internação.

Outro fator de oportunidade é a localização: a Praia Grande dentro das cidades da Baixada Santista foi a que teve o maior crescimento populacional, incluindo a condição de cidade turística para também cidade dormitório. Muitos munícipes trabalham espalhados pela região ou até mesmo na capital, fazendo com que os idosos da sua família fiquem sozinhos em casa sem nenhum acompanhamento ou acompanhados por pessoas com pouca ou nenhuma preparação para tal (IBGE, 2023)

O Day Care pretende se apresentar como um lugar com novos métodos para o cuidado dos idosos, que apesar da idade, cada vez mais apresentam vitalidade, disposição e carecem de atividades que tragam qualidade de vida e bem estar, além de aconchego e segurança.

1 INTRODUÇÃO

O presente plano de negócio estuda a viabilidade operacional, mercadológica, econômica e financeira para abertura de um *Day Care* (creche para idosos), na cidade de Praia Grande - SP, devido à necessidade clara deste tipo de serviço, que vem crescendo com a mudança da estrutura demográfica da população brasileira, que hoje conta com um número grande de idosos, estimando-se que em aproximadamente 25 anos ultrapassem os 30 milhões, hoje são 33 milhões que representam 15%, também com o aumento da expectativa de vida (IBGE, 2023). Isso acabou alterando as demandas normativas sobre as famílias e aumentando o interesse em melhorar a qualidade de vida dos idosos e de seus familiares. Hoje existem poucas opções para cuidado com os idosos, ou a família contrata um cuidador ou um enfermeiro, ou em muitos casos os colocam em asilos, onde muitos acabam adoecendo rapidamente, pois perdem suas referências e sentem-se abandonados.

O tema escolhido para o projeto e abertura da empresa, surgiu através da percepção da necessidade de um local de recreação, lazer e cuidado para idosos em curto período, diárias e pacotes de períodos integral ou parcial. “Day Care”, um serviço inovador ainda, principalmente na cidade de Praia Grande, porém de grande valia para atender uma população que está envelhecendo.

O Instituto Longevidade Mag, em pesquisa, apontou a Baixada Santista (Santos e Região) como o 2º lugar para melhor envelhecer com segurança e saúde, e depois da pandemia tivemos um aumento significativo de tutores/idosos se mudando definitivamente para o litoral (Instituto de Longevidade, 2022)

Segundo o pesquisador Alexandre Correa Lima (Terra, 2017), especialista em Economia da Longevidade, o envelhecimento populacional é um fenômeno global e está associado ao aumento da expectativa de vida das pessoas e da redução nos índices de natalidade.

O envelhecimento populacional será um desafio para o Brasil, que vai envelhecer antes de se tornar rico ou socialmente equilibrado, ao contrário de outras nações que já passam por situação similar, como Alemanha e Japão. Ao mesmo tempo, essa revolução prateada que está a caminho também apresenta grandes oportunidades para sociedade, governo e empresas, desde que os esforços certos sejam conduzidos nesse sentido, finaliza Alexandre Correa Lima (Terra, 2017, p. 01).

Envelhecer em nossa sociedade não é uma tarefa fácil. As famílias atuais estão envolvidas em tarefas fora de casa e não dispõem de tempo integral para acompanhar parentes idosos, principalmente que exijam cuidados em tempo parcial ou integral, muitas vezes os colocando em situações de risco e violência doméstica, sob cuidados de pessoas despreparadas. Mediante esse cenário, as atividades voltadas para o público da terceira idade são cada vez mais consideradas um nicho no mercado com futuro promissor.

O nome fantasia foi definido como Longevittá Day Care, que remete a um lugar aconchegante, atrativo, que eleve a autoestima, contribuindo para qualidade de vida e bem-estar do idoso.

Segundo Kotler e Keller (2012), “serviço é qualquer ato ou desempenho que uma parte possa oferecer a outra e que seja essencialmente intangível e não resulte na propriedade de nada”. O Day Care constitui uma empresa de prestação de serviços voltada para o público sênior, oferecendo especificamente o serviço de atendimento social, para manter o idoso ativo, atender suas necessidades físicas, evitar o ócio, que é um dos grandes problemas que o longo tempo enfrenta e muitas vezes o leva à depressão. Conforme o Artigo 3º do Estatuto do Idoso, Lei No 10.741, de 1º de outubro de 2003:

É obrigação da família, da comunidade, da sociedade e do Poder Público assegurar ao idoso, com absoluta prioridade, a efetivação do direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, à cultura, ao esporte, ao lazer, ao trabalho, à cidadania, à liberdade, à dignidade, ao respeito e à convivência familiar e comunitária. (Brasil, 2023)

Toda a estrutura física, bem como pedagógica do Day Care para idosos, leva em consideração o Estatuto do Idoso, ou seja, foca totalmente no bem-estar deste. Trata-se de um lugar preparado e pensado, criteriosamente, para garantir liberdade com segurança, com salas amplas, portas largas de correr, o que facilita a locomoção de cadeirantes, pessoas com mobilidade reduzida, bengalas e andadores. Área externa com muito verde e espaço para horta, local para banho de sol, piscina para recreação e hidroginástica, área de churrasqueira, com fogão a

lenha e forno de pizza, onde serão promovidos momentos de confraternização, além do desenvolvimento de atividades de culinária.

Conforme acima mencionado, estudo recente do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2023) detectou e apontou o elevado número de idosos no momento e projetou crescimento significativo para os próximos anos, prevendo a necessidade de novos métodos para cuidado e atendimento de uma classe de idade em crescimento.

Em vista dessa necessidade de novos métodos de cuidados e atendimento, visualizamos oportunidade desse serviço na cidade, após pesquisa de mercado, verificamos que empresas não investiram nesse tipo de serviço com qualidade, exclusividade e atividades personalizadas. O mais comum continua sendo o modelo antigo de casa de repouso para internação.

Outro fator de oportunidade é a localização: a Praia Grande dentro das cidades da Baixada Santista foi a que teve o maior crescimento populacional, migrando da condição de cidade turística para também cidade dormitório. Muitos munícipes trabalham espalhados pela região ou até mesmo na capital, fazendo com que os idosos da sua família fiquem sozinhos em casa sem nenhum acompanhamento ou acompanhados por pessoas com pouca ou nenhuma preparação para tal (IBGE, 2023).

A Longevittà Day Care pretende se apresentar como um lugar com novos métodos para o cuidado dos idosos, que apesar da idade, cada vez mais apresentam vitalidade, disposição e carecem de atividades que tragam qualidade de vida e bem estar, além de aconchego e segurança.

1.1 JUSTIFICATIVA

Nos últimos anos, o envelhecimento da população tornou-se uma tendência demográfica incontestável em nossa sociedade. À medida que a geração do pós-guerra envelhece, a demanda por cuidados e serviços especializados para idosos está em ascensão. É nesse contexto que apresentamos a proposta de estabelecer a creche de idosos "Longevittà Day Care".

A parcela idosa da população brasileira, com 60 anos ou mais, subiu para 15,1% em 2022. Dez anos antes, em 2012, o percentual era de 11,3% (Galvão, 2023).

A população idosa enfrenta desafios únicos que vão além das necessidades médicas. Ela anseia por um ambiente acolhedor e enriquecedor, onde possa receber cuidados de qualidade, participar de atividades significativas e desfrutar de interações sociais enriquecedoras. No entanto, muitos idosos e suas famílias enfrentam dificuldades em encontrar opções de cuidados que atendam a essas necessidades de maneira abrangente e compassiva.

A missão da "Longevittà Day Care" é suprir essa carência, oferecendo um ambiente seguro e acolhedor para os idosos. Acreditamos que nosso compromisso com o bem-estar, cuidados personalizados e serviços de qualidade nos posicionam de forma única para atender a essa crescente demanda. Nossa equipe experiente e dedicada está pronta para oferecer assistência médica, apoio emocional e oportunidades de enriquecimento, proporcionando aos idosos uma qualidade de vida superior.

Neste plano de negócios, apresentaremos nossa visão para a "Longevittà Day Care" e delinearemos os passos para sua criação e sucesso contínuo. Exploraremos as oportunidades de mercado, estratégias de operação, projeções financeiras e compromisso com a conformidade regulatória.

O espaço "Longevittà Day Care" visa não apenas atender às necessidades crescentes de cuidados para idosos, mas também contribuir significativamente para o bem-estar de nossa comunidade. Acreditamos que a combinação de nossos valores, experiência e visão nos posicionam como uma escolha proeminente nesse setor em crescimento.

1.2 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente trabalho é composto por seis capítulos que discorrem sobre as diferentes etapas que um plano de negócio exige para sua elaboração. O primeiro capítulo introduz o leitor ao tema que levou o grupo a escolha pelo projeto de negócio em questão: a necessidade de espaços para convivência da terceira idade, como segmento emergente dentro do mercado de cuidados de curta permanência, refletindo uma resposta inovadora às necessidades de uma população que está envelhecendo rapidamente, com maior expectativa de vida.

O segundo capítulo explana como os empreendedores pretendem atuar para desenvolver o plano de negócios no atual mercado de economia empreendedora, focando neste nicho de mercado ainda pouco explorado, com embasamento em autores e estudos, que endossam suas ideias, ou os confrontam para busca de ajustes e implementações para o pleno desenvolvimento do negócio.

No terceiro capítulo, o plano de negócios é apresentado de forma detalhada, através da aplicação do *Business Model Canvas Generation*, uma metodologia que, ao ser aplicada, permite uma percepção do plano de negócio Longevittà Day Care de forma sintetizada, em seus nove quadros, proporcionando uma visão ampla e organizada do empreendimento, e de suas quatro áreas principais do negócio: cliente, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira.

Ao conhecer a Missão, Visão e Valores da Empresa, no quarto capítulo, o leitor estará ciente dos objetivos e propósitos que norteiam a Longevittà Day Care. A formação jurídica, o enquadramento tributário, a composição do capital social e como estes recursos serão captados também estão especificados nesta seção. Da Análise de Mercado de atuação da Longevittà Day Care, consta o estudo dos clientes, dos concorrentes, dos fornecedores. Já no Plano de Marketing, apresentam-se quais serão as estratégias utilizadas para o processo de comercialização dos produtos e serviços, e a forma como a empresa se relacionará efetivamente com seu segmento de clientes, qual o seu mix de serviços, a forma de comercialização. Da Construção de Cenários, coloca-se a análise SWOT e avaliação estratégica. E em seguida, as Cinco Forças de Porter e faz-se relação entre o teórico e a aplicação na empresa em planejamento.

Do Plano Operacional, faz-se o direcionamento como a empresa trabalhará as questões dos serviços, layout de suas futuras instalações, suas capacidades produtivas em relação a todos os seus serviços e apresentação de qual a necessidade de pessoal para que as operações se realizem.

Do Plano financeiro, ainda no quarto capítulo, apresentam-se dados financeiros do futuro empreendimento proposto neste plano de negócio, estimando investimentos fixos e pré-operacionais, bem como faturamento mensal, Demonstrativo de Resultados, lucratividade e rentabilidade do negócio e prazo de retorno do investimento.

A seguir, discutir-se-á um subprojeto de Responsabilidade Social e/ou Sustentabilidade concernente ao negócio apresentado neste projeto.

Por fim, apresentar-se-ão as considerações finais e referências do trabalho, os apêndices e os anexos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O CRESCIMENTO DA POPULAÇÃO IDOSA

As modificações no perfil da faixa etária sofridas na estrutura populacional, em decorrência do declínio das taxas de fecundidade e de mortalidade infantil, aliado ao desenvolvimento tecnológico e terapêutico no tratamento de doenças, especialmente crônicas, têm provocado o aumento proporcional do número de idosos, propiciando o envelhecimento populacional em um curto espaço de tempo. (Braz; Ciosak, 2009)

O aumento da urbanização e mudanças nos padrões de vida também desempenham um papel importante. Em áreas urbanas, as pessoas tendem a ter menos filhos e a ter um estilo de vida mais voltado para carreiras e independência, adiando a formação de famílias (Lima, 2022).

O envelhecimento da população traz desafios e oportunidades. Por um lado, isso coloca pressão sobre sistemas de saúde e previdência social, exigindo adaptações para atender às necessidades crescentes dos idosos. Por outro lado, os idosos também têm muito a contribuir, trazendo experiência, sabedoria e potencial econômico (Lima, 2022).

Segundo Debert (1999), “..a terceira idade é um termo inventado para reincorporar os mais velhos na sociedade, criando um mercado e padrões de consumo específicos aos idosos, além de programas que visam transformar o envelhecimento em um momento propício para o prazer e para a realização pessoal.

O Brasil é um dos países da América Latina que tem experimentado os maiores aumentos na proporção de idosos em relação à população total. Isto significa uma acelerada tendência de envelhecimento populacional, confirmada pelas projeções dos censos populacionais (IBGE,2023)

Portanto, é importante que governos, instituições e a sociedade em geral estejam preparados para lidar com o aumento da população idosa, promovendo políticas e programas que garantam uma qualidade de vida adequada e uma participação ativa dos idosos na sociedade (Lima, 2022).

2.2 O CRESCIMENTO DOS IDOSOS NA BAIXADA SANTISTA

A Baixada Santista, uma região litorânea do estado de São Paulo, tem experimentado um notável crescimento da população idosa nas últimas décadas. Este fenômeno reflete tendências globais de envelhecimento da população, mas também é moldado por fatores específicos da região. Neste texto, exploraremos as razões por trás desse crescimento e suas implicações para a sociedade local (Galvão, 2023).

2.2.1 Causas do Crescimento da População Idosa na Baixada Santista

Em 2000, a população idosa na Baixada Santista representava 10,20% dos habitantes. Em 2023, esse número subiu para 17,29%, segundo pesquisa. (IBGE, 2023)

Várias razões contribuem para o aumento do número de idosos na Baixada Santista (Galvão, 2023):

- **Avanços na Medicina e Saúde:** Assim como em outros lugares do mundo, os avanços na medicina e cuidados de saúde têm aumentado a expectativa de vida na Baixada Santista. Isso significa que mais pessoas estão vivendo até uma idade avançada.

- **Padrões de Natalidade em Declínio:** A região também tem experimentado uma queda nas taxas de natalidade, com muitos casais optando por ter menos filhos ou adiar a formação de famílias. Isso contribui para o envelhecimento da população, já que há menos jovens entrando na população.
- **Atratividade para Aposentados:** A Baixada Santista é conhecida por suas praias e clima agradável, o que a torna um local atraente para aposentados que buscam um ambiente tranquilo e qualidade de vida.
- **Migração de Idosos:** Muitas vezes, idosos de outras regiões do Brasil escolhem a Baixada Santista como destino para a aposentadoria, contribuindo ainda mais para o crescimento dessa faixa etária.

2.2.2 Implicações Sociais e Econômicas

O crescimento da população idosa na Baixada Santista traz consigo implicações sociais e econômicas significativas (Galvão, 2023):

- **Saúde e Cuidados de Longo Prazo:** A demanda por serviços de saúde e cuidados de longo prazo, como casas de repouso e cuidadores, está em ascensão. Isso coloca pressão sobre o sistema de saúde e requer investimentos adicionais na infraestrutura de assistência aos idosos.
- **Economia Local:** Os idosos podem desempenhar um papel importante na economia local, seja como consumidores, empreendedores ou voluntários. Isso pode estimular o crescimento de setores como turismo, serviços de saúde e lazer.
- **Desafios de Mobilidade:** À medida que a população envelhece, a acessibilidade e a mobilidade se tornam preocupações crescentes. Adaptar a infraestrutura para acomodar idosos, como calçadas acessíveis e transporte público adaptado, é fundamental.
- **Isolamento Social:** À medida que as gerações mais jovens migram para áreas urbanas em busca de empregos, os idosos podem enfrentar o isolamento social. Programas e serviços que promovam a inclusão e a interação social são essenciais.

2.2.3 Políticas e Soluções

As Atividades da vida diária podem ser entendidas como práticas educativas, o idoso precisa saber como ler, escrever e contar para ser bem-sucedido nas atividades cotidianas e memos que saiba; sabemos que a falta de estímulo para o cérebro pode acarretar perda de memória que gera uma incapacidade para realizar tarefas simples. E aí entra a educação que realiza esse trabalho de prevenção e manutenção da capacidade funcional do cérebro, porque é importante que seja realizado: “A manutenção da independência e prevenção da incapacidade constituem objetivo central do cuidado do idoso.” (Coelho Filho, 2006)

Para enfrentar esses desafios associados ao envelhecimento da população na Baixada Santista, é fundamental implementar políticas e soluções adequadas (Galvão, 2023):

- **Investimento em Saúde:** Garantir que o sistema de saúde esteja preparado para atender às necessidades dos idosos, com foco na prevenção e na qualidade do atendimento.
- **Inclusão Social:** Desenvolver programas de inclusão social, como centros de convivência e atividades recreativas, para manter os idosos ativos e conectados à comunidade.
- **Acessibilidade Urbana:** Melhorar a infraestrutura urbana para tornar a região mais acessível aos idosos, incluindo melhorias nas vias públicas e transporte adaptado.
- **Educação sobre Envelhecimento:** Promover a conscientização sobre os desafios e oportunidades do envelhecimento, incentivando o planejamento financeiro e a preparação para a aposentadoria.

Em resumo, o crescimento da população idosa na Baixada Santista é uma tendência significativa que requer uma resposta coordenada das autoridades, da sociedade e do setor privado. Com políticas adequadas e um esforço conjunto, é possível garantir que os idosos desfrutem de uma alta qualidade de vida e contribuam positivamente para o desenvolvimento da região (Galvão, 2023).

2.3 O QUE É O DAY CARE?

Cresce cada vez mais, a necessidade de estabelecer um local onde as pessoas da 3ª idade possam conviver trocar experiências, fazer atividades físicas, receber cuidados especiais e se divertir. Assim, surge o termo Day Care/Creche/Espaço de Convivência para designar esse espaço para o idoso.

A palavra creche tem origem na França, o termo é tomado emprestado da língua francesa, na qual designa presépio. Na realidade, não foram apenas as palavras creche, ou *salle d'asile*, que a França forneceu ao Brasil, mas toda a ideia de finalidade e funcionamento destas instituições. (Pardal, 2005 apud Vasconcellos)

O movimento de filantropia foi o que deu origem as creches, para atender crianças das classes populares, liberando a mão de obra feminina para o trabalho. “Também no Brasil a creche teve por finalidade liberar a mão de obra da mãe pobre; no caso, o da escrava ou ex – escrava.”

Surge também outro termo para designar uma creche, o asilo: Assim definido: “Ao contrário das creches, as salas de asilo francesas não aceitavam apenas as crianças cujas mães trabalhassem.” É um conceito revolucionário para a época, mas carregado de uma ideologia, se a mãe pode colocar o filho na creche, mesmo não sendo pobre, existe aí uma tendência de controle da educação da infância, por parte da classe dominante.

Se as instituições para idosos, conhecidas como asilos, se destinavam à velhice desvalida, hoje, na sociedade marcada pelo envelhecimento, passam a ter uma nova missão: cuidar de idosos necessitados de várias modalidades de serviços; em face das perdas funcionais que tornaram problemática a vida a sós ou com a família. (Leite, 1996)

Nos últimos anos, um novo conceito vem ganhando destaque na área do cuidado aos idosos: as creches para idosos. Inspiradas na ideia das creches infantis, esses espaços surgiram como uma resposta às necessidades crescentes de cuidados e atenção dedicados à população idosa. Neste texto, exploraremos o conceito e os benefícios das creches para idosos, bem como seu impacto na vida dos idosos e de suas famílias (Estância Vale Verde, 2023).

As creches para idosos, também conhecidas como centros de dia ou centros de convivência, são estabelecimentos que oferecem uma variedade de serviços e atividades para pessoas da terceira idade. Elas proporcionam um ambiente seguro e estimulante onde os idosos podem passar o dia, interagir com outros, receber cuidados profissionais e participar de atividades recreativas e terapêuticas (Estância Vale Verde, 2023).

2.3.1 Benefícios das Creches para Idosos

As tendências atuais no mercado de creches para idosos incluem a personalização do cuidado, a integração de tecnologias de assistência e o foco em programas que promovem a saúde física e mental, bem como a socialização do idoso.

Estes serviços estão evoluindo para além dos cuidados tradicionais, buscando oferecer uma experiência que valoriza a independência dos idosos, ao mesmo tempo que fornece o suporte necessário para suas necessidades diárias.

- **Socialização e Interação:** Uma das principais vantagens das creches para idosos é a oportunidade de socialização. Muitos idosos enfrentam o isolamento social, e esses centros oferecem um ambiente propício para fazer novos amigos e se manterem ativos socialmente (Estância Vale Verde, 2023).
- **Atividades Terapêuticas:** As creches frequentemente oferecem atividades terapêuticas, como fisioterapia, terapia ocupacional e aulas de arte. Essas atividades ajudam os idosos a manter sua saúde física e mental (Estância Vale Verde, 2023).
- **Alívio para Famílias:** Para familiares que cuidam de idosos em casa, as creches podem fornecer um alívio valioso. Isso permite que os cuidadores tenham tempo para cuidar de suas próprias necessidades e compromissos, reduzindo o estresse e o esgotamento (Estância Vale Verde, 2023).
- **Segurança e Supervisão:** Os centros de dia são projetados para garantir a segurança dos idosos. Profissionais qualificados estão disponíveis para oferecer assistência quando necessário (Estância Vale Verde, 2023).

Os benefícios de um espaço com atividades específicas para idosos, incluem estimulação cognitiva, melhora na saúde física e mental, prevenção do isolamento social e para evolução de depressões, alívio para as famílias e cuidadores, promoção da autonomia e da qualidade de vida e bem-estar, além de proporcionar um ambiente seguro e acolhedor para os idosos durante o dia. (Instituto Longevidade, 2022)

2.3.2 Desafios e Futuro das Creches para Idosos

Apesar dos benefícios claros, as creches para idosos também enfrentam desafios. Alguns dos principais obstáculos incluem (Estância Vale Verde, 2023):

- **Custo:** O custo de frequentar uma creche para idosos pode ser proibitivo para algumas famílias. É importante que haja opções acessíveis e financiamento adequado para tornar esses serviços disponíveis para todos.
- **Qualidade dos Serviços:** A qualidade dos serviços oferecidos varia amplamente entre diferentes centros. É fundamental estabelecer regulamentações e padrões para garantir que todos os idosos recebam cuidados adequados.
- **Aceitação Cultural:** Em algumas culturas, a ideia de deixar um idoso em um centro de dia pode ser vista com resistência. É importante educar a sociedade sobre os benefícios dessas instituições.

O futuro das creches para idosos é promissor. À medida que a população idosa continua a crescer, a demanda por esses serviços também aumentará. É crucial que governos, organizações sem fins lucrativos e setor privado trabalhem em conjunto para desenvolver e aprimorar esses centros, tornando-os acessíveis e de alta qualidade para atender às crescentes necessidades da população idosa (Estância Vale Verde, 2023).

As creches para idosos representam uma resposta inovadora e necessária às demandas do envelhecimento da população. Elas oferecem benefícios significativos para os idosos, suas famílias e a sociedade em geral, desempenhando um papel vital na promoção do bem-estar e na garantia de uma vida digna na terceira idade (Estância Vale Verde, 2023).

3 MODELO DE NEGÓCIO

Neste capítulo serão apresentadas informações a respeito do modelo de negócios desenvolvido pela Longevittà Day Care.

3.1. PROPOSTA DE NEGÓCIO E SUA VIABILIDADE

A Longevittà Day Care pretende atender às necessidades do público sênior, bem como às necessidades de seus cuidadores e tutores, com pacotes flexíveis de períodos parcial ou integral do dia, personalizando o atendimento com atividades físicas, psíquicas e intelectuais a escolha do cliente.

Dessa forma, atendemos nosso público alvo direto que é o idoso e também o indireto, seus tutores, com serviços inovadores e de qualidade, resultando no bem estar e confiança de ambos. Nossa missão é levar nosso cliente a experimentar e viver novas experiências na terceira idade, trazendo mais qualidade de vida, bem estar e conforto.

3.2. BUSINESS MODEL CANVAS

Na modelagem de negócios, considera-se a parte mais importante no instante em que se faz o planejamento. Onde são apresentados os fatores que beneficiarão de fato as necessidades do segmento de clientes.

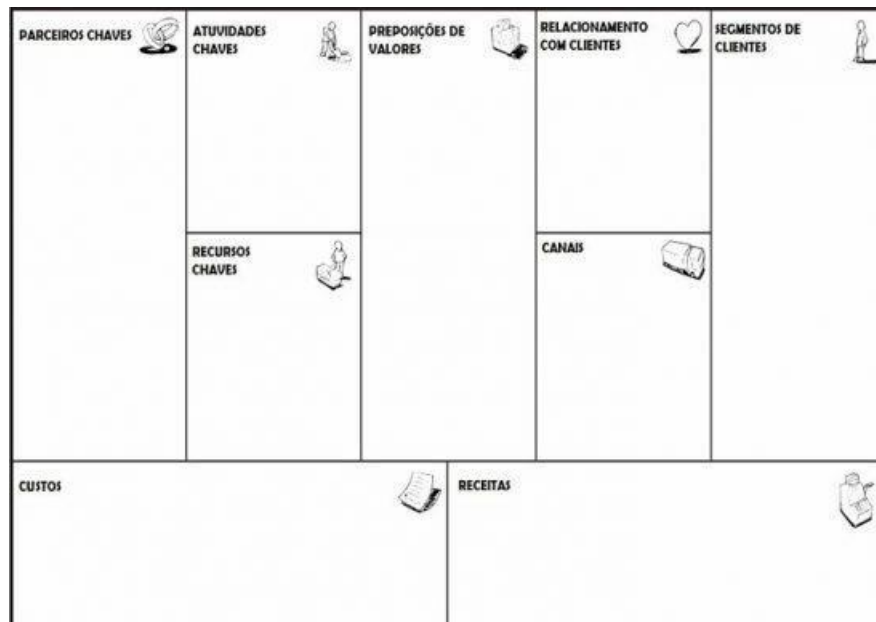
No Business Model Canvas, “o componente ‘Proposta de Valor’ descreve o pacote de produtos e serviços que criam valor para um segmento de clientes específico” (Osterwalder, Pigneur, 2011, p. 22).

Mais conhecido como Canvas, é uma ferramenta de planejamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes. Tem sido reponsável por criar uma revolução na maneira como empresas passaram a construir seus novos negócios e o grande responsável por tudo isso se chama Alexander Osterwalder, o criador do quadro.

Proposta de valor é aquilo que o cliente observa através da percepção dos benefícios dos produtos/serviços, ou seja, os valores intangíveis que a marca e produto proporcionam.

O Canvas é formado por 9 blocos que compõem a lógica para o desenvolvimento de um modelo de negócios (Figura 1).

Figura 1: BMC – LONGEVITÀ DAY CARE



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Os nove blocos que compõem a sistemática do Quadro, se relacionam entre si e precisam estar em harmonia.

Assim como nosso cérebro, o Business Model Canvas é dividido em duas partes: O lado esquerdo é composto pelas questões racionais do negócio, ou seja, os blocos que correspondem à operacionalização da empresa. Já no lado direito, temos os blocos que correspondem aos aspectos emocionais do negócio, como, por exemplo, a proposta de valor. Por isso, é indicado que o seu preenchimento seja feito através de uma base lógica.

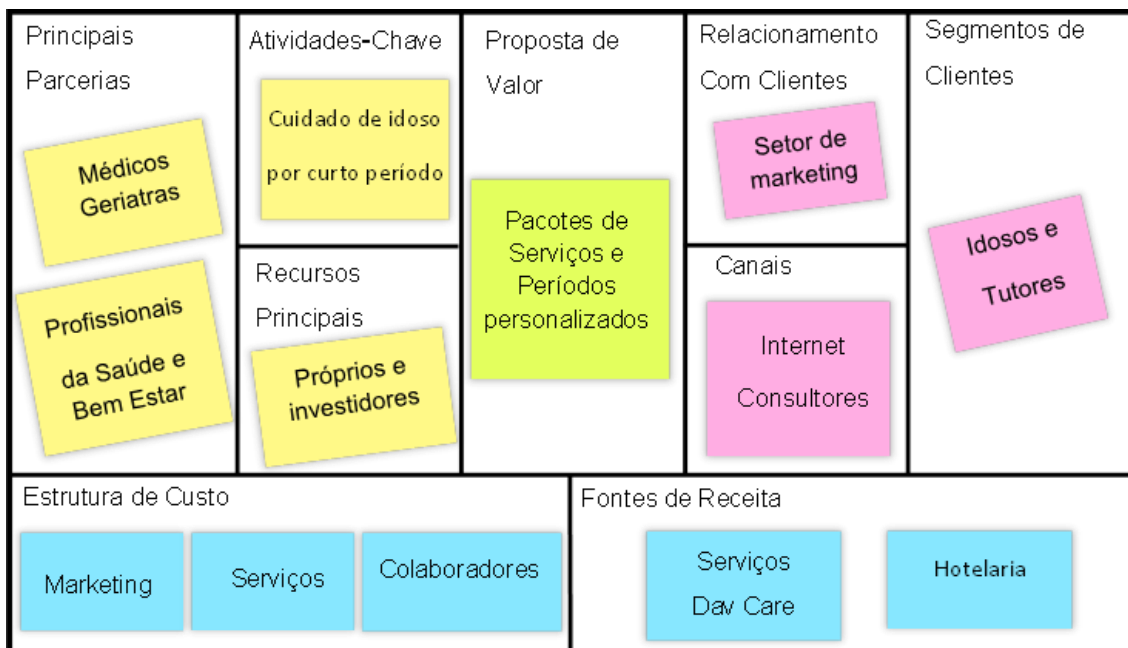
Segundo Osterwalder e Pigneur (2011), os nove blocos do Business Model Canvas são:

- 1) Segmentos de mercado: define os diferentes grupos de pessoas ou organizações que uma empresa busca alcançar e servir;
- 2) Proposta de valor: descreve o pacote de produtos e serviços que criam valor para um Segmento de Clientes específico;

- 3) Canais: descreve como uma empresa se comunica e alcança seus Segmentos de Clientes para entregar uma Proposta de Valor;
- 4) Relacionamento com cliente: descreve os tipos de relação que uma empresa estabelece com os Segmentos de Clientes específicos;
- 5) Fontes de receita: representa o dinheiro que uma empresa gera a partir de cada Segmento de Clientes;
- 6) Recursos principais: descreve os recursos mais importantes exigidos para fazer um Modelo de Negócios funcionar;
- 7) Atividades-chave: descreve as ações mais importantes que uma empresa deve realizar para fazer seu Modelo de Negócios funcionar;
- 8) Parceiros principais: descreve a rede de fornecedores e os parceiros que põem o Modelo de Negócios para funcionar;
- 9) Estrutura de custos: descreve todos os custos envolvidos na operação de um Modelo de Negócios.

A Figura 2 retrata o modelo de negócios desenvolvido pelos empreendedores da Longevittà Day Care.

Figura 2: Longevittà Day Care



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

3.2.1 Proposta de valor

É a forma como a empresa irá entregar os benefícios para os clientes, dando ênfase em como atenderá cada público alvo, selecionado no Canvas, em segmento de clientes. É um caminho mútuo entre segmento de clientes e proposta de valor, pois vale destacar, que cada um possui sua devida proposta de valor ou forma em como os problemas serão resolvidos.

Para mapear a proposta de valor, se faz questionamentos como: “Que valor entregamos ao cliente?; Qual problema estamos ajudando a resolver?; Que necessidade estamos satisfazendo?” (Osterwlder, Pigneur, 2011, p. 23).

A Longevittà Day Care tem como diferencial a personalização do atendimento, conforme a necessidade e interesse do cliente. Teremos uma grade de horários em 2 períodos: manhã e tarde, onde o cliente definirá o seu tempo de atendimento (parcial ou integral), e quantas vezes na semana, a partir do seu interesse nos serviços propostos (atividades físicas, psíquicas e intelectuais) e necessidade do atendimento.

3.2.2 Segmento de clientes

Para o mapeamento correto do público a ser atendido, faz-se uma análise a fim de “melhor satisfazê-los, uma empresa precisa agrupá-los em segmentos distintos, cada qual com necessidades comuns, comportamentos comuns, e outros atributos comuns” (Osterwlder, Pigneur, 2011, p. 20).

Sendo assim, segmento de clientes é a forma como a empresa traça qual o seu público alvo e de que forma será segmentado esse público para que as necessidades sejam satisfeitas de acordo com cada um.

A cidade de Praia Grande conta hoje com um número grande e considerável, de pessoas (tanto idosos, quanto seus tutores), que precisam de um lugar que ofereça produtos e serviços, de forma personalizada, atendendo as necessidades de cuidado, recreação e saúde, num mesmo ambiente.

A Longevittá Day Car se apresentará como solução para as famílias cujos integrantes precisem de uma rede de apoio diário (parcial ou integral do dia), pois passam o dia fora de casa e não conseguem acompanhar e atender as necessidades do idoso, mas que ainda conseguem administrar a sua permanência nos períodos noturnos. Ideal também para idosos que buscam atividades físicas, psíquicas e intelectuais, socialização, entretenimento e lazer num local que além de atender suas necessidades, respeite suas limitações.

3.2.3 Canais de distribuição

Os canais de distribuição são as formas como a empresa terá pontos para o contato direto com seu segmento de clientes e resultam um papel na experiência desse contato.

Para Osterwalder e Pigneur (2011, p.26), os canais servem a diversas funções, incluindo: ampliar o conhecimento dos clientes sobre os produtos e serviços da empresa; ajudar os clientes a avaliar a Proposta de Valor de uma empresa; permitir que os clientes adquiram produtos e serviços específicos.

Os serviços do Day Care estarão nas mídias e redes sociais, bem como nos consultórios médicos (geriátricos) através de flyers e banners, também distribuídos em locais de grande movimentação para divulgação dos pacotes de serviços e produtos disponíveis.

A Longevittá inicialmente investirá num marketing impresso ofensivo, para que seu produto chegue até seu público alvo, que são os idosos e seus tutores. Investirá também com reeleses em programas de rádio e tv local para tornar a marca e os serviços inovadores conhecidos.

3.2.4 Relacionamento com clientes

“O relacionamento com clientes utilizado pelo modelo de negócios de uma empresa influencia profundamente a experiência geral de cada cliente” (Osterwalder, Pigneur, 2011, p. 28).

Sendo assim, relacionamento com cliente é a forma como a empresa fará a sua comunicação direta junto ao seu segmento de clientes, trabalhando em como conquistá-lo, retê-lo, e ainda, no auxílio dos aumentos de vendas dos seus serviços.

Nosso marketing promoverá pesquisas para fidelizarmos nossos clientes através da satisfação do atendimento, bem como despertarmos interesse em futuros e potenciais clientes do mercado. Atenderemos sempre nossa demanda num processo contínuo de melhorias e inovações.

3.2.5 Fluxo de receitas

Para Osterwalder e Pigneur (2011, p. 30), “uma empresa deve se perguntar: que valor cada segmento de clientes está realmente disposto a pagar?”, fazendo com que a relação entre proposta de valor, segmento de clientes estejam correlacionados na forma em que se configurarão as fontes de receitas do plano de negócio.

Nosso principal fluxo de receitas serão os serviços oferecidos no Day Care, por meio de pacotes personalizados de serviços e tempo de atendimento. Mas, contaremos também com a instalação de hóspedes temporários, para férias, descanso e recreação.

3.2.6 Recursos Chave

São os recursos que “permitem que uma empresa crie e ofereça sua proposta de valor, alcance mercados e mantenha relacionamento com clientes” (Osterwalder, Pigneur, 2011, p. 34).

Por conseguinte, vale discutir quais os principais recursos que cada elemento e atividade do plano de negócio vai requerer e mapeá-los para que fique claro a quem observa e quem vai trabalhar com os recursos. E ainda, os recursos podem ser “físicos, financeiros, intelectuais ou humanos (...) podem ser possuídos ou alugados pela empresa” (Osterwalder, Pigneur, 2011, p. 34).

Dessa forma, pode-se considerar como recursos chaves tudo aquilo que a empresa possui como necessidade, sejam equipamentos, pessoas, conhecimento para que as operações sejam realizadas de acordo com o que foi planejado.

A princípio contaremos com recursos próprios (sócio-proprietários), recursos de terceiros (bancos) para equipamentos, utensílios e mobiliário. Mas poderemos também contar com investimentos de terceiros e parcerias.

3.2.7 Atividades chave

“São as ações mais importantes para que uma empresa deve executar para operar com sucesso” (Osterwalder, Pigneur, 2011, p.34).

Nossa principal atividade são os pacotes personalizados e flexíveis quanto a serviços, períodos e periodicidade. Esse tipo de serviço e atendimento é o diferencial inovador do negócio.

3.2.8 Parcerias chave

Para Osterwalder e Pigneur (2011, p.38), as parcerias comumente ganham força por razões como a otimização do modelo, redução de custos e aquisição de recursos, ou seja, os parceiros chave possibilitam uma melhor colaboração entre os envolvidos potencializando a força de trabalho e desempenho e possíveis vantagens competitivas.

O diferencial de serviços no atendimento nos coloca a frente dos concorrentes, logo, contamos com parcerias para aumentar e alavancar o negócio. Geriatrias, Fisioterapeutas, Massoterapeutas, Profissionais da Estética e Beleza, Instrutores de Recreação e Atividades Físicas, Artesãos, entre outras parcerias para agregar nos serviços, suprir a necessidade e fidelizar o cliente pela satisfação do atendimento.

3.2.9 Estrutura de custos

Para Osterwalder e Pigneur (2011, p.40), a estrutura de custos “descreve os custos mais importantes envolvidos na operação de um modelo de negócios específico”, ou seja, para cada empresa se descreve quais os seus custos e os destacam no canvas, para que fiquem transcritos de forma mais clara.

A estrutura de custos da Longevittà, conta com o Marketing, principalmente no início que pretende ser ofensivo para alcançar nosso público alvo que não conhece o serviço na cidade, no maior e melhor número de prestação de serviços (algumas em forma de parceria) que atendam as necessidades dos clientes, e a base de colaboradores contratados para estruturar a frente de atendimento e acolhimento dos clientes.

4 PLANO DE NEGÓCIOS

O plano de negócio tem como objetivo apresentar de forma completa um planejamento de determinado empreendimento que se deseja lançar no mercado, podendo ainda ser utilizado para a estruturação e formalização de empresas que já estão atuantes em seus mercados alvos.

Longenecker et al (1997, p. 161) define que “plano de negócio descreve a ideia de um novo empreendimento e projeta os aspectos mercadológicos, operacionais e financeiros dos negócios propostos para os 3 a 5 primeiros anos”. Dessa forma, entende-se que plano de negócio é um documento formal, estruturado com o intuito de organizar as principais informações de determinado empreendimento, a fim de auxiliar na trajetória da empresa a curto e médio prazo e dar o direcionamento para que os objetivos traçados sejam alcançados com maior êxito.

“Plano de negócios é um documento que contém a caracterização do negócio, sua forma de operar, suas estratégias, seu plano para conquistar uma fatia do mercado e as projeções de despesas, receitas e resultados financeiros” (SALIM, *et al. e apud*, 2005, p. 3).

4.1 DADOS DO EMPREENDIMENTO

Os dados da empresa Longevittà Day Care, como sua razão social, nome fantasia e composição de sócios, estão apresentados no Quadro 1.

Quadro 1: Dados do Empreendimento

Razão Social: Longevittà Day Care LTDA.		
Nome fantasia: Longevittà Day Care		
Sócios	CPF	RG
Ana Carolina Silva	316.090.708-28	41.762.551-0
Edson Leandro Ferreira Vedor	316.535.288-77	34.349.079-1
Patricia Kelly de Souza Domingues	147.358.798-03	26.156.351-8

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

4.1.1 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições

No quadro 2 está detalhando os dados dos autores deste trabalho, que são os empreendedores e responsáveis por esse modelo de negócio.

Quadro 2: Dados dos Empreendedores

1	Nome:	Ana Carolina Silva
	Formação:	Tecnólogo em Gestão Empresarial - FATEC PG
	Cursando:	6º ciclo
	Idade:	38 anos
	Naturalidade:	Brasileiro
	Residência atual:	Praia Grande – SP
2	Nome:	Edson Leandro Ferreira Vedor
	Formação:	Tecnólogo em Gestão Empresarial - FATEC PG
	Cursando:	6º Ciclo
	Idade:	40 anos
	Naturalidade:	Brasileiro
	Residência atual:	Santos – SP
	Nome:	Patricia Kelly de Souza Domingues

3	Formação:	Tecnólogo em Gestão Empresarial - FATEC PG
	Cursando:	6º Ciclo
	Idade:	51 anos
	Naturalidade:	Brasileiro
	Residência atual:	Praia Grande – SP

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

4.1.2 Organograma da empresa

A estrutura de uma organização pode ser definida como o resultado de um processo através do qual a autoridade é distribuída, as atividades, desde os níveis mais baixos até a “alta administração”, são especificadas e um sistema de comunicação é delineado permitindo que as pessoas realizem as atividades e exerçam a autoridade que lhes compete para atingir os objetivos organizacionais.

Já Oliveira, 2006 define como:

Estrutura organizacional é o instrumento administrativo resultante da identificação, análise, ordenação e agrupamento das atividades e dos recursos das empresas, incluindo o estabelecimento dos níveis de alçada e dos processos decisórios, visando ao alcance dos objetivos estabelecidos pelos planejamentos das empresas (Oliveira, 2006, p.02)

O Day Care aplicará o método de estrutura Linear, onde as linhas diretas de comunicação formais permitem um rápido fluxo das decisões, de cima para baixo. Suas vantagens são mais concretas na aplicação em pequenas empresas, onde essa forma de estrutura se estabelece naturalmente. Especialmente, porque as pequenas empresas, com poucas pessoas e cargos, informatizadas ou não, não dispõem de muita informação para representar em um organograma.

Com isso sua estrutura montada conforme organograma abaixo, onde a Direção ficará a cargo de Edson Leandro, a Coordenação Pedagógica com a Patricia Domingues, A Coordenação Administrativa com a Ana Carolina e Supervisão de Recursos Humanos com Victor Lima, seus quatro sócios proprietários, os demais cargos apresentados serão preenchidos através de processos seletivos, conforme a demanda.

Em acordo atribuímos o organograma em forma de matriz, assim determinamos os cargos e seus subordinados visivelmente para entendimentos de todos os colaboradores e lideranças, conforme figura 3.

Figura 3: Organograma Longevittà Day Care



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

4.1.3 Descrição das funções exercidas pelos sócios

O quadro de funções, conforme a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO, 2023), será composto por três principais diretores:

Diretor Administrativo: Encarregado de guiar o fluxo financeiro da empresa, implementar o orçamento empresarial, administrar recursos humanos e supervisionar aspectos como patrimônio, suprimentos e logística. Coordena serviços de contabilidade e controladoria, além de contribuir para o planejamento global da empresa.

Diretor Comercial: Responsável pela definição do planejamento estratégico, execução de planos de marketing e vendas, e garantia da qualidade nas transações comerciais. Participa na definição de políticas de recursos humanos e se comunica primariamente para disseminar informações ao público interessado na empresa.

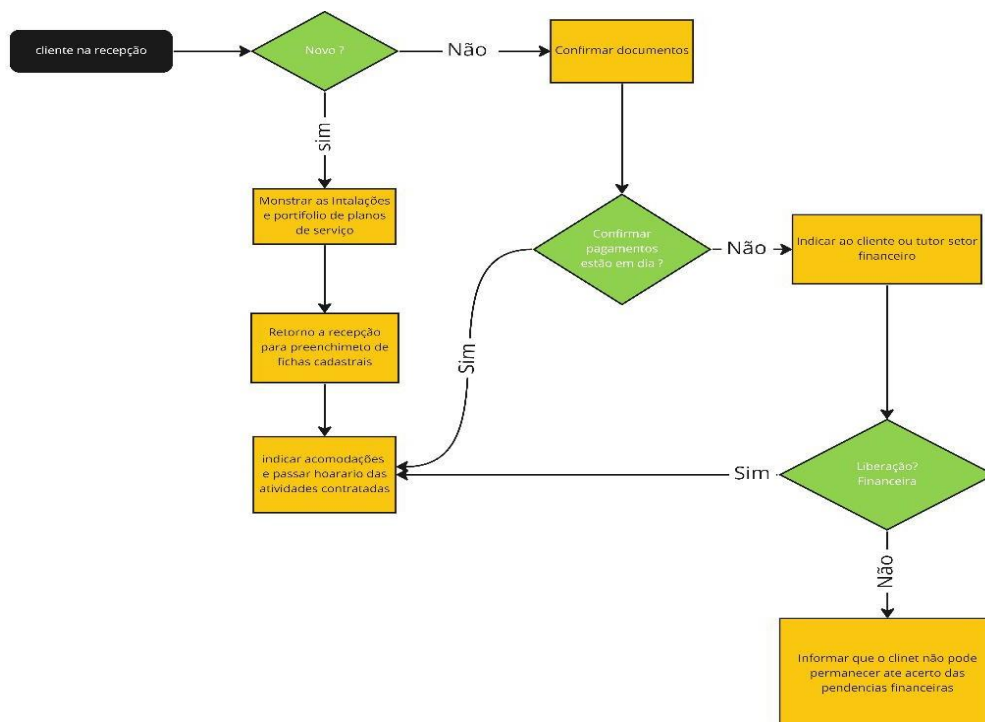
Diretor Financeiro: Encarregado de dirigir o fluxo financeiro, implementar o orçamento empresarial e administrar recursos humanos. Além disso, supervisiona áreas como patrimônio, suprimentos e logística. Coordena serviços de contabilidade e controladoria, desempenhando um papel crucial na elaboração do planejamento global da empresa.

4.1.4 Fluxograma das principais atividades do negócio

Segundo, Oliveira (apud Júnior, 2013), o fluxograma objetiva evidenciar a sequência de um trabalho, padronizar a representação dos métodos e procedimentos, facilitar a leitura, entendimento e localização dos aspectos mais importantes, além de que com ele, é possível obter um melhor grau de análise.

A Figura 4 mostra o fluxograma de atendimento da Longevittà Day Care.

Figura 4: Fluxograma Longevittà Day Care



Procedimento fluxograma Day Care:

Cliente chega na recepção e o colaborador identifica seu status novo ou recorrente.

Cliente novo passos:

- 1) Sendo cliente novo preencher a ficha de cadastro preliminar.
- 2) Levar para conhecer as instalações, explicando o portfólio dos planos.
- 3) Retornar à recepção para preencher os documentos necessários para adesão de um dos planos de serviço.
- 4) Liberar as chaves das acomodações e indicar os horários e locais das atividades contratadas.

Cliente recorrente passos:

- 1) Confirmar documentos do cliente.
- 2) Verificar estratos na área financeira, pagamentos em dia.

Financeiro liberado:

- Indicar as acomodações e os horários dos serviços contratados.

Financeiro bloqueado:

1. Indicar o cliente ou tutor que existe pendências, encaminhar para o setor financeiro.
2. Caso o cliente e o tutor não consigam negociar as pendências indicar que sua estadia está bloqueada.

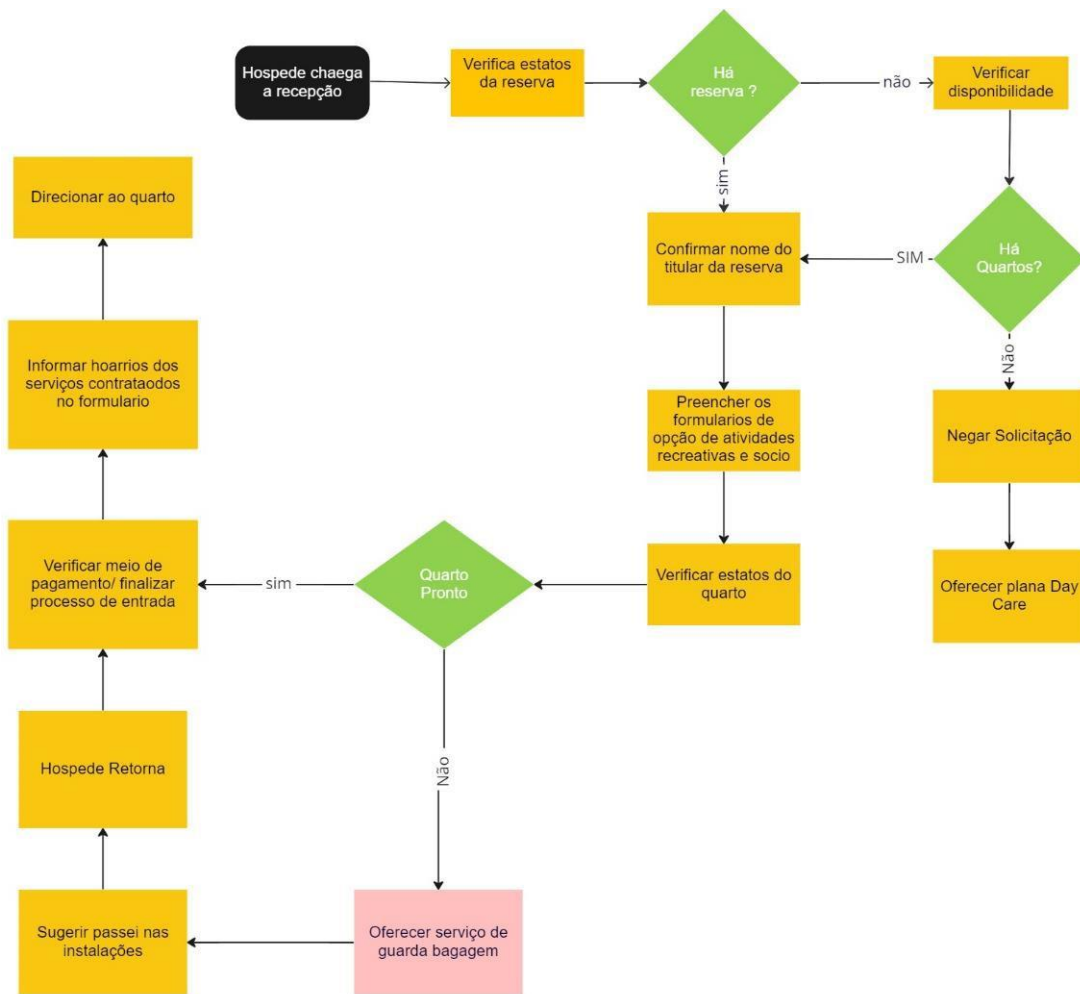
Estes procedimentos estão vinculados com as outras áreas de apoio, para gerar a matrícula do cliente e seus dados para o processo financeiro. Juntamente é disponibilizado informações para o médico agendar uma análise prévio do cliente.

4.1.5 Fluxograma Day care (Hotelaria)

Este processo será ofertado com prazo de permanência no máximo de 15 dias, obrigatoriamente executando reserva antecipada para que nossa empresa se prepare para receber o hospede com eficiência. Sendo ofertado junto ao tutor ou ao próprio idoso algumas vantagens de sua permanência na day care hotelaria temporária.

A Figura 5 detalha o fluxograma de hotelaria da Logevittà Day Care.

Figura 5: Fluxograma Hotelaria Longevittà Day Care



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Procedimento fluxograma Day Care (Hotelaria)

Hospede na recepção, verificar status da reserva.

Cliente com reservas passos:

1. Verificar o status da reserva.
2. Confirmar os documentos da reserva.
3. Preencher os formulários, opções de atividades recreativas.
4. Verificar status do quarto.

Quarto pronto:

1. Verificar o meio de pagamento.
2. Informar horários dos serviços.
3. Direcionar ao quarto.

Quarto bloqueado:

1. Oferecer serviço de guarda bagagem.
2. Sugerir passeio nas instalações.
3. Hospede retorno do passeio, repetir passos 1º, 2º e 3º do quarto pronto.

Cliente sem reserva:

- Verificar disponibilidade.

Com vagas:

1. Preencher os formulários de entrada e atividades.
2. Repetir os passos 1º, 2º e 3º do quarto pronto.

Sem vagas:

1. Informar que não temos vagas no momento para hotelaria.
2. Oferecer o day care por um dia

4.2 INOVAÇÃO

A Longevittà Day Care, traz para o mercado o atendimento inovador para um público Sênior que vem crescendo e está cada vez mais exigente quanto a qualidade na prestação de serviços. Atenderemos conforme a necessidade dos nossos clientes, por pacotes de serviços e por período de tempo que atenda tanto nosso público alvo direto, idosos, quanto os indiretos, seus tutores e responsáveis, flexibilizando atividades e períodos contratos, um serviço total e completamente personalizado.

O serviço de hotelaria, com curto tempo de permanência, também oferece aos tutores um local de curta permanência (15 dias) para que seus hóspedes descansem e sejam muito bem cuidados durante viagens das quais não aproveitariam acompanhando seus tutores.

4.2.1 Radar de inovação

O Radar de Inovação é um modelo de avaliação da maturidade do processo de inovação criado inicialmente por Schumpeter (1984), no qual as empresas podem identificar suas oportunidades de melhoria e mensurar a capacidade inovadora (D'anjour; Silva, 2016).

O radar contém quatro eixos principais, sendo eles: ofertas (produtos e serviços); clientes; processos; e pontos de presença. De acordo com Sawhney et al. (2011), cada uma das doze dimensões indica diferentes maneiras que as empresas pode inovar.

As inovações ocorrem em diferentes partes do modelo de negócios de uma empresa ou no modelo como um todo. Há inúmeras categorizações de tipos de inovações com destaque para produto, serviço e processo.

A dimensão da inovação expressa a parte do negócio onde a mesma ocorre. O Modelo do Radar das 12 Dimensões da Inovação de Sawhney apresenta inovações nas seguintes dimensões do negócio:

- Oferta (plataforma e soluções);
- Cliente (experiência do consumidor e captura de valor);
- Processo (organização e cadeia de fornecimento);
- Presença (relacionamento e marca).

O modelo do “radar da inovação” talvez possa ser considerado a mais completa e abrangente relação de formas de inovação até agora divulgada, apontando um conjunto com doze dimensões/formas diferentes para uma empresa inovar (Sawhney et al., 2006).

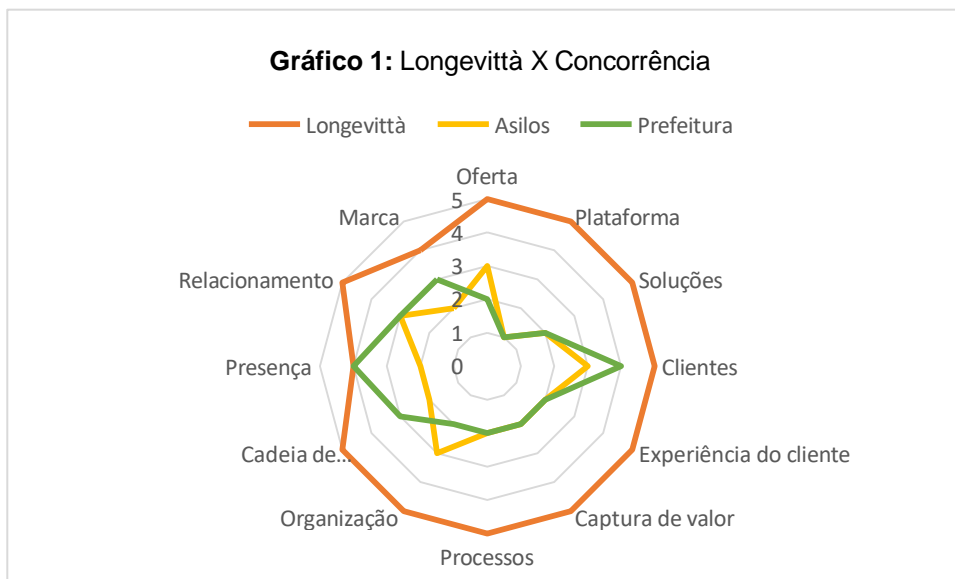
O Quadro 3 demonstra as dimensões de inovação da Longevittà Day Care:

Quadro 3: Dimensões do Radar da Longevittà Day Care

RADAR DE INOVAÇÃO - LONGEVITÀ DAY CARE			
	Longevitt à	Asilo s	Prefeitur a
Oferta	5	3	2
Plataforma	5	1	1
Soluções	5	2	2
Clientes	5	3	4
Experiência do cliente	5	2	2
Captura de valor	5	2	2
Processos	5	2	2
Organização	5	3	2
Cadeia de fornecimento	5	2	3
Presença	4	2	4
Relacionamento	5	3	3
Marca	4	2	3

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

O Gráfico 1 demonstra o resultado, em comparação com a sua concorrência:



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Ofertas: Nossos concorrentes indiretos oferecem serviços restritos a internação no caso dos asilos (com excessão de um que até oferece diária, mas o pacote de serviços se restringe a cuidador, fisioterapia e terapia ocupacional) não atendendo a expectativa de atividades que o público Sênior hoje tem exigido (academia, esportes, jogos, atividades intelectuais, entre outras). E a prefeitura, que hoje atende uma demanda das classes B e C, que não são o nosso público alvo.

Plataforma: Nossos serviços e técnicas são inovadoras no mercado, atendendo um público Sênior, porém ativo, que se sente capaz de produzir e enfrentar desafios. Os serviços e técnicas oferecidas hoje, são inflexíveis, pouco ou nada personalizadas e pouca preocupação com a satisfação, o enfoque é sanar a necessidade do cuidado (asilos) e entretenimento (prefeitura).

Soluções: O Day Care traz a inovação do serviço personalizado, que atende a necessidade de

<p>cada cliente, os pacotes e períodos são flexíveis e singulares, assim como cada um de nossos clientes.</p>
<p>Cientes: Nossos serviços e atendimento estão atentos às dores e necessidades do nosso público alvo, que se encontram nas Classes A e B, hoje carentes de atividades e entretenimento, bem como socialização nos serviços disponíveis no mercado.</p>
<p>Experiencia do cliente: Nossa missão é proporcionar momentos e experiências únicas para o bem estar e realização dos nossos clientes no seu dia a dia, aumentando a sua auto estima e longevidade com qualidade.</p>
<p>Captura de Valor: Agregamos valor a cada serviço oferecido de forma personalizada, buscando atender a necessidade, flexibilizando o tempo e buscando a excelência no atendimento para a satisfação do cliente. O que encontramos no mercado hoje, são serviços engessados a internação ou ao que a prefeitura oferecer.</p>
<p>Processos: Todos nossos processos giram em torno da qualidade, dessa forma é imprescindível que sempre tenhamos um "Host" ou anfitrião que fará a supervisão dos processos, certificando que os nossos cliente tenham suas expectativas atendidas ou superadas. Os processos do mercado hoje se restringem a manutenção dos mesmos serviços.</p>
<p>Organização: A Longevitta preza pela qualidade do serviço e satisfação do cliente, dessa forma nossa organização esta preparadas com os profissionais de altissima qualide na area da saude e bem estar, proporcionando a cliente um serviço unico a cada qual segundo suas necessidades e sempre com enfoque no cliente.</p>
<p>Cadeia de Fornecimento: Nosso compromisso ao adquirir materiais, equipamentos e alimentos serão para atender a necessidade com toda segurança que o público Sênior exige, buscando sempre o mais inovador, tecnológico e saudável. Nossos concorrentes indiretos, não prezam e não tem o mesmo compromisso com seus cliente.</p>
<p>Presença: Nosso meio de contato com nosso publico alvo sera por meio das redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram e Telegram), além do Marketing (Flyers) e contato pessoal com o publico nas proximidades do estabelecimento, de forma a alcançar nosso publico e fornecedores criando uma rede de comunicação com eficácia e eficiência.</p>
<p>Relacionamento: A Longevittà visa estabelecer vínculos de afetividade e confiança com os seus clientes, agregando não só valor, mas principalmente fidelização. Nosso foco nunca será alcançar o maior número, mas manter com qualidade, o que inevitavelmente nos trará números. Hoje no mercado o que mais importa são números, sem preocupação com a qualidade, e o resultado é a rotatividade de pessoas e baixa ou nula fidelização do cliente.</p>

Marca: A Longevittà tem como objetivo ser pioneira no ramo Day Care, conhecida e reconhecida pela excelência no atendimento, inovação e tecnologia para o público Sênior.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

4.2.2 Análise VRIO

Colocando os recursos internos da organização como potencializadores de vantagem competitiva sustentável, em vez de o ambiente externo, o livro "Administração Estratégica e Vantagem Competitiva" dos Professores J. B. Barney e W.S. Hesterly, apresenta um elemento inédito: um modelo integrador amplo o suficiente para ser aplicado na análise de casos e cenários de negócios e simples o suficiente para ser compreendido e compartilhado, análise VRIO. O termo VRIO é um acrônimo das iniciais de Value, Rareness, Imitability e Organization. Na tradução para o português: **Valor, Raridade, Imitabilidade e Organização**, conforme Figura 6:

Figura 6: Análise VRIO



Fonte: Labone Consultoria, 2023.

Como aplicar a Análise VRIO, na prática?

Primeiramente, precisamos definir recursos que podem ser valiosos, raros e não imitáveis aqueles que se acredita que há organização para explorar. Definido, as perguntas básicas e sequenciais devem ser aplicadas.

- **Tem valor?** Se sim, a próxima pergunta pode ser feita. Caso contrário, significaria uma desvantagem competitiva.
- **É raro?** Se sim, a próxima pergunta pode ser feita. Caso contrário, existe uma paridade competitiva, quando a empresa se iguala às outras concorrentes.
- **É difícil de imitar?** Se sim, a próxima pergunta pode ser feita. Caso contrário e seja fácil de imitar, a vantagem pode ser considerada temporária, pois será questão de tempo para alguma outra empresa copiá-la.
- **Há preparo da organização para explorar?** Se sim, perfeito, a empresa estará preparada para explorar uma vantagem competitiva e de forma bastante sustentável. Caso contrário, não adiantará nada – continuará sendo uma desvantagem competitiva.

A figura 7 apresenta a Análise VRIO da Longevittà Day Care:

Figura 7: Análise VRIO 2

É valioso?	É raro?	É difícil de imitar?	A empresa está organizada para explorar?	Qual é o resultado?
NÃO				<i>Desvantagem competitiva</i>
SIM	NÃO			<i>Igualdade / Paridade competitiva</i>
SIM	SIM	NÃO		<i>Vantagem competitiva temporária</i>
SIM	SIM	SIM	NÃO	<i>Vantagem competitiva que não pode ser utilizada</i>
SIM	SIM	SIM	SIM	<i>Vantagem competitiva de longo prazo</i>

Fonte: Site Ware, 2023.

O Quadro 4 nos mostra as dimensões da Análise VRIO da Longevittà Day Care.

Quadro 4: Dimensões da Análise VRIO da Longevittà Day Care

Empresa: Longevittà Day Care			
É valioso?	É raro	É difícil de imitar?	A empresa está organizada para explorar?
Sim	Sim	Não	Sim

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

A nossa vantagem competitiva hoje é a inovação da metodologia de prestação de serviços. Não temos um concorrente direto que ofereça os mesmos serviços, com a flexibilidade de quantidade de serviços e tempo de permanência, porém não é um processo difícil de imitação. E por esse motivo, a nossa vantagem competitiva é temporária.

Nossos esforços estarão sempre voltados para a excelência do atendimento, satisfação do cliente e melhorias contínuas de atendimento, sempre atentos às mudanças do mercado, da tecnologia e exigência do público alvo.

4.3 ESTRUTURA DO NEGÓCIO

4.3.1 Missão, Visão e Valores da empresa

No aspecto de planejamento da organização, dedica-se na forma em como a organização vai se comprometer perante seus stakeholders. Além disso, deve-se estruturar o escopo da organização, sendo “um rol de elementos que formam um conjunto de padrões, princípios fundamentais, propósitos (...)” (Tachizawa, Rezende, 2000, p. 39). Ao definir sobre as estratégias organizacionais, se define também a missão, visão e valores.

A missão “define qual é o negócio da empresa e qual seu papel na sociedade”. (Chiavenato, 2009, p. 35).

Missão Longevittà Day Care: Promover a qualidade de vida e bem estar do idoso, desenvolvendo atividades físicas e intelectuais, bem como entretenimento e socialização, valorizando o prazer de viver e a longevidade.

Por sua vez, a visão traz a perspectiva de auxiliar na busca de “proporcionar uma imagem do que a empresa pretende ser” (Chiavenato, 2009, p. 35).

Visão Longevittà Day Care: Ser referência, como a melhor e mais preparada instituição no ramo de atendimento ao público sênior criando valores e tendências para o mercado.

Como fonte de trazer a crença da organização se faz a indicação de quais os valores declarados que são essenciais para o negócio.

Valores Longevittà Day Care: Respeito e valorização a vida, segurança do idoso, ética e aperfeiçoamento constante dos profissionais.

4.3.2 Setores de atividades

Nos setores de atividades, observa-se a atividade chave da empresa para que se possa classificá-la, a fim de poder participar de grupos de classes empresariais do mesmo ramo. A seguir, apresentam-se os 3 (três) principais setores de atividades que o SEBRAE reconhece: Segundo o SEBRAE Nacional (2013), indústria “são as empresas que transformam matérias-primas em produtos acabados, com auxílio de máquinas ou manualmente. Abrange desde o artesanato até a moderna produção de instrumentos eletrônicos”. De acordo com o mesmo autor, comércio “são as empresas que vendem mercadorias diretamente ao consumidor – no caso do comércio varejista – ou aquelas que compram do fabricante para vender no varejo – comércio atacadista”. E ainda de acordo com o mesmo autor, prestação de serviços “são as empresas cujas atividades não resultam na entrega de mercadorias e, sim, no oferecimento do próprio trabalho ao consumidor”.

De acordo com os setores principais classificaos pelos SEBRAE, a Longevittà Day Care, se enquadra no Setor Terciário: prestação de serviços.

4.3.3 Forma jurídica

De acordo com Coelho (2018), a escolha da forma jurídica de uma empresa é importante, pois ela influencia em questões como responsabilidade dos sócios, tributação, gestão e sucessão empresarial.

De acordo com a legislação brasileira, as formas jurídicas empresariais correntes no país são divididas nas seguintes classificações: Microempreendedor Individual (MEI), Empresário Individual (EI), Empresa Individual de responsabilidade limitada (EIRELI) e Sociedade Limitada (LTDA).

Em relação ao MEI, “é o empresário individual com receita bruta anual até R\$ 60.000,00, e a partir de 2018, R\$ 81.000,00, optante pelo Simples Nacional e SIMEI” (SEBRAE SÃO PAULO, 2017). E de acordo com o mesmo autor, nesta modalidade, a empresa pode ter no máximo um único empregado que receba apenas o teto máximo da categoria que foi contratado. Sendo assim, o MEI se destina para pessoas que planejam abrir uma empresa e atuar de forma individual, podendo até ter um funcionário.

A sociedade limitada é formada por dois ou mais sócios, no intuito de explorar atividades econômicas para a produção ou circulação de bens ou serviços. Nesta modalidade, os sócios responsabilizam-se de forma limitada ao capital social da empresa por dívidas contraídas. Em sociedade empresarial, de acordo com o SEBRAE São Paulo (2017) “é possível a atuação coletiva entre dois ou mais sócios, sendo sua responsabilidade limitada ao capital social. Deverá adotar uma das espécies de sociedade existentes (S/A, Sociedade Limitada - LTDA, etc.)”. Ainda de acordo com o mesmo autor, a “espécie de sociedade empresária mais adotada no Brasil é a Sociedade Limitada (LTDA), por ser mais simples e pela proteção ao patrimônio pessoal dos sócios”.

O EI é uma empresa formada apenas por uma única pessoa física, devendo seu nome empresarial ser composto por nome civil do proprietário, podendo aditar ao mesmo uma atividade do negócio ou apelido. Nesta modalidade não há o princípio da separação do patrimônio, ou seja, o proprietário é responsável por todas as dívidas da empresa com todos os bens pessoais e do cônjuge, se casado em regime de comunhão de bens, indiscriminadamente (Portal Brasil, 2011).

Para o SEBRAE São Paulo (2017), o empresário individual “exerce em nome próprio uma atividade empresarial. Atua individualmente, sem sociedade. Sua responsabilidade é ilimitada (responde com seus bens pessoais pelas obrigações assumidas com a atividade empresarial”. E vale ressaltar que, há responsabilidade onde se assume com os bens pessoais, as responsabilidades da atividade da empresa.

A EIRELI, é uma modalidade criada em 2010 que possibilita a responsabilidade limitada do empresário individual e a formação de sociedades limitadas com participação de sócios somente para atender o requisito de possuir um segundo sócio. Para registros nesta modalidade é necessário ter um titular, pessoa física maior de 18 (dezoito) anos ou emancipado, brasileiro ou estrangeiro e com capital mínimo de 100 (cem) vezes o maior salário-mínimo do país integralizado. O empresário fica restrito a apenas uma EIRELI, não podendo ser sócio em uma segunda empresa (Portal Brasil, 2011).

Para o SEBRAE São Paulo (2017), na EIRELI, a “responsabilidade do empresário é limitada ao capital social (valor do investimento, em dinheiro ou bens)” e ainda para o mesmo, há “obrigatoriedade de capital social integralizado de no mínimo 100 (cem) salários mínimos. A EIRELI possibilita a atuação individual (...) porém, com responsabilidade limitada”.

E seguindo a isso, resulta em proteção patrimonial devido a separação entre o patrimônio pessoal e da empresa. Ainda assim, deve-se observar que existe a possibilidade de o empresário responder com seus bens pessoais nas responsabilidades da empresa.

Portanto, o EIRELI é voltado para quem possui atuação individual e não quer que a responsabilidade e os patrimônios pessoal e empresarial, se comuniquem entre si no momento de qualquer necessidade de responsabilização. E deve-se observar o valor do capital social mínimo exigido, de 100 (cem) salários mínimos.

A empresa Longevittà formada por três sócios proprietários antepõe-se uma organização de Sociedade Limitada, onde os patrimônios pessoais não se misturam com os empresariais.

4.3.4 Enquadramento Tributário

Enquadramento tributário é o conjunto de regras que estabelecem a forma como uma empresa recolherá seus impostos. Determina também obrigações e declarações que devem ser entregues aos órgãos fiscalizadores como Receita Federal, Receita Estadual, Prefeitura e Previdência (Bernardi, 2016).

Segundo Bernardi (2016), o enquadramento tributário é uma escolha estratégica que deve considerar diversos fatores, como a atividade econômica da empresa, sua estrutura societária, a localização, o porte e o faturamento. O autor destaca que a escolha do regime tributário adequado pode reduzir a carga tributária da empresa e aumentar sua competitividade.

Atualmente, existem três tipos de regimes tributários pelos quais uma empresa pode optar no Brasil. São eles: Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real.

O Simples Nacional é a melhor escolha para pequenas e médias empresas, O principal diferencial desse modelo de enquadramento tributário é que os impostos devidos para pequenas e médias empresas são recolhidos juntos. Isso acontece através de uma guia mensal chamada de DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional).

No simples nacional, as alíquotas são menores e possui uma agenda tributária facilitada.

Neste regime tributário entram empresas que possuam faturamento bruto de até R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) no ano em exercício. Esta forma de tributação, a alíquota é reduzida por unir oito impostos: Pis, Cofins, IPI, ICMS, CSLL, ISS, Imposto de renda de pessoa jurídica e conforme o caso, INSS patronal. (CONUBE, 2018)

De acordo com SEBRAE (2018), o enquadramento tributário Simples Nacional foi “criado com o objetivo de simplificar o pagamento de tributos (...), possui alíquotas nominais que variam de 4,0% a 22,90% distribuídas em 6 anexos que contemplam os diversos setores e atividades econômicas”.

Ainda de acordo com a mesma fonte, é voltado para “empresas com faturamento até R\$ 3,6 milhões (ano), alterado para R\$ 4,8 milhões a partir de 2018. A escolha do Simples Nacional, normalmente é a solução mais adequada”.

No lucro real é obrigatório para empresas que tenham faturamento superior a R\$ 78.000.000,00 (setenta e oito milhões de reais) e empresas voltadas para o setor financeiro. Neste caso, as alíquotas são calculadas apenas sobre o que a empresa teve de lucro, sendo, receita menos despesas a base de cálculo dos impostos (CONUBE, 2018).

Conforme SEBRAE (2018), lucro real tem a característica principal que o “Imposto de Renda (IRPJ) e a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) das empresas, incidem sobre esse regime alíquotas de 15% e 9% respectivamente e PIS e COFINS que (...) podem ser de 0,65% a 7,60%, (...) e demais impostos”.

E por fim, no lucro presumido acontece a mesma coisa, ou seja, os cálculos dos impostos são feitos apenas sobre o lucro real, e a única diferença é que esta modalidade tributária é voltada para qualquer empresa que tenha faturamento abaixo dos R\$ 78.000.000,00 (setenta e oito milhões de reais). (CONUBE, 2018)

E de acordo com o SEBRAE (2018), o lucro presumido é uma forma simples de “determinar a base de cálculo o IRPJ e a CSLL das empresas, (...) alíquotas podem variar de acordo com a atividade (...), de 8% para (...) indústria e o comércio e 32% para prestação de serviços”.

Então se entende que, para cada tipo de empresa e faturamento, há uma forma de enquadramento tributário, e em resumo, Simples Nacional reúne diversos impostos e são voltados para empresas com faturamento de R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) e a partir de 2018, R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais). Lucro Real é voltado para empresas que possuem faturamento acima dos R\$ 78.000.000,00 (setenta e oito milhões de reais) e empresas do setor financeiro e seu cálculo se dá através da receita, deduzida todas as despesas.

E por fim, Lucro Presumido ocorre da mesma forma que Lucro Real, porém para empresas com faturamento abaixo de R\$ 78.000.000,00 (setenta e oito milhões de reais).

A Longevittà Day Care se enquadra e optou pelo Simples Nacional.

4.3.5 Capital Social

Segundo Sebrae (2020, n.p.) “Capital Social é o valor investido que será colocado à disposição da empresa por cada um dos sócios, seja bens financeiros ou bens materiais”.

A Tabela 1 mostra a participação de cada sócio na empresa.

Tabela 1: Capital Social

SÓCIO	VALOR	PARTICIPAÇÃO
Ana Carolina Silva	R\$ 80.165,61	33,33%
Edson Leandro Vedor	R\$ 80.165,61	33,33%
Patricia Domingues	R\$ 80.165,61	33,33%
TOTAL	R\$ 240.496,83	100%

Fonte: Elaborada pelos autores, 2023.

4.3.6 Fontes de Recursos

A princípio contaremos com fonte de recursos próprios, investidos com partes iguais pelos sócios e caso necessário, empréstimo e financiamento para aquisição de equipamentos e mobiliário, conforme a necessidade.

Faremos um forte investimento no Marketing para captação de clientes mais rápida, a fim de começarmos a movimentar dinheiro para o negócio caminhar.

4.4 ANÁLISE DE MERCADO

Segundo Graham et al. (2011), as principais formas com as quais as organizações analisam seus clientes são por meio de pesquisa de mercado (para coletar dados relevantes sobre os clientes) e da modelagem do mercado (para dar sentido a esses dados).

A análise do mercado permite se conhecer de perto o ambiente onde o produto/serviço se encontra (SEBRAE, 2021). O mercado está composto pelo ambiente onde a empresa e produto se localiza, pela concorrência e pelo perfil do consumidor.

A Longevittà, por oferecer um serviço novo na cidade, que atende uma necessidade emergencial de seus clientes, acredita que um bom planejamento de marketing, fará com que seus clientes em potencial sejam alcançados. Conforme demonstra pesquisa de mercado feita através de questionário (em anexo), aplicado para residentes dos bairros próximos ao local escolhido para a implementação do projeto. O número de entrevistados foi determinado pelo cálculo amostral, considerando a população dos bairros com maior índice de idosos de Praia Grande, e com renda familiar de 15 salários-mínimos e acima. Sendo os seguintes bairros: Canto do Forte, Guilhermina, Boqueirão e Aviação.

4.4.1 Pesquisa de mercado

Através da pesquisa de mercado detectamos novas tendências, avaliamos a quantidade ou volume que o mercado absorve e os preços praticados. (SEBRAE, 2021)

Segundo Graham *et al.* (2011), as principais formas com as quais as organizações analisam seus clientes são por meio de pesquisa de mercado (para coletar dados relevantes sobre os clientes) e da modelagem do mercado (para dar sentido a esses dados).

Para o estudo, utilizamos da pesquisa de campo quantitativa, desenvolvida através do Google Formulários, contendo sete questões.

A pesquisa foi divulgada através das redes sociais em 09 de setembro de 2022, e ficou disponível para respostas no período de 09 a 23, nesse período contamos com 102 entrevistados, distribuídos em sua maior proporção, em nos bairros da Aviação, Guilhermina e Canto do Forte da Cidade de Praia Grande.

Coletamos informações essenciais para analisar a necessidade dos consumidores, observando o comportamento e preferências que devem ser aplicados em um Day Care para idosos, representado no formulário em anexo.

Alguns dos resultados obtidos na pesquisa estão pontuados nos gráficos estatísticos, representados a seguir:

O gráfico 2 demonstra se existe interesse em serviços de hotelaria de curta permanência para idosos. Sendo os maiores resultados: 45% não e 40% sim.

Gráfico 2: Interesse no serviço

Tem interesse em serviço de hotelaria de curta permanência para idoso?
100 respostas



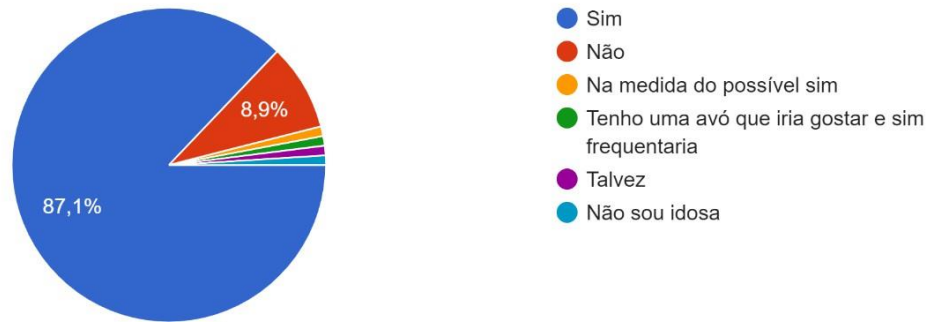
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

O gráfico 3 pergunta ao idoso se ele frequentaria um espaço Day Care (creche para idosos), com atividades físicas, manuais e intelectuais. Sendo os maiores resultados: 87,1% sim e 8,9% não.

Gráfico 3: Interação dos idosos

Se idoso, você frequentaria um espaço Day Care (Creche para idosos), com atividades físicas, manuais e intelectuais?

101 respostas



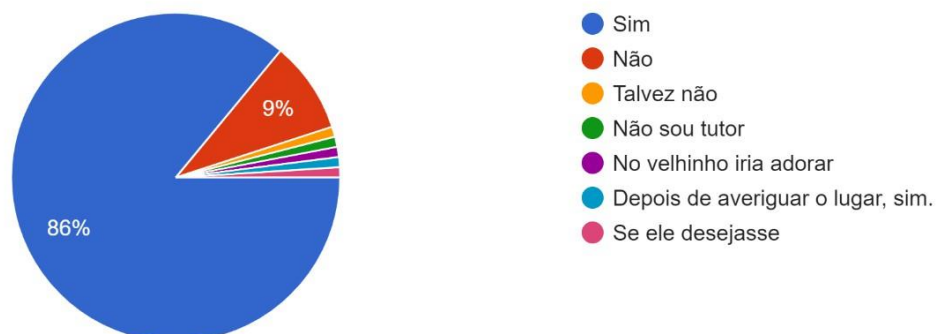
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

O gráfico 4 pergunta ao tutor ou familiar de idoso se ele matricularia seu familiar num espaço Day Care (creche para idosos). Sendo os maiores resultados: 86% sim e 9% não. Os gráficos demonstram que a ideia da creche para idosos é viável, que as pessoas que participaram da pesquisa acreditam que os idosos aceitariam a ideia de se matricularem ou serem matriculados por seus familiares nesse tipo de instituição

Gráfico 4: Interseção com os tutores

Se, tutor ou familiar de idoso, você matricularia seu familiar num espaço Day Care (Creche para Idosos)?

100 respostas

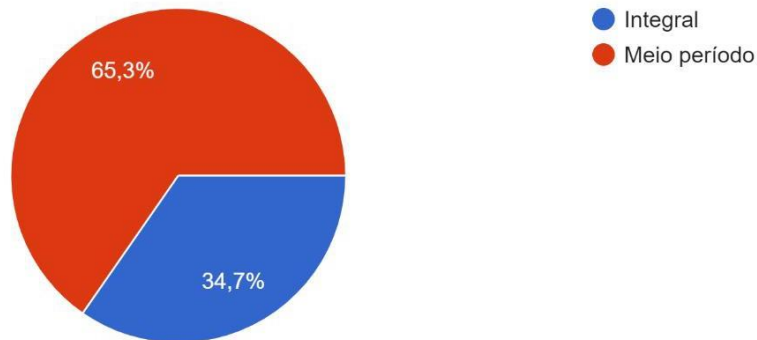


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Baseado nos gráficos 5 e 6 identificou-se que os idosos e seus tutores, tem a preferência pela permanência de meio período no Day Care.

Gráfico 5: Preferência de Período

Prefere Período Integral ou meio período de permanência? Integral () Meio período ()
101 respostas

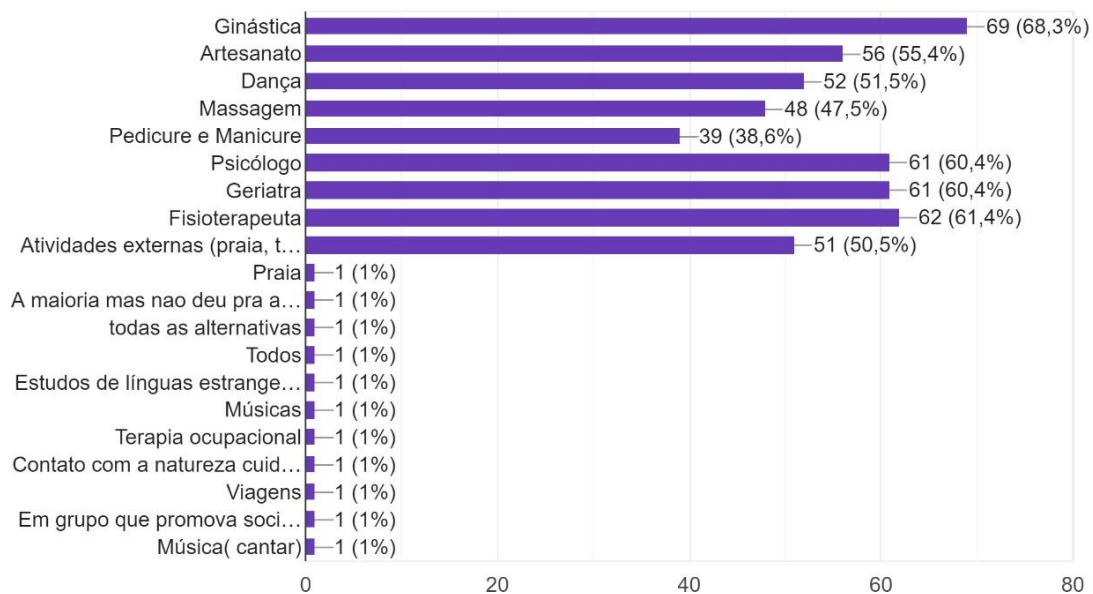


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Gráfico 6: Atividades mais relevantes

Na sua opinião, quais as atividades mais relevantes para um atendimento perfeito aos idosos?
Assinale uma ou mais alternativas.

101 respostas



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Os gráficos demonstram que a ideia da creche para idosos é viável, que as pessoas que participaram da pesquisa acreditam que os idosos aceitariam a ideia de se matricularem ou serem matriculados por seus familiares nesse tipo de instituição.

Identificou-se ainda nos gráficos, que os idosos e seus tutores, tem a preferência pela permanência de meio período no Day Care. Na pesquisa foi levantada as preferências no tocante às atividades complementares, o que dá margem para traçar um plano estratégico com atividades que atraiam e convençam os clientes.

4.4.2 Estudo dos clientes

Kotler e Armstrong (1999) definem clientes como pessoas com desejos, onde empresas tem o dever de satisfazer de maneiras lucrativas. Acrescentam que é necessário avaliar e identificar se os clientes que deseja atender são realmente rentáveis para o desenvolvimento da empresa.

A Longevittà atrai dois perfis de clientes:

Tutores de Idosos: aqueles que por algum motivo, são responsáveis pelos cuidados de idosos (pais, tios, avós). Que para manter o ritmo de suas vidas, com trabalho, lazer e família, precisam de apoio no trato e cuidado dos seus idosos. São pessoas, que tem as suas dia a dia atribuladas com atividades profissionais, filhos, muitos ainda estudam para melhorar e alcançar resultados no âmbito de crescimento profissional e não têm condições de atender todas as necessidades de cuidado, saúde e socialização do idoso que hoje, por algum motivo de força maior, mora com a família.

Idosos: tanto aqueles que moram com seus tutores (filhos, sobrinhos, netos) e dependem dos mesmos para manter atividades fora de casa, quanto aqueles que ainda moram sozinhos, mas sentem a necessidade de se movimentar através de atividades próprias para sua idade, além da necessidade de socialização. Muitos idosos desenvolvem a depressão por se sentirem sós, abandonados, mesmo que morando com seus filhos e parentes. Esse sentimento de abandono e solidão, se dá pela ausência de atividades que tragam satisfação e alegria de viver, bem como a falta de socialização com pessoas da mesma idade e com interesses em comum. Pessoas absolutamente capazes de produzir, desenvolver e se socializar, mas que as circunstâncias da vida os invalidaram e os taxaram como improdutivos.

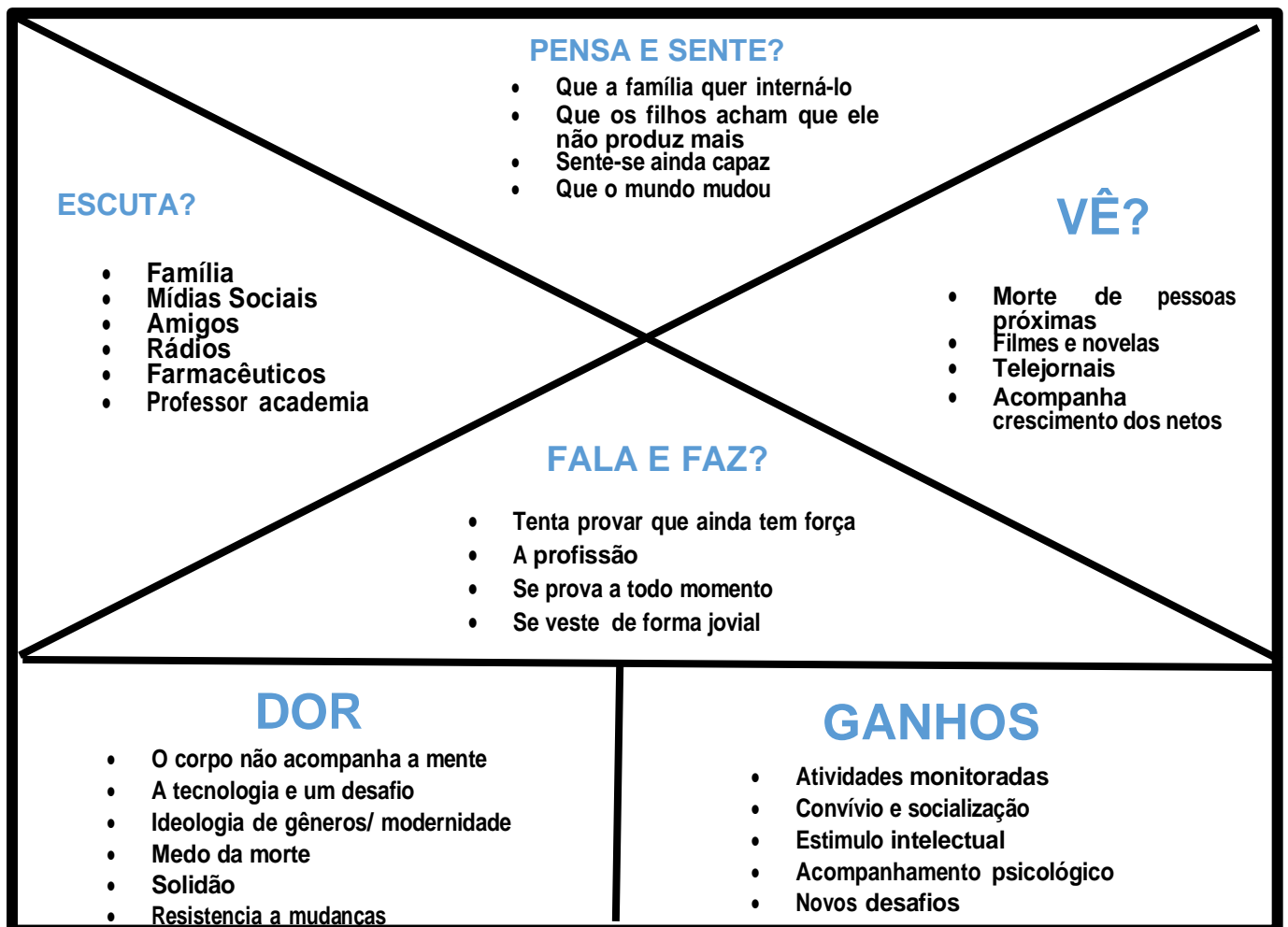
4.4.2.1 Mapa de empatia

O mapa da empatia é uma ilustração que traz as necessidades e as dores dos clientes e, assim, oferece a visão necessária para que as empresas se coloquem no lugar deles, adequando seus serviços e produtos afim de alcançar a satisfação e fidelização da sua clientela.

De acordo com Osterwalder e Pigneur (2010), o Mapa de Empatia é uma ferramenta que é comumente utilizada no Marketing. Essa ferramenta auxilia na representação do cliente buscando ter a percepção por meio dos aspectos pessoais gerais e mais íntimos ao colocarem-se em seu lugar estabelecendo conhecimentos sobre as necessidades, influências e comportamento.

Diante disso, apresentamos na figura 8 o mapa da empatia desenhado pela Longevittà Day Care, para entender e atender melhor seus clientes.

Figura 8: Mapa de empatia Longevittà Day Care



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Após análise, concluímos que os serviços que a Longevittà se propõe a oferecer, agrega valor, eleva a auto estima e atende às necessidades de forma peculiar, personalizando as atividades e serviços conforme a necessidade de cada cliente, respeitando seu tempo, suas características e limitações.

4.4.3 Estudo dos concorrentes

Análise de concorrência é uma atividade essencial no marketing. Precisamos saber o que os concorrentes estão fazendo para que a empresa se posicione, antecipe movimentos, e crie estratégias mais competitivas.

Segundo Kotler (1998, p.216) é necessário que se conheça as ideias de determinados concorrentes para se ter a esperança de antecipar suas prováveis ações ou reações.

Identificamos no mercado, dois possíveis concorrentes, porém os denominamos como concorrentes indiretos, porque apesar dos serviços serem semelhantes, a forma como são oferecidos se distanciam da nossa forma e objetivo de atender nossos clientes. A saber, nos asilos, os poucos, serviços são atrelados à internação, de forma inflexível e no caso da prefeitura, oferecidos para as classes B e C, enquanto nossos serviços são direcionados para o público das classes A e B.

Concorrente Indireto 1: asilos e casas de repouso: no contexto de internação permanente, oferecem alguns serviços de entretenimento, recreação e atividade física.

Concorrente Indireto 2: Áreas de Convivência da Prefeitura: oferece atividade físicas, manuais e algum tipo de entretenimento, frequentados pelas classes B e C, em dias e horários fixos e permanentes.

4.4.4 As 5 forças de Porter

Trata-se de um framework criado por Michael Porter na década de 1970, que ainda hoje é estudado nas aulas de administração e marketing e utilizado pelas empresas no planejamento de estratégias.

O modelo permite fazer uma análise setorial dos principais concorrentes, atores e forças que se relacionam dentro de um mercado.

São elas:

1. Rivalidade entre concorrentes;
2. Poder de barganha dos fornecedores;
3. Poder de barganha dos compradores;
4. Ameaça de novos entrantes;
5. Ameaça de produtos ou serviços substitutos.

A Figura 9 mostra as 5 forças de Porter.

Figura 9: As 5 forças de Porter



Fonte: Voratte, 2023.

Esta análise foi proposta pelo professor Michael Porter no artigo Como as forças competitivas moldam a estratégia, publicado em 1979. Antes disso, a competição estava relacionada apenas à rivalidade entre as empresas. Depois da publicação do artigo, executivos, consultores e estudantes de negócio passaram a entender que a análise da competição vai além da mera rivalidade entre companhias que atuam no mesmo segmento de mercado. A Análise das 5 Forças de Porter se tornou um clássico da administração. Para desenvolver a análise é preciso refletir sobre cinco contextos em que a empresa está inserida, chamadas por Porter de forças.

A ferramenta Análise tem uma lógica simples do ponto de vista conceitual, mas exige uma visão abrangente do negócio. Para executar a análise, é preciso apontar os fatos que caracterizam cada força.

As 5 Forças de Porter aplicadas na Longevittà Day Care.

O modelo permite fazer uma análise setorial dos principais concorrentes, atores e forças que se relacionam dentro de um mercado. São elas:

1. Rivalidade entre concorrentes: Hoje nossos concorrentes locais não são ameaçadores, uma vez que atendem as classes C e D, enquanto o nosso negócio visa o atendimento às classes A e B, porém como esse setor de serviço está em crescimento e ascensão, teremos que acompanhar as necessidades dos nossos clientes e às tendências de mercado para estar sempre um passo a frente dos possíveis futuros concorrentes.

2. Poder de barganha: Quanto mais fortes conseguirmos nos manter na excelência do atendimento, melhor força de negociação de valores teremos com nossos clientes, a inovação e personalização dos nossos serviços e atendimentos, nos colocará nesse lugar.

3. Poder de barganha dos clientes: Por lidarmos com um público seletivo, exigente e portador de conhecimento, teremos que nos esforçar para além de atender às necessidades dos nossos clientes, atendê-los com excelência, elevando a reputação da empresa e valorizando o tipo de serviço.

4. Ameaça de novos entrantes: Por se tratar de um serviço de muita procura e crescimento no mercado, teremos que lidar com novas empresas entrando para concorrer com nossos serviços. Temos como objetivo as melhorias 18 contínuas, adequações a novas necessidades e tendências de mercado.

5. Ameaça de produtos ou serviços substitutos: Teremos que lidar com essa ameaça, firmando nossa marca e identidade de excelência de atendimento, contribuição para o bem-estar e estar sempre inovando nos serviços, para estar um passo a frente de serviços similares mais baratos.

4.4.5 Análise PESTEL

Segundo Machado et al. (2010, p. 09), é uma ferramenta utilizada para avaliar e entender como os impactos externos podem afetar uma empresa positiva e negativamente, identificando oportunidades e ameaças utilizados 6 fatores.

Do mesmo modo como indicadores são utilizados para análise de viabilidade de investimentos, existem ferramentas gerenciais usadas para avaliar fatores externos. Uma delas, muito conhecida é a ANÁLISE PEST, PESTEL OU PESTAL.

Pest é acrônimo para Política (P), Economia (E), Social (S) e Tecnologia (T). Sendo assim, a Análise Pest é utilizada para analisar mudanças políticas, econômicas, socioculturais e tecnológicas no ambiente de negócios. Ela ajuda a trazer uma visão mais macro das ameaças e oportunidades externas a que empresas estão expostas, sendo amplamente utilizada para esse fim.

Alguns estudiosos ainda acrescentam mais duas letras para o acrônimo PEST: Ambiental (A) e Legal (L). Assim, além de Análise Pest você pode ouvir falar de Análise Pestal ou Pestel (sendo que a vogal “e” é acrônimo para environmental, que em português significa meio-ambiente):

- Matriz ou Análise Pest: Política, Economia, Social e Tecnologia;
- Matriz ou Análise Pestal: Política, Economia, Social, Tecnologia, Ambiental e Legal; ou
- Matriz ou Análise Pestel: Political, Economic, Socio-Cultural, Technological, Environmental and Legal.

A Análise Pestel é uma ferramenta simples e ao mesmo tempo útil que uma empresa tem ao seu dispor para entender o ambiente em que está inserida e criar a base de informações necessárias para planejar seu futuro, sendo amplamente utilizada tanto para auxiliar o planejamento estratégico quanto no processo de estruturação de um novo negócio.

- Trabalhando com cada um de seus pontos-chave (Política, Economia, Social e Tecnologia), ela dá um direcionamento na avaliação de estratégias e dos melhores caminhos a serem seguidos. Ajuda a detectar oportunidades;
- Ajuda a detectar ameaças significativas que poderão interferir no rumo planejado;
- Pensando em expansão empresarial, a Análise Pest ajuda a desenvolver uma visão mais objetiva do ambiente em que a organização pensa em inserir-se.

O primeiro passo para elaboração da análise é fazer um brainstorming de cada um dos fatores, ou seja, uma análise Política, Econômica, Social, Tecnológica, Ambiental e Legal.

A Figura 10 apresenta a Análise Pestel da Longevittà Day Care:

Figura 10: Modelo de Matriz Pestel

P	E	S	T	E	L
Político	Econômico	Social	Tecnológico	Ecológico	Legal
<ul style="list-style-type: none"> - ICMS - IRPJ - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) - PIS/COFINS - INSS e FGTS dos colaboradores - Taxas municipais - Contribuição sindical dos colaboradores 	<ul style="list-style-type: none"> - Inflação - Produto Interno Bruto (PIB) - variações nas taxas de juros, - desemprego e consumo 	<ul style="list-style-type: none"> - Qualidade X Preço - Experiência - Variedade - Criatividade 	<ul style="list-style-type: none"> -Monitoramento remoto -Formas de Pagamentos -Reservas online 	<ul style="list-style-type: none"> - Sem desperdício energético -alimentos balanceados -Redução o consumo de água - Uso de energia renováveis -Descarte de lixo corretamente 	<ul style="list-style-type: none"> Anvisa -RDC 275 - RDC 218 - RDC 216 - Vigilância sanitária - Lei N° 12.05 - Idosos - Lei N° 10.741

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

4.4.5.1 Fatores Políticos

Devido a mudança de governo, dentro ainda de um período de retorno a normalidade pós-pandemia, a economia está sensível. E apesar do Pronampe (Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte) divulgar que deve liberar R\$ 14 bilhões em créditos a pequenas empresas até 2024, a mudança de governo, nesse primeiro momento trouxe instabilidade, ou pelo menos essa sensação na área dos negócios e empreendimentos, fazendo com que os empreendedores fiquem mais tímidos e receosos para tomar empréstimos e investir.

4.4.5.2 Fatores Econômicos

Nossa economia foi drasticamente impactada pela pandemia, e estamos voltando ao novo normal, onde as pessoas depois de adaptadas a necessidade de isolamento social, tomaram outras formas de compras e consumo. O ano de 2023 está sendo considerado, mundialmente um ano de grande desafio para o crescimento econômico. No cenário brasileiro, ainda temos o fator político que não colaborou para a estabilidade comercial. Investir em serviços personalizados e com maior qualidade, bem como enxugar o orçamento, reduzindo gastos, uma vez que algumas empresas adotaram definitivamente o sistema Home Office para seus colaboradores, um desafio para pequenos comércios. Temos a nosso favor, enquanto negócio, oferecer saúde mental, ocupação com atividades físicas e intelectuais e administração do tempo seguro para o idoso.

4.4.5.3 Fatores Sociais

A cidade de Praia Grande por ser plana, apresentar uma localização privilegiada (Próxima a São Paulo) e clima agradável, abriga um número elevado de idosos e aposentados. Devido a pandemia e suas implicações, tivemos o aumento da população na cidade de Praia Grande. Durante a pandemia, famílias inteiras se isolaram socialmente, nas suas casas de veraneio, uma vez que as empresas favoreceram essa prática ao adotarem o sistema home office. Hoje, pós pandemia, muitas empresas adoraram esse sistema de trabalho definitivamente, fazendo com

que muitas famílias se fixassem definitivamente na cidade. Essa mudança esquentou o comércio e serviço local. Contamos também com o envelhecimento geral, pessoas vivem mais, e buscam qualidade de vida com atividades que proporcionem saúde mental, física e tragam bem estar.

4.4.5.4 Fatores Tecnológicos

A tecnologia tem evoluído a passos largos, o que trouxe benefícios para o trabalho em casa e a distância. As redes sociais hoje colocam os comércios e serviços locais muito mais perto do seu público alvo, lançando novidades, promoções, novos produtos e serviços com melhor custo/benefícios. A comunicação, sistema de pagamento e controle financeiro, velocidade na resposta, são facilitadores para qualquer negócio, graças ao avanço tecnológico.

4.4.5.5 Fatores Ambientais

A cidade de Praia Grande ainda conta com uma vantagem, as praias, seu maior cartão postal, que requer cuidados de preservação para que assim continue por muito tempo. A preocupação com o meio ambiente e sua preservação, estão em todos os segmentos do mercado. A procura por produtos saudáveis, veganos, por descarte de resíduos e sustentabilidade, tem sido motivos de mudanças no comportamento dos negócios para atender um público, cada vez mais crítico e exigente.

4.4.5.6 Fatores Legais

Todos os negócios hoje precisam se preocupar com toda a parte legal para atuar no mercado. Desde a sua localização, quanto as normas para atuar com todos os serviços que se propõe oferecer, quer seja nas atividades de entretenimento, saúde ou hotelaria.

4.4.6 Análise SWOT

Ferramenta importante utilizada para avaliar a situação que a empresa se encontra e como planejar estratégias através dos resultados obtidos.

Como afirmam Kotler & Keller (2012) o ambiente externo pode trazer oportunidades e ameaças. As oportunidades acontecem quando a empresa consegue atender as necessidades dos clientes e as ameaças são fatores externos que possam a diminuir as vendas. E o ambiente interno é mais fácil de controlar, pode ser avaliado constantemente, muitas vezes por simples questionário, ou seja, a Swot analisa as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

4.4.6.1 Análise do ambiente interno

Chamado também de Cenário Micro Ambiental, é considerado o ambiente interna da organização, ou seja, desempenho financeiro, empregados, produtos e serviços, estrutura organizacional, concorrentes, clientes, é correto afirmar que aqui se determina os pontos fortes e os pontos fracos. Como afirma Oliveira (2012):

A análise interna tem por finalidade colocar em evidências as deficiências e qualidade da empresa que está sendo analisada, ou seja, os pontos fortes e fracos da empresa devem ser determinados diante da atual oposição de seus produtos ou serviços versus segmentos de mercados.

Divide-se em:

- **Pontos Fortes:** qualquer recurso usado para melhorar a participação no mercado.
- **Pontos Fracos:** desvantagem operacional no ambiente organizacional.

4.4.6.2 Análise do ambiente externo

Chamado também de Cenário Macro Ambiental, está relacionado com questões que envolvem condições demográficas, econômicas, tecnológicas, políticas etc. Por este motivo, as organizações têm que estar atentas a estas mudanças, para aproveitar melhor as oportunidades e fazer com que as consequências destas ameaças tenham menos influência sobre elas. Lembrando

que o cenário macro ambiental é muito dinâmico, sempre sofre alterações. Por este motivo ele é tão importante (Oliveira, 2012).

O ambiente externo é composto por:

- **Oportunidades:** são situações que se aproveitadas adequadamente podem gerara crescimento, lucro e fortalecimento da organização.
- **Ameaças:** situações que se não atenuadas pela organização, podem trazer situações negativas, muitas vezes atingindo diretamente a sobrevivência de organização no mercado.

A Figura 11 mostra a Análise SWOT da Longevittà Day Care

Figura 11: Análise SWOT da Longevittà Day Care

ANÁLISE SWOT - (Longevittà Day Care)	
<p style="text-align: center;">Forças</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser pioneira e a melhor na cidade com este serviço; • Dispon de vários profissionais à disposição dos idosos; • Oferecer lazer e convivência com pessoas da mesma idade; • Opção de horário integral ou meio período; • Oferecer pacotes personalizados de serviços; 	<p style="text-align: center;">Fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marca Pouco conhecida na região • Estranhamento do serviço; • Rotatividade de profissionais habilitados; • Fidelização;
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crescimento da população de idosos em Praia Grande; • Serviço inédito na cidade; • Geografia de mercado ampla; • Sazonalidade; 	<p style="text-align: center;">Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intimidação dos clientes por ser um serviço inovador; • Não aceitação pelos idosos; • Rivalidade dos concorrentes indiretos; • Poder de barganha dos cliente;

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

4.4.6.3 Diagnóstico

Após formulação da análise, verificou-se que a empresa tem que adotar uma postura estratégia de manutenção. Buscando a estabilidade no mercado para atuar em novos nichos, para ampliação e manutenção do negócio.

Usando as oportunidades para alavancar o negócio inovador na cidade, voltando os esforços para estratégias de marketing afetiva em crescimento e divulgação dos serviços, fortalecendo seu posicionamento no trato com idosos na região.

4.4.6.4 Oportunidades

Crescimento da população idosa na Praia Grande, estudo recente detectou e apontou o elevado número de idosos no momento e projetou crescimento significativo para os próximos anos, prevendo a necessidade de novos métodos para cuidado e atendimento de uma classe de idade em crescimento.

Serviço inédito na cidade, após pesquisa de mercado foi demonstrado que o Day Care é um nicho de mercado pequeno, verificando que poucas empresas investiram nesse tipo de serviço com qualidade e exclusividade. O mais comum continua sendo o modelo antigo de casa de repouso para internação.

Localização; a Praia Grande dentro das cidades da baixada santista foi a que teve o maior crescimento populacional, incluindo a condição de cidade turística para também cidade dormitório. Muitos munícipes trabalham espalhados pela região ou até mesmo na capital, fazendo que os idosos da sua família fiquem sozinhos em casa sem nenhum acompanhamento ou acompanhados por pessoas com pouca ou nenhuma preparação para tal.

4.4.6.5 Ameaças

- Intimidação dos clientes por ser um serviço novo, como todo novo nicho de mercado o seu resistência é comum, tornando o começo desafiador para os clientes, levando em consideração a imagem e valores da empresa relevante para a escolha.
- Aceitação dos idosos está é uma das ameaças que a empresa deve trabalhar com o maior afincado, observando tendências e preferências dos idosos para criar um vínculo forte. Promovendo a permanência dos clientes prazerosa.

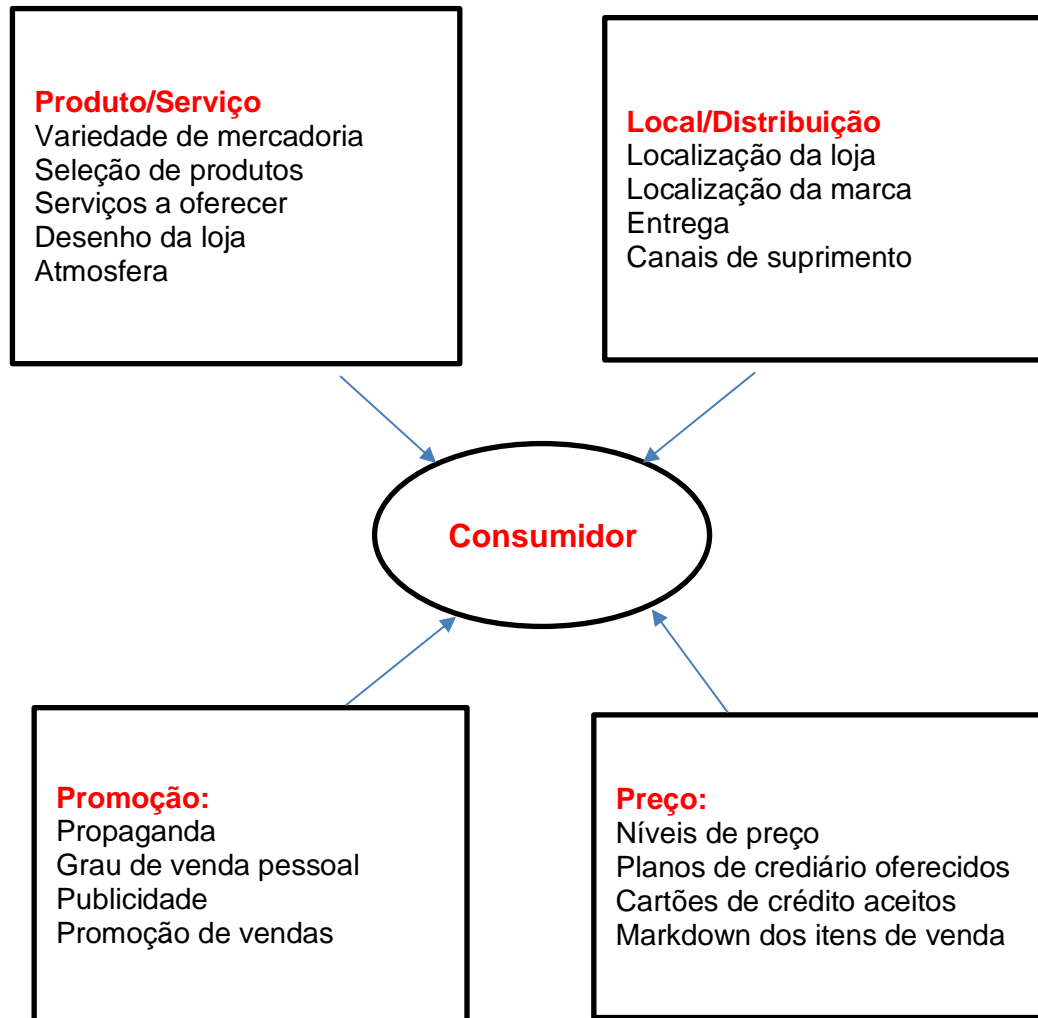
- Preço: fazer o cliente entender que o valor do serviço é mais um benefício, o valor agregado é o que garante o melhor profissional no atendimento e a excelência e a qualidade dos produtos e serviços oferecidos, levar o cliente a não ter dúvidas que o bem-estar e o cuidado com os seus entes queridos não têm preço.

4.5 PLANO DE MARKETING

As estratégias de marketing baseiam-se nos estudos detalhados das variáveis controláveis, ou relativamente controláveis, e das variáveis incontroláveis. As variáveis controláveis são aquelas que podem ser redimensionadas ou modificadas conforme as necessidades e as exigências do mercado: Políticas de Produto ou Serviços, Políticas de Preço, Políticas de Distribuição e Políticas de Comunicação. As variáveis incontroláveis se dividem em forças macro ambientais e micro ambientais e não podem ser gerenciadas por nenhuma empresa, pois são forças externas que influenciam as ações de marketing de todos os competidores do mercado (Kotler; Keller, 2012).

Referente ao produto/serviço e sua concepção quanto às estratégias de marketing, vale utilizar-se do mix de marketing composto por produto, praça, promoção e preço, onde o cliente é a figura central a que esse mix faz referência, conforme a figura 12, de Chiavenato, 2008:

Figura 12: Elemento do mix de marketing para varejo



Fonte: (Chiavenato, 2008, p. 202)

Conforme Las Casas (2011, p. 8) o plano de marketing “estabelece objetivos, metas e estratégias do composto de marketing em sintonia com o plano estratégico geral da empresa”. Ainda se pode complementar conforme o mesmo autor que é “toda a relação produto/mercado, que, em conjunto com os outros planos táticos, forma o plano estratégico”.

Sendo assim, o plano de marketing apresenta como a empresa irá conduzir suas estratégias, quais serão seus produtos e a forma como será o relacionamento junto ao seu público, qual a definição das ferramentas utilizadas para que haja comunicação e relacionamento, para assim, gerar os resultados planejados por parte da empresa.

4.5.1. Descrição dos Principais Produtos e Serviços

Define-se como produto tudo aquilo que é oferecido ao cliente e que o mesmo pode tocar e usufruir de sua utilidade. Para Kotler e Keller (2012), “o produto é tudo o que pode ser oferecido a um mercado para satisfazer uma necessidade ou um desejo”.

De acordo Stanton (1980, p. 209-210) “produto é simplesmente um conjunto de atributos físicos e químicos palpáveis reunidos de uma forma identificável”. Podendo ainda ser complementado sobre o aspecto de seus atributos, que conforme o mesmo autor, “produto é um complexo de atributos palpáveis e impalpáveis, inclusive embalagem, cor, preço, prestígio (...)”.

Ainda segundo Kotler e Keller (2012), “serviço é qualquer ato ou desempenho que uma parte possa oferecer a outra e que seja essencialmente intangível e não resulte na propriedade de nada”. Sua produção pode ou não estar vinculada a um produto físico.

Quando são oferecidos produtos e/ou serviços de modo diferenciado, que agreguem valores aos clientes, forma-se um mix de produtos e serviços. O mix de serviços, segundo Kotler e Keller (2012): “envolve uma variedade dos mesmos a serem disponibilizados para o consumidor, podendo ser uma parte secundária ou a parte principal da oferta total, sendo combinados ou não com diferentes produtos”.

A Longevittà Day Care, constitui uma empresa de prestação de serviços, voltada para atender diretamente o público sênior, por seu próprio intermédio ou por tutores e cuidadores, oferecendo especificamente o serviço social, para manter o idoso ativo, atender suas necessidades físicas e evitar o ócio, que é um dos grandes problemas que o idoso enfrenta e muitas vezes o leva à depressão e doenças decorrentes.

Principais atividades oferecidas pela Longevittà Day Care a seus clientes diretos e indiretos:

- Recreação e Entretenimento;
- Atividades Físicas;
- Atendimento e Atividades Psicológicas;
- Atendimento e acompanhamento geriatra;
- Atendimento e acompanhamento nutricional;
- Cuidado, beleza e bem-estar;
- Aulas de Artesanato e Culinária;

- Jardinagem e horta;
- Alimentação;
- Supervisão por Cuidadores/Enfermeiros.

Os serviços do Day Care poderão ser contrados conforme a necessidade do cliente, em sistemas de atendimento parcial ou integral, e com serviços personalizados segundo a preferência e escolha das atividades.

O diferencial da Longevittà Day Care está na flexibilidade de horário e personalização dos serviços para melhor atender o cliente e contribuir para a sua satisfação e bem-estar.

4.5.2. Preço e Precificação

Um dos métodos das organizações elaborarem o preço dos produtos é pelo custo, onde se constitui uma margem de lucro sobre os custos totais, sempre relacionando os preços aos custos ($\text{Preço} = \text{Custo Total} + \text{Margem de lucro}$). Deve citar a relação entre oferta e demanda e o preço da concorrência. Os preços dos concorrentes devem ser considerados em análise como fatores internos e externos para encontrar um equilíbrio entre os extremos. O preço deve ser baseado no custo, na concorrência e/ou no valor percebido. (Kotler; Keller, 2012)

A fixação de preços baseada na concorrência tem como base o valor de um produto que os concorrentes cobram por produtos semelhantes, as empresas prestam mais atenção no preço alheio do que o seu próprio, com isso verá se tem capacidade de cobrir o valor que está sendo praticado. Esse tipo de prática tem uma relação importante com o tipo de produto e o mercado, pois quanto maior for à concorrência mais severa se torna a disputa pela margem de lucro (Oliveira, 2012).

A organização, ao planejar a entrada no mercado com novos produtos ou serviço, deve identificar a sua proposta de valor e alinhar ao preço do produto que o cliente procura, em relação ao custo/benefício. Para tanto, faz-se necessário ter o entendimento que “existe o preço que o empreendedor pede por seu produto/serviço; de outro, o preço que o cliente se dispõe a pagar. E ainda o preço que o mercado opera normalmente” (Chiavenato, 2008, p. 216). E fica visível na Tabela 2 abaixo a forma como cliente e empresa visualizam o preço de produtos/serviços:

Tabela 2: Preços dos Produtos e Serviços pelas óticas do Cliente e da Empresa

<p style="text-align: center;">COMO O CLIENTE ESTIMA O PREÇO</p>	<p style="text-align: center;">COMO A EMPRESA DETERMINA O PREÇO</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Objetivos desejados pelo cliente - Grau de utilidade do produto/serviço - Grau de qualidade percebida - Valor determinado pela empresa - Nível de serviço e de atendimento - Preço dos similares concorrentes 	<ul style="list-style-type: none"> - Objetivos almeçados pela empresa - Custos de produção e de vendas - Margem de lucro pretendida - Valor que o cliente atribui - Restrições legais quanto ao preço - Preços fixados pela concorrência

Fonte: Chiaveato, 2008.

Sobre a seleção do objetivo da determinação de preços pela empresa, se “decide onde deseja posicionar sua oferta ao mercado. Quanto mais claro seus objetivos, mais fácil será determinar os preços” (Kotler; Keller, 2006, p. 434). E os mesmos autores destacam dois padrões para que se estabeleça o objetivo da determinação de preços, sendo eles: sobrevivência, maximização do lucro atual, maximização da participação do mercado, desnatamento máximo do mercado, liderança na qualidade do produto e outros objetivos.

A Longevittà Day Care, neste aspecto, se utilizará do diferencial na oferta de serviços personalizados e de forma flexível, e da liderança na excelência do serviço, onde para os mesmos autores, “uma empresa pode ter como alvo ser líder em qualidade de produto do mercado” (Kotler; Keller, 2006, p. 435).

No tocante a determinação da demanda, vale ressaltar que se deve observar a forma como o produto está voltado para o mercado, qual a sensibilidade do preço, ou seja, como o consumidor reagirá a seu preço e sua percepção em relação ao produto/serviço. E para os mesmos autores, há fatores que levam a menor sensibilidade ao preço, conforme o quadro 5 a seguir:

Quadro 5: Fatores que levam a menor sensibilidade ao preço

- O produto é exclusivo.
- Os compradores têm menos consciência da existência de substitutos.
- Os compradores não podem comparar facilmente a qualidade de substitutos.
- A despesa é uma pequena parte da renda total do cliente.
- A despesa é pequena em relação ao custo total do produto final.
- Parte do custo é assumida por terceiros.
- O produto é utilizado em conjunto com bens comprados anteriormente.
- O produto supostamente possui mais qualidade, prestígio ou exclusividade.
- Os compradores não podem estocar o produto

Fonte: Kotler; Keller, 2006.

Para a Longevittà Day Care, importante destacar que há fatores agregados nos serviços e suas práticas que a diferencia das demais concorrentes com serviços semelhantes, na concepção e modelo de negócio e gestão empresarial desenhada para a empresa, sendo eles:

- a) Serviços personalizados e Horários flexíveis;
- b) Os clientes em potencial têm menos consciência da existência de substitutos;
- c) Parte do custo é assumida por terceiros (devido à estratégia de terceirização em uma parte da prestação de serviços);
- d) E por fim, os clientes em potencial não podem comparar facilmente a qualidade dos substitutos.

No aspecto da análise de custos, preços e ofertas dos concorrentes ou prestadores de serviços semelhantes, deve-se observar que há necessidade de se basear no que a concorrência está praticando no mercado de forma geral. Dessa forma, “deve analisar primeiro o preço do concorrente mais próximo” (Kotler; Keller, 2006, p. 440) e ainda, conforme os mesmos autores, “se a oferta da empresa contém algumas características não oferecidas por esse concorrente, o valor de tais características para o cliente deve ser avaliado e adicionado ao preço do concorrente”.

Sendo interessante ressaltar que, mesmo que o serviço não tenha equidade no ramo de atuação, se faz necessário basear-se no que há de mais próximo e parecido, junto ao mercado para que a estratégia de preço não fique fora da realidade de expectativa do público alvo e, conseqüentemente, não se distancie da realidade praticada pela concorrência, mesmo que ela seja indireta. A Longevittà Day Care, observou a seguinte situação, conforme quadro 6:

Quadro 6: Situação da Longevittà Day Care em relação aos seus concorrentes

Ausência de concorrentes diretos (com serviços idênticos ou com horários flexíveis)	Concorrentes Indiretos (Asilos convencionais, Espaços de convivência oferecidos pela prefeitura)	Preço = Preços dos concorrentes indiretos + valor diferenciação dos serviços personalizados e horários flexíveis.
---	--	---

Fonte: Autores, 2024.

Portanto, devido a ausência de concorrentes diretos e pela existência de indiretos com ausência de serviços personalizados e inflexibilidade nos horários, os preços devem-se somar a diferenciação Longevittà Day Care com os preços dos concorrentes e serviços indiretos.

4.5.3. Estratégias Promocionais

A promoção tem como base fundamental gerar comunicação junto a determinado público alvo. Os 4P's do marketing incluem preço, praça, produto e promoção, e de acordo com o SEBRAE, são variáveis capazes de determinar o sucesso competitivo e a rentabilidade de longo prazo do negócio.

Segundo Kotler e Keller (2006), “promoção consiste em um conjunto de ferramentas de incentivo, a maioria de curto prazo, projetadas para estimular a compra mais rápida ou em maior quantidade de produtos ou serviços específicos por parte do consumidor” (Kotler; Keller, 2006, p. 583)

Seguindo essa ideia, o conceito pode basear-se em formas de como alcançar o objetivo do marketing planejado pela a empresa, através de ferramentas como: promoção de consumo, promoção de comércio e promoção setorial. E a seguir apresenta-se cada uma destas ferramentas, de acordo com Kotler e Keller (2006, p. 583, grifo nosso):

Promoção de consumo (amostras, cupons, reembolso, descontos, brindes, prêmios, recompensas, testes gratuitos, garantias, promoções combinadas, promoções cruzadas, displays de ponto de venda e demonstrações); promoção de comércio (descontos, concessões de propaganda, bonificações por exposição e amostras grátis), e promoção setorial e para equipe de vendas (feiras comerciais e convenções, concursos para vendedores e propaganda dirigida).

Dessa forma, promoção nada mais é do que a forma como se fará a comunicação e se dará a relação entre a empresa e seu público-alvo, e neste aspecto faz-se necessário selecionar quais as principais ferramentas que a empresa se utilizará para alcançar seus objetivos em relação ao marketing. Ainda sobre a promoção, levam-se em consideração promoção de vendas, propaganda, forças de vendas, relações públicas e marketing direto. E para que se alcance os objetivos estabelecidos por qualquer empresa, vale ressaltar dois aspectos fundamentais do marketing:

(1) Muitas atividades de marketing diferentes são empregadas para comunicar e entregar valor e (2) todas as atividades de marketing são coordenadas de modo que seus efeitos conjuntos sejam maximizados. Em outras palavras, o projeto e a implementação de qualquer atividade de marketing são feitos tendo em mente todas as outras atividades." (Kotler, Keller; 2006, p. 18)

A Longevittà Day Care desenvolverá suas estratégias promocionais através das seguintes ferramentas: site institucional e blog com informações sobre as necessidades do público sênior e as vantagens dos cuidados e motivações adequadas para qualidade de vida e bem-estar do idoso, mídias sociais (instagram, linkedin, whatsapp, youtube), e-mail marketing, promoção de eventos para o público sênior, panfletagem em clínicas geriátricas e locais onde o encontro do público-alvo seja relevante.

O site institucional tem o objetivo de trazer as informações sobre a empresa, com transparência, dados relevantes dos serviços, relatos de clientes que tiveram suas expectativas superadas e recomendam os serviços, fotos e vídeos do espaço em movimento, durante atividades e eventos para o público sênior, bem como

testemunho de tutores que indicam o espaço pela segurança e tranquilidade que podem exercer suas atividades, enquanto seu ente querido é assistido e supervisionado por uma eficiente rede de apoio.

O blog por sua vez, terá o papel de trazer dados e informação através de conteúdos, criados para o envolvimento do cliente sobre a importância de investir em cuidados com a saúde física e mental, atividades que promovam o bem-estar e a qualidade de vida na terceira idade. Conteúdos atrativos para esse público, escritos inclusive pelos próprios clientes que decidirem se envolver com atividades com computador e redes sociais em aulas específicas, que fazem parte da lista de serviços prestados pelo Day Care.

Em mídias sociais, a Longevittà Day Care se utilizará do Facebook com Fanpage própria para gerar conexão junto ao público alvo, gerando engajamento e crescimento da marca junto aos clientes. O Instagram como ferramenta de fotos online para apresentação da empresa, sua crença e seus produtos e o LinkedIn, uma rede social com foco em perfis profissionais, com o intuito de aproximar a empresa de profissionais que se interessam sobre a filosofia das atividades, que potencialmente podem levar os serviços para muito mais clientes em potencial.

A figura 13 apresenta o registro da Longevittà Day Care nas redes sociais:

Figura 13: Apresentação da Longevittà Day Care nas redes sociais



Fonte: Autores, 2024.

4.5.4. Estrutura de Comercialização e Logística de Distribuição

Praça também conhecida como ponto-de-venda ou canal de distribuição, pode ser descrito como o local onde o produto/serviço é disponibilizado ao cliente de forma fácil e conveniente para ser adquirido. (Kotler; Keller, 2012)

A estrutura de comercialização da Longevittà Day Care se dará através das vendas diretas in loco, clientes possivelmente trabalhados pelo setor de marketing, fazendo o atendimento personalizado, com apresentação do espaço, profissionais e atividades, trazendo o cliente em potencial para vivenciar novas experiências e conhecer o espaço que pode ser a extensão da sua casa.

4.6. PLANO OPERACIONAL

O plano operacional tem por objetivo identificar como serão realizadas as principais atividades do negócio, como a empresa irá produzir ou prestar serviços, faz parte do planejamento estratégico e fica a cargo de mostrar um fluxo de trabalho diário, em outras palavras, ele atua na definição de metas e objetivos menores para cada meta e objetivo do plano estratégico.

Desse modo, o plano operacional contribui para a tomada de decisões antecipadas e, também, auxilia as ações que são cruciais para que metas e também objetivos possam ser alcançados. Assim, o plano operacional envolve previsão de decisões, a definição de metas e também dos recursos e outros elementos que serão necessários para se conseguir atingir tais metas.

4.6.1 Localização do Negócio

Segundo o Sebrae, o sucesso do negócio pode depender da localização do estabelecimento. A escolha do local precisa considerar a coerência entre os 4 P's de marketing: ponto, produto, preço e propaganda, ou seja:

- definir o perfil do consumidor que pretenda alcançar para definir o que será oferecido;
- analisar o contrato, condições de pagamento e o prazo do aluguel, certificando-se que o preço é compatível com a capacidade de investimento do negócio e o prazo de retorno e movimento esperado;

- observar aspectos como: facilidade de acesso e visibilidade, volume do tráfego, local para estacionar, nível de ruído, condições de higiene e segurança;
- Verificar se nas proximidades do ponto onde deseja abrir o negócio existem empresas que vão concorrer diretamente com você ou negócios similares. Isso é importante para o planejamento estratégico;
- Se atentar à facilidade de aquisição de matéria-prima e ao recrutamento de mão de obra, ou seja, confira se há pessoas/serviços especializados nas mediações e facilidade de acesso (vias e transporte público);
- Solicitar busca prévia de localização junto à prefeitura para verificar possíveis impedimentos para a montagem do negócio, com base no plano diretor urbano do município.

Diante das orientações apresentadas pelo Sebrae, a Longevittà Day Care se estabelecerá no Canto do Forte, o imóvel foi escolhido por sua privilegiada localidade, bairro conhecido como jóia da Praia Grande, o m² mais valorizado da cidade, combinação única de conforto, comodidade e qualidade de vida. Bairro mais próximo da saída da Praia Grande para cidades próximas como Mongaguá, Cubatão, São Vicente e Santos, sendo Santos uma espécie de capital da região metropolitana da Baixada Santista, que engloba nove municípios e com infraestrutura de metrópole, pólo comercial, conhecida como o melhor ambiente de negócios e empregos da Baixada.

4.6.2 Layout ou Arranjo Físico

Layout “representa a melhor disposição possível das máquinas e equipamentos, das mesas e móveis e de todos os recursos materiais ao longo do processo de produção” (Chiavenato, 2008, p. 180).

Chiavenato (2005) entende que arranjo físico é a forma como os recursos de produção estão distribuídos em uma manufatura de forma mais adequada ao processo produtivo. Esta organização tem papel fundamental no processo de uma empresa, pois, se bem montado, permitirá um caminho correto da primeira à última operação, reduzindo, desta forma, a circulação de mercadorias.

Cada tipo de layout está relacionado com o tipo de atividade produtiva desenvolvida pela empresa. Assim, o estudo do layout busca a combinação ótima das instalações que concorrem para a produção, proporcionando a fabricação de produtos com a melhor utilização do espaço disponível, resultando em um processamento mais efetivo, através da menor distância, no menor tempo possível.

Demora excessiva, fluxo confuso do trabalho, excessiva acumulação, má projeção de locais de trabalho, perda de tempo no deslocamento de uma unidade à outra, desenvolvimento de atividades em espaços inadequados; descontinuidade no fluxo de trabalho; ausência de espaço adequado para a análise de bens ou serviço; espaços que não incluem fatores de segurança; deficiente movimentação de bens, agentes e documentos; inadequado espaço para supervisão; pouco aproveitamento de iluminação e ventilação naturais; uso inadequado de cores no ambiente; distância entre atividades complementares e afins; e presença de ruídos são indicadores que sinalizam o mau aproveitamento de espaço e problemas de layout (Alvarez, 1991).

Antes de dar início ao estudo que levará à adoção de um layout ajustado às necessidades da organização, faz-se necessário levantar as seguintes informações: tipo de trabalho executado em cada área; quantidade de pessoal; necessidade de comunicações entre as áreas e pessoas envolvidas na análise; necessidades de arquivamento e armazenagem; isolamento acústico, visual e físico; intensidade de iluminação; portas e janelas; localização de mesas e cadeiras; quantidade e tipos de móveis, máquinas e equipamentos.

A estrutura física de um lugar que atende idosos tem que seguir algumas normas, para facilitar a locomoção destes, evitando acidentes.

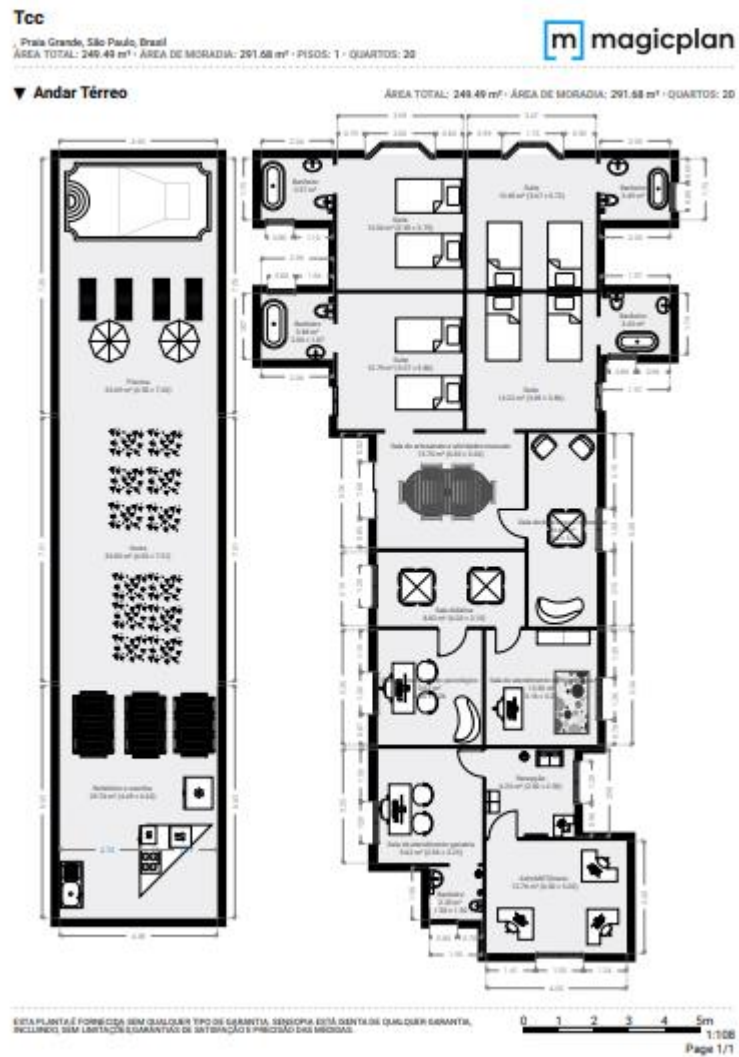
A Longevittà Day Care atenderá as normas da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas, bem como Regulamento Técnico que define normas de funcionamento para as Instituições de Longa Permanência para Idosos da ANVISA, conforme especificações abaixo:

- Ampla entrada para autos, inclusive para entrada e saída de uma ambulância para eventuais emergências (sendo essa uma das normas exigidas para esse tipo de estabelecimento).
- Área de entrada própria para atender e facilitar a acessibilidade de portadores de deficiência ou baixa locomoção.
- Portão alto e reforçado para garantir a segurança de nossos clientes e colaboradores no decorrer do funcionamento e atividades do day care.

- Acesso externo com no mínimo duas portas, sendo uma exclusivamente de serviço;
- Pisos internos e externos, inclusive rampas, de fácil limpeza, conservação, uniformes, com antiderrapantes;
- Rampas e escadas conforme NBR 9050/ABNT, com corrimão e sinalização;
- Escadas e rampas com no mínimo 1,20m de largura;
- Portas de vão livre, de preferência de correr;
- Refeitório com área mínima de 1m² por usuário;
- Banheiros amplos, todos de fácil acesso e com no mínimo 3,60m²;
- Área externa para convivência e desenvolvimento de atividades ao ar livre deve ter um solarium com bancos, jardim e horta, piscina para atividades e recreação. Local com churrasqueira para eventos, cozinha para aulas de culinária e espaço para refeitório.
- Espaços internos amplos de fácil transição e adequados para atendimento do público sênior. Sala com computadores/note books para aulas de computação, línguas e pesquisas. Salas para atendimento de fisioterapia, psicologia e geriatria. Sala administrativa e recepção para atendimento ao público. Sala central ampla para descanso, TV e socialização, banheiros.
- Suítes com 2 camas cada, para serviço de hotelaria.

Na figura 14, apresentamos o layout interno e externo da Longevittà Day Care:

Figura 14: Layout Interno e Externo da Longevittà Day Care



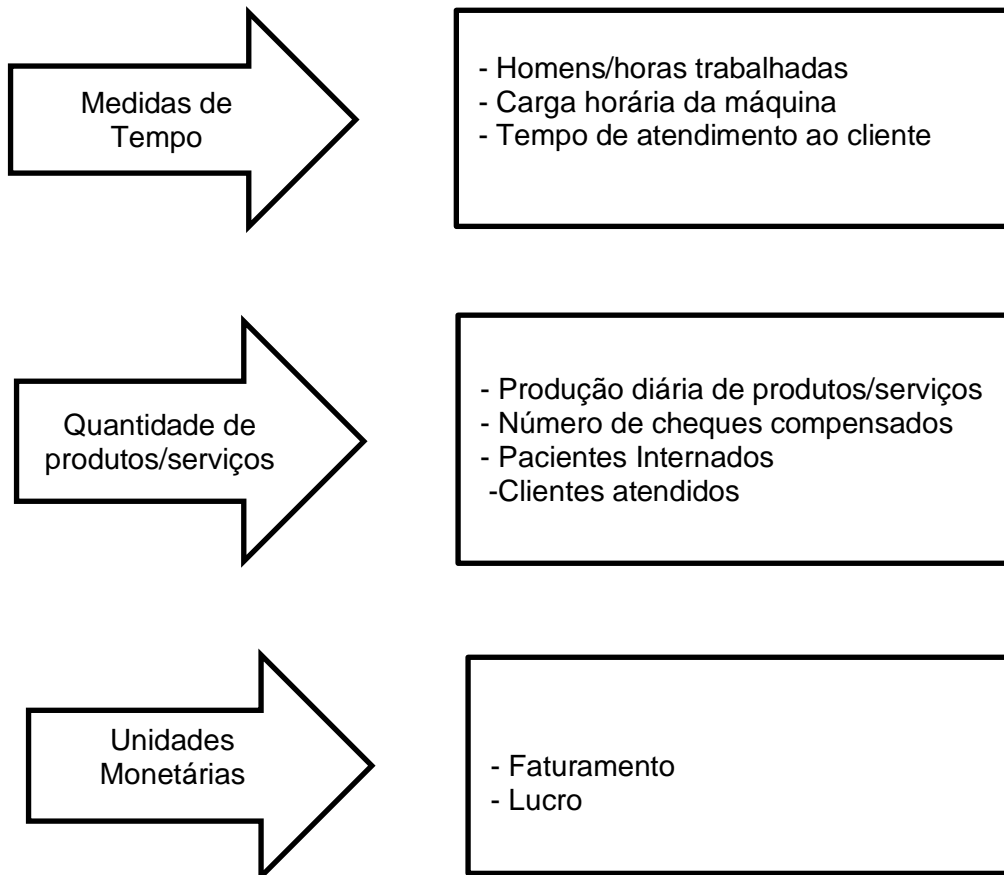
Fonte: Autores, 2024.

4.6.3 Capacidade Produtiva, Comercial e de Prestação de Serviços

Sob a ótica operacional, capacidade produtiva é o número máximo de produtos ou serviços que uma empresa consegue produzir, com os recursos disponíveis, em um determinado tempo (Chiavenato, 2008).

É importante identificar quais são as capacidades e como a empresa consegue trabalhar para desenvolver sua produção em relação ao horário, número de pessoas, número de turnos e outros aspectos, conforme se observa na figura 15:

Figura 15: As unidades de medida da capacidade de produção.



Fonte: Chiavenato, 2008

Segundo Chiavenato (2008, p. 181) “a capacidade instalada representa todo o potencial que a empresa possui para produzir produtos/serviços com as suas instalações, máquinas e equipamentos”. Ou seja, representa a forma máxima de resultados que podem ser alcançados pela unidade de operação.

Ainda assim, pode acontecer a capacidade ociosa, “que é a utilização parcial da capacidade instalada” (Chiavenato, 2008, p. 182). Por exemplo, quando se tem uma matéria prima não utilizada, um funcionário que se ausentou e uma máquina parada para manutenção.”

Já a capacidade de produção, “representa a produção possível com a capacidade instalada, mais os recursos materiais (...), os recursos humanos (...) e os recursos financeiros” (Chiavenato, 2008, p.182). Ou seja, é o conjunto geral que a empresa necessita para que o produto esteja produzido e finalizado, pronto para a entrega ao cliente final. Abaixo, fez-se demonstrativo das capacidades da Longevità Day Care, levando em consideração os serviços (Quadro 7):

Quadro 7: Capacidades da Longevità Day Care

Serviços	Capacidade Instalada (2 períodos)	Capacidade Disponível (1 período)	Capacidade Efetiva	Capacidade Realizada
Recreação	14	5	5	5
Culinária	10	5	5	4
Horta/Jardinagem	10	5	5	5
Artesanato	10	5	5	5
Laboratório/ Estudo	12	6	6	2
Atividades Físicas	10	5	5	5
Beleza e Bem-estar	6	3	3	2
Massagem	10	5	5	2
Psicologia	10	5	5	2
Fisioterapia	10	5	5	2
Geriatria	10	5	5	2
Alimentação (Manhã)	15	10	10	8
Alimentação (Almoço)	30	20	20	15
Alimentação (lanche)	25	20	20	10
Alimentação (jantar)	20	15	20	10
Total serviços	202	119	124	79

Capacidade Instalada

202 serviços/dia

202 serviços x 30 dias = 8430

É o máximo de produtividade da empresa. Esta considera que todos os agentes da produção estão funcionando sem perdas ou interrupções, todos os dias do mês, na sua capacidade máxima de atendimento.

Capacidade Disponível

119 serviços/período

119 x 26 dias = 3094

É a capacidade produtiva disponível em um determinado momento (período de atendimento). Esse indicador considera apenas os agentes e insumos que podem entrar em funcionamento. Nesse caso, ainda sem perdas ou interrupções.

Capacidade Efetiva

124 serviços/2 periodos/dia

124 x 20 dias = 2480

É a capacidade real da empresa, considerando também as perdas e interrupções não planejadas. Nesse sentido, por serem eventos imprevisíveis, seu cálculo é baseado em probabilidades de ocorrência. Todas as estimativas são de acordo com o histórico da empresa.

Após obter esses cálculos é necessário realizar uma previsão de demanda pelo produto/serviço, que deve ser feito por meio da coleta e tratamento de dados reais da empresa.

Com essas informações, conclui-se se a empresa está produzindo mais ou menos do que o necessário. Também é possível analisar se está produzindo menos do que a sua capacidade máxima, desperdiçando possibilidades.

Sendo assim, o estudo de capacidade produtiva torna-se muito eficaz para o planejamento da capacidade produtiva. Nesse sentido, ele permite ver quais ações devem ser tomadas para equilibrar a produção/oferta e a demanda.

No caso da Longevittà Day Care, se a oferta de serviços estiver acima da demanda, poderão ser feitas ações como: redução de serviços, redução de períodos ou reestruturação de profissionais por período.

Por sua vez, se a oferta de serviços estiver abaixo da demanda, serão preciso novos investimentos, como: pagamento de horas extras, contratação de profissionais, oferta de novos serviços.

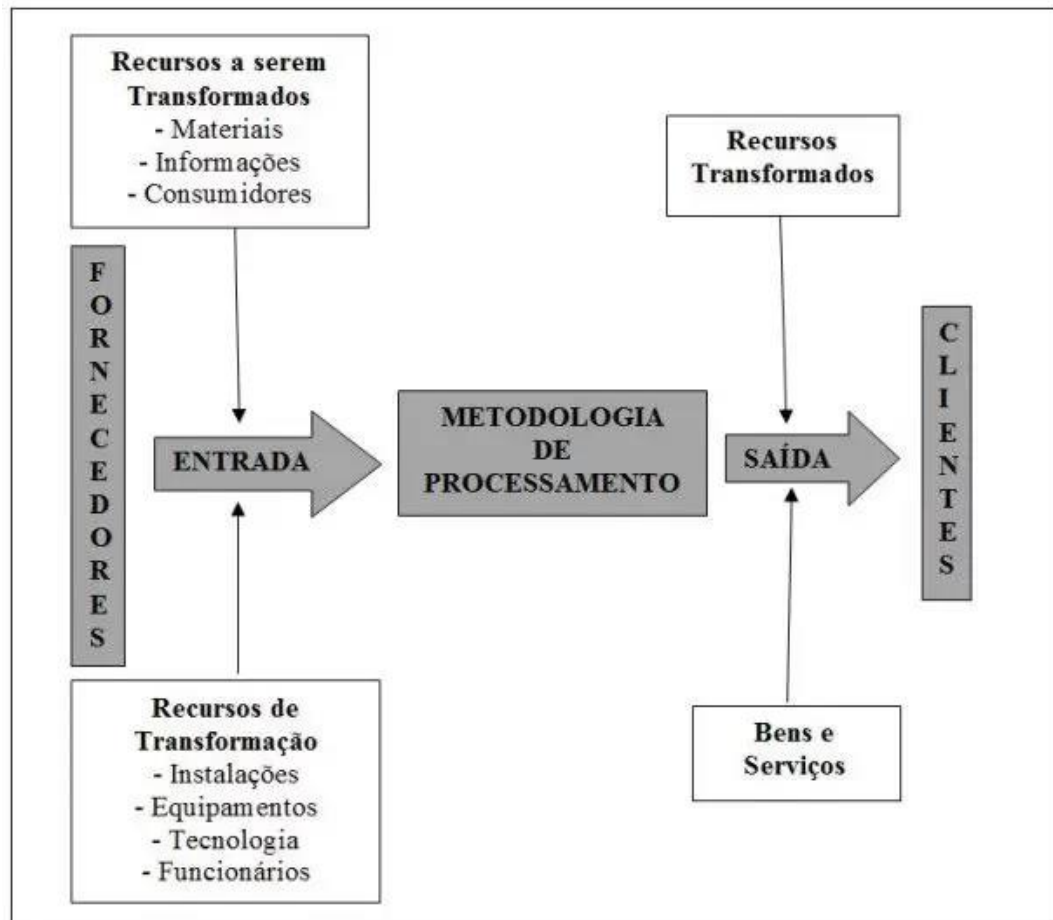
4.6.4. Processos Operacionais

“Os processos são conjuntos de atividades relacionadas entre si para transformar entradas em saídas” (Vieira, 2012).

Um processo é um conjunto de atividades ou funções estruturadas em uma sequência lógica, realizadas por pessoas ou máquinas, com objetivo de transformar os recursos em bens ou serviços, através de uma metodologia de processamento.

A figura 16 representa a metodologia de funcionamento de um processo:

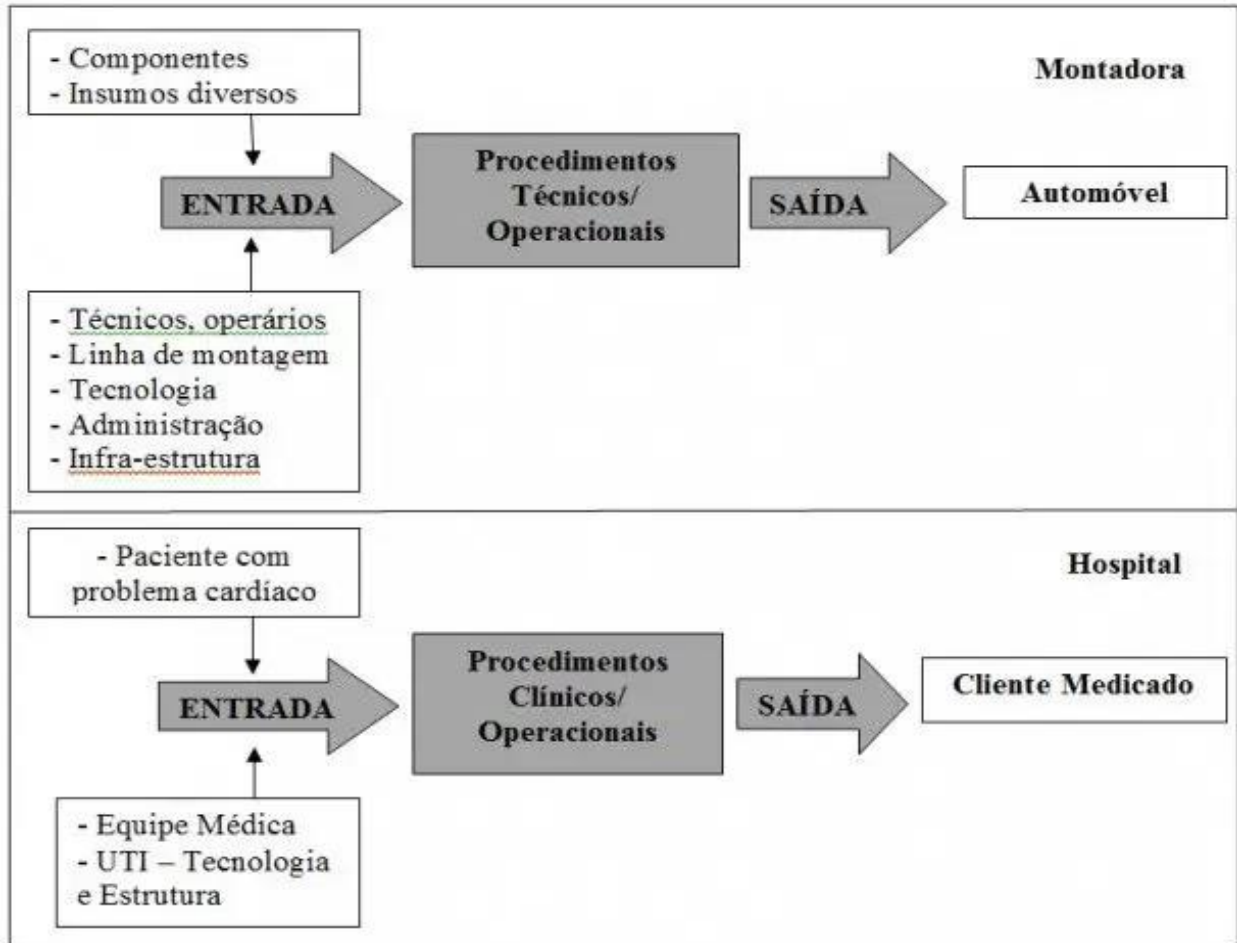
Figura 16: Metodoloia de Funcionamento de um Processo



Fonte: Geremias, 2012.

A transformação tanto do produto quanto do serviço passa por um processo, onde o objetivo é alcançar os resultados desejados através da satisfação dos clientes. A figura 17 exemplifica um processo:

Figura 17: Exemplificação do Processo



Fonte: Geremias, 2012.

E por ter essa configuração: começo, meio e fim, as etapas são delimitadas e são classificadas como “entrada, transformação e saída” (Araújo, 2011, p. 25).

Cada processo operacional deverá sempre ser analisado, estudado e estruturado, com o objetivo de trazer melhores resultados para a organização. (Rodrigues, 2004)

A figura 18 apresenta as fases, objetivos e ações para a Gestão dos Processos:

Figura 18: Fases, Objetivos e Ações Para a Gestão dos Processos

FASES	OBJETIVOS	AÇÕES
Definição do processo	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar o processo a ser analisado - Mapear as ações - Conhecer o desempenho atual - Planejar as mudanças - Identificar requisitos dos clientes 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizar-se 2. Conversar com o cliente 3. Entender o processo 4. Definir prioridades
Análise do processo	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar problemas - Buscar causas - Definir oportunidades de melhoria - Desenvolver os planos de melhoria - Buscar as bases para implantação 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Avaliar alternativas 6. Desenvolver soluções 7. Criar parcerias 8. Finalizar os planos
Melhoria do processo	<ul style="list-style-type: none"> - Implantar planos de melhoria - Obter primeiros resultados - Analisar <i>feedbacks</i> dos clientes - Corrigir e ajustar os planos 	<ol style="list-style-type: none"> 9. Testar a solução 10. Gerenciar o processo 11. Verificar os custos do processo
Excelência do processo	<ul style="list-style-type: none"> - Apresentar desempenho global do processo - Quando avaliado, auditado ou certificado ser conhecido como superior em relação ao ambiente externo do <u>negócio</u> 	<ol style="list-style-type: none"> 12. Obter resultados 13. Buscar diferencial competitivo

Fonte: Geremias, 2012.

Para o mapeamento dos principais processos da Longevittà Day Care, utilizou-se a ferramenta conhecida como matriz SIPOC, a fim de mapear as entradas, o processamento, a saída até entrega ao cliente.

SIPOC é uma ferramenta muito utilizada para entender e mapear processos em uma empresa ou projeto. A palavra é um acrônimo derivado do inglês que significa:

Suppliers (fornecedores),
Inputs (entradas),
Process (processo),
Outputs (saídas) e
Customers (clientes).

De acordo com Zanela (2015), mapear um processo fornece informações essenciais para conduzir de forma correta uma organização. Essas informações são os elementos que constituem o processo como: quem o realiza, como ele é realizado, que ferramentas e materiais são utilizados e quais documentos são produzidos.

As organizações precisam buscar por iniciativas, metodologias e estratégias de trabalho para se manterem no mercado. Isso porque a competitividade das organizações está aumentando, o que gera a necessidade de melhoria contínua.

Nesse contexto, ferramentas como o mapeamento de processos tornam-se cada vez mais relevantes. (ZANELA, 2015)

Apresenta-se a matriz SIPOC, através do quadro 8:

Quadro 8: Matriz SIPOC

FORNECEDORES	ENTRADAS	PROCESSOS	SAÍDAS	CLIENTES
Recreador/ Cuidador	Cliente Sênior	Atividades/ Cuidados e Alimentação	Cliente Assistido	Satisfação
Fisioterapeuta	Cliente Sênior	Sessões de fisioterapia com aparelhos	Cliente com maior mobilidade	Satisfação
Instrutor Físico	Cliente Sênior	Atividades físicas monitoradas	Cliente saudável	Satisfação e bem- estar
Artesão	Cliente Sênior	Atividades artísticas	Melhora na coordenação motora	Bom humor e bem-estar
Longevittà Day Care	Tutor/ responsável pelo idoso	Cuidados e atividades realizadas pela rede de apoio.	Necessidades do idoso assistidas com segurança.	Satisfação/ Confiança/ Fidelização

Fonte: Autores, 2024.

Conclui-se que o processo é a forma como será transitado a produção ou serviço dentro da empresa. Considera-se o caminho necessário a ser feito, para que haja o resultado final esperado.

Para a Longevittà Day Care visa a satisfação e fidelização do cliente, por isso o processo de excelência do atendimento se dará desde a contratação dos serviços, que serão personalizados e com horários flexíveis, da mesma forma na contratação de profissionais especializado que prestarão esses serviços e assistirão os clientes, bem como nas atividades, equipamentos e tecnologia de ponta.

4.6.5. Necessidades de Pessoal

Nessa fase do plano, será levantada a necessidade de contratação, para que se possam desenvolver as atividades diárias, para alcançar os resultados planejados.

Segundo Bergamini (1990), não há melhor maneira de colimar os objetivos organizacionais do que abrir a oportunidade para que cada indivíduo possa, por sua vez, ter assegurada também o alcance de suas metas pessoais. É da satisfação ou não das suas necessidades individuais que dependerá sua motivação na tarefa, sua dedicação ao trabalho, sua produtividade, eficiência e eficácia.

Segundo Oliveira (2006), "o desenvolvimento de recursos humanos consiste em um conjunto de funções que proporcionam à empresa condições de investir de forma econômica no sentido de valorizar e, por analogia baseada no conceito de capital humano, obter dividendos do patrimônio, que é o seu pessoal."

O quadro 9 apresenta a necessidade inicial da contratação de profissionais para que a Longevittà Day Care, possa prestar serviços com excelência de qualidade e segurança:

Quadro 9: Necessidades de Pessoal Longevittà Day Care

PROFISSIONAL	QUANTIDADE	FUNÇÃO
Cuidador	06	Acompanhar e assistir o idoso em todas as suas necessidades durante o período de contratação. Auxiliar os profissionais durante as atividades com os idosos.
Cozinheira	01	Responsável pelo desenvolvimento dos cardápios diários das refeições.
Aux.Cozinha	02	Auxiliar a cozinheira, bem como cuidar da limpeza da cozinha.
Aux. Limpeza/	04	Responsável pela limpeza geral e serviços pertinentes a

Serviços Gerais		organização dos cômodos.
Jardineiro	01	Cuidar e ensinar jardinagem e cultivo de hortaliças e leguminosas.
Artesão	01	Responsável pela ministração de aulas de artesanato e atividades manuais para os idosos.
Professor/Instrutor Ed. Física	01	Responsável pelas atividades físicas, atividades motoras e hidroginástica
Instrutor Aulas Computação	01	Responsável por ensinar idosos a usar as redes sociais, enviar email, pesquisas google, reuniões e conversas por vídeos
Fisioterapeuta	01	Responsável pela fisioterapia e reabilitação de movimentos e melhor respiração durante atividades físicas.
Psicólogo	01	Sessões individuais e em grupo para contribuir com a saúde mental e psicológica dos assistidos.
Geriatra	01	Atendimento e acompanhamento médico
Nutricionista	01	Preparação do cardápio e acompanhamento personalizado aos idosos.
Recepcionista	01	Atendimento telefônico, atendimento ao público,

		Agendamento,
--	--	--------------

4.7 PLANO FINANCEIRO

Atualmente onde a economia sofre variações e encontra-se vulnerável a fatores globais, o plano financeiro empresarial tende a ser mais valorizado e apreciado em primeiro plano no momento de se tomar uma decisão. Segundo Gitman (1997, p.588), “as empresas utilizam-se de planos financeiros para direcionar suas ações com vistas a atingir seus objetivos imediatos e a longo prazo onde um grande montante de recursos está envolvido”.

Um plano financeiro eficaz deve dar à luz no momento de expor as ligações das diferentes propostas de investimento ligadas às várias atividades operacionais da empresa e as ações de financiamento disponíveis a ela no mercado. De modo paralelo, um plano financeiro atribui a empresa à chance de desenvolver, analisar e comparar muitos cenários de diferentes ângulos, permitindo assim, que questões relativas às linhas futuras de negócios da empresa e os melhores esquemas de financiamento se necessários, sejam analisados.

Segundo Ross (1998, p.82), “Planejamento Financeiro formaliza a maneira pelo qual os objetivos financeiros podem ser alcançados. Em visão mais sintetizada, um plano financeiro significa uma declaração do que a empresa deve realizar no futuro”. O planejamento dá a empresa subsídios, para que não seja surpreendida e possa ter uma alternativa já prevista, caso tenha que tomar uma decisão.

4.7.1 Estimativa dos investimentos fixos

O investimento fixo é uma categoria de investimento que envolve a aquisição de ativos de longo prazo, tais como máquinas, equipamentos, prédios e terrenos, essenciais para as operações de uma empresa. Este tipo de investimento é crucial para garantir a capacidade produtiva e competitividade no mercado. A decisão de investir em ativos fixos requer uma análise criteriosa dos custos envolvidos, da vida útil dos ativos e da rentabilidade esperada, por isso é fundamental compreender como o investimento fixo se encaixa na estratégia empresarial.

Segundo Rosa (2007), o investimento total se trata do total de recursos a ser investido na empresa e é formado pela soma do investimento fixo com o investimento em capital de giro e o investimento operacional.

Para Torres (2022), o investimento inicial é o montante financeiro imprescindível para um projeto se tornar realidade, ou seja, é a quantidade necessária de dinheiro para que um negócio inicie as suas atividades, como segue demonstrado na tabela 3.

A Tabela 3, apresenta as estimativas dos investimentos fixos da Longevitta.

Tabela 3: Investimentos Fixos

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Andadores	2	165,00	330,00	0.28
Aparelho de Pressão	2	78,00	156,00	0.13
Aparelho glicemia	2	119,00	238,00	0.20
Aparelhos telefones	10	69,00	690,00	0.58
Ar condicionado	7	1.900,00	13.300,00	11.10
Armarios em geral	6	320,00	1.920,00	1.60
Artigos de Piscina	10	50,00	500,00	0.42
Balcão recepção	1	700,00	700,00	0.58
Bancos refeição	4	500,00	2.000,00	1.67
Cadeira de banho	4	400,00	1.600,00	1.33
Cadeiras de rodas 3	3	300,00	900,00	0.75
Cadeiras escritórios	10	180,00	1.800,00	1.50
Cafeteira	1	250,00	250,00	0.21
Cama, mesa e banho	30	100,00	3.000,00	2.50
Camas	10	800,00	8.000,00	6.68
Computadores	7	2.000,00	14.000,00	11.68
Energia Solar	100	190,00	19.000,00	15.86
Equipamento de som	1	1.000,00	1.000,00	0.83
Espreguiçadeiras	4	318,00	1.272,00	1.06
Extrator de Suco	1	289,00	289,00	0.24
Ferramentas de artesanato	6	50,00	300,00	0.25
Ferramentas de jardinagem	6	25,00	150,00	0.13

Filtro de Agua	2	800,00	1.600,00	1.33
Forno Industrial	1	980,00	980,00	0.82
Freezer	1	3.889,00	3.889,00	3.25
Geladeira	2	2.300,00	4.600,00	3.84
Guarda sol	2	120,00	240,00	0.20
Impressoras	2	1.300,00	2.600,00	2.17
Kit Primeiro Socorros	5	100,00	500,00	0.42
liquidificador	1	300,00	300,00	0.25
Maquina de lavar	1	3.000,00	3.000,00	2.50
Matérias Educativos	6	100,00	600,00	0.50
Matérias Ginastica	6	150,00	900,00	0.75
Mesas escritório	5	400,00	2.000,00	1.67
Mesas refeição	2	1.500,00	3.000,00	2.50
Micro-ondas	1	1.000,00	1.000,00	0.83
Muletas	2	180,00	360,00	0.30
Poltronas	4	283,00	1.132,00	0.94
Secadora	1	2.500,00	2.500,00	2.09
Sistema de monitoramento de Câmeras	1	2.500,00	2.500,00	2.09
Sisterna	2	1.000,00	2.000,00	1.67
Sofas	2	1.000,00	2.000,00	1.67
Televisão	4	2.500,00	10.000,00	8.35
Utensílios domésticos cozinha	39	70,00	2.730,00	2.28
Total		119.826,00	100.00	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Em suma, o investimento fixo desempenha um papel fundamental na estratégia empresarial, contribuindo diretamente para a melhoria da performance e competitividade das organizações. É crucial que as empresas compreendam os diferentes tipos de investimento fixo, saibam como tomar decisões assertivas nesse âmbito e avaliar corretamente os projetos de investimento.

Além disso, as estratégias de financiamento devem ser cuidadosamente planejadas para garantir o sucesso das iniciativas de investimento fixo. Para o futuro, é essencial que as organizações continuem a investir de forma inteligente em ativos fixos, buscando sempre inovação e eficiência para se manterem competitivas no mercado global.

4.7.2 Capital de giro

O capital de giro é essencial para a saúde financeira de uma empresa, representando os recursos necessários para manter as operações do dia a dia. Ele engloba o ciclo financeiro da organização, desde a compra de matéria-prima até o recebimento das vendas. Entender o funcionamento e a importância desse capital é fundamental para garantir a sustentabilidade do negócio, permitindo a cobertura de despesas e investimentos. A gestão eficiente do capital de giro contribui para a manutenção da liquidez da empresa e para evitar problemas como a falta de recursos para cumprir compromissos financeiros. (Vallim, *et al.*, 2022)

Ele é essencial para garantir a continuidade das operações de uma empresa, pois representa os recursos necessários para o dia a dia do negócio. Uma gestão eficiente deste capital permite a empresa honrar seus compromissos financeiros, como pagamento de fornecedores e salários, sem comprometer sua saúde financeira. Além disso, um capital de giro bem administrado também contribui para a tomada de decisões estratégicas, possibilitando investimentos em novos projetos e oportunidades de crescimento.

Tem um impacto significativo na saúde financeira da empresa, pois influencia diretamente a liquidez e a capacidade de pagamento. Uma gestão eficaz do capital de giro pode garantir que a empresa tenha recursos suficientes para honrar seus compromissos financeiros, como pagamento de fornecedores e salários. Por outro lado, uma má gestão pode levar a problemas de caixa, falta de capital de giro e até mesmo falência. É essencial monitorar de perto os indicadores de desempenho do capital de giro e adotar estratégias para otimizar a utilização dos recursos financeiros da empresa. (de Barros, *et al.*, 2022).

Na descrição do Sebrae (2013, p. 69), “o capital de giro é o montante de recursos necessário para o funcionamento normal da empresa, compreendendo a compra de matérias-primas ou mercadorias, financiamento das vendas e o pagamento das despesas”.

A empresa Longevitta adotou boas práticas na gestão do capital de giro, como a negociação de prazos favoráveis com fornecedores para manter o ciclo operacional mais eficiente. Além disso, a empresa implementou um controle rigoroso de estoques, evitando excessos e reduzindo custos relacionados. Outra prática adotada foi a diversificação de fontes de financiamento, buscando condições mais vantajosas para o capital de giro. Com essas estratégias, a empresa Longevitta conseguiu otimizar o uso de recursos financeiros e garantir a saúde financeira do negócio.

A Tabela 4, descreve o custo com o estoque inicial da Longevitta

Tabela 4: Estoque inicial

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Achocolatado	4	30,00	120,00	1.04
Açúcar	25	1,85	46,25	0.40
Adoçante	12	2,10	25,20	0.22
Arroz	80	5,55	444,00	3.85
Artigo de Piscina	10	100,00	1.000,00	8.67
Artigos de artesanato	10	15,00	150,00	1.30
Artigos de Escritório	20	25,00	500,00	4.34
Artigos de Higiene	50	20,00	1.000,00	8.67
Artigos de Limpeza	30	15,00	450,00	3.90
Bolacha	30	2,48	74,40	0.65
Bujão de gaz	3	115,00	345,00	2.99
Café	20	6,88	137,60	1.19
Carnes	50	28,90	1.445,00	12.53
Cha	10	2,31	23,10	0.20
Extrato de tomate	30	1,50	45,00	0.39
Farinha	20	5,32	106,40	0.92

Farmácias	40	30,00	1.200,00	10.41
Feijão	50	11,81	590,50	5.12
Fraldas	10	60,00	600,00	5.20
Frutos do mar	40	20,00	800,00	6.94
Galão de Agua	6	30,00	180,00	1.56
Hortifrútiis	40	30,00	1.200,00	10.41
Leite	50	6,06	303,00	2.63
Macarrão	30	1,73	51,90	0.45
Óleo de soja	40	7,27	290,80	2.52
Refrigerante	30	10,00	300,00	2.60
Sal	6	1,17	7,02	0.06
Temperos	10	3,00	30,00	0.26
Torrada	30	2,15	64,50	0.56
Total		11.529,67	100.00	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

O Day Care possui um custo de R\$11.529,67 com o estoque para o início de suas atividades.

Na Tabela 5, é exposto o ciclo financeiro da Longevitta, ou seja, os prazos médios de estoque, recebimento e pagamento.

Tabela 5: Ciclo financeiro

Ciclo Financeiro	10 dias
Prazo Médio de Estoque	10 dias
Prazo Médio de Recebimento	21 dias
Prazo Médio de Pagamento	21 dias

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

O prazo médio de estoque ficará em 10 dias, enquanto o prazo de recebimento e pagamento é de 21 dias. Destaca-se que o giro de caixa anual do negócio é de 36 dias.

Por outro lado, a Tabela 6 expõe a necessidade de capital de giro da empresa.

Tabela 6: Necessidade de capital de giro

Giro de Caixa Anual	36.00 dias
Necessidade de Capital de Giro	R\$ 76.446,81
Desembolso Anual	R\$ 1.672.084,99
Reserva Financeira	R\$ 30.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024

A Longevitta possui o montante de R\$76.446,81 de necessidade de capital de giro, ou seja, é o valor financeiro que deve ser destinado para o pagamento dos custos e despesas do Day Care, sendo parte essencial para o funcionamento operacional do empreendimento.

4.7.3 Investimentos pré-operacionais

O Investimento Pré-Operacional é essencial para empresas que estão se preparando para iniciar suas operações. Trata-se do capital investido antes do início das atividades comerciais, abrangendo custos com pesquisa de mercado, desenvolvimento de produtos, registro da empresa e outras despesas iniciais. É fundamental entender a importância desse investimento para garantir uma base sólida para o negócio e possibilitar um crescimento sustentável. Nesta seção, serão abordados os conceitos básicos e a relevância do Investimento Pré-Operacional para empreendedores e empresas em fase inicial. (Carvalho, 2024)

O investimento pré-operacional desempenha um papel fundamental no sucesso de uma empresa, já que é nesta fase que se estabelecem as bases para o funcionamento do negócio.

É essencial para garantir que a empresa tenha os recursos necessários para iniciar suas operações de forma eficiente e sustentável.

Além disso, os objetivos do investimento pré-operacional incluem a aquisição de ativos fixos, contratação de pessoal-chave, desenvolvimento de produtos ou serviços, e a obtenção de licenças e autorizações necessárias para operar legalmente.

Dessa forma, a importância dessa etapa não pode ser subestimada, pois impacta diretamente na viabilidade e no potencial de crescimento da empresa, como podemos ver na tabela 7.

Tabela 7: Investimento pré-operacional

Descrição	Valor total (R\$)	%
Criação e registro da marca	653,00	2.22
Gastos de legalização	2.000,00	6.80
Marketing para inauguração	3.500,00	11.91
Reformas e obras	15.000,00	51.02
Softwares de gestão	2.500,00	8.50
Taxas e licenças	245,00	0.83
Treinamento da equipe	2.500,00	8.50
Uniformes e crachás	3.000,00	10.21
Total	29.398,00	100.00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024

Fica evidenciado que os custos pré-operacionais são focados na concepção do negócio. A grande parte do custo é voltada a reformas nas instalações, e na equipe, assim tornando o atendimento o papel fundamental na geração de valores ao cliente, como também com o custo de marketing que exerce o maior fator de aumento de receita.

4.7.4 Investimento total

A análise do investimento total em um negócio é essencial para garantir o sucesso e a sustentabilidade da empresa a longo prazo.

Este estudo visa fornecer uma visão abrangente dos custos envolvidos em um empreendimento, desde a aquisição de ativos até despesas operacionais. Ao compreender os detalhes do investimento total, os gestores podem tomar decisões mais informadas e estratégicas, minimizando riscos e maximizando retornos. (Drapcynski, 2021).

Os componentes do investimento total em um negócio incluem os custos fixos, variáveis e de capital. Os custos fixos são despesas que não variam de acordo com a produção, como aluguel, salários dos funcionários administrativos e despesas com energia. Os custos variáveis, por outro lado, estão diretamente relacionados à quantidade de produção, como matérias-primas, mão de obra fabril e custos de distribuição. Já os custos de capital referem-se a investimentos de longo prazo, como maquinário, equipamentos e instalações físicas. É essencial identificar e analisar cada um desses componentes com precisão para uma avaliação correta do investimento total.

Neste projeto, analisaremos o investimento total em um setor específico, como o de tecnologia da informação. Será avaliado o capital necessário para aquisição de equipamentos, contratação de pessoal qualificado, custos de instalação e manutenção de tecnologia. Além disso, serão consideradas as despesas com marketing e publicidade para atrair clientes e garantir o crescimento do negócio. A análise irá abranger os possíveis retornos financeiros, projeções de lucro e o período de retorno do investimento, levando em conta o cenário econômico atual e as tendências do mercado de tecnologia da informação.

Conclui-se que o investimento total engloba não apenas o investimento inicial, mas também todos os gastos associados ao projeto ao longo de sua vida útil, sendo uma métrica importante para avaliar o custo completo de uma iniciativa e determinar sua previsão financeira, como desmontado na tabela 8.

Tabela 8: Investimento total da Longevitta

Descrição	Valor (R\$)	%
Investimentos fixos	119.826,00	50.52
Investimentos pré-operacionais	29.398,00	12.39
Estoque inicial	11.529,67	4.86
Capital de giro	76.446,805	32.23
Total	237.200,475	100.00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

A Longevittà possui o montante de R\$ 237.200,475 como investimento total do negócio.

Como discriminado nas tabelas 9 e 10, a totalidade da fonte de recursos se dará pelos sócios da empresa, que entraram com um capital de R\$ 240.496,81.

Tabela 9: Exibe as fontes de recursos do Day Care

Descrição	Valor (R\$)	%
Fontes de recurso próprio	240.458,88	100
Fontes de recurso de terceiros	0	0
Total	240.496,81	100.00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Tabela 10: Investimentos dos sócios

Descrição	Valor (R\$)	%
Ana Carolina Silva	80.165,61	33.33 %
Patrícia Kelly de Souza Domingues	80.165,61	33.33 %
Edson Leandro Ferreira Vedor	80.165,61	33.33 %
Total	240.496,81	100.00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

4.7.5 Estimativa do faturamento mensal

Estimativa do Faturamento Mensal de uma Empresa: Métodos e Análises têm como objetivo apresentar a importância da estimativa de faturamento para uma empresa. Será abordada a relevância de prever receitas mensais com precisão para auxiliar na tomada de decisões estratégicas e no planejamento financeiro. Além disso, serão destacados os benefícios de utilizar métodos quantitativos e análises de tendências para estimar o faturamento de forma mais eficiente e assertiva, permitindo uma melhor compreensão dos fatores que influenciam as receitas.

A estimativa do faturamento é crucial para o planejamento estratégico e financeiro de uma empresa. Por meio dessa previsão, é possível tomar decisões assertivas em relação a investimentos, cortes de gastos e elaboração de metas. Além disso, a estimativa do faturamento permite uma visão mais clara da saúde financeira da organização, identificando possíveis problemas e oportunidades de crescimento. Com base nessa projeção, a empresa pode se preparar para períodos de alta demanda ou de baixa, evitando crises financeiras e mantendo sua competitividade no mercado. (Almeida *et al.*, 2023).

Conforme exposto pelo Sebrae (2013), para a estimativa do faturamento mensal da empresa é necessário realizar a multiplicação da quantidade de produtos que serão oferecidos pela empresa pelo preço de venda de cada um, devendo considerar avaliações de vários quesitos do mercado, como o preço dos concorrentes e a disposição do quanto os clientes podem pagar.

A estimativa de faturamento mensal da Longevitta é de R\$ 153.600,00, conforme explicito na Tabela 11.

Tabela 11: Estimativa do faturamento mensal

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
Hotelaria	Serviço	32	550,00	17.600,00	11.46
Plano Luxo	Serviço	38	2.000,00	76.000,00	49.48
Plano Premium	Serviço	20	3.000,00	60.000,00	39.06
Total				153.600,00	100

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

A demanda esperada de serviços foi calculada com base no espaço para atendente a demanda e a legislação, sendo considerado 60% para os pacotes premium e luxo, e a hotelaria e 70%. Acredita-se alcançar esses números devido as divulgações da empresa nos diferentes canais de comunicação. Estima-se que a empresa aumente sua capacidade em 10% para todos os serviços conforme seu desenvolvimento e investimento em qualificação dos profissionais.

Na Tabela 12 é possível visualizar a estimativa de faturamento nos primeiros 12 meses de funcionamento do Day Care.

Tabela 12: Estimativa do faturamento para os 12 meses iniciais

Descrição	Valor
Mês 1	153.600,0
Mês 2	156.672,0
Mês 3	159.805,4
Mês 4	163.001,54
Mês 5	166.261,5
Mês 6	169.586,81
Mês 7	172.978,54
Mês 8	176.438,11
Mês 9	179.966,88
Mês 10	183.566,21
Mês 11	187.237,54
Mês 12	190.982,29

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Levando em consideração as divulgações realizadas pela Longevitta , o aumento do número de clientes e o acréscimo gradativo dos preços dos serviços, conforme seu crescimento no mercado, estima-se que o faturamento cresça 2% ao mês no primeiro ano. Isto posto, a Tabela 13 demonstra a estimativa do faturamento dos 3 anos iniciais da Longevitta Day Care.

Tabela 13: Estimativa do faturamento anual

Descriç	Valor
Primeiro	2.060.096,9
Segundo	2.163.101,8
Terceiro	2.271.256,9

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Com a empresa estabelecida no mercado, reputa-se a ampliação dos seus clientes e contratos com as empresas, de modo que a taxa de crescimento expectável é de 5% ao ano.

Para que o negócio tenha uma vida financeira saldável e a sua capacidade de serviços e as taxas de crescimento sejam alcançadas, será desenvolvido e investido constantemente no seu plano de marketing e promoções para a conquista e fidelização de clientes.

4.7.6 Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações

A estimativa do custo, materiais e mão de obra em uma empresa é essencial para o gerenciamento eficaz dos custos dos serviços. Nesta seção, apresentaremos uma visão geral do tema, destacando a importância de entender e calcular os custos relacionados a esses elementos. Além disso, discutiremos a relevância da análise detalhada desses custos para a lucratividade e competitividade da empresa, bem como os benefícios de uma abordagem sistemática para o cálculo e controle dos custos unitários (Vieira et al., 2022).

A análise dos custos de materiais diretos envolve a avaliação minuciosa dos gastos com materiais utilizados diretamente nos serviços, como infraestrutura, mão de obra, alimentação e outros insumos. Além disso, é importante considerar a eficiência no uso dos materiais, buscando identificar possíveis oportunidades de redução de custos e melhorias no processo produtivo. Com uma análise detalhada dos custos de materiais diretos, é possível identificar potenciais áreas de otimização e economia na empresa.

Na Longevitta foi envolvido os custos dos serviços, como não temos fabricação de produtos para sua comercialização, mas sim os custos são dos serviços oferecidos na Day care dentro dos seus pacotes e também na sua hotelaria que é fechada a seus clientes que são contratantes de alguns dos pacotes. Como podemos descrever nas tabelas 14, 15 e 16 abaixo os custos dos planos e da hotelaria.

Tabela 14: Custos do Plano Premium

Plano Premium				Preço de venda: R\$ 3.000,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Custo infraestrutura período 12 horas	12	hora	2,00	23.08	R\$24.00
Alimentação	4	dia	13,50	51.92	R\$54.00
Cuidador	10	hora	1,50	14.42	R\$15.00
Fisioterapeuta	1	hora	2,50	2.40	R\$2.50
Professores	1	hora	2,50	2.40	R\$2.50
Medico	1	hora	3,00	2.88	R\$3.00
Psicólogo	1	hora	3,00	2.88	R\$3.00
Total				100	104,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

O Plano Premium, é um dos pacotes de serviço mais completo sendo o carro chefe em investimentos do Day care, com o maior valor agregado ao cliente onde pode ser personalizado com atividades, dentro das 12 horas de permanência do idoso no estabelecimento.

Tabela 15: Custos do Plano Luxo

Plano Luxo				Preço de venda: R\$ 2.000,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade de medida	Valor unitário (R\$)	%	Valor total (R\$)
Custo infraestrutura período 6 horas	6	hora	1,00	12.00	R\$6.00
Alimentação	2	dia	13,50	54.00	R\$27.00
Fisiteralpelta	1	hora	2,50	5.00	R\$2.50
Professor	1	hora	2,50	5.00	R\$2.50
Cuidador	4	hora	1,50	12.00	R\$6.00
Medico	1	hora	3,00	6.00	R\$3.00
Psicologo	1	hora	3,00	6.00	R\$3.00
Total				100	50,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

O Plano Premium, obtém algumas nuances que os diferenciam, como trata se de um menor período o tutor ou mesmo o idoso pode personalizar com atividades sócios culturais ou físicas.

Tabela 16: Hotelaria

Hotelaria				Preço de venda: R\$ 550,00	
Nome do insumo	Quant.	Unidade medida	Valor unitário	%	Valor total (R\$)
custo hotelaria	1	1	5500	100.00	R\$55.00
Total				100	55,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

A hotelaria não é o negócio chave, foi composta através da pesquisa de mercado que os tutores responderam, com a preocupação com uma eventualidade ou uma viagem que o idoso não possa acompanhar sua família, e assim, o tutor consiga ter uma rede de ajuda, este serviço está somente vinculado aos idosos que estão matriculado em um dos planos do Day care, possibilitando um curto prazo de deste serviço.

4.7.7 Estimativa dos custos de comercialização

A estimativa de custos de comercialização é crucial para as empresas, pois permite uma previsão precisa dos gastos relacionados à venda de um serviço. Com essa estimativa, é possível determinar o preço de venda ideal para garantir a lucratividade do negócio. Além disso, a estimativa de custos de comercialização ajuda na identificação de possíveis gargalos e ineficiências nos processos de vendas, possibilitando a tomada de decisões mais estratégicas. É importante destacar que a precisão na estimativa de custos também é fundamental para a elaboração de orçamentos realistas e para a avaliação do desempenho das estratégias de marketing e vendas.

Existem vários métodos para estimar os custos de comercialização de um serviço, incluindo o método por unidade, o método baseado em atividades, o método de custeio direto e o método de custeio variável. O método por unidade envolve a divisão dos custos totais pelo número de unidades produzidas, enquanto o método baseado em atividades atribui custos a atividades específicas relacionadas à comercialização.

O método de custeio direto leva em consideração apenas os custos variáveis, e o método de custeio variável considera os custos fixos e variáveis. Cada método tem suas vantagens e desvantagens, e a escolha do método mais apropriado dependerá das características do serviço e das informações disponíveis. (Costa; Oliveira, 2022).

Após a análise dos diversos métodos de estimativa de custos de comercialização e dos fatores que influenciam esses custos, é possível concluir que a precisão na determinação dos custos é fundamental para garantir a viabilidade e competitividade do serviço no mercado. A atenção aos custos de comercialização é crucial para a sustentabilidade do serviço a longo prazo, estes custos estão descritos na tabela 17.

Tabela 17: Custos de Comercialização

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Taxas de cartões	153.600,00	2.00	3.072,00
Total			3.072,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Os custos considerados foram das taxas de cartões, resultantes em um montante de R\$3.072,00.

Enquanto a Tabela 18 apresenta os custos com impostos.

Tabela 18: Custos com Impostos

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Simples	153.600,00	11.84	18.186,24
Total			18.186,24

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Devido a empresa ser optante do Simples Nacional, possui a alíquota de 11,84%, um total de R\$18.186,24.

A Tabela 19 mostra o valor total dos custos variáveis da empresa nos 12 meses iniciais.

Tabela 19: Estimativa de custos para os 12 meses iniciais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	21.258,24
Mês 2	21.268,869
Mês 3	21.279,504
Mês 4	21.290,143
Mês 5	21.300,788
Mês 6	21.311,439
Mês 7	21.322,095
Mês 8	21.332,756
Mês 9	21.343,422
Mês 10	21.354,094
Mês 11	21.364,771
Mês 12	21.375,453

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

A projeção dos custos possui uma taxa de crescimento de 0,5% para os 12 meses iniciais e 1% a partir do 2º ano, conforme apresentado na Tabela 20.

Tabela 20: Estimativa de custo anual

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	255.801,572
Segundo Ano	258.359,588
Terceiro Ano	260.943,184

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Em vista disso, a estimativa de custo para o 1º ano é de R\$255.801,57, já para o 2º ano é de R\$258.359,588, enquanto o valor do 3º ano é de R\$260.943,184.

4.7.8 Apuração do custo dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

A análise do custo dos materiais diretos e mercadorias vendidas é essencial para a gestão eficiente dos recursos em uma empresa. O custo dos materiais diretos representa os gastos com os insumos utilizados na produção, enquanto o custo das mercadorias vendidas refere-se aos gastos com os produtos comercializados.

Existem diversos métodos para calcular e classificar os custos dos materiais diretos e mercadorias vendidas, entre os mais comuns estão o método PEPS (primeiro que entra, primeiro que sai), o método UEPS (último que entra, primeiro que sai) e o método médio ponderado. Além disso, os custos também podem ser classificados em custo direto. (Pinto, 2021).

Para reduzir os custos de materiais diretos e mercadorias vendidas, uma estratégia eficaz é realizar uma análise detalhada dos fornecedores atuais, buscando negociar melhores preços e condições de pagamento. Além disso, é importante implementar um sistema de controle de estoque eficiente para evitar perdas e desperdícios. Outra estratégia é buscar alternativas de fornecimento, incluindo a avaliação de novos fornecedores e a possibilidade de terceirização de determinadas etapas do processo produtivo. (Silveira et al., 2023)

Visto isso, os custos dos serviços da Longevitta, nos 12 meses iniciais pode ser analisada na Tabela 21, onde foi aplicada uma taxa de crescimento de 0,5% ao mês.

Tabela 21: Custos dos serviços e mercadorias vendidas nos meses iniciais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	5.740,00
Mês 2	5.768,70
Mês 3	5.797,544
Mês 4	5.826,532
Mês 5	5.855,664
Mês 6	5.884,942
Mês 7	5.914,367
Mês 8	5.943,939
Mês 9	5.973,658
Mês 10	6.003,527
Mês 11	6.033,544
Mês 12	6.063,712

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Por outro lado, os custos anuais estão expostos na Tabela 22.

Tabela 22: Custos dos serviços e mercadorias vendidas anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	70.806,128
Segundo Ano	71.514,189
Terceiro Ano	72.229,331

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Com uma taxa de crescimento de 0,5 % ao ano após os meses iniciais, a estimativa para o 1º ano é de R\$70.806,12, para o 2º ano é de R\$71.514,189, já para o 3º ano é de R\$72.229,33.

4.7.9 Estimativa dos custos com mão de obra

A análise dos custos com mão de obra é de extrema importância para as empresas, visto que a gestão eficiente desses custos impacta diretamente na lucratividade e competitividade do negócio. Os custos com mão de obra são de extrema importância para as empresas, pois permite identificar a parcela de despesas relacionadas aos funcionários, bem como compreender e controlar os gastos com salários, benefícios e encargos.

Diversos fatores influenciam o custo da mão de obra, incluindo salários, benefícios, produtividade, treinamento, segurança no trabalho e políticas de contratação. O custo varia de acordo com a região geográfica, nível de qualificação e demanda por determinados perfis profissionais. Além disso, fatores externos, como legislação trabalhista, flutuações econômicas e mudanças demográficas, também impactam diretamente no custo da mão de obra.

Portanto, é fundamental para a gestão entender e acompanhar de perto todos esses fatores, a fim de tomar decisões estratégicas para otimizar o custo e a eficiência do trabalho. (Fernandes, 2020)

Define-se os custos com a mão de obra, de acordo com Martins (2023), aqueles referentes ao pagamento de salários e encargos sociais dos colaboradores envolvidos nas áreas de produção e de apoio da empresa.

Demonstrado na tabela 23, os custos de mão de obra.

Tabela 23: Custo com mão de obra

Cargo	N° Empregados	Salário Mensal (R\$)	Custo com Salários (R\$)	Encargo Social (%)	Custo com Encargos (R\$)	Benefícios (R\$)	Custo Total (R\$)
Auxiliar de Cozinha	2	1.400,00	2.800,00	40.00	1.120,00	200,00	4.320,00
Auxiliar de Limpeza	4	1.141,72	4.566,88	40.00	1.826,752	200,00	7.193,632
Cozinheiro	1	1.700,00	1.700,00	40.00	680,00	200,00	2.580,00
Cuidador	6	1.550,00	9.300,00	40.00	3.720,00	200,00	14.220,00
Fisioterapeuta	1	4.750,00	4.750,00	40.00	1.900,00	200,00	6.850,00
Jardineiro	1	1.249,99	1.249,99	40.00	499,996	200,00	1.949,986
Medico Geriatria	1	8.453,00	8.453,00	40.00	3.381,20	200,00	12.034,20
Nutricionista	1	2.997,81	2.997,81	40.00	1.199,124	200,00	4.396,934
Professor de artesanato	1	2.500,00	2.500,00	40.00	1.000,00	200,00	3.700,00
Professor de Educação Física	1	2.500,00	2.500,00	40.00	1.000,00	200,00	3.700,00
Professor de Informática	1	2.500,00	2.500,00	40.00	1.000,00	200,00	3.700,00
Psicólogo	1	3.600,00	3.600,00	40.00	1.440,00	200,00	5.240,00
Recepcionista	1	1.546,00	1.546,00	40.00	618,40	200,00	2.364,40
Total							72.249,15

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

A empresa optou em fazer a contratação de toda a mão de obra necessária para o serviço fim, assim gerando um custo mensal de folha de pagamento de R\$ 72.249,15.

4.7.10 Estimativa do custo com depreciação

A depreciação nas demonstrações financeiras é significativo, afetando diretamente o lucro líquido da empresa, bem como o valor contábil de seus ativos. A depreciação também tem influência sobre indicadores financeiros, como retorno sobre o investimento e margem de lucro. Além disso, o impacto da depreciação é percebido nas demonstrações de fluxo de caixa, onde o valor depreciado afeta o montante de caixa gerado pelas atividades operacionais. Portanto, compreender e analisar esse impacto é essencial para uma avaliação precisa da saúde financeira da empresa. (Montana, 2023)

Como o day care foi concebido do zero, teremos podemos exemplificar que os equipamentos nos seus primeiros anos de vida entram em garantia e seu valor continuara fornecendo valor contábeis para a empresa. Como exemplificado na tabela 24.

Tabela 24: Custo com depreciação

Descrição	Vida útil	Val. residual (R\$)	Val. total (R\$)	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Andadores	10 anos	66,00	330,00	26,40	2,20
Aparelho de Pressão	10 anos	31,20	156,00	12,48	1,04
Aparelho glicemia	10 anos	47,60	238,00	19,04	1,587
Aparelhos telefones	10 anos	138,00	690,00	55,20	4,60
Ar condicionado	10 anos	3.040,00	13.300,00	1.216,00	101,333
Armarios em geral	10 anos	384,00	1.920,00	153,60	12,80
Artigos de Piscina	10 anos	100,00	500,00	40,00	3,333
Balcão recepção	10 anos	140,00	700,00	56,00	4,667
Bancos refeição	10 anos	400,00	2.000,00	160,00	13,333
Cadeira de banho	10 anos	320,00	1.600,00	128,00	10,667
Cadeiras de rodas 3	10 anos	180,00	900,00	72,00	6,00
Cadeiras escritórios	10 anos	360,00	1.800,00	144,00	12,00
Cafeteira	10 anos	50,00	250,00	20,00	1,667

Cama, mesa e banho	10 anos	600,00	3.000,00	240,00	20,00
Camas	10 anos	1.600,00	8.000,00	640,00	53,333
Computadores	5 anos	2.800,00	14.000,00	2.240,00	186,667
Energia Solar	10 anos	3.600,00	19.000,00	1.540,00	128,333
Equipamento de som	10 anos	200,00	1.000,00	80,00	6,667
Espreguiçadeiras	10 anos	254,40	1.272,00	101,76	8,48
Extrator de Suco	10 anos	57,80	289,00	23,12	1,927
Ferramentas de artesanato	10 anos	60,00	300,00	24,00	2,00
Ferramentas de jardinagem	10 anos	30,00	150,00	12,00	1,00
Filtro de Agua	10 anos	320,00	1.600,00	128,00	10,667
Forno Industrial	10 anos	196,00	980,00	78,40	6,533
Freezer	10 anos	777,80	3.889,00	311,12	25,927
Geladeira	10 anos	920,00	4.600,00	368,00	30,667
Guarda sol	10 anos	48,00	240,00	19,20	1,60
Impressoras	5 anos	520,00	2.600,00	416,00	34,667
Kit Primeiro Socorros	10 anos	100,00	500,00	40,00	3,333
liquidificador	10 anos	60,00	300,00	24,00	2,00
Maquina de lavar	10 anos	600,00	3.000,00	240,00	20,00
Matérias Educativos	10 anos	120,00	600,00	48,00	4,00
Matérias Ginastica	10 anos	180,00	900,00	72,00	6,00
Mesas escritório	10 anos	400,00	2.000,00	160,00	13,333
Mesas refeição	10 anos	600,00	3.000,00	240,00	20,00
Micro-ondas	10 anos	200,00	1.000,00	80,00	6,667
Muletas	10 anos	72,00	360,00	28,80	2,40
Poltronas	10 anos	226,40	1.132,00	90,56	7,547
Secadora	10 anos	500,00	2.500,00	200,00	16,667
Sistema de monitoramento de Câmeras	10 anos	500,00	2.500,00	200,00	16,667
Sisterna	10 anos	400,00	2.000,00	160,00	13,333

Sofas	10 anos	400,00	2.000,00	160,00	13,333
Televisão	10 anos	2.000,00	10.000,00	800,00	66,667
Utensílios domésticos cozinha	10 anos	540,00	2.730,00	219,00	18,25
Total				11.086,68	923,89

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

4.7.11 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

A análise dos custos fixos é de extrema importância para qualquer tipo de negócio de serviços, pois permite entender a parcela dos gastos que permanece constante independentemente da produção ou da demanda. Com essa análise, é possível identificar os custos que devem ser cobertos pela receita gerada, avaliar a rentabilidade dos serviços e tomar decisões estratégicas mais assertivas. Além disso, a análise dos custos fixos contribui para a identificação de oportunidades de redução de gastos e aumento da eficiência operacional, impactando diretamente na lucratividade do negócio.

O impacto dos custos fixos na rentabilidade dos serviços é significativo, uma vez que os custos fixos representam despesas que não variam de acordo com a produção ou volume de serviços prestados. Isso significa que, mesmo em períodos de baixa demanda, os custos fixos continuam a incidir sobre a empresa, afetando diretamente a rentabilidade dos serviços. É essencial realizar uma análise cuidadosa desses custos, a fim de identificar oportunidades de redução e otimização, visando maximizar a rentabilidade dos serviços prestados. (Corrêa, 2023).

Sebrae (2013) argumenta que os custos fixos são aqueles que não sofrem alterações conforme o volume de produção ou venda e, normalmente, são pagos independentemente do nível de faturamento da empresa em um determinado período.

A partir das definições dos autores, foi elaborado os custos fixos operacionais, conforme a Tabela 25.

Tabela 25: Custos fixos operacionais mensais

Descrição	Valor total	Porcentagem
Água	1.300,00	1.19
Aluguéis, condomínio e IPTU	15.000,00	13.75
Depreciação	923,89	0.85
Encargos sociais sobre pró-labore	2.000,00	1.83
Encargos sociais sobre salários	19.385,47	17.77
Honorários contábeis	400,00	0.37
Luz	2.000,00	1.83
Manutenção	300,00	0.28
Marketing e propaganda	1.000,00	0.92
Materiais de limpeza	250,00	0.23
Material de escritório	150,00	0.14
Pró-labore	10.000,00	9.17
Salários e Benefícios	52.863,68	48.47
Seguros	1.100,00	1.01
Serviços de terceiros	1.200,00	1.10
Telefone e internet	1.200,00	1.10
Total	109.073,04	100.00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

O custo fixo mensal estimado é de R\$109.073,04, o qual não irá sofrer alterações com as atividades da empresa no decorrer do mês e devem ser quitados pela mesma todos os meses.

4.7.12 Demonstrativo de resultados

A demonstração do resultado é uma ferramenta fundamental para entender a situação financeira de uma empresa em um determinado período.

Ela fornece uma visão clara e organizada das receitas e despesas, permitindo uma análise minuciosa do desempenho financeiro.

Os métodos de classificação de receitas e despesas na demonstração do resultado incluem o método funcional, que classifica as receitas e despesas de acordo com suas funções e atividades específicas na empresa, e o método por natureza, que classifica as receitas e despesas de acordo com sua natureza econômica. Além disso, o método por natureza pode ser subdividido em método de custos, que organiza as despesas de acordo com a natureza do custo (ex: matéria-prima, mão-de-obra). (Fogaça, 2023)

Na tabela 26 expõe o demonstrativo de resultados do Longevitta .

Tabela 26: Demonstrativo de resultados

Descrição	
Receita Anual	R\$ 2.060.096,98
Custos Variáveis	-R\$ 326.607,70
Margem de Contribuição	R\$ 1.733.489,28
Custos Fixos	-R\$ 1.345.477,29
Resultado	R\$ 388.012,00
Lucratividade Anual	18.84 %

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Com um resultado operacional no 1º mês de R\$ 153.600,00, estima-se para o primeiro ano uma receita de R\$ 2.060.096,98 com um percentual de lucratividade anual de 18,84 %.

4.7.13 Indicadores de viabilidade

A viabilidade financeira de um projeto é de extrema importância para determinar se o investimento será ou não lucrativo. Esta análise é crucial para evitar possíveis perdas de recursos e identificar oportunidades de ganhos.

Neste contexto, os indicadores de viabilidade financeira se tornam essenciais, pois fornecem informações concretas sobre a rentabilidade do projeto e os possíveis riscos envolvidos. (Cerbaro, 2023)

A viabilidade financeira de projetos é de extrema importância para a tomada de decisões. Os principais indicadores de viabilidade, fornecem uma análise detalhada do potencial retorno do investimento e do risco envolvido. A análise de risco e retorno é crucial para avaliar a segurança e a atratividade do projeto.

Como exposto na tabela 27 de indicadores de viabilidade.

Tabela 27: Indicadores de viabilidade

Descrição	
Payback Simples	9 meses
Rentabilidade Anual	163.58 %

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Além da lucratividade anual de 18,84 %, destacada anteriormente, o empreendimento possui um prazo de retorno de 9 meses e uma taxa de rentabilidade anual de 163,58%. Conclui-se que o negócio é viável e possui indicadores que comprovam suas chances de sucesso e retorno positivo para os sócios.

4.7.13.1 Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio financeiro aborda a importância de entender o conceito de ponto de equilíbrio para a saúde financeira de uma empresa. Como o ponto de equilíbrio é o ponto em que as receitas totais se igualam aos custos totais, mostrando a necessidade de atingir esse equilíbrio para evitar prejuízos.

Conforme apresentado por Zoing Contabilidade (2023, n.p.):

O ponto de equilíbrio é o indicador que demonstra quando as receitas totais de uma empresa são iguais aos custos totais. Ele representa o nível de vendas necessário para cobrir todos os custos e despesas da empresa, sem demonstrar lucro nem prejuízo.

Em consequências do estudo das descrições do autor, é apresentado na Tabela 28 o ponto de equilíbrio.

Tabela 28: Ponto de equilíbrio

Descrição	
PE Contabil	R\$ 1.598.903,49
PE Financeiro	R\$ 1.585.728,59
PE Econômico	R\$ 1.693.971,82

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

O ponto de equilíbrio contábil do empreendimento é de R\$1.598.903,49, o financeiro é de R\$1.585.728,59 e o econômico de R\$1.693.971,82.

4.7.13.2 Lucratividade

A lucratividade é um indicador fundamental para a gestão empresarial, pois permite avaliar a capacidade de uma empresa em gerar lucros a partir de suas operações. Essa métrica, expressa em termos percentuais, fornece uma visão abrangente da performance financeira da empresa, possibilitando uma análise dos seus ganhos e perdas ao longo do tempo.

Essa métrica, expressa em termos percentuais, fornece uma visão abrangente da performance financeira da empresa, possibilitando uma análise dos seus ganhos e perdas ao longo do tempo. Compreender a lucratividade de uma empresa é essencial para o planejamento estratégico e para a tomada de decisões gerenciais, uma vez que fornece insights valiosos sobre a eficiência operacional e a rentabilidade do negócio. (Zucco e Kunz, 2023)

A Tabela 29 é composta pelas taxas de lucratividade da Longevita Day Care em três cenários possíveis.

Tabela 29: Lucratividade anual

Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Lucratividade Anual	18.84 %	33.59 %	0.80 %

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

O cenário provável do negócio é de 18,84% de lucratividade, enquanto um cenário otimista mostra que a empresa pode apresentar uma taxa de 33,59% e em um cenário pessimista a taxa diminui para 0,80%.

4.7.13.3 Rentabilidade

A rentabilidade é um conceito crucial em finanças, pois representa a capacidade de um investimento ou ativo financeiro gerar lucros ou retornos positivos em relação ao capital investido. Em outras palavras, a rentabilidade mede a eficiência e o desempenho de um investimento.

É fundamental entender como calcular e interpretar a rentabilidade de um investimento, pois isso influencia decisões financeiras importantes. A importância da rentabilidade está no fato de que ajuda os investidores a avaliar e comparar diferentes opções de investimento, identificando quais oferecem os melhores retornos para o capital investido. (Luna et al., 2024)

Com base nas análises realizadas ao longo deste plano de negócios, é possível concluir que a rentabilidade desempenha um papel crucial na avaliação de investimentos e ativos financeiros

Por conseguinte, a taxa de rentabilidade da Longevitta é exposta na Tabela 30.

Tabela 30: Rentabilidade

Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Rentabilidade Anual	163.58 %	356.58 %	5.67 %

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

A empresa possui como cenário provável uma taxa de 163,58% de rentabilidade anual, podendo alcançar a taxa de 356,58% em um cenário otimista e 5,67% em um cenário pessimista.

4.7.13.4 Prazo de retorno do investimento

O prazo de retorno do investimento é de extrema importância para os sócios, uma vez que permite avaliar o tempo necessário para que um investimento gere retornos financeiros.

Esse indicador é essencial para a tomada de decisões estratégicas e o planejamento financeiro, auxiliando na identificação de oportunidades de investimento mais atrativas e na avaliação dos riscos envolvidos.

A importância do prazo de retorno do investimento está diretamente relacionada à viabilidade e rentabilidade do investimento realizado. O conhecimento do tempo necessário para recuperar o valor investido permite aos investidores avaliar a atratividade e a segurança do projeto. (Assunção et al.2023)

Portanto, o retorno do investimento da Longevitta é apresentado na Tabela 31.

Tabela 31: Retorno do investimento

Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Payback Simples	9 meses	5 meses	51 meses

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

O prazo de retorno estimado da empresa é de 9 meses, podendo diminuir para 5 meses em um cenário otimista, assim como elevar para 51 meses em um cenário pessimista.

5 SUBPROJETO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E/OU SUSTENTABILIDADE

A sustentabilidade ambiental é uma preocupação crescente em diferentes setores da sociedade, e no setor de cuidados diurnos não é diferente. A Longevitta Day Care está comprometida em implementar estratégias para minimizar seu impacto no meio ambiente, como a captação de água da chuva e dos aparelhos de ar condicionado por meio de cisternas, bem como a utilização de energia solar para reduzir o consumo de energia e promover a sustentabilidade. Além disso, a empresa busca reduzir a produção de resíduos orgânicos, utilizando-os para compostagem na horta, e tem como objetivo conscientizar e educar seus clientes sobre a importância dessas práticas para o meio ambiente.

A Longevitta day care está comprometida com a sustentabilidade ambiental e, por isso, irá investir em sistemas de captação de água da chuva e dos aparelhos de ar condicionado. Essa estratégia visa reduzir o consumo de água potável, aproveitando a água da chuva para atividades não potáveis. Além disso, a utilização de energia solar também será implementada visando a economia de energia elétrica e a redução da pegada de carbono.

Dessa forma, a empresa pretende contribuir para a preservação do meio ambiente e a diminuição do impacto ambiental associado ao consumo de água e energia. Com o foco na sustentabilidade ambiental, a Longevitta day care implementará a prática de redução e aproveitamento de resíduos orgânicos. Isso incluirá a utilização do sistema de compostagem na Horta, onde os resíduos orgânicos serão transformados em adubo para as plantas, contribuindo para a diminuição da produção de lixo orgânico e promovendo um ambiente mais saudável. Além disso, essa iniciativa também terá o objetivo de conscientizar e instruir os clientes sobre a importância e os benefícios do aproveitamento dos resíduos orgânicos, visando a mudança de comportamento e a promoção de práticas mais sustentáveis.

A Longevitta day care está comprometida em promover a educação ambiental dos clientes, oferecendo palestras e materiais informativos sobre a importância da preservação do meio ambiente. Além disso, são realizadas atividades práticas, como a visita à horta onde é feita a compostagem dos resíduos orgânicos, de forma a demonstrar de maneira concreta como é possível reduzir o impacto ambiental. A conscientização dos clientes é essencial para que compreendam os benefícios de todas as ações sustentáveis adotadas pela empresa, colaborando assim para um ambiente mais saudável e sustentável para as futuras gerações.

Ao final deste projeto, é evidente que a implementação de práticas sustentáveis no contexto de cuidados diurnos é não apenas viável, mas também altamente benéfica. Recomendamos fortemente que outras instituições do setor considerem a instalação de sistemas de captação de água da chuva e energia solar, bem como a adoção de estratégias para redução e aproveitamento de resíduos orgânicos. Além disso, a incorporação de programas de educação ambiental e conscientização dos clientes é essencial para promover uma mudança positiva de comportamento. Essas medidas não apenas contribuem para a preservação do meio ambiente, mas também demonstram compromisso com a responsabilidade social e a promoção da sustentabilidade.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final desse projeto, concluímos que o negócio é viável, e possui indicadores que comprovam suas chances de sucesso e retorno positivo para os sócios.

A Longevittà Day Care será conhecida e reconhecida pela excelência no atendimento dos seus clientes, na inovação do atendimento personalizado e na flexibilidade de horários conforme as necessidades da sua clientela.

A oferta dos serviços de forma totalmente personalizada a necessidade de cada cliente será o diferencial tanto para fidelização da carteira, quanto para atrair novos clientes.

Estaremos sempre preocupados com o bem estar, segurança e qualidade de vida dos nossos clientes, trazendo do mercado os melhores profissionais, equipamentos de ponta num ambiente saudável, sustentável e familiar, para nos mantermos como a melhor prestadora desses serviços.

A cidade de Praia Grande se encontra carente desse serviço, e oferece um público com essa expectativa de atendimento, o que torna nosso negócio promissor

REFERÊNCIAS

- AFFONSO, ANNIBAL. **Compreendendo as variáveis que impactam o setor com a utilização da análise PESTEL**. 01/08/2018. Disponível em: <<https://professorannibal.com.br/2018/08/07/compreendendo-as-variaveis-que-impactam-o-setor-com-a-utilizacao-da-analise-pestel/dg3-3/>>. Acesso em 02/06/2023
- AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA – ANVISA. **Resolução RDC nº283, de 26 de setembro de 2005**. Brasília, DF: Diário Oficial da União.
- ALMEIDA, Walkiria Oliveira De, et al. **"Plano de negócios-clínica psiquiátrica for you."** (2023). <cps.sp.gov.br >. acesso em 01 jun 2024.
- ALVAREZ, M. E.B. **Organização, sistemas e métodos**. São Paulo: McGraw Hill, 1991. Vol. II. ARAUJO, L.C.G. de. **Organização, sistemas e métodos**. São Paulo: Atlas, 2008. Vol I.
- ARAÚJO, Luis César G. de. **Organização, Sistemas e Métodos e as tecnologias de Gestão Organizacional**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2011. BROW, Tim. **Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- ASSAF NETO, A. **Estrutura e Análise de Balanços: um enfoque econômico-financeiro**. 8. Ed. São Paulo: Atlas, 2008
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS AGENTES DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (ABAPI). **Patentes e marcas no mundo e no Brasil**. Disponível em: <<http://www.abapi.org.br/abapi2014/livros/abapi50anos2.pdf>>. Acesso em: 14 setembro 2024.
- Assunção, Wellinton, et al. "Aplicação do método de Monte Carlo na análise de viabilidade econômico-financeira de uma cervejaria artesanal." *Revista de Gestão e Secretariado* 14.12 (2023): 21523-21542. revistagesec.org.br > acesso 01 jun 2024
- BERGAMINI, C.W. **Determinantes do Estilo de Comportamento Motivacional: planejamento e validação de um instrumento de diagnóstico -bases teóricas da contingência motivacional**, São Paulo, tese de livre docência apresentada à Faculdade de Economia e Administração da USP, dezembro.de 1988.
- BRASIL, Constituição Federal (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado, 1988.
- BRAZ, Elizabeth; CIOSAK, Suely Itsuko. O tornar-se cuidadora na senescência. *Esc. Anna Nery*, Rio de Janeiro, v. 13,n. 2, jun.2009. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-81452009000200019&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em:19 de abril de 2024.<http://dx.doi.org/10.1590/S1414-81452009000200019>.
- CAMARGO, R.F.d. Treasy. **O que é Análise Pest e como elaborar uma Matriz Pestel?** 06 de outubro de 2017. Disponível em: <<https://www.treasy.com.br/blog/analise-pest/>>. Acesso em 02/06/2023.

CAMARANO, A.A.; PASINATO, M.T. **Envelhecimento, condições de vida e política previdenciária: como ficam as mulheres?** Rio de Janeiro: IPEA, 2002.

Carvalho, A. G. "Caracterização do perfil de startups de base tecnológica que obtiveram investimento: estudo de caso em um parque tecnológico." 2024. AndreGioloCarvalho_Corrigida.pdf (usp.br) /> Acesso em 27 maio 2024.

Cerbaro, G. M. "Análise de viabilidade econômica e financeira para abertura de uma loja de produtos naturais na cidade de Paraí/RS." 2023. upf.br > acesso em 05 maio 2024.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de novas empresas:** um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração.** 3.ed Rio de Janeiro. Campus, 2004.

CHRISTOPHE, Micheline. **Instituições de longa permanência para idosos no Brasil: uma opção de cuidados de longa duração?** Rio de Janeiro: IBGE/ENCE, 2009.

em:<http://www.ence.ibge.gov.br/pos_graduacao/mestrado/dissertacoes/pdf/2009/Mic_heline_Christophe_TC.pdf>. Acesso em: 08 agosto 2023.

COELHO, J.M.F **A abordagem clínica do idoso.** Universidade Federal do Ceará, disciplina geriatria. Disponível em:

http://www.ebah.com.br/content/ABAAABK_kAK/abordagem_clínica_idoso_versao_a_disciplina_geriatria_1. Acesso em:28/04/2024.

COSTA, P. E. & OLIVEIRA, L. M., 2022. Da importância da contabilidade de custos aplicada a um produto em desenvolvimento. cps.sp.gov.br acesso em 01 jun 2024

DEBERT, Guita Grin. A antropologia e o estudo dos grupos e das categorias de idade. IN: Lins de Barros, Myriam Moraes(org.). **Velhice ou terceira idade?** 3 ed.Rio de Janeiro:FJV,2003.

DEBERT, Guita Grin. A reinvenção da velhice. São Paulo: EDUSP; FAPESP, 1999.

Drapczynski, A. "Análise do modelo de negócio de revendedores de computadores para o mercado B2B: um estudo comparativo entre empresas transacionais e consultivas." 2021. Análise do modelo de negócio de revendedores de computadores para o mercado B2B: um estudo comparativo entre empresas transacionais e consultivas (fgv.br)> acessado em 28 maio 2024.

DUARTE, M. J. R. S. **Autocuidado para a qualidade de vida.** In: CALDAS, P.C. A saúde do idoso: A arte de cuidar. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1998.

ESTÂNCIA VALE VERDE. **O que é creche para idosos?**. 2023. Disponível em: <<https://estanciavaleverde.com.br/creche-para-idosos/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20creche%20para,uma%20pessoa%20idosa%20precisa%20receber.>>. Acesso em: 09/10/2023.

FERNANDES, G. G. M. "A RELAÇÃO ENTRE O DESENVOLVIMENTO MOTIVACIONAL NO TRABALHO E PRODUTIVIDADE." repositorio.pgsscogna.com.br, . pgsscogna.com.br > acesso em 31 maio 2024.

FERREIRA, M. P.; SANTOS, J. C.; SERRA, F. A. R. **Ser empreendedor: pensar, criar e moldar a nova empresa.** São Paulo: Saraiva, 2010.

FISCHMANN, A. A.; ALMEIDA, M. I. R. **Planejamento estratégico na prática.** São Paulo: Editora Atlas, 2009.

Fogaça, D. P. B., 2023. A descontinuidade da política pública educacional e sua repercussão no orçamento público: uma análise do programa nacional de alfabetização na idade certa uft.edu.br > acesso em 05 maio 2024.

GAITHER, N.; FRAZIER, G. **Administração da produção e operações.** 8. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

GALVÃO, L. JORNAL DA USP. **Dados do IBGE revelam que o Brasil está envelhecendo.** 2023. Disponível em: < [GITMAN, Lawrence J. **Princípios da administração financeira.** São Paulo: Habra, 1997.](https://jornal.usp.br/radio-usp/dados-do-ibge-revelam-que-o-brasil-esta-envelhecendo/#:~:text=Em%20dez%20anos%2C%20o%20n%C3%BAmero,milh%C3%B5es%20de%20idosos%20no%20Pa%C3%ADs.>. Acesso em: 09/10/2023.</p>
</div>
<div data-bbox=)

GRAHAM, Hooley; NIGEL, F. Piercy; NICOLAUD, Brigitte. **Estratégias de marketing e posicionamento competitivo.** São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2011.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Crescimento no número de idosos.** 2023. Disponível em: <

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em 10 outubro 2022.

INSTITUTO DE LONGEVIDADE. **Melhores cidades.** 2022. Disponível em: <

INPI. INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Guia Prático.** Disponível em: <

KARSCH, U. M. S. **Envelhecimento com dependência: Revelando Cuidadores.** São Paulo: EDUC, 1998.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing.** 14 ed. Rio de Janeiro: Editora Prentice Hall Brasil. 2012.

KOTLER, Philip; **Marketing para o Século XXI**: como criar, conquistar e dominar mercados. Rio de Janeiro: Ediouro. 2009.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 14 ed. Rio de Janeiro: Editora Prentice Hall Brasil. 2012.

LEITE, Paulo Fernando. **Exercício, Envelhecimento e promoção de Saúde**. Belo Horizonte: Health, 1996.

LIMA, A.C. Revolução Prateada. **Economia da Longevidade**. 2022. Disponível em: <<https://revolucaoprateda.com.br/longevidade/>>. Acesso em: 06/10/2023.

Luna, M. B., Luna, P. T. M., and Vaz, C. R. "Critérios de decisão para o investimento em startups em estágios iniciais: uma análise estratégica." *Revista Produção Online*, 2024. producaoonline.org.br > acesso 01 jun 2024.

MARTINS, C. **Demonstração dos Resultados**. Disponível em: <https://www.carlosmartins.com.br/_bizplan/bizplan18.htm>. Acesso em: 31 maio. 2024.

MARTINS, E. **Contabilidade de Custos**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

Oliveira, A. M. B. de (2006). **A relação entre as práticas de recursos humanos e o desempenho organizacional**: uma metanálise (Trabalho de conclusão de curso não publicado). Universidad de Salamanca, Salamanca, España.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento Estratégico**. 30. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

Pinto, R. A. "Contabilidade de Custo: Análise Custo X Volume X Lucro." *Revista Gestão & Tecnologia* (2021). faculdadedelta.edu.br. acesso em 28 maio 2024.

ROSA, C. A. **Como Elaborar um Plano de Negócio**. Brasília: SEBRAE, 2007.

RODRIGUES, Marcus Vinicius. **Ações para a qualidade**: GEIQ, gestão integrada para a qualidade: padrão seis sigma, classe mundial. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Marketing Estratégico**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-iniciar-uma-analise-demercado-para-tomar-decisoes,500d7e0805b1a410VgnVCM1000003b74010Arcrd>>. Acesso em 08 outubro 2022.

_____. SEBRAE. Como elaborar um plano de marketing. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MG/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Plano+de+Marketing.pdf>>. Acesso em: 01 maio de 2024.

_____. SEBRAE. Como Elaborar um Plano de Negócios. Disponível em: <https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20OUM%20PLANO_baixa.pdf>. Acesso em: 15 nove. 2023.

_____. SEBRAE. Como Elaborar um Plano de Negócios - parte 5 - O Plano Operacional. Disponível em: <<https://atendimento.sebraemg.com.br/bibliotecadigital/content/como-elaborar-um-plano-de-negocios-parte-5-o-plano-operacional>>. Acesso em: 04 out. 2023.

_____. SEBRAE. Entenda sobre ramos de atividades. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigoshome/ramos-deatividades,8ef89e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 02 jun. 2023.

Silveira, Amanda de Souza, Luidy Campos Gonçalves, Mário Cardoso Cavalcante Filho, and Sérgio Gabriel Barra Melo. "Plano de negócios: viabilidade econômica da expansão interna da loja Guajará cps.sp.gov.br > acesso em 28 maio 2024.

STANTON, William J. **Fundamentos de Marketing**. São Paulo: Pioneira, 1980.

TERRA. **Número de idosos no Brasil cresceu 50% em uma década, segundo IBGE. 2017**. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/numero-de-idosos-no-brasil-cresceu-50-em-uma-decada-segundo-ibge,6427cac70c638ddd25efe9c43fb7d977r5spkpo1.html?utm_source=clipboard>. Acesso em: 08/10/2023.

TORRES, C. **A Bíblia Do Marketing Digital**. São Paulo: Novatec, 2009.

TORRES, C. **Guia pratico de marketing na internet para pequenas empresas**. São Paulo: Novatec, 2010.

TORRES, V. **Investimento inicial de uma empresa – O que é? Como calcular**. Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/investimentoinicial-de-uma-empresa/>>. Acesso em: 01 junho 2024.

VALLIM, Ana Julia Moretto, Matheus Celestino RODRIGUES, and Luiz Fernando PANCINE. "FATURAMENTO ALTO NÃO É SINÔNIMO DE VIABILIDADE FINANCEIRA." FATURAMENTO ALTO NÃO É SINÔNIMO DE VIABILIDADE FINANCEIRA (2022). ARTIGO.M8CC.G10.pdf (unifeob.edu.br) />. Acesso em: 01 junho 2024.

VASCONCELLOS, Vera Maria Ramos de (org.). **Educação da Infância: História e política**. 3ªed.São Paulo:DP&A Editora,2005

ZANELA, K. P. F. **Ferramentas de avaliação de desempenho com foco na qualidade: revisão da literatura científica**. 2015. 38 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Pato Branco, 2015. Disponível em: <http://riut.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/22396>. Acesso em: 09 fev. 2024.

Zucco, Alessandra, and Alessandra Kunz. "O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO COMO FERRAMENTA DE CONTROLE E TOMADA DE DECISÃO." Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro 4.1 (2023). unipacto.com.br >acesso em 31 maio 2024.

ANEXO A – FORMULÁRIO DE PESQUISA, 2023

Day Care "Creche para idosos"

Envelhecer em nossa sociedade não é uma tarefa fácil. As famílias atuais estão envolvidas em tarefas fora de casa e não dispõem de tempo integral para acompanhar parentes idosos. Mediante este cenário, visto que pesquisas mostram que o Brasil está envelhecendo, as atividades voltadas para o público da terceira idade tornam-se um nicho de mercado com futuro promissor.

Day Care ou Creche para Idosos, trata-se de uma estadia em meio período ou integral. Prestação de Serviços de entretenimento, recreação, socialização, atividades manuais, físicas e intelectuais, bem como todo cuidado e suporte que o idoso necessita no seu dia-a-dia.

[Faça login no Google](#) para salvar o que você já preencheu. [Saiba mais](#)

*Obrigatório

Seu nome? *

Sua resposta

Idade *

Sua resposta

Tem interesse em serviço de hotelaria de curta permanência para idoso? *

SIM

NÃO

Outro: _____

Se idoso, você frequentaria um espaço Day Care (Creche para idosos), com atividades físicas, manuais e intelectuais? *

Sim

Não

Outro: _____

Se, tutor ou familiar de idoso, você matricularia seu familiar num espaço Day Care (Creche para Idosos)?

Sim

Não

Outro: _____

Prefere Período Integral ou meio período de permanência? *

Integral () Meio período ()

Integral

Meio período

Na sua opinião, quais as atividades mais relevantes para um atendimento perfeito aos idosos? Assinale uma ou mais alternativas. *

Ginástica

Artesanato

Dança

Massagem

Pedicure e Manicure

Psicólogo

Geriatra

Fisioterapeuta

Atividades externas (praia, teatro, cinema, etc.)

Outro: _____

Enviar

Limpar formulário