



Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia
de São Paulo - Campus Presidente Epitácio

Curso Técnico Em Administração.

ANA PAULA MOURA SANTOS

CLODOALDO CARDOSO

IZABEL CRISTINA DE SOUZA

LILANE APARECIDA SANCHES SOUZA



**PLANO DE NEGÓCIO: PRÓTEC DESIGN - LABORATÓRIO DE PRÓTESE
DENTARIA**

PRESIDENTE EPITÁCIO – SÃO PAULO

2019

ANA PAULA MOURA SANTOS
CLODOALDO CARDOSO
IZABEL CRISTINA DE SOUZA
LILANE APARECIDA SANCHES SOUZA

**PLANO DE NEGÓCIO: PRÓTEC DESIGN - LABORATÓRIO DE PRÓTESE
DENTARIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenaria do Curso de Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), como requisito parcial à obtenção do título de Técnico em Administração.

Orientador: Professor Me. Bruno Teremussi Neto.

PRESIDENTE EPITÁCIO – SÃO PAULO

2019

ANA PAULA MOURA SANTOS
CLODOALDO CARDOSO
IZABEL CRISTINA DE SOUZA
LILANE APARECIDA SANCHES SOUZA

**PLANO DE NEGÓCIO: PRÓTEC DESIGN- LABORATÓRIO DE PRÓTESE
DENTARIA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Coordenaria do Curso
de Administração do Instituto
Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia de São Paulo (IFSP),
como requisito parcial à obtenção do
título de Técnico em Administração.
Orientador: Professor Me. Bruno
Teremussi Neto.

BANCA EXAMINADORA

Presidente Epitácio – São Paulo
2019

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaríamos de agradecer a Deus por nos dar saúde e muita força para superar todas as dificuldades.

A todo o instituto e seu corpo docente, que além e todo seu corpo docente, além de direção nos proporcionou condições necessárias para que alcançássemos nossos objetivos.

Ao nosso orientador Bruno, por todo o tempo ao qual dedicou a nos ajudar durante o processo de realização deste trabalho.

Aos nossos pais, por todo o amor que nos deram, além da educação, ensinamentos, apoio e em especial aos nossos filhos: Anna Laura Sanches Rocha, Felipe Gabriel Pereira dos Santos , José Lucas Santos Souza e Lucas de Souza Dias.

E enfim, a este grupo e todos que contribuíram para a realização deste trabalho, seja de forma direta ou indireta, fica registrado aqui, o nosso muito obrigado!

Agradecemos aos nossos professores Kathia, Tomé, Zorzan por toda atenção, ajuda, orientação, paciência, dedicação, esforço e ensinamentos que nos foram dadas possibilitando a realização deste trabalho com confiança e segurança.

*“Para ter um negócio de sucesso, alguém,
algum dia, teve que tomar uma atitude de
coragem.” (Peter Drucker)*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Localização.....	60
Figura 2: Planta Baixa.....	64
Figura 3: Fachada.....	65
Figura 4: Recepção	65
Figura 5: Área de produção do Laboratório	66
Figura 6: Lavatório	67
Figura 7: Anticamara.....	67
Figura 8: Banheiro	68
Figura 9: Gás	68
Figura 10: Fluxograma.....	70
Figura 11: Organograma.....	72

LISTA DE QUADRO

Quadro 1: Análise de Concorrente **Erro! Indicador não definido.**

Quadro 2: Estatística de algumas cidades da região do oeste paulista. 43

Quadro 3: Análise Dos Fornecedores..... 46

Quadro 4: A- Prótese Total B- Prótese Parcial Removível**Erro!**

Indicador não definido.

Quadro 5: C- Próteses Parcial Removível Flex (PPR FLEX).....**Erro!**

Indicador não definido.

Quadro 6: D- Prótese sobre Implante **Erro! Indicador não definido.**

Quadro 7: E- Prótese Fixa **Erro! Indicador não definido.**

Quadro 8: F - Facetas..... **Erro! Indicador não definido.**

Quadro 9: G - Lentes de contato dental ou facetas**Erro! Indicador não definido.**

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Qual o tempo de funcionamento da sua clínica?	23
Gráfico 2: Em qual cidade você atua profissionalmente?.....	24
Gráfico 3: Qual sua especialidade?.....	25
Gráfico 4: Traumas e perdas dentárias são comuns, na sua clínica isso acontece com que frequência?	26
Gráfico 5: Sua clínica utiliza algum laboratório de prótese?.....	27
Gráfico 6: Com qual frequência você utiliza os serviços dos laboratórios de próteses?.....	28
Gráfico 7: Em relação a sua satisfação pelos serviços prestados dos laboratórios de próteses que você utiliza?	29
Gráfico 8: Com que periodicidade você gostaria que o Laboratório de Próteses realizasse a entrega/retirada de materiais (moldagens, próteses, etc)?	30
Gráfico 9: Quantas peças, (próteses) você solicita ao seu protético semanalmente?.....	31
Gráfico 10: Quanto aos fornecedores, esses realizam visitas frequentes?	32
Gráfico 11: Com que periodicidade você orienta seus pacientes a realizarem a troca de suas próteses dentárias?	33
Gráfico 12: Na sua Clínica, há procura de próteses estéticas?.....	34
Gráfico 13: Qual dessas próteses estéticas é a mais procurada em seu consultório?.....	35
Gráfico 14: Você conhece a nova inovação na odontologia estética, lente de contato dental?.....	36
Gráfico 15: Qual a demanda desse procedimento na sua clínica?	37

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.2	Introdução	12
1.3	Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições	17
1.3.1	Discente 1	Erro! Indicador não definido.
1.3.2	Discente 2	17
1.3.3	Discente 3	18
1.3.4	Discente 4	18
1.4	Dados do Empreendimento	19
1.5	Missão da Empresa	19
1.6	Visão da Empresa	19
1.7	Valores da Empresa	19
1.8	Setor de Atividades	19
1.9	Forma Jurídica	20
1.10	Enquadramento Tributário	20
1.11	Capital Social	20
2	ANÁLISE DE MERCADO	21
2.1	Estudo Dos Clientes	21
2.2	Estudo Dos Concorrentes	38
2.3	ESTUDO DOS FORNECEDORES	43
3	PLANO DE MARKETING	48
3.1	Descrição dos Principais Serviços e produtos	48
3.2	Preço	54
3.3	Estratégia Promocional	57
3.4	Estrutura de Comercialização	59

3.5	Localização do Negócio	60
4	PLANO OPERACIONAL	61
4.1	Layout.....	61
4.2	Capacidade Produtiva	69
4.3	Processos Operacionais.....	69
4.4	Necessidade de Pessoal	72
5	PLANO FINANCEIRO	73
5.1	Estimativa dos Investimentos Fixos	73
5.2	Capital de Giro	75
5.2.1	Estoque Inicia	75
5.2.2	Contas a Receber.....	77
5.2.3	Necessidade Média de Estoque	77
5.2.4	Necessidade Média de Estoque	77
5.2.5	Recursos da Empresa Fora do Caixa.....	77
5.2.6	Caixa Mínimo.....	78
	Resultando num capital de Giro demonstrada na tabela abaixo.....	78
5.2.7	Capital de Giro.....	78
5.3	Investimento Pré Operacionais	78
5.4	Investimento Total	79
5.5	Estimativa do Faturamento Mensal	79
5.6	Estimativa de custo de comercialização.....	80
5.7	Apuração do Custo do Produto Vendido	81
5.8	Custo de Mão de Obra Mensal.....	83
5.9	Estimativa de custo de depreciação.....	84
5.10	Estimativa dos Custos Pré–Operacionais	84
5.11	Demonstrativo do Resultado do Exercício	85
5.12	Indicadores de Viabilidade	85
5.12.1	Ponto de Equilíbrio.....	86
5.12.2	Lucratividade	86

5.12.3	Rentabilidade	87
5.12.4	Prazo do Retorno do Investimento	87
6	CONSTRUÇÃO DO CENÁRIO	88
7	AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	89
7.2	Análise da f.o.f.a.....	89
8	AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.....	91

1 INTRODUÇÃO

Este projeto tem como objetivo demonstrar a viabilidade ou a inviabilidade de um laboratório de prótese dentária utilizando a tecnologia da impressora 3D no município de Presidente Epitácio.

Foram delineadas todas as perspectivas importantes para corroborar um plano de negócio; desde um estudo demonstrando a demanda deste mercado na região do oeste paulista, até chegar em conteúdo mais técnicos, como o plano financeiro e o plano de marketing, por exemplo.

Além disso, também é possível observar neste projeto, todo o funcionamento de laboratório de prótese dentária, mostrando desde o processo simples da fabricação de uma prótese mais simples até as lentes de contato dental. Neste tópico foram delineadas algumas informações sobre o projeto em questão, dando ênfase na análise do setor em que o projeto está inserido, tanto em sua perspectiva macroambiente quanto na perspectiva microambiente.

Este projeto está dividido em algumas subseções, que juntas corroboram a viabilização do mesmo, e elas estão expostas desta maneira: introdução, dados dos discentes, experiências profissionais e atribuições, dados do empreendimento, missão da empresa, visão da empresa, valores da empresa, setores de atividades, forma jurídica, enquadramento tributário, capital social, fontes de recursos.

1.2 INTRODUÇÃO

O Sorriso é a expressão mais bonita que o ser humano tem, é linguagem universal, tem reflexos por toda parte (Recinella, 2008).

Atualmente, observa-se que vivemos em uma sociedade hiperconsumista onde promover a aparência tornou-se fundamental, diante desta importância podemos notar que a questão estética está diretamente ligada a ela.

Aliado a isto, encontra-se um contexto onde a estética não está relacionada apenas ao corpo, pele, cabelo, mas também a questão bucal, ou seja, a busca pelo sorriso belo.

Francischone e Mondelli (2007) demonstram que a busca pelos padrões de beleza e perfeição das formas e dimensões tem proporcionado uma supervalorização da aparência do indivíduo dentro da sociedade.

Diante desta supervalorização da beleza perfeita, o sorriso também ganhou o seu espaço sendo que o mesmo está interligado a saúde bucal ao qual está relacionado aos cirurgiões dentistas.

Profissionais esses que vem se destacando conforme ressalta o Conselho Federal de Odontologia (CFO) onde divulgou em 2015, que o Brasil concentra o maior número de cirurgiões-dentistas do mundo, com mais de 272 mil profissionais regulamentados. Já em relação ao perfil atual e tendências destes profissionais podemos destacar que o país retém aproximadamente 20% dos dentistas do planeta e em relação global o mercado dental brasileiro é o terceiro do mundo, ocupando o topo EUA e China.

As informações acima demonstram que o mercado é amplo e toda a sua área de expansão também, onde requer profissionais especializados e atualizados, para atender as tendências do mercado, perante isso podemos destacar conforme coloca a Organização das Nações Unidas (ONU), que os dentistas brasileiros estão entre os melhores do mundo e são referência em tratamentos relacionados à odontologia estética.

Segundo a empresa Data Bridge Market Research destaca que em 2016, o segmento foi globalmente avaliado em 8.9 bilhões de dólares e, atualmente, calcula-se uma taxa de crescimento de 6,2% ao ano, com expectativa de alcançar até 2024 o valor de USD 14.3 bilhões. Perante a todas essas transformações e inovações na área odontológica o técnico em prótese dentária (TPD) conquistou o seu espaço derrubando vários conceitos ao qual desenraizou a sua imagem de apenas coparticipante do dentista, apoderando-se do seu reconhecimento profissional perante as mudanças ocorridas, passando a exercer ambos um papel fundamental para reestabelecer a saúde bucal e estética das pessoas.

O diretor de comunicação da Associação dos Técnicos em Prótese Dentária Bras, Roberto SeieiQuiyan destaca que: “Hoje acredito que ultrapassamos e muito esta fase de uma pessoa que apenas produz

dentaduras. Culturalmente, estava enraizada que o protético, como era a nomenclatura antiga, só fazia este tipo de prótese”.

Esse reconhecimento não ocorre apenas no âmbito nacional, mas no âmbito internacional conforme relata o Conselho Federal de Odontologia-CFO que existem atualmente cerca de 20 mil técnicos em prótese dentária em atuação no mercado nacional e cerca de 60 escolas distribuídas pelo Brasil que oferecem o curso técnico de prótese. Essa expansão ocorre pelo fato do Brasil ser considerado uma referência mundial como sendo um dos centros de excelência em prótese e contar com técnicos em prótese dentaria renomados internacionalmente com alto nível de excelência.

Perante a todo esse reconhecimento, podemos destacar que no cenário global hoje, o Brasil assume o posto de segundo maior produtor de implantes dentários, estando como primeiro os Estados Unidos.

De acordo com Osmar Kiyam, presidente do Congresso Paulista de Técnicos em Prótese Dentária, são mais de 12 mil laboratórios de prótese, dos quais 90% formados por pequenas e médias empresas e só no Estado de São Paulo concentram 50% do mercado. O mesmo ainda relata que: “A prótese laboratorial é um serviço terceirizado na área da odontologia, mas o mercado já movimenta cerca de US\$ 2 milhões por mês no País”.

Aliado aos fatores de reconhecimento e crescimento do mercado está interligado os desenvolvimentos tecnológicos ao qual vieram propiciar técnicas cada vez mais capazes e eficazes para proporcionar uma boa saúde bucal, sem deixar de destacar que a questão estética está diretamente aliada a ela.

Diante disso, essa junção ofereceu um amplo campo de opções ao profissional que se encontra atualizado, possibilitando uma abrangência de atuação não apenas na questão da saúde, mas também na questão estética.

Contudo podemos ressaltar que no mercado atualmente temos vários tipos de próteses, essa ampla diversidade destaca hoje como a novidade do momento as lentes de contato dentais ou fragmentos de porcelana.

As lentes de contatos apesar de estar no mercado a mais de 15 anos ganhou ênfase apenas nos últimos anos com a busca pelo sorriso perfeito.

Essa procura de um sorriso belo e perfeito as lentes de contato dental, registrou um aumento de 300% entre 2014 até agora conforme destaca a Sociedade Brasileira de Odontologia e Estética (SBOE), ganhando do número de operações com implantes de próteses de silicone e lipoaspiração, que têm crescido, em média, 10% ao ano no Brasil, segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica.

Diante disso as lentes de contato hoje estão no topo quando se menciona a questão da aparência colocada como um padrão.

As chamadas lentes de contato recebem este nome por se tratarem de uma fina lâmina cerâmica, variando de 0,2 a 0,5 mm de espessura que vai ser adesivamente aderida ao dente minimizando perda e/ou riscos às estruturas dentárias (DEVES, 2012), por conseguinte, dentro de uma Odontologia minimamente invasiva.

Esses métodos cada vez menos invasivos dentro da odontologia, estão proporcionando um crescimento amplo nesta área da estética no mundo, podemos notar que hoje o Brasil ocupa a segunda posição entre os países que realizam essas mudanças estéticas no mundo, estando atrás dos Estados Unidos.

Atualmente no Brasil as lentes de contatos dentais vêm conquistando cada vez mais pessoas que estão em busca de um sorriso perfeito, podendo observar isso, pela demanda que só vem crescendo nos últimos anos pela influência da mídia. Essa demanda vem aumentando cada vez mais nas grandes capitais do país, conforme destacamos aqui duas das principais capitais que são: São Paulo onde são aplicadas 28.500 lentes de contato mensalmente, e o Rio de Janeiro que chega a quase 10 mil procedimentos por mês.

Perante essa demanda de mercado não podemos deixar de mencionar que esses métodos exigem pessoas capacitadas e qualificadas para trabalhar nesse ramo, destacando que na capital paulista concentram-se seis dos dez mais renomados especialistas do país.

Diante do cenário atual apresentado e suas demandas e mercado, realizou-se um diagnóstico de mercado na região do oeste paulista onde foi

diagnosticado que a cidade mais próxima ao qual oferece esse serviço com qualidade e profissional capacitado ficam localizadas a aproximadamente a 92 km de distância do município de Presidente Epitácio.

Presidente Epitácio é um município que se encontra localizado no interior paulista, na divisa com Mato Grosso do Sul, com aproximadamente 50 mil habitantes, onde a renda média da população é de dois salários mínimos (IBGE, 2016). Nessa região encontram-se aproximadamente 250 cirurgiões conforme informações do CFO (Conselho Federal de Odontologia) e em relação a laboratório de prótese dentaria consiste em apenas dois, que se encontram corretamente regulamentados conforme a legislação vigente da CRO (Conselho Regional de Odontologia).

Diante desse cenário, decidiu-se implantar o laboratório Prótec Design neste município, a fim de oferecer rapidez e excelência para o cirurgião na confecção das próteses com um trabalho de equipe multidisciplinar, de qualidade e com rapidez.

O Prótec Design, atenderá a demanda dos cirurgiões desta região ofertando todos os serviços relacionados à prótese dentaria, com foco na sofisticação e complexidade da lente de contato dental, ofertando dessa forma um serviço de alta qualidade e vinculado com a estética contemporânea, empregando profissional capacitado articulado com a inovação e a tecnologia mais atual desta área.

O laboratório estará equipado com modernos equipamentos em tecnologia digital, onde utilizará de materiais diferenciados e técnicas inovadoras como: o sistema CAD/CAM e a impressora 3D.

O sistema utilizará de tecnologia computadorizada, que garantirá mais precisão e longevidade da peça, além de construir peças totalmente cerâmicas, além de ofertar aos cirurgiões o planejamento estético onde planejará virtualmente o caso de seu paciente, trazendo ao mesmo mais segurança e previsibilidade ao tratamento proporcionando assim um sorriso perfeito.

A impressora 3D permitirá a precisão dos detalhes, o aperfeiçoamento das peças reduzindo o tempo, custo e facilitando o atendimento ao cliente. Estará sendo utilizada para modelos escaneados que são usados para produzir

alinhadores invisíveis, produção de plataformas para implantes em alta resolução para fundição ou produção de copings, facetas e lentes de contato para injeção ou fundição.

1.3 DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES

Os respectivos quadros abaixo 1, 2, 3 e 4 referem-se aos dados dos desenvolvedores do plano de negócio. Para uma maior formalidade, cada discente desenvolvedor disponibilizará seu currículo nos quatro apêndices deste documento.

1.3.1 Discente 1

Quadro 1: Ana Paula Moura Santos

Nome: Ana Paula Moura Santos	
Endereço: Rua: Julio de Andrade N°- 30-31	
Cidade: Presidente Epitácio	Estado: São Paulo
Formação Acadêmica:	
Ensino Médio Completo. Cursando Técnico em Administração - IFSP DE Presidente Epitácio.	
Experiência Profissional:	
Auxiliar em saúde bucal Dra. Mônica e Dr. Joelmir Trombeta.	

Fonte: Os próprios autores

1.3.2 Discente 2

Quadro 2: Clodoaldo Cardoso

Nome: Clodoaldo Cardoso	
Endereço: Rua: Goiânia N°- 19-35	
Cidade: Presidente Epitácio	Estado: São Paulo
Formação Acadêmica:	
Ensino Médio Completo. Cursando Técnico em Administração - IFSP DE Presidente Epitácio.	
Experiência Profissional:	
Auxiliar de serviço geral na empresa Cerâmica Romana.	

Fonte: Os próprios autores

1.3.3 Discente 3

Quadro 3: Discente 3 – Izabel Cristina de Souza

Nome: Izabel Cristina de Souza	
Endereço: Rua: Florianópolis N°. 9-57	
Cidade: Presidente Epitácio	Estado: São Paulo
Formação Acadêmica:	
Ensino Médio completo. Técnico em Contabilidade. Cursando Técnico em Administração- IFSP DE Presidente Epitácio	
Experiência Profissional:	
Curso de Alimente-se bem SESI. Informática Básica – SESI. Auxiliar em serviço gerais – Sesi. Porteira – Sesi. Encarregada – Sesi.	

Fonte: Os próprios autores

1.3.4 Discente 4

Quadro 4: Discente 4 – Lilane Aparecida Sanches Souza

Nome: Lilane Aparecida Sanches Souza	
Endereço: Rua: Miguel Coutinho N°. 17-19	
Cidade: Presidente Epitácio	Estado: São Paulo
Formação Acadêmica:	
Superior completo em Sistema de informação e Serviço Social Cursando Técnico em Administração- IFSP DE Presidente Epitácio	
Experiência Profissional:	
Técnico em Processamento de Dados. Educadora e Coordenadora – Espaço Criança. Assistente Social – Prefeitura Municipal de Presidente Epitácio.	

Fonte: Os próprios autores

1.4 DADOS DO EMPREENDIMENTO

Prótec design trabalha em conjunto com cirurgiões dentistas, na confecção de próteses dentárias restabelecendo o edentulismo¹.

1.5 MISSÃO DA EMPRESA

Ser uma empresa com produtos e serviços de excelência, buscando sempre inovação e qualidade, valorizando nossos clientes e assegurando a plena satisfação de seus pacientes, trabalhando em conjunto, restabelecendo a saúde bucal.

1.6 VISÃO DA EMPRESA

Ser reconhecida como melhor empresa regional, no ramo de próteses dentárias por meio dos seus processos de trabalhos qualitativos.

1.7 VALORES DA EMPRESA

A empresa valoriza:

- Comprometimento com cliente;
- Ética profissional;
- Qualidade;
- Melhoria contínua;
- Inovação.

1.8 SETOR DE ATIVIDADES

O setor de atividade que a Prótec Design se enquadra no ramo de prestação de serviço, oferecendo seus serviços aos cirurgiões dentistas.

1 Edentulismo significa ausência parcial ou total de dentes, congênita ou adquirida.
Fonte: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa-ao/edentulismo>

1.9 FORMA JURÍDICA

Por meio de estudos, visualizou-se que o Plano de negócio Prótec Design se encaixaria como um EPP (Empresa de Pequeno Porte).

As empresas EPP tem faturamento entre R\$ 3.6 milhões.

O titular de uma empresa de pequeno porte deve formalizar o negócio numa junta comercial. É optante pelo Simples Nacional, lucro real ou Lucro Presumido.

1.10 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Diante das formas jurídicas citadas neste item, o tipo de enquadramento tributário específico para o laboratório Prótec Design escolhido foi o Simples Nacional. O enquadramento Tributário Simples Nacional – É um regime compartilhado de arrecadação com cobrança e fiscalização de tributos aplicáveis a microempresas e empresas de pequeno porte previsto na Lei Complementar nº 123/06. Ele consegue reunir, todos os tributos da empresa em uma única guia denominado Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS), nela estão o IRPJ, o CSLL, o PIS, o COFINS, o IPI, o CPP, o ISS e o ICMS (varia de 4% à 4,5% de alíquota).

1.11 CAPITAL SOCIAL

Referente ao investimento inicial, ou seja, referente ao capital social da empresa será de R\$ 337.231,72 (Trezentos e trinta e sete mil duzentos e trinta e um reais e setenta e dois centavos) sendo uma estimativa de R\$100.000,00 (Cem mil reais), inicial.

2 ANÁLISE DE MERCADO

Conforme relata Razzolini (2012, p. 123), “analisar o mercado, significa ter condições de estabelecer previsões de vendas que ajudem os empreendedores a planejarem corretamente e principalmente a alcançarem as metas desejadas”.

A análise de mercado é um dos principais componentes de um plano de negócio tornando-se indispensável para que haja o conhecimento das necessidades de seu público-alvo, perfil da concorrência e melhores fornecedores.

Consiste em compreender o mercado em que se pretende atuar, captar pessoas com renda e disposição para gastá-la e conhecer os possíveis compradores de um produto/serviço de um dado empreendimento, proporcionando com clareza uma visão de possíveis oportunidades e ameaças que poderão impactar diretamente no futuro da empresa, sendo assim, determinante para o nascimento de um negócio.

2.1 ESTUDO DOS CLIENTES

Segundo o contexto da Análise de Mercado o conhecimento das necessidades do público-alvo é de suma importância.

Público alvo trata-se de um grupo específico de consumidores que compartilham de um perfil semelhante, é uma parcela da sociedade consumidora para quem a empresa direciona suas ações de marketing de produtos/serviços. Já o termo cliente é proveniente do latim “clients”, que se refere á pessoa que tem acesso a um produto ou serviço após efetuar pagamento e com assiduidade, podendo ser um comprador (quem compra o produto), um utilizador (quem usa o serviço) ou um consumidor (quem consome um produto ou serviço).

Deste modo, define-se a análise de clientes como um padrão que permite identificar o quanto um cliente/público-alvo é atrativo para os negócios e quais são as estratégias a serem seguidas diante de tais informações considerando dois fatores de análise qualitativo e quantitativo.

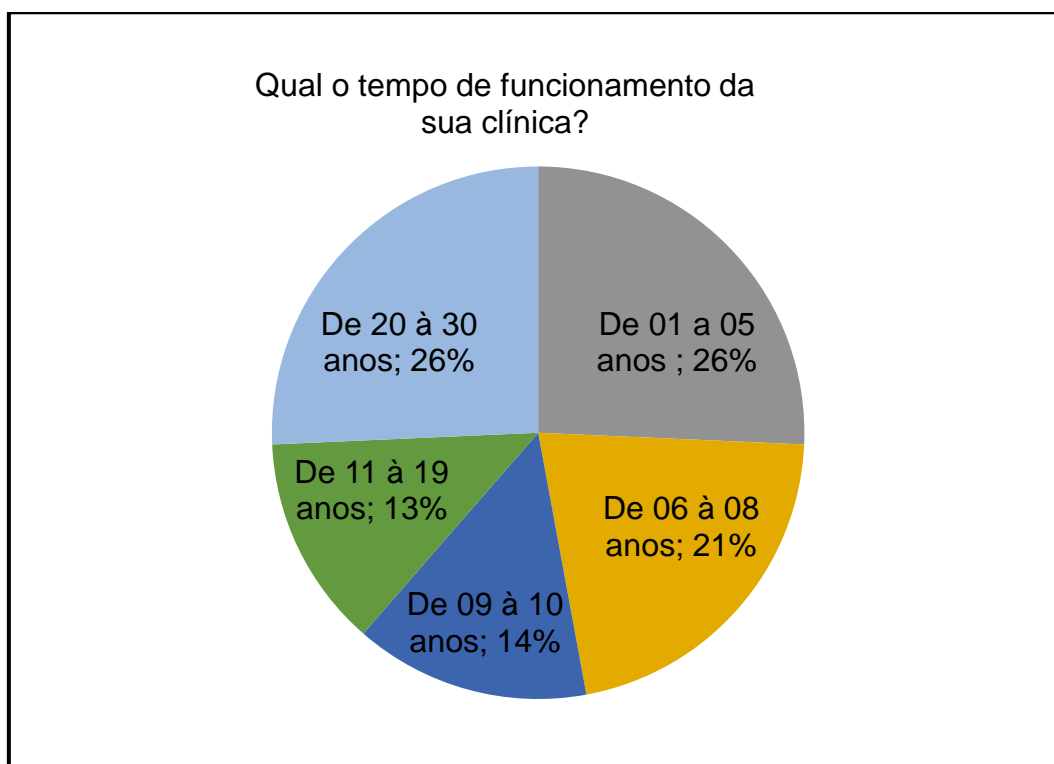
Questionário é um elemento essencial para a realização de grande parte dos estudos, elaborado para gerar dados necessários para verificar se os objetivos de um projeto foram atingidos, sendo a melhor forma de obter informações e comparações sobre um plano de negócio.

Sendo assim, o questionário consta com perguntas de múltipla escolha, ele foi desenvolvido, analisado e foi aplicada a avaliação do mesmo no período de 25/10/18 a 09/11/18. A princípio, foi elaborado um link contendo 17 perguntas e sendo aplicado através de rede social (whatsapp) para 72 cirurgiões dentistas da cidade de Presidente Epitácio e região, ressaltando que o profissional Técnico em Prótese Dentária, presta serviço diretamente ao cirurgião dentista, por isto, a pesquisa direcionada aos mesmos. Posteriormente foi aliada a este meio de comunicação a pesquisa presencial, realizada nesta cidade (Presidente Epitácio) e concluindo com a aplicação do questionário mediante ligações telefônicas para que fosse possível atingir as cidades que não houve retorno por nenhuma das outras formas aplicadas, dando pôr fim a pesquisa.

As perguntas demonstram o perfil dos entrevistados, com qual frequência os traumas e perdas ocorrem, sobre os concorrentes e demandas e sobre a arte estética onde realmente houve o foco em saber sobre o que a empresa almeja, que é agregar um diferencial “lentes de contato dental” demonstrando-se as análises nos gráficos a seguir.

O gráfico 1 apresenta o tempo de funcionamento das clínicas dos entrevistados, deixando bem claro que todos tem uma estabilidade em seu negócio e um excelente êxito em sua formação.

Gráfico 1: Qual o tempo de funcionamento da sua clínica?



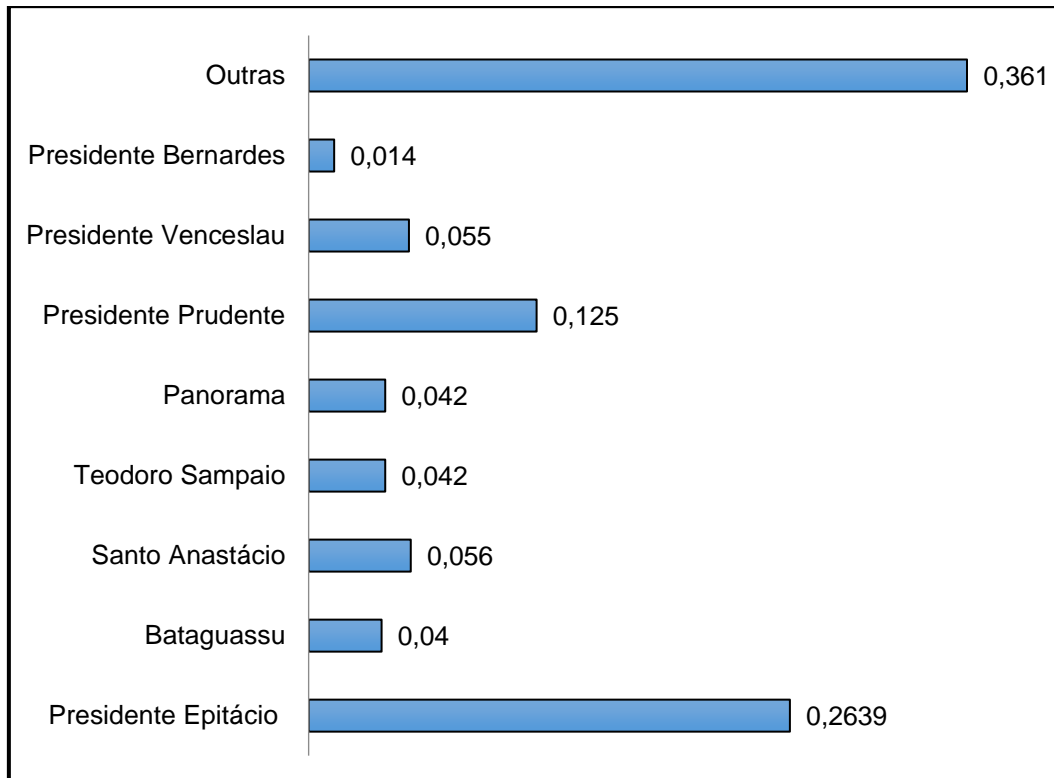
Fonte: Os próprios autores

O gráfico 1 apresenta o tempo de funcionamento das clínicas dos entrevistados, deixando bem claro que todos têm uma estabilidade em seu negócio e um excelente êxito em sua formação. No gráfico 1 que 25,7% mantêm sua clínica em funcionamento de 20 a 30 anos, sendo estes, profissionais que se encontram a mais tempo no mercado dentre os entrevistados e que em muito contribuem para nossa pesquisa nos trazendo conhecimento desde os procedimentos mais antigos até os mais modernos.

Coincidentemente com a mesma porcentagem encontram-se os profissionais que tem sua clínica em funcionamento a menos tempo, de 1 a 5 anos, mais não menos importante já que estes provavelmente estejam dentro das inovações em sua área, acompanhados dos seguintes que ficam entre 21,4% de 6 à 8 anos, 14,3% de 9 à 10 e 12,9% de 11 à 19 anos de forma que pelo tempo que atuam os profissionais são extremamente capazes e renomados em sua profissão agregando qualidade ao questionário.

A seguir apresenta-se o gráfico 2 demonstrando a cidade de atuação destes profissionais para que se possa ter uma visão abrangente do campo de atuação do negócio.

Gráfico 2: Em qual cidade você atua profissionalmente?

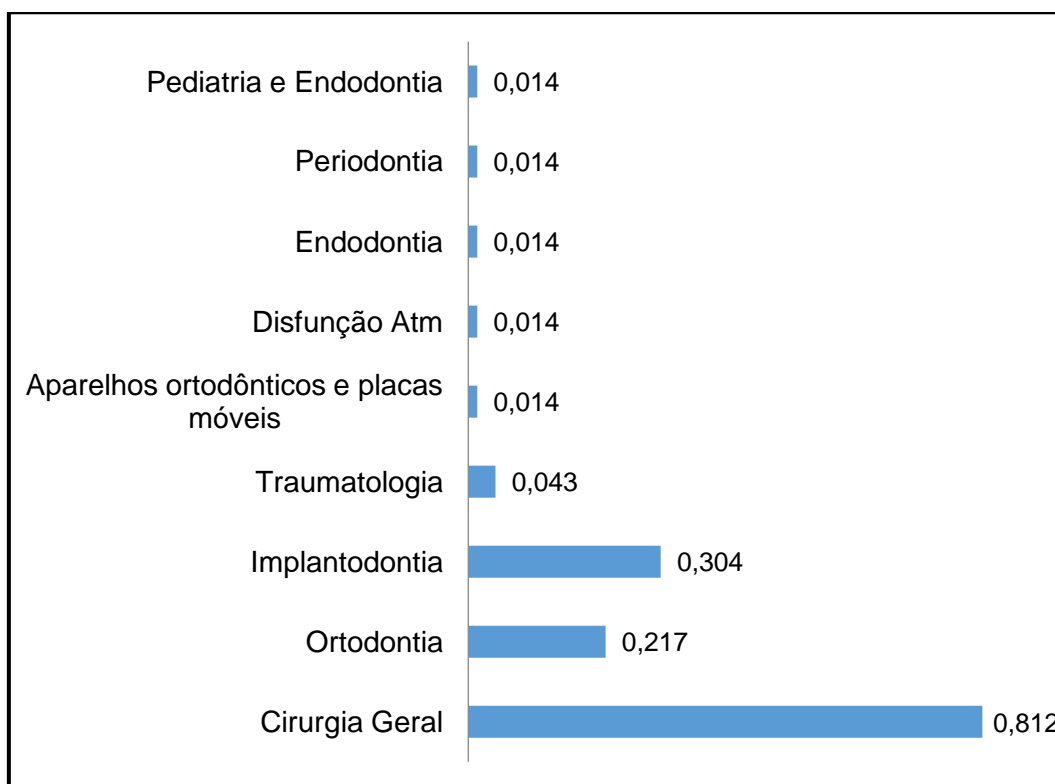


Fonte: **Os próprios autores**

De acordo com o Gráfico 26,4% dos entrevistados são de Presidente Epitácio e 73,6% denominados outros que compreendem a região, sendo mais preciso denotar, de Presidente Epitácio a Bataguassu à distância de 36,4 km e de Presidente Epitácio a Presidente Bernardes à distância de 75,2 km abrangendo desta forma as cidades neste raio. Ressaltando que nesta abrangência encontram-se 269 profissionais, nos dando como porcentagem de pesquisa 26%.

O gráfico 3 teve como objetivo, indicar o percentual sobre as especialidades dos profissionais.

Gráfico 3: Qual sua especialidade?

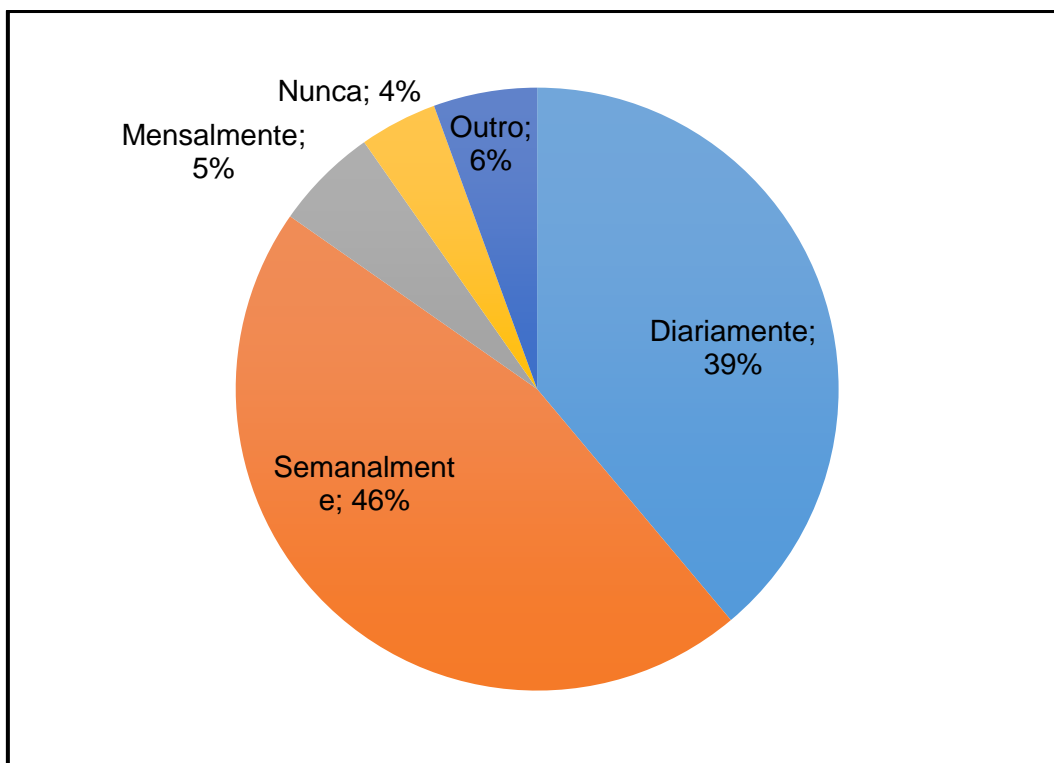


Fonte: Os próprios autores

É fato que dentistas e protéticos caminham lado a lado quando o assunto em questão é tratamento reabilitador, para que juntos possam chegar a um resultado de excelência. Assim sendo, este gráfico demonstra que a grande maioria em suas especialidades, podem sim vir a criar um elo com notoriedade a seguir, pois inúmeros deles possuem mais de uma especialidade desde já justificando o resultado do gráfico que aponta para Cirurgia Geral 81,2%, Ortodontia 21,7%, Implantodontia 30,4%, Traumatologia 4,3%, seguindo das demais 1,4% dos Aparelhos Ortodônticos e Placas Móveis, especialistas em Disfunção ATM, Endodontia, Periodontia e Odonto Pediatra e Endodontia. Das especialidades demonstradas na pesquisa, apenas 4,2% não utilizam os serviços do protético.

Em sequência o gráfico 4 que mostra com que frequência acontece traumas e perdas dentárias nas Clínicas Odontológicas onde os profissionais entrevistados atuam.

Gráfico 4: Traumas e perdas dentárias são comuns, na sua clínica isso acontece com que frequência?



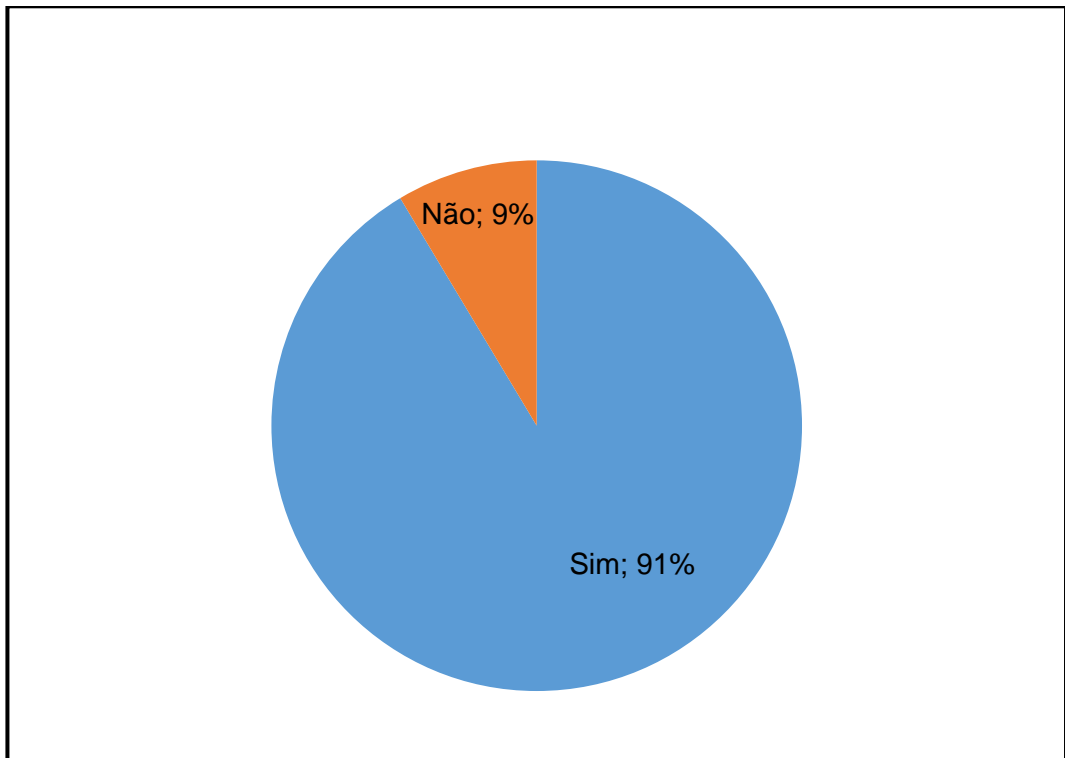
Fonte: Os próprios autores

De suma importância o gráfico 4 aponta sobre a frequência que ocorre traumas e perdas dentários (lesões traumáticas dentárias que podem variar desde simples faturas em esmaltes até a perda definitiva do elemento dentário) nas clínicas abordadas, isto porque se o mesmo não ocorre é possível que quase não haja demanda de trabalho para o profissional atuante.

Diariamente ocorre em 41,2% das clínicas e semanalmente em 48,5%, dando-nos uma perspectiva extremamente positiva e um indicativo muito favorável e atrativo para o negócio.

Posteriormente o gráfico 5, que afirma a utilização de um laboratório de próteses pelos respondentes.

Gráfico 5: Sua clínica utiliza algum laboratório de prótese?

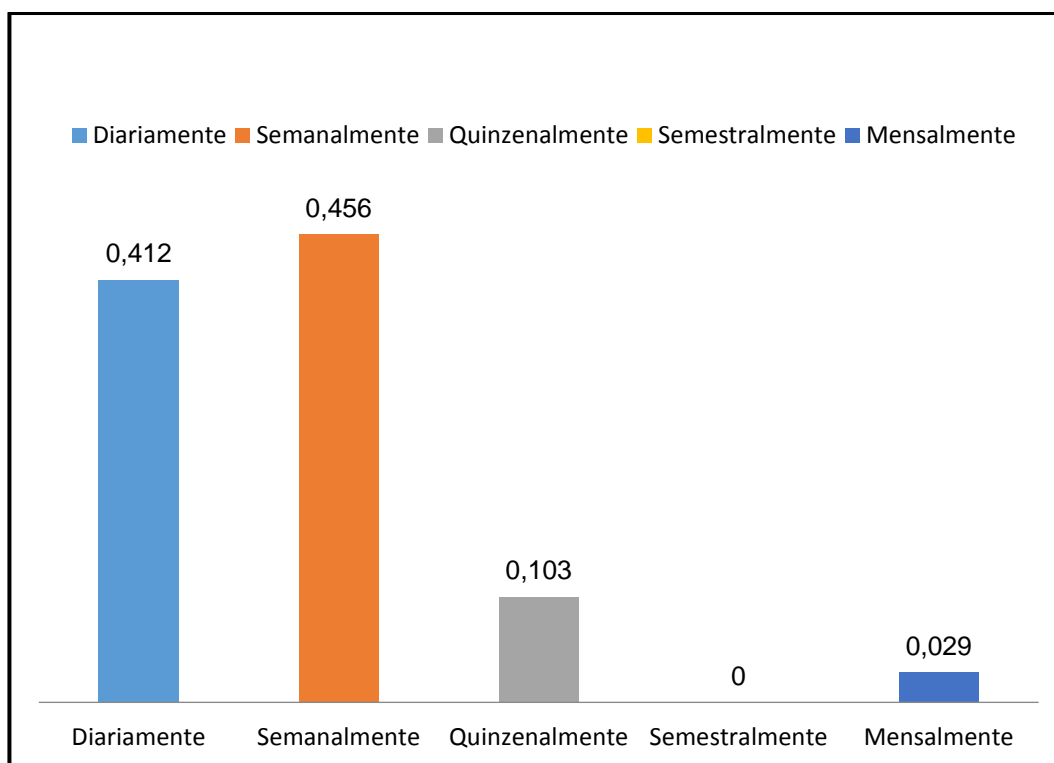


Fonte: Os próprios autores

Os respondentes afirmaram com 91% que sim, utilizam os serviços de algum laboratório de próteses dentária e apenas 9% não utilizam confirmando que há uma demanda extremamente satisfatória para o negócio.

O gráfico 6 segue o anterior demonstrando a frequência de utilização dos laboratórios de próteses dentária pelos entrevistados.

Gráfico 6: Com qual frequência você utiliza os serviços dos laboratórios de próteses?

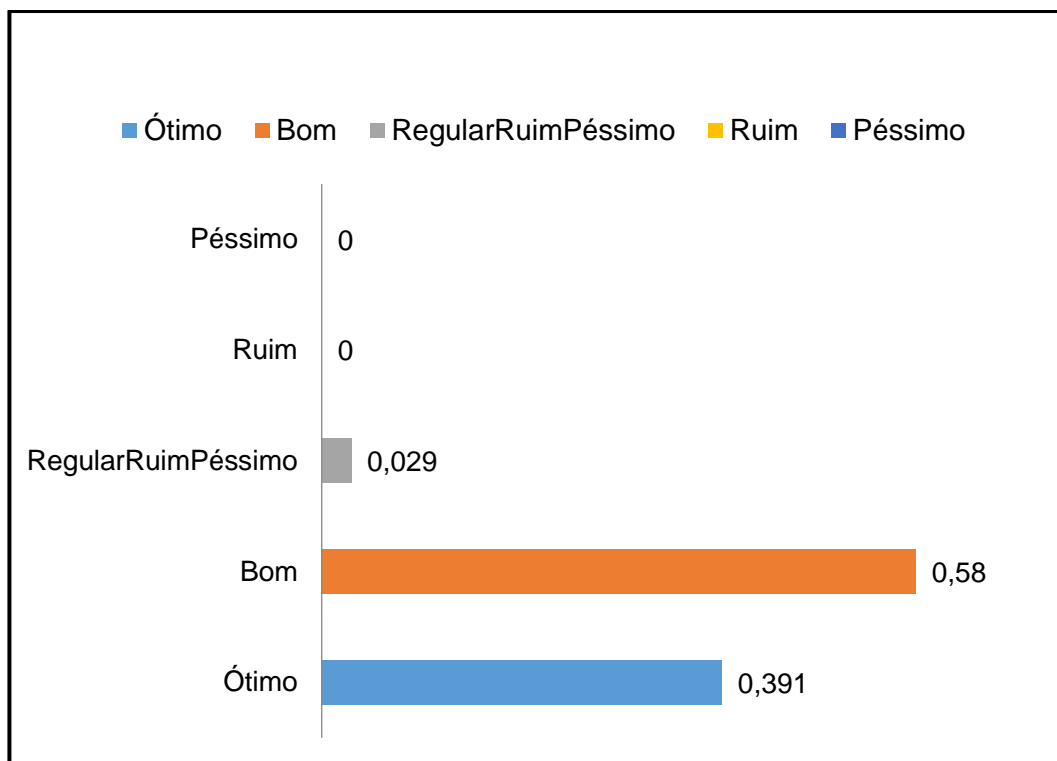


Fonte: Os próprios autores

Demonstrado no gráfico acima a frequência em que os entrevistados utilizam os serviços dos laboratórios de próteses, o resultado é de fato muito relevante, pois 46% afirmam que semanalmente, 41% diariamente, 10% quinzenalmente e 3% mensalmente, sendo que semestralmente não se tornou opção de resposta para nenhum dos entrevistados. É muito positivo para o negócio obter tal informação e o intuito dessa pergunta foi reafirmar a pergunta demonstrada no gráfico 5, para que não houvesse nenhuma dúvida sobre a demanda, agora constatado.

Vejamos então a seguir, o grau de satisfação dos serviços prestados pelos laboratórios de próteses segundo os respondentes no gráfico 7.

Gráfico 7: Em relação a sua satisfação pelos serviços prestados dos laboratórios de próteses que você utiliza?

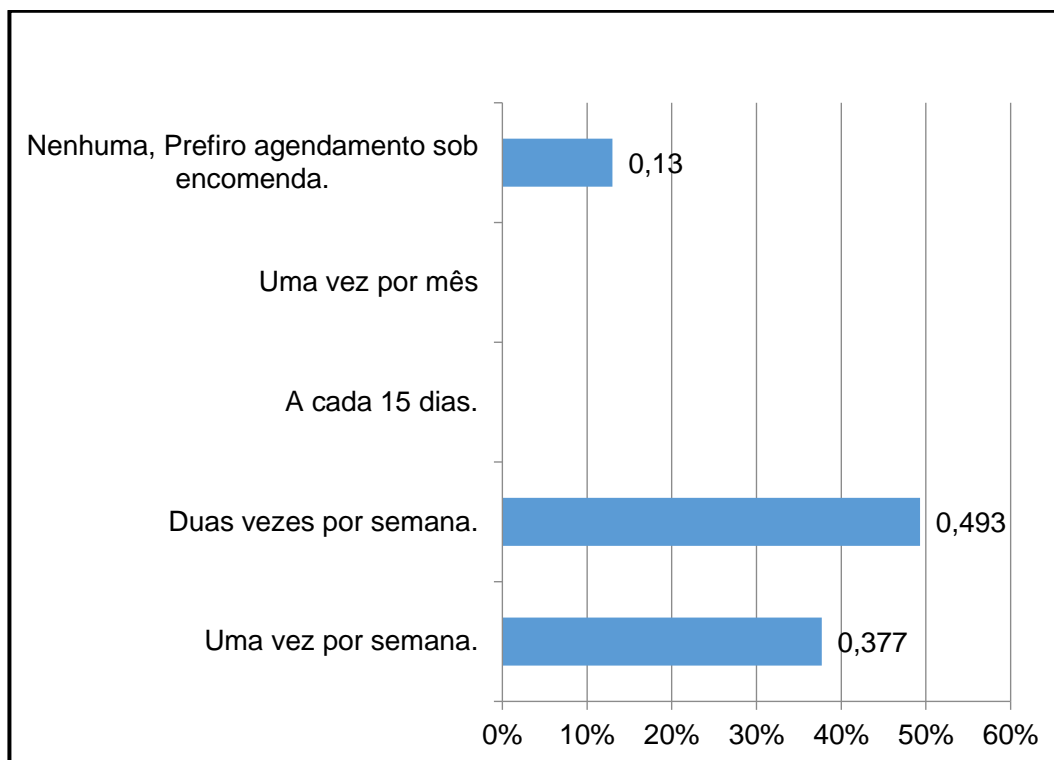


Fonte: Os próprios autores

Os resultados obtidos com este gráfico demonstram o grau de satisfação dos entrevistados em relação aos serviços prestados pelos laboratórios ao qual eles utilizam os serviços. A grande maioria optou por Bom com 58%, seguindo de Ótimo com 39% e regular com 3%. Com base nos resultados apurados, mais de 60% não estão “plenamente” satisfeitos, dando abertura para que a empresa supere toda e qualquer expectativa, chegando a excelência.

À seguir, o gráfico 8 demonstrando qual a melhor forma de satisfazer as necessidades e os desejos dos clientes no que diz respeito a entrega/retirada de materiais.

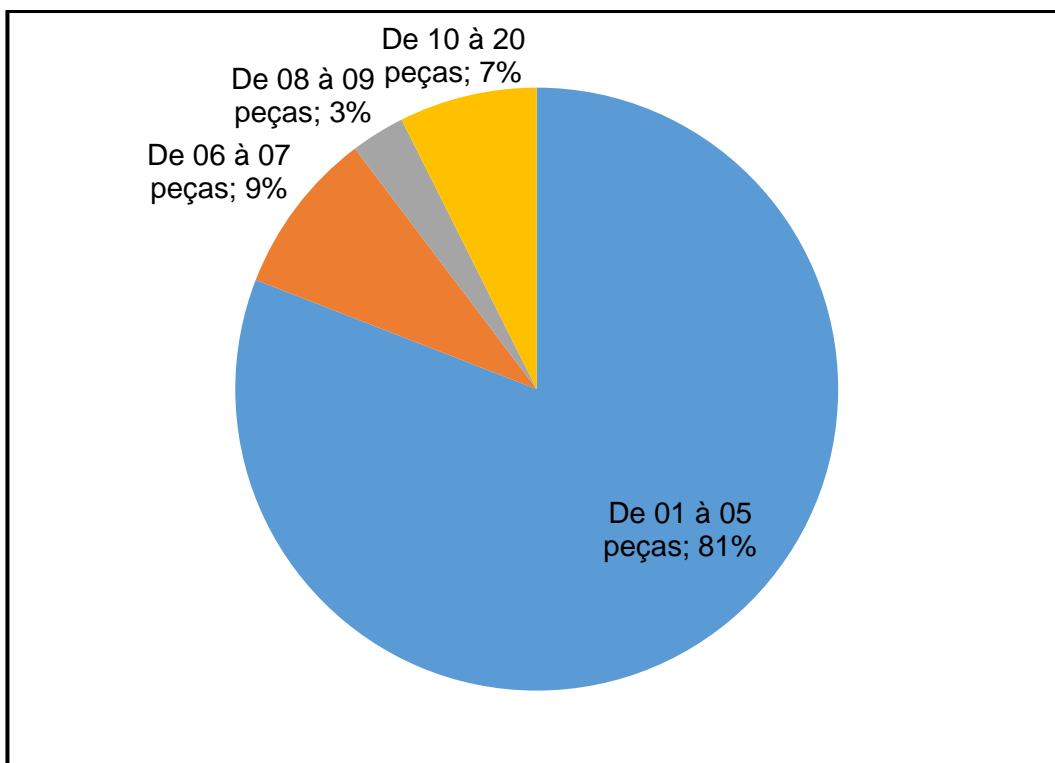
Gráfico 8: Com que periodicidade você gostaria que o Laboratório de Próteses realizasse a entrega/retirada de materiais (moldagens, próteses, etc)?



Fonte: Os próprios autores

O resultado deste gráfico, tendo em vista que 81% solicitam em média de 01 à 05 peças, 9% solicitam de 06 à 07 peças, 7% de 10 à 20 peças e 3% de 08 à 09 peças “semanalmente”. Fica bem claro que este é um ponto importante a ser observado, pois a demanda existe e isto se torna fato no gráfico 9.

Gráfico 9: Quantas peças, (próteses) você solicita ao seu protético semanalmente?

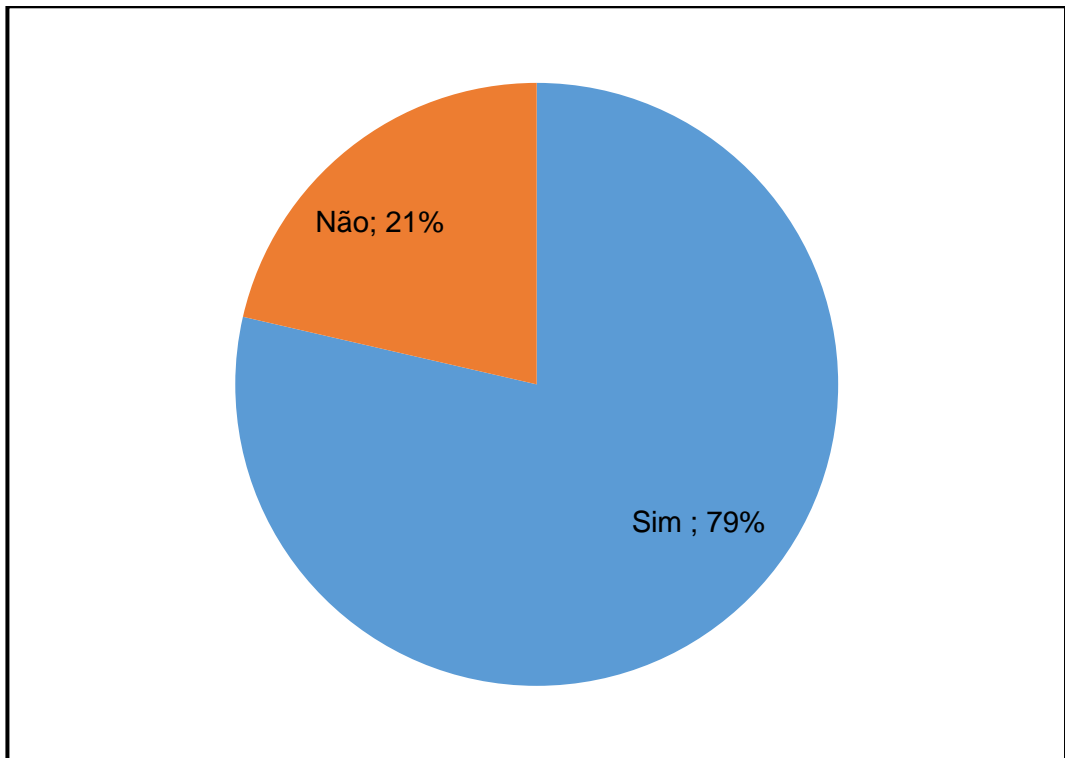


Fonte: Os próprios autores

No futuro seria focar em atrair nossos clientes satisfazendo suas necessidades com eficiência e eficácia e também com qualidade e inovação (lente de contato dental).

Seguidamente o gráfico 10 que certifica se os fornecedores realizam visitas frequentes nas clínicas dos respondentes.

Gráfico 10: Quanto aos fornecedores, esses realizam visitas frequentes?

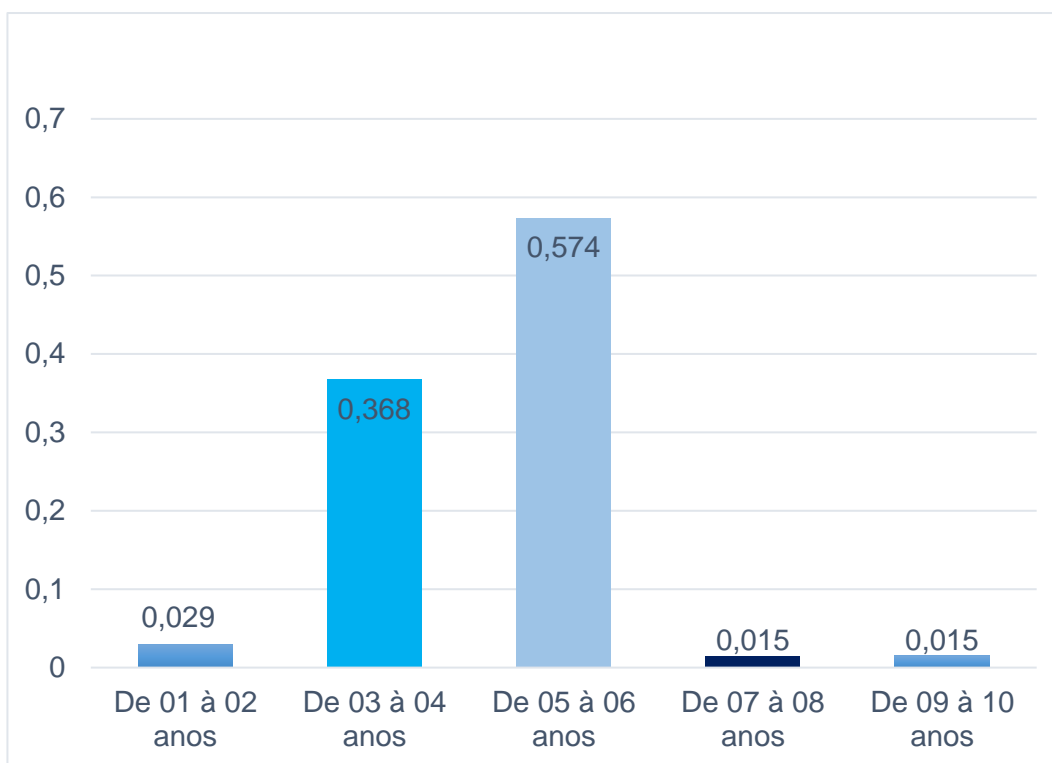


Fonte: Os próprios autores

Como se pode observar no gráfico 10, a maioria com 79% afirma que sim, os fornecedores costumam realizar visitas frequentes e 21% afirmam que não. Sabe-se que as visitas periódicas são fundamentais. Assim sendo, será articulada uma estratégia para que o negócio se faça presente através de visitas, esclarecendo dúvidas, demonstrando trabalhos e inovações, sempre dispostos a receber o feedback do cliente.

O gráfico 11 trata de esclarecer sobre o tempo em que os entrevistados orientam seus pacientes a realizarem a troca de suas próteses dentárias.

Gráfico 11: Com que periodicidade você orienta seus pacientes a realizarem a troca de suas próteses dentárias?

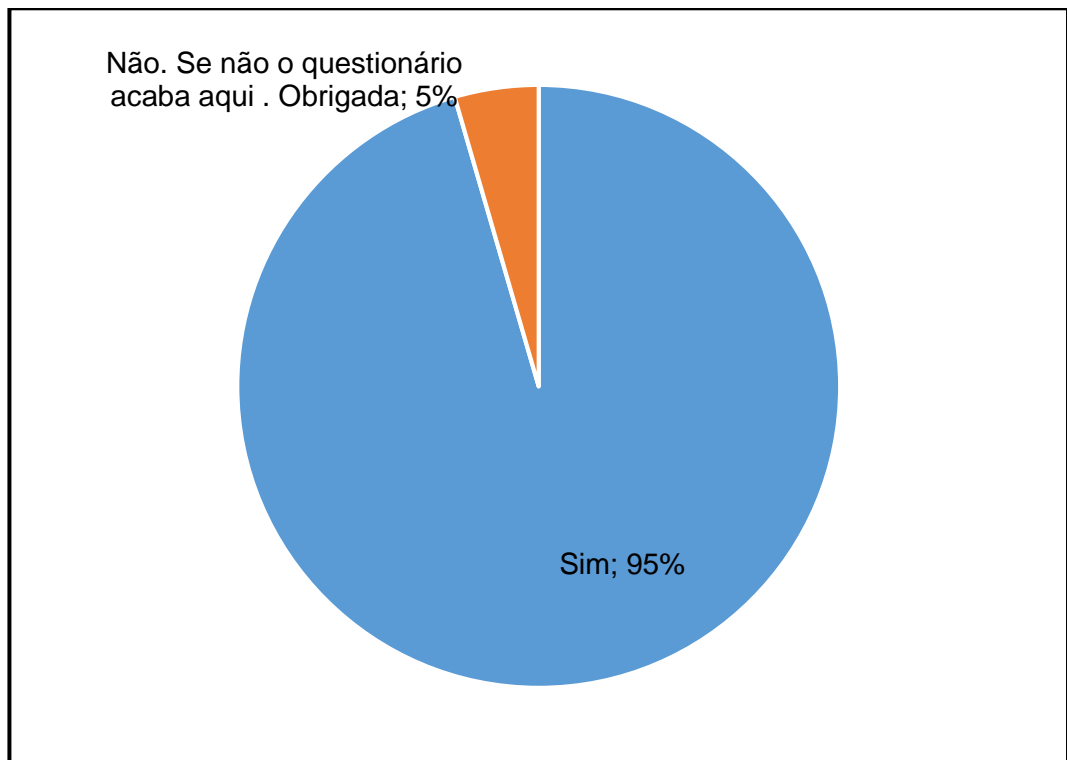


Fonte: Os próprios autores

Em análise do gráfico acima, o resultado para indicação de troca de próteses foi, de 05 à 06 anos 57%, de 03 à 04 anos 37%, de 01 à 02 anos 3%, de 07 à 08 anos 2% e de 09 à 10 anos 1%. Este gráfico demonstra que a troca de próteses depende muito da recomendação de cada profissional que varia muito de um para o outro. Sabendo-se que a colocação da prótese pode ser feita de forma total ou parcial, analisamos o gráfico como satisfatório, tendo em vista que não foram questionados os tipos de próteses. Assim sendo, o tempo para troca pode diminuir bastante dependendo muito do tipo de prótese e da forma como foi colocada, gerando assim, trabalho constante para o laboratório de próteses dentário.

A seguir o gráfico 12 que indicará se realmente existe procura de próteses estéticas.

Gráfico 12: Na sua Clínica, há procura de próteses estéticas?

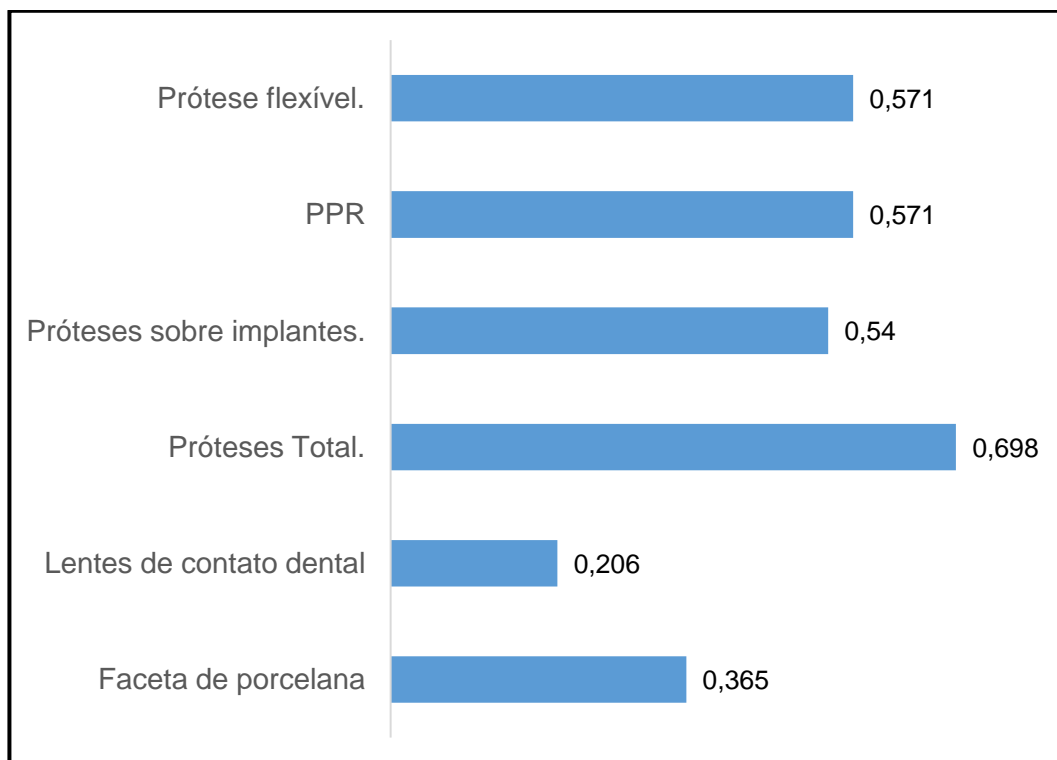


Fonte: Os próprios autores

Sabe-se que prótese estética é aquela que melhor substitui o(os) dente(s) natural(is), seja esteticamente ou funcionalmente, sem que apresente metais ou pelo menos não os evidencie reabilitando e deixando os dentes o mais próximo possível do natural, sem cirurgias. Diante disto, o gráfico 12 confirma com 95% a procura de prótese estética em quase todas as clínicas, deixando visível o Norte a ser seguido pela inovação na área.

A seguir o gráfico 13 que expõe sobre quais próteses são as mais procuradas nos consultórios dos respondentes.

Gráfico 13: Qual dessas próteses estéticas é a mais procurada em seu consultório?

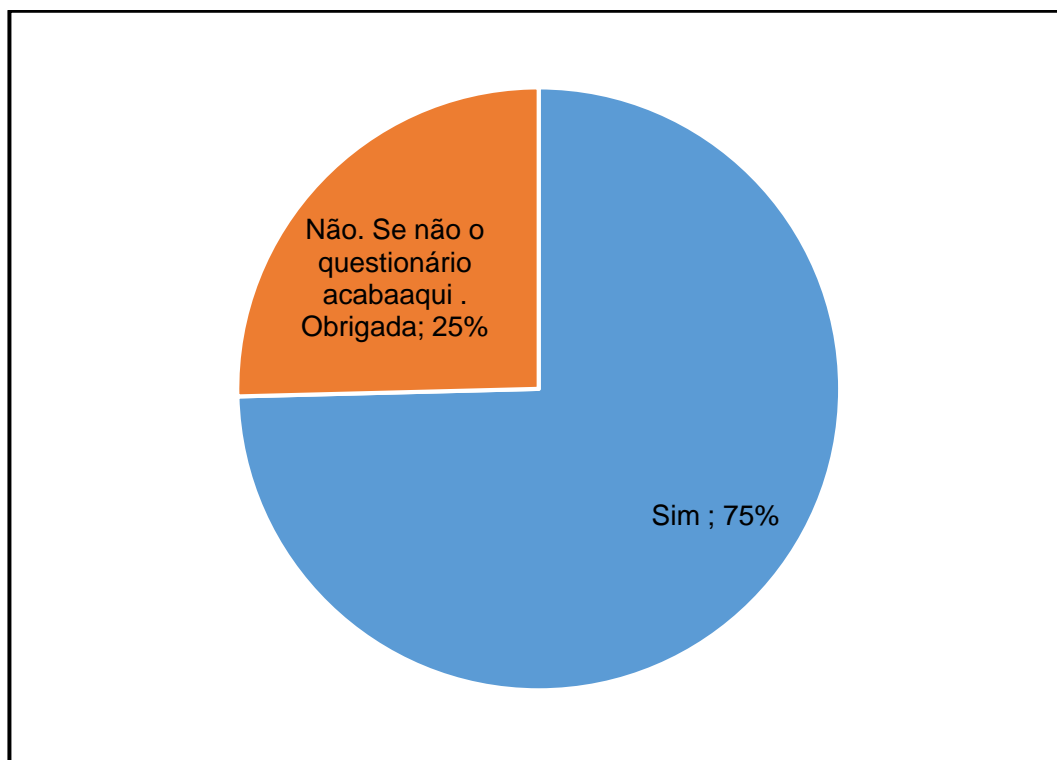


Fonte: Os próprios autores

Este gráfico demonstra disparado com 70% que a prótese total ainda é a mais procurada, seguida da Prótese Flexível que se iguala com 57% a PPR, seguida da Prótese sobre Implantes com 54%, posteriormente a Faceta com 37% e com 21% a Lente de Contato Dental, mostrando que aos poucos a inovação vem tomando seu espaço e este percentual já se torna muito relevante, uma vez que já existe à procura, é seguir para se obter a oferta nesta região, cito a abrangência em que foi realizada a pesquisa.

Questionados se conheciam lentes de contato dental, o gráfico 14 nos mostra que a maioria sim conhece.

Gráfico 14: Você conhece a nova inovação na odontologia estética, lente de contato dental?



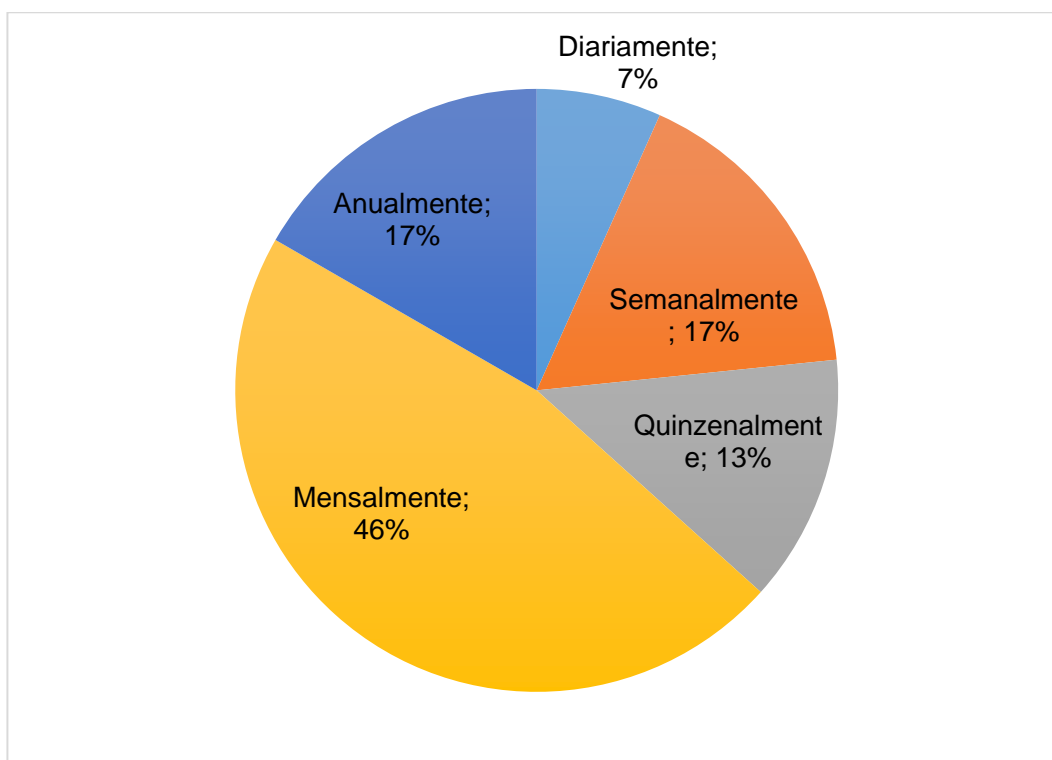
Fonte: Os próprios autores

Lentes de Contato Dental são lâminas de porcelana superfinas, moldadas por uma impressora 3D e coladas sobre os dentes da pessoa uma a uma. Por ser inovador, nem todos tem o conhecimento, maior parte dos entrevistados sim. De acordo com o gráfico, 75% conhecem e 25,4% ainda não conhecem, nos dando uma visão de oportunidade neste mercado.

Os dentistas são um canal de divulgação deste novo método sendo bem satisfatório o percentual apresentado, cabe diante de um bom trabalho de marketing atingir os 25% que ainda não conhecem.

O gráfico 15 define qual é a demanda desse procedimento, distribuídas em diariamente, semanalmente, quinzenalmente, mensalmente e anualmente.

Gráfico 15: Qual a demanda desse procedimento na sua clínica?



Fonte: Os próprios autores

Quem conhece as Lentes de Contato Dental sabe que não é uma opção das mais acessíveis, trazendo assim, dúvidas sobre a demanda.

O indicativo acima demonstra que apesar do fator preço existe uma procura considerável sendo mensalmente 46,7%, semanalmente em igualdade com anualmente em 16,7% e quinzenalmente 13,3%, desmistificando esse pensar de não haver demanda pelo custo.

Análise de Resultado

Perante a pesquisa e análise, é possível dizer que o Laboratório de Próteses Prótec, terá grandes chances de se manter no mercado tanto pelos serviços prestados quanto pela inovação. A lente de contato dental nos fara distintos.

Os profissionais que responderam ao questionário têm especialidades bem diversificadas e muitas vezes mais de uma, sendo esse um dos pontos positivos para o negócio, tendo em vista que grande parte dos mesmos por sua (s) especialidade (s), se faz necessário utilizar os serviços de um laboratório de próteses exemplo disso seria o Implantodontista.

Em conversa informal com um profissional da área obtivemos a informação que a perda de dente vai além do desconforto chegando a estética e podendo afetar desde a mastigação até a fala do indivíduo. De posse da informação que este fato (traumas e perdas dentárias) ocorre em constância nas clínicas e que são solicitadas peças (próteses) semanalmente e numa quantidade bastante satisfatória conforme demonstra o gráfico 5, é possível ver amplo ainda é este mercado na região e principalmente quando se fala em estética. A imagem pessoal é um fator importante para a autoestima da pessoa, que se sente extremamente motivada quando vê em sua aparência algo que lhe agrada ou quando ocorre o inverso, fazendo muitas vezes com que a pessoa deixe a dedicação pessoal ou procure um tratamento ou procedimento estético para mudar algo que não lhe agrada ou faça bem, havendo então um grande interesse em próteses estéticas nas clínicas.

A lente de contato dental é para quem está em busca de um sorriso perfeito e se confirma ser a grande inovação, tanto que alguns profissionais ainda não conhecem o procedimento.

Concluindo é importante salientar que mesmo alguns não conhecendo, existe a demanda e mesmo entendendo que demanda não significa consumo, o questionário aplicado e apresentado anteriormente, “em partes” e “em gráficos” indicam dados que serão cruciais fazendo com que se presuma o sucesso do projeto e mais ainda o futuro promissor do empreendimento.

2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES

O objetivo principal dessa análise aponta o desenvolvimento de uma estratégia entre empresas concorrentes mostrando de uma forma ampla a competitividade de cada empresa. PORTER, (2004, p. 15) [...] O desenvolvimento de uma estratégia competitiva é, em essência, o desenvolvimento de uma fórmula ampla para o modo como a empresa competirá, quais deveriam ser as suas metas e quais políticas necessárias para levar-se a cabo as metas.

PORTER, (2004), ressalta “que a rivalidade entre concorrentes existentes assume a forma corriqueira de disputa por posição”, observando

como a concorrência atua no mercado consumidor, o uso de táticas como preços, batalhas de publicidade, introdução de produtos e serviços ou das garantias aos clientes resultando essa competitividade entre empresas que produzem os mesmos serviços a ser implantado.

Realizado uma pesquisa por integrantes desse projeto por meio de visita presencial aos concorrentes que trabalham corretamente diante a lei. Pesquisa que deu origem a estabelecer os dados dos concorrentes, seguindo por uma conversa com os clientes, informações essas ilustradas no apêndice 3. Dados dessa análise foi detectado os concorrentes diretos, os indiretos, apontados também diante desse segmento de mercado alguns concorrentes considerados desleais segundo CROSP.

[...] Concorrência direta: São aquelas empresas que oferecem produtos e serviços no mercado igual ou semelhantes aos que a sua organização oferece. Com isso, estas empresas acabam disputando com você o mesmo nicho, ou seja, os mesmos tipos de consumidores. Concorrência indireta: Quando você ouvir falar em concorrentes indiretos, saiba que são aqueles que estão no mercado e oferecem produtos ou serviços que se diferenciam dos que você oferece. Entretanto, estes mesmos produtos e serviços, em determinado momento podem substituir os de sua empresa, o que vai atingir o seu público-alvo, seja agora ou mais adiante. (MARQUES.M. 2017).

[...] O crime de concorrência desleal, na modalidade desvio de clientela alheia, está tipificado no art. 195, III, da lei 9.279/96. Nesse dispositivo determina-se que comete concorrência desleal quem “emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem.” (SOLON. M 2017).

Segundo CROSP, conselho esse, que rege as leis de todo profissional na atuação saúde bucal, ressalta estatísticas que apontam apenas dois laboratórios que atuam de forma correta perante a Lei nº 5.965, de 1973, concluindo esses os concorrentes mais atuantes diante dessa análise.

Os outros concorrentes analisados protéticos atuam servindo seus produtos mais não possuem laboratório, efetuam a prestação de serviço em

casa própria, tomando para si uma parte da demanda de serviços, concluindo que “todos concorrentes devem ser analisados”. PORTER, (2004).

CROSP, destaca que apenas cinco profissionais têm registro atualizado, na cidade de Presidente Epitácio, sendo dois destes trabalha no concorrente um, e os outros três concorrentes dois. Na cidade de Presidente Venceslau S/P, consta três profissionais protéticos, mais somente um deles efetuam trabalhos protéticos em casa própria concorrente incluindo na análise. Vejamos abaixo dados desses concorrentes.

Concorrente 1 – Conclui os seguintes pontos fracos e fortes sendo:

O laboratório atua profissionalmente a mais de 30 (trinta) anos tornando uma empresa confiável relatado por clientes. Situa numa localidade de difícil acesso, estando ao fundo da residência do proprietário, dificultando assim a sua visibilidade.

Em relação ao local não possui recepção, fazendo com que o protético pare a produção para atender tanto telefone como as pessoas que chegam no local, esse também e quem faz os serviços de retirada e entregas dos serviços. Visto uma desvantagem desse concorrente o profissional não se atualizou as tendências mercadológicas deste ramo onde oferece apenas um tipo de serviço na demanda da produção, embora sua produção tenha qualidade significativa para o mercado alvo, afirmou esse que não conhece a inovação em lentes de contato dental.

Preço mais alto sobre produto comparando ao concorrente 2, facilidade nas formas de pagamento, oferece garantia de seus produtos segundo os clientes. Quando perguntado sobre o ramo concorrente afirmou que o investimento alto mais se trabalhar certo terá boa lucratividade.

Concorrente 2 - Obtém os seguintes pontos fracos e fortes sendo:

O laboratório se situa numa localidade de fácil acesso, sua localização fica bem próxima ao centro, numa clínica bem situada na cidade, bom atendimento, preço mais baixo que concorrente 1, forma de pagamento facilitada.

Visualizamos dentro do laboratório uma demanda grande na linha de produção, essa empresa oferece todos os tipos de serviços tornando mais

competitiva. Embora ofereça todos os tipos de produtos em conversa com clientes relatados que não estão satisfeitos com a qualidade dos produtos oferecidos criando uma desvantagem desse concorrente. Afirmou não fazer lentes de contato, apenas facetas de porcelana, sobre a entrega retirada de produtos clientes relataram pontualidade. Custos altos na produção devido à crise ressaltou o proprietário.

Concorrente 3 - Conhecendo os pontos fracos e fortes deste concorrente sendo esses:

Atua de forma irregular segundo CROSP, constando como ponto fraco, concorrente desleal, atua profissionalmente em casa própria, não contém todos os tipos de equipamentos, não produz todos os tipos de produtos somente aparelhos ortodônticos, preço de mercado, qualidade boa dos produtos, oferece tais aparelhos personalizada sendo sua marca. Sobre metas a serem alcançadas esse concorrente pretende inserir no mercado com laboratório amplo.

Atua recentemente no mercado, oferece bom atendimento, relatos de clientes seu prazo de entrega sempre pontual.

Concorrente 4 - Segue seus pontos fracos e fortes:

Também atua de forma desleal segundo CRO, atua em casa própria, não oferece todos os tipos de produtos, não oferece bom atendimento, qualidade boa do produto oferecido, demora na entrega das próteses, preços bons. Sobre metas futuras não foram mencionados, demonstra desinteresse na profissão.

Concorrente 5 - Segue análise desse concorrente visto seus pontos fracos e fortes:

Tal concorrente situado em Presidente Venceslau com análise feita por telefone respondeu algumas perguntas somente.

Concorrente atua de forma desleal segundo CROSP, atuando profissionalmente em casa própria, oferece todos os tipos de produtos, sendo produtos de qualidade, segundo clientes que já utilizaram seus serviços, mais por sua vez não tem comprometimento atrasando a demanda de produção.

Preço alto referente a outros concorrentes, sobre lentes oferece apenas facetas de porcelana.

Estudo feito com profissionais na análise de mercado, apontamos que 91% dos entrevistados, fazem uso dos serviços prestados pelos laboratórios concorrentes sendo analisados nas proximidades referente o gráfico 2, da análise do mercado. Considerando que 8% responderam que não utilizam tais serviços.

Visto que quase 100% de procura de tais serviços, podemos afirmar mediante a estudos que a probabilidade de novo negócio obter boa demanda dentre os concorrentes analisados. “A questão de ter concorrentes não interfere nas ações de uma empresa”, (PORTER, 1991).

Quadro 1: Análise de Concorrente

	Produto	Preço	Praça
Concorrente 1	Excelente	Bom	Deficiente
Concorrente 2	Deficiente	Bom	Excelente
Concorrente 3	Bom	Bom	Deficiente
Concorrente 4	Bom	Bom	Deficiente
Concorrente 5	Bom	Bom	Deficiente

Fonte: Os próprios autores

Estatística relatada pelo CROSP, conforme demonstra o quadro 2 abaixo, afirma que no município onde os concorrentes atuam profissionalmente, sendo esses concorrentes direto, indireto, desleais constata uma demanda por habitantes dívida por laboratórios legalizados.

Visto essas estatísticas, foi realizado uma probabilidade de demanda entre concorrentes com a demanda da empresa a ser implantada, sendo de grande importância.

Quadro 1: Estatística de algumas cidades da região do oeste paulista

Cidades	Habitantes	Demanda por Concorrente
Presidente Epitácio	41.511	6.918
Presidente Venceslau	37.962	6.327
Presidente Bernardes	13.476	2.246
Santo Anastácio	20.471	3.411
Panorama	14.672	2.096
Total	128.092	20.998

Fonte: Os próprios autores

Embora não seja toda população endêntulos, o IBGE, afirma que 16 milhões de brasileiros não tem nenhum dente na boca, e os cuidados com saúde bucal afeta a população por falta de cuidados.

[...] O resultado da pesquisa reflete o descaso da população com a saúde bucal. Embora, 89,1% dos entrevistados tenha afirmado escovar os dentes pelo menos duas vezes ao dia, apenas 53% disseram usar escova, pasta e fio dental. Além disso, somente 46% disseram trocar a escova a cada três meses, como recomendam os dentistas.

2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES

O mercado fornecedor compreende todas as pessoas e empresas que irá fornecer matéria-prima, equipamentos, e bens e serviços a serem efetuados. Segundo o Código Civil também afirma:

[...] O Código do Consumidor estabelece no seu art.3º o conceito de fornecedor, definindo-o como: Art. 3º. Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Feito uma análise de fornecedores apontamos a eficiência de algumas empresas no ramo desse negócio, empresas essas que oferecem todos os tipos de serviços desde equipamentos a mobilha, visto que a odontologia e os serviços de laboratórios de próteses têm o mesmo segmento de mercado.

Analizados os fornecedores abaixo apresenta esses serviços completos. O estudo dos fornecedores teve início com pesquisa na internet na qual são indispensáveis para funcionamento do plano de negócio, também feito a cotação dos produtos e equipamentos, resultando que apenas dois desses fornecedores enviaram cotação.

Fornecedor 1

Esse fornecedor atua com loja física em Santa Catarina compras são feitas pelo site ou telefone, a empresa oferece frete grátis nas compras acima de R\$ 100,00, boas referências, oferece mais de 50 mil produtos na área odontológica, bom relacionamento com clientes, bom preço, alcança todas as expectativas dos clientes e cumpri os prazos de entrega. Oferece todos os produtos que plano de negócio necessita para sua abertura e funcionamento.

Fornecedor 2

Também é um grande concorrente do fornecedor 1, atua com loja física em São Paulo e loja virtual também, bom relacionamento com clientes, Equipamentos completos, pagamentos bons, frete grátis, forma de pagamento não facilita muito para o cliente. Essa oferece também todos equipamentos matéria-prima, mobilha, uniformes do plano de negócio.

Fornecedor 3

Esse por sua vez tem ótimos preços, boas referências de logística só não oferece todos equipamentos necessário, loja física situada na cidade de Bauru/SP, consta também com loja virtual, produtos de boa qualidade, esse fornecedor facilita a forma de pagamento o frete é grátis bom relacionamento com clientes, cumpri todos os prazos de entrega.

Também oferece todos serviços como mobilha matéria-prima, uniformes.

Fornecedor 4

Loja física situada na cidade de Presidente Prudente, esse fornecedor comparado com os demais fornece matéria-prima mais próximo que os demais fornecedores citados acima, se acaso precisar de material próximo, esse fornecedor oferece seus produtos.

Faz visitas mensais, facilita forma de pagamento, boas referências. Fornecedor tem preços altos, pois compra e revende seus produtos dos fornecedores citados acima. A compra nesse fornecedor somente de extrema urgência o valor de seus preços não compensa na compra.

Fornecedor 5

Loja física em Presidente Epitácio, fornecedor de móveis planejados para adaptação do laboratório, sendo esse a primeira opção por se tratar de um preço bom, bom atendimento, qualidade nos serviços prestados, com boas referências.

Fornecedor 6

Também fornecedor de móveis planejados para adaptação do laboratório de prótese, o mesmo como segunda opção, pois tem preço mais alto que fornecedor 5. Boas referências qualidade nos produtos, boa logística.

Fornecedor 7

Também fornece adaptações na empresa. Nesse caso, colocação de um lavatório dentro da sala a ser alugada.

Necessita dessa adequação para trabalhos dos colaboradores.

Quadro 2: Análise Dos Fornecedores

	Fornecedor 1	Fornecedor 2	Fornecedor 3	Fornecedor 4	Fornecedor 5	Fornecedor 6	Fornecedor 7
Referência	Excelente	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom
Preço	Bom	Bom	Bom	Deficiente	Bom	Bom	Bom
Prazo	Bom	Deficiente	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom
Qualidade	Bom	Bom	Bom	Bom	Excelente	Bom	Bom
Satisfação dos Clientes	Excelente	Bom	Bom	Bom	Excelente	Bom	Bom
Custo do Frete	Bom	Bom	Excelente	Bom	Bom	Bom	Bom
Forma de Pagamento	Excelente	Deficiente	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom

Fonte: (Os próprios autores)

Dados extraídos do site a que se refere os fornecedores, também pesquisa de satisfação dos clientes no município, “pesquisa boca a boca”.

Fornecedor 1 - refere-se a empresa pioneira no ramo de dentais, Dental Cremer, localizada na cidade de Blumenau - Santa Catarina e possível entrar em contato com a empresa pelo site: dental Cremer: disponível em <<https://laboratorio.dentalcremer.com.br/paginainstitucional/empresa>> acesso em 15 nov 2018, telefone: 0800 727 0568, atendimento se segunda a sexta.

Fornecedor 2 - Empresa dental ABS contato realizados pelo site <<https://www.dentalabs.com.br/>> acesso 15 nov 2018. Dental ABS Materiais Odontológicos LTDA | CNPJ: 04.262.072/0001-68 Inscrição Estadual: 116.080.862.110 | Rua Ibirajá, 141 - São Paulo – SP. Telefone: (11) 5581-0975.

Fornecedor 3 - Empresa Surya dental, contatos pelo site <<https://www.suryadental.com.br/>> acessou 15 nov 2018. Atendimento E-commerce: 0800 200 1630. Surya Dental Comércio Produtos Odontológicos e CNPJ 00.814.559/0001-55. Cidade Bauru/ SP.

Fornecedor 4 - Empresa LS DENTAL, Avenida Marechal Deodoro, 380 Vila São Jorge Presidente Prudente – SP CEP: 19013-060. Telefone; 18 3222-4225. Não fornece loja eletrônica.

Fornecedor 5 - Casa e vida situada na cidade de Presidente Epitácio/ SP, no endereço rua Maceió 11- 53, Telefone (018) 3281 6540, não possui loja virtual. CEP 19470-000.

Fornecedor 6 – Casa estância Móveis planejados lojas física na Av; Tibiriça n 19 CEP 19470-000, Telefone; (018) 32817082. Não possui loja virtual.

Fornecedor 7 - Marmoraria Epitaciana loja física situada na rua Sebastião Ferreira dos Santos 35-24, Rodovia raposo tavares, CEP 19470-000, Telefone (018) 3281 8460.

3 PLANO DE MARKETING

Plano de Marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais, uma das melhores definições de marketing e a de “suprir necessidade gerando lucro”. O marketing está em toda parte pessoas e organizações que se envolvem em inúmeras atividades as quais podemos chamar marketing. Nos dias atuais, um bom marketing está em constante evolução e transformação. KOTLER (2000, p.108) afirma:

[...] O processo de marketing consiste em analisar oportunidades de marketing, pesquisando e selecionando mercados-alvos, delineando estratégias, planejando programas e organizando implementando e controlando o esforço marketing.

Diante desse mercado a orientação para o marketing pode ser significativa de que a tarefa não é encontrar os clientes certos para seu produto mais sim o produto para seus clientes. Dessa forma a descrição dos principais produtos, preço, praça as estratégias promocionais, e de comercialização e de extrema importância para elaboração de marketing conforme será apontado no índice abaixo.

3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS SERVIÇOS E PRODUTOS

A orientação para produtos sustenta que os consumidores dão preferência a produtos que ofereçam qualidade e desempenho superiores ou que tenham características inovadoras.

Diante disso, elaboramos a apresentação desses produtos. Seguimos com apresentação de algumas próteses dentárias: são aparelhos utilizados para substituição de dentes ausentes que podem ser fixas ou retiradas da boca. Tipo de produto a ser fabricado vem com a sequência de: próteses fixas, próteses removíveis, facetas, protocolo de brenemark, Implantes overdenture, placas de disfunção e de clareamento, próteses sobre implantes, e as lentes de

contato dental e os aparelhos ortodônticos. Como mostra a Figura 1: Prótese total

Figura 1: Prótese total



Fonte: <http://dentcarecenter.com.br/proteses-dentarias/protese-parcial-removivel>

Prótese total é o nome dado a prótese que substitui artificialmente os dentes perdidos de toda arcada dentária, inferior ou superior. 15% da população brasileira faz uso dessas próteses. (Figura 2)

Figura 2: PPR – Roach



Fonte: <https://quantocustaum.com.br/quanto-custa-uma-protese-dentaria/>

Uma prótese amplamente utilizada pelos pacientes, tal usada quando estes ainda têm dentes sobre cavidade bucal. Uma das mais populares.

Normalmente é feita de um material chamado poliamida. Este material é injetado e dispensa metais e grampos metálicos. A Indicação segue praticamente a mesma das próteses removíveis, como mostra figura abaixo.

Figura 3: Próteses Parcial Removível Flex (PPR FLEX)



Fonte: <http://www.yamautiodontologia.com.br/protese.html>

Próteses sobre implantes (overdenture) são próteses totais retidas por componentes protéticos aos implantes. Ela pode ser feita no osso superior (maxila) e no inferior (mandíbula). Entretanto, é muito mais comum realizá-la em mandíbular. No caso de faltar apenas um dos dentes ou os dentes em falta serem separados (em locais não contíguos) poderemos recorrer ao implante dentário unitário (1 dente apenas).

Neste caso depois do implante estar consolidado será colocado a respectiva coroa sobre o implante unitário.

A coroa é uma peça anatomicamente semelhante ao dente natural e normalmente elaborada em cerâmica ou zircônia. Como mostra a Figura abaixo

Figura 4: Prótese sobre Implante



Fonte: <http://www.implantesemcuritiba.com.br/proteses/>

Próteses fixas conhecidas também como coroa, pivô e ponte. Esse processo procede quando a situação de uma cárie muito destrutiva e o paciente perde a coroa do dente ficando somente a raiz, realizando o procedimento do canal e a colocação da coroa de porcelana.

Figura 5: Próteses fixas



Fonte: <http://www.supersorriso.com.br/proteses-fixas>

Figura 6:Facetas



Fonte: <https://neroodontologia.com/tratamentos/facetadas/http://dentopolis.blogspot.com/2015/03/qual-diferenca-ente-facetadas-de.html>

Facetas modo estético de próteses dentária alguns pacientes a utilizam apenas para melhorar a estética dos dentes, que são próteses finas, que servem para cobrir as faces dos dentes e dar aqueles uma melhor aparência ao sorrir. (Figura 6)

Figura 7:Lentes de contato dental



Fonte: www.odontologiaitaimibi.com.br/lentes-de-contato-dentais
<http://dentopolis.blogspot.com/2015/03/qual-diferenca-ente-facetadas-de.html>

Lentes de contato dental como mostra a Figura 7, compreende-se como facetas, diferentes das facetas normais, essa tem como diferencial sua delicadeza no procedimento da produção, desenvolvida para imperfeições na arcada dentária, segundo Sequeiros (2015). Existem diferenças entre facetas em porcelana e “lente de contato dental”, começando pela área de desgaste, as lentes de contato dentais não necessitam de quase nenhum desgaste na estrutura dental, enquanto as facetas em porcelana necessitam de preparo dental. M

As facetas e as lentes de contato são feitas em porcelana e indicadas para serem coladas na frente do dente.

O que diferencia uma da outra é a necessidade de desgaste dental e a espessura. Segundo a especialista, as facetas requerem maior desgaste dos dentes, sendo indicada para dentes que possuem múltiplas restaurações, ou que a cor esteja muito alterada, escurecida. "Já as lentes de contato não requerem nenhum preparo e são extremamente finas, chegando a ter 0,2 mm, sendo mais fina que uma unha".

Figura 8: Facetas e Lentes Dental



Fonte: <http://dentopolis.blogspot.com/2015/03/qual-diferenca-ente-facetras-de.html>

3.2 PREÇO

Para determinar os preços sugeridos pela empresa foram pedidos preços dos concorrentes direto mais próximo, analisado também a tabela de mercado sobre preços elaborados. KOTLER afirma, “que muitos consumidores usam preço como um indicador de qualidade”, essa estratégia seria de forma a mais eficaz no novo negócio a ser implantado, pois a determinação dos preços e eficaz com produtos que cabem no bolso dos clientes, mais efetuar um preço sem qualidade do produto fica nítido a insatisfação dos clientes.

Concorrente 1	
RESINA	PREÇO
Acrilização rosa	R\$ 140,00
Acrilização incolor	R\$ 130,00
Acrilização caracterizada S.T.G	R\$ 250,00
Acrilização overdenture	R\$ 250,00
Plano de cera	R\$ 30,00
Moldeira individual	R\$ 30,00
Reembasamento autopolimerizavel	R\$ 60,00
Reembasamento Termopolimerizavel	R\$ 100,00
Conserto	R\$ 50,00
Colocação de tela	R\$ 0,00
Elemento provisório	R\$ 35,00

FUNDIÇÃO	PREÇO
-----------------	--------------

P.P.R Unilateral	R\$ 160,00
P.P.R Bilateral	R\$ 180,00
Armação p/ attachments	R\$ 280,00
Fundição coping de implante	R\$ 120,00
Adesiva de cerâmica	R\$ 120,00
Estrutura met. p/ attachments	R\$ 130,00
Barra protocolo sobre implante	R\$ 400,00
Núcleo Metalico	R\$ 50,00
Coroa total metálica	R\$ 100,00

CERÂMICA	PREÇO
Aplicação Cerâmica por elemento	R\$ 100,00
Aplicação cerâmica p/ ele implante	R\$ 100,00

RESINA FLEX	PREÇO
Prótese Flexível	R\$ 300,00
Injeção sob. PPR Metal	R\$ 300,00

FACETAS	PREÇO
Facetas	R\$ 320,00
Coroas anteriores e posteriores	R\$ 320,00

ORTODONTIA	PREÇO
Placa de Hawley	R\$ 85,00
Disjuntor	R\$ 85,00

PRÓTEC DESIGN	
RESINA	PREÇO
Acrilização rosa	R\$ 140,00
Acrilização incolor	R\$ 120,00
Acrilização caracterizada S.T.G	R\$ 250,00
Acrilizaçãooverdenture	R\$ 250,00
Plano de cera	R\$ 25,00
Moldeira individual	R\$ 30,00
Reembasamentoautopolimerizavel	R\$ 50,00
ReembasamentoTermopolimerizavel	R\$ 100,00
Conserto	R\$ 30,00
Colocação de tela	R\$ 40,00
Elemento provisório	R\$ 35,00

FUNDIÇÃO	PREÇO
P.P.R Unilateral	R\$ 160,00
P.P.R Bilateral	R\$ 170,00
Armação p/ attachments	R\$ 280,00
Fundição cooping de implante	R\$ 100,00
Adesiva de cerâmica	R\$ 120,00
Estrutura met. p/ attachments	R\$ 130,00
Barra protocolo sobre implante	R\$ 400,00
Núcleo Metalico	R\$ 30,00
Coroa total metálica	R\$ 100,00

CERÂMICA	PREÇO
Aplicação Cerâmica por elemento	R\$ 100,00
Aplicação cerâmica p/ ele implante	R\$ 100,00

RESINA FLEX	PREÇO
Prótese Flexível	R\$ 300,00
Injeção sob. PPR Metal	R\$ 300,00

FACETAS	PREÇO
Facetas	R\$ 300,00
Coroas anteriores e posteriores	R\$ 300,00
Lentes de contato	R\$ 400,00 por elemento

ORTODONTIA	PREÇO
Placa de Hawley	R\$ 60,00
Disjuntor	R\$ 70,00

3.3 ESTRATÉGIA PROMOCIONAL

Estratégia promocional é um conjunto de cálculos que visam chamar atenção para um produto ou serviço através do marketing promocional, ferramenta fundamental para que uma empresa se torne reconhecida no mercado consumidor.

As empresas estão buscando atrair seu público-alvo através de propaganda promoções que chamam atenção dos clientes. A comunicação entre empresa e clientes seria uma das características mais importantes no plano de negócio, chamar atenção para um produto usado, por quem, quando

e onde, são regras para que toda empresa, promoções de marketing e fique reconhecida no mercado consumidor.

Em estudo sobre como aplicar a estratégia promocional em uma empresa com ramo específico, foi constatado algumas informações importantes a elaboração das estratégias de promoção do negócio.

CROSP estabelece regras quanto propagandas nessa área de atuação, que está regulamentado na LEI No 6.710, DE 5 DE NOVEMBRO DE 1979 conforme destaca o Art. 4º. É vedado aos Técnicos em Prótese Dentária:

I - prestar, sob qualquer forma, assistência direta a clientes;

II - manter, em sua oficina, equipamento e instrumental específico de consultório dentário;

III - fazer propaganda de seus serviços ao público em geral; (CROSP).

Marketing de Relacionamento significa criar, manter e acentuar sólidos relacionamentos com os clientes e outros públicos. O marketing vem cada vez mais transferindo o foco das transações individuais para a construção de relacionamento.

Estratégia 1 – E-mail Marketing: Será uma comunicação usada entre a empresa e clientes via e-mail, gerando vantagens como alcance previsível, formato flexível uma vez que todos os endereços selecionados receberam e-mail na caixa de entrada, as mensagens não têm limite de caracteres nem limites de imagens, vantagens para demonstrativo de trabalhos.

Estratégia 2 – Marketing mala direta: O uso de material publicitário é enviado diretamente para um determinado endereço selecionado. Mala direta proporciona ao público-alvo um contato acessível sem gasto ou deslocamento, fazendo com que esses se sintam melhor em confiar nas promoções efetuadas pela empresa.

Estratégias 3 – Programa de fidelidade: Com bases em dados dos clientes, promover bonificações mediante a sua frequência de envio nos trabalhos, bonificando com descontos no pagamento, criando confiança dos clientes.

Estratégias 4 – Atendimento ao cliente: O atendimento aos clientes será diferencial da empresa, visto que nenhum dos concorrentes oferece esse tipo

de prestação de serviços. A empresa contratará um representante que fornecerá visitas regulares aos clientes, com a prestação dos seguintes serviços: escaneamento do procedimento mediante agendamento do cliente, esclarecendo dúvidas e fornecendo informações, efetuando entrega e retirada de serviços.

Estratégias 5 – A empresa contará com software que intermediará o contato com cliente. O mesmo estará disponível para os clientes que não possuem a tecnologia Sirona connect – link direto com laboratório, sendo disponibilizado mediante locação.

3.4 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

Segundo MARQUES, 2018, “comercialização e a ação efeito de comercializar colocar a venda um produto dar as condições necessárias para sua venda”, estrutura fundamental para um empreendimento.

Os canais de distribuição representam as diferentes maneiras de colocar a venda os produtos e serviços a disposição do consumidor.

Afirma, MARQUES 2018, ressalta “a estrutura de comercialização é importante que haja um planejamento eficaz no sentido de escolher os melhores canais a realizar uma comercialização”.

Conhecendo um público-alvo do plano de negócio somente desta forma e possível visualizar estratégias para chegar até eles com oferta de produtos e serviços a oferecer. A partir desse conhecimento será fácil determinar onde sua comercialização se encaixa. Analisados esse público podemos observar os canais de comercialização do plano de negócio se enquadrando em alguns termos citados, como: Representante de vendas garantia de produtos, visitas diretas, logísticas apresentados abaixo.

Representante de vendas: Representante que oferece diretamente os produtos e serviços em nome do laboratório.

Visita direta: Usando contato verbal, via e-mail, telemarketing, de forma direta com estrutura de preços e oferta.

Garantia dos produtos: Forma de prevenir-se de erros ou defeitos no produto fabricado e evitar problemas ao entregar soluções ou serviços aos clientes.

Logística: Mecanismo para entrega dos produtos ao destino final sendo essa feita por um representante, no mínimo de tempo possível.

3.5 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

A localização é uma importante estratégia para a consolidação e sucesso de um negócio, independentemente do tipo ou em qual mercado está inserido.

Um dos 4 Ps do Marketing se refere a praça e o ponto de contato do público-alvo com o produto ou serviço. A empresa estará localizada a rua Fortaleza 12-86, sala 4 centro cidade de Presidente Epitácio/SP.

De fácil localização para os clientes, e principalmente para aqueles que ocupam as demais salas no mesmo prédio, sendo esses profissionais cirurgiões-dentistas.

Figura 1: **Localização**



Fonte: **Google Maps - Satélite**

4 PLANO OPERACIONAL

O planejamento operacional é um documento cuja elaboração consiste em organizar todo o processo produtivo do negócio, com resultados a curto prazo, projetando objetivos e metas que envolvam tarefas e operações voltados sempre ao “o que fazer” e “como fazer”, sempre direcionado especificamente ao nível operacional da organização.

Detalhando as políticas e os planos funcionais, os planos operacionais são instrumentos para a implementação da estratégia. Cronograma, decisões, orçamentos e outros tipos de planos, como normas e procedimentos, são todos instrumentos para a tomada de decisões sobre o futuro, que procuram colocar em prática as estratégias explícitas e implícitas. Maximiano, (2009, pg 73, 4.7.4)

O planejamento operacional foca em eficiência, assegurando que os colaboradores, a fim de que os objetivos sejam atingidos, executem suas tarefas e operações com responsabilidade cumprindo o que foi estabelecido pela organização.

Planejamento operacional é a formalização, principalmente através de documentos escritos, das metodologias de desenvolvimento e implementação de resultados específicos a serem alcançados pelas áreas funcionais da empresa. Segundo Oliveira (1985)

Por fim, afirma Nogueira (2015, pg 13) sobre plano operacional: “Sua execução é um desdobramento do plano tático e colocá-lo em prática é essencial para apoiar as atividades dos planos tático e estratégico”.

4.1 LAYOUT

O Layout visa basicamente definir ou redefinir o arranjo físico de uma empresa. É um esboço que contém elementos e modo como ele será estruturado num determinado espaço, ampliando a qualidade e a eficiência dos processos produtivos de uma organização. O espaço físico permite que o fluxo dos processos seja otimizado ou prejudicado em função da distribuição física da organização.

No tocante, a localização física escolhida para a organização esta deve ser estrategicamente analisada em função de fatores logísticos atrelados a organização.

O arranjo físico é muito importante para a produtividade, pois o fluxo dos processos pode ser otimizado ou prejudicado em função da distribuição física dos equipamentos. (livro Gestão da Produção Industrial, de Moacyr Paranhos Filho, publicado em 2014, pg 217)

As decisões sobre localização afetam os processos e os departamentos em toda a organização. (livro: Administração da produção e operações. Escrito por Larry P. Ritzman e Lee J. Krajewski, ano 1999, pg 213)

O arranjo físico da empresa foi definido estrategicamente, e estruturado conforme as normas estabelecidas pela lei que regem os laboratórios de próteses dentarias, como demonstrado a seguir. Deverão ter entrada independente, não podendo suas dependências ser utilizada para outro fim, nem servir de passagem para outro local do edifício. Decreto Estadual 12342/78 Art.242.

Área mínima de 10m².

Material de pias e bancadas deverão ser liso, resistente aos produtos saneantes, lavável e impermeável.

Pias para lavar as mãos e para utensílios.

Iluminação natural= 1/5 da área do piso. Decreto Estadual 12342/78 Art. 44

Ventilação natural = ½ do vão iluminante. Decreto Estadual 12342/78 Art. 44.

Quando da utilização de iluminação e ventilação artificiais, estas deverão atender às normas da ABNT.

As instalações sanitárias deverão ter:

- Piso de material resistente, liso, lavável e impermeável, inclinado para o ralo, de preferência com tampa escamoteável, os quais serão providos de sifões.
- Paredes revestidas até 2m no mínimo, com material resistente, liso, impermeável e lavável. Decreto Estadual 12342/78 Art. 183.

Deverá ter antecâmara nos banheiros. Art.182 Subseção VI Cap.IX Decreto Estadual 12342/78.

O ralo deverá ser sifonado com tampa escamoteável.

Copa para funcionários – obrigatório quando tiver mais de 30 empregados. Decreto Estadual 12342/78, Art.193, 194.

Vestiário com armário – quando for o caso - 6m².

Armário para funcionário.

Lixo: local adequado para o armazenamento dos resíduos até o momento da coleta.

Piso de material resistente, liso, lavável e impermeável.

Paredes pintadas de cor clara, com barra de 2m, no mínimo, também de material liso, resistente e impermeável.

Forros lisos, pintados de cor clara e de material adequado.

As fontes de calor deverão ter isolamento térmico adequado.

Quando for utilizado gás, este deverá ser mantido isolado e distante da fonte de calor, desde que possua o AVCB – Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros.

O laboratório de prótese odontológica que não for utilizado exclusivamente pelo cirurgião dentista não poderá ter porta comunicante com o consultório dentário.

Pé direito mínimo de 3 a 4m conforme o caso.

DML: Deverá ter tanque coberto.

Prever uma caixa de gordura para a retenção dos resíduos de gesso, antes de seguir o fluxo para a rede de esgoto.

A figura 2 refere-se, a planta baixa onde foi disposta da seguinte forma: recepção, área de lavagem, antecâmara, sanitário, área de trabalho e gás.

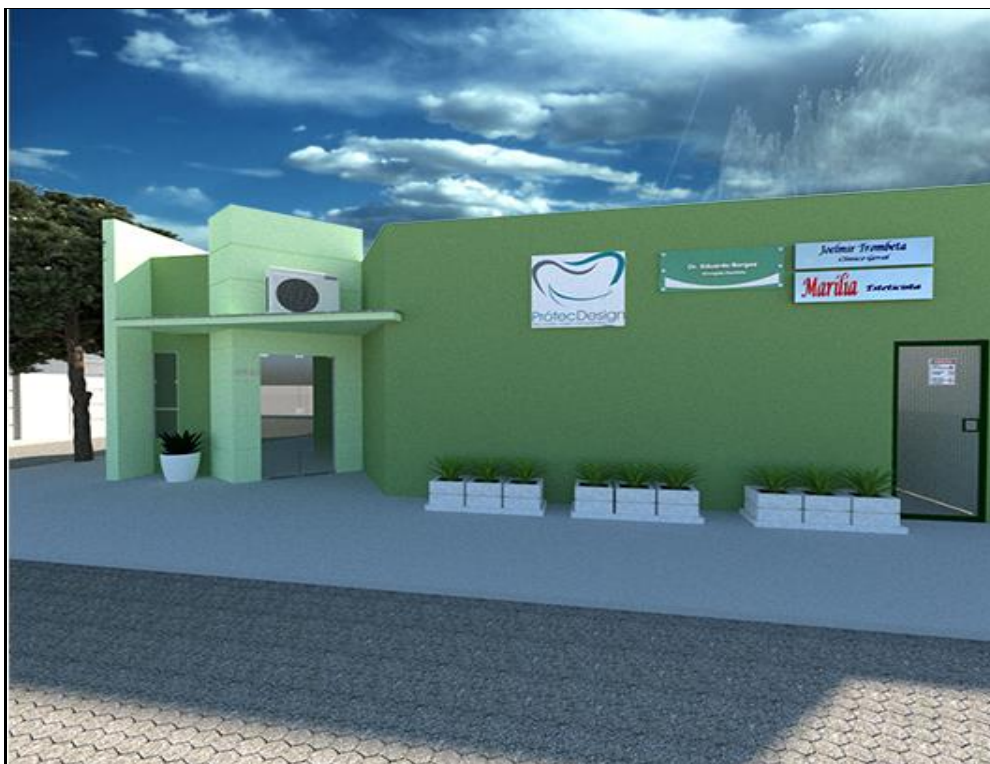
Figura 2: Planta Baixa



Fonte: Os próprios autores – Desenvolvido por: Juliana Elaine dos Santos

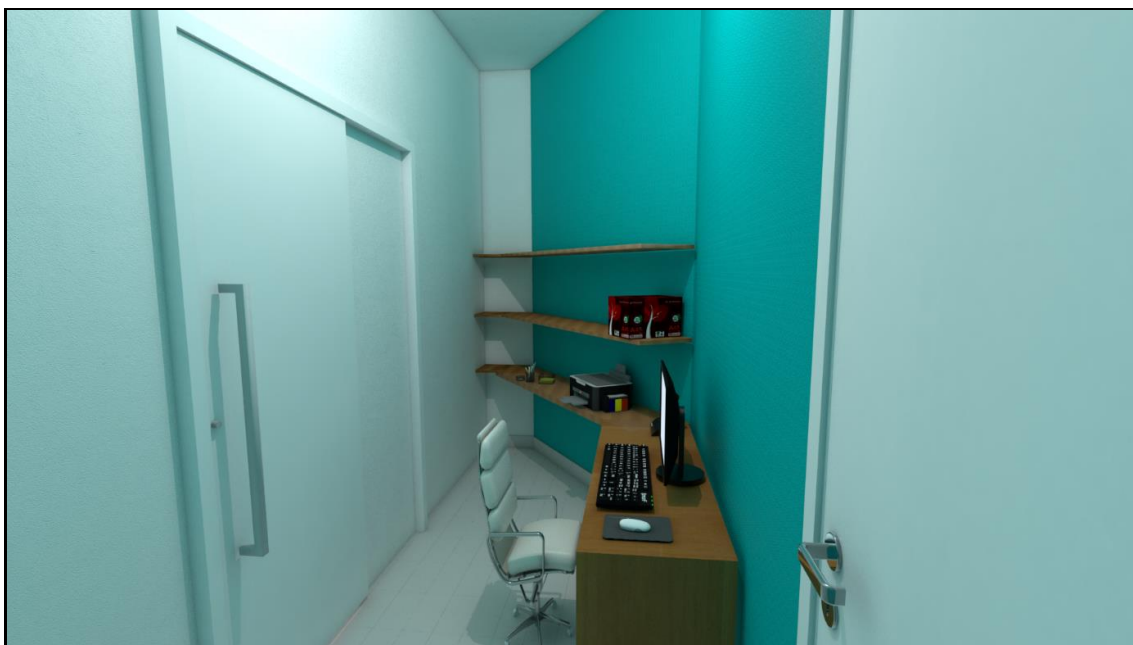
As figuras 3,4,5,6,7,8 e 9 ilustram as reformas da empresa, detalhando cada espaço, até o processo final de produção.

Figura 3: Fachada



Fonte: Os próprios autores – Desenvolvido por: Juliana Elaine dos Santos

Figura 4: Recepção



Fonte: Os próprios autores – Desenvolvido por: Juliana Elaine dos Santos

Figura 5: Área de produção do Laboratório



Fonte: Os próprios autores – Desenvolvido por: Juliana Elaine dos Santos

Figura 6: Lavatório



Fonte: Os próprios autores – Desenvolvido por: Juliana Elaine dos Santos

Figura 7: Anticamara



Fonte: Os próprios autores – Desenvolvido por: Juliana Elaine dos Santos

Figura 8: **Banheiro**



Fonte: Os próprios autores – Desenvolvido por: Juliana Elaine dos Santos

Figura 9: **Gás**



Fonte: Os próprios autores – Desenvolvido por: Juliana Elaine dos Santos

4.2 CAPACIDADE PRODUTIVA

Consideramos que a capacidade produtiva seja o valor máximo que define as saídas do processo produtivo de uma organização em um intervalo de tempo.

Neste processo operacional estabelecido por meio de aproximação feito um levantamento entre tempo, capacidade das máquinas, capacidade da mão de obra do TPD (técnico em prótese dentária), sendo esse o maior colaborador da linha de produção do laboratório de prótese dentaria, produzindo artesanalmente quase toda parte produtiva citada neste plano de negócio, conforme demonstra o quadro abaixo.

Máquinas	Unidade	Capacidade por hora	Total de Peças dia	Total mês
Impressora 3d	1 elementos	15 minutos	25	550 peças
Forno	1 elemento	15 minutos	25	550 peças
Mão de obra TPD	3 mãos obra	1 hora	12	264 peças

Nessa linha de produção, podemos observar a contagem de 3 profissionais, consequentemente calculando a capacidade do processo de produção da tecnologia e inovação das máquinas e fornos, CAD/CAM, observando que as variações de tempo médio, sendo contados 15 minutos de cada unidade a ser fabricado pelas máquinas, calculando junto 6 horas trabalhada no dia, levantado também em consideração os intervalos chegando ao total por dia, seguindo a multiplicação no mês, contando os dias uteis.

4.3 PROCESSOS OPERACIONAIS

Esse processo mostra como a empresa irá funcionar, sua atividade seus processos produtivos. Processo esse que identifica o conjunto de atividades ou funções estruturadas em uma sequência lógica, realizada por pessoas ou máquinas, com objetivo de transformar bens ou serviços através de uma metodologia de processamento.

Desta forma exemplificada a empresa apresenta uma representação gráfica, ou mais conhecido como fluxograma dando sequência da etapa de seus processos produtivos observadas abaixo.

Figura 10: Fluxograma



Fonte: Os próprios autores

Observamos acima, na representação gráfica o processo produtivo do funcionamento na linha produtiva deste novo negócio, visualizando o processo de produção. Começando assim com os pacientes, seguindo de atendimento, passando assim nas mãos do profissional dentista realizando o procedimento de moldagens da boca do paciente. Após procura do paciente, o profissional dentista por meio de ligação, pedi ao laboratório que envie seu representante TPD para fazer retirada das moldagens/ modelos convencionais.

Chegando ao laboratório começa pelas mãos do TPD o processo produtivo, escaneamento extraoral realizado no modelo pelo sistema CAD/CAM, após esse procedimento leva-se a impressora 3D, seguindo ao forno. Após esse processo o produto volta as mãos do protético efetuando o procedimento artesanal, polimento e acabamento, por fim o representante do laboratório faz as entregas dos produtos confeccionados.

Se tratando de nova tecnologia o procedimento não necessita de prova no paciente reduzindo tempo e garantindo melhor desempenho, segurança, produtividade e durabilidade na confecção das peças, juntamente com economia, reduzindo a zero os gargalos ocorridos diariamente nos laboratórios que não possuem tecnologia CAD/CAM.

Segundo DINO portal terra:

“A odontologia está neste momento de virada, seguindo o mesmo caminho da medicina no Brasil, que pode contar com a tecnologia para democratizar o acesso a saúde. Esse tipo de tecnologia e a nova mentalidade dos profissionais são grandes caminhos para essa nova fase”.

Segundo processo demonstrada no fluxograma, o processo funciona praticamente da mesma forma, paciente, atendimento, dentista escaneamento intraoral, a diferença que o profissional possui o sistema cad/cam, escaneando os dados digitalmente, assim em tempo real os dados são mandados ao laboratório começando imediatamente o processo de produção.

Mediante a dúvida o TPD pode fazer ligação direta com profissional, o sistema oferece essa vantagem gratuitamente, atualizando em seguida no laboratório sem a necessidade do representante TPD, de locomover duas vezes, esse fara somente entrega dos modelos.

4.4 NECESSIDADE DE PESSOAL

Toda empresa, dependendo do ramo, necessita de um conjunto de pessoas para bom funcionamento da organização.

O Conjunto da equipe oferece aos clientes confiabilidade que esses necessitam. A elaboração do organograma abaixo demonstra como será hierarquia deste plano de negócio, começando com o dono também profissional TPD, PROTÉTICO, seguindo de dois auxiliares profissionais na área também, sendo um deles escalado para ser representante da empresa nas clínicas. A empresa visualiza crescimento aumentando futuramente seu quadro de profissionais demonstrado abaixo.

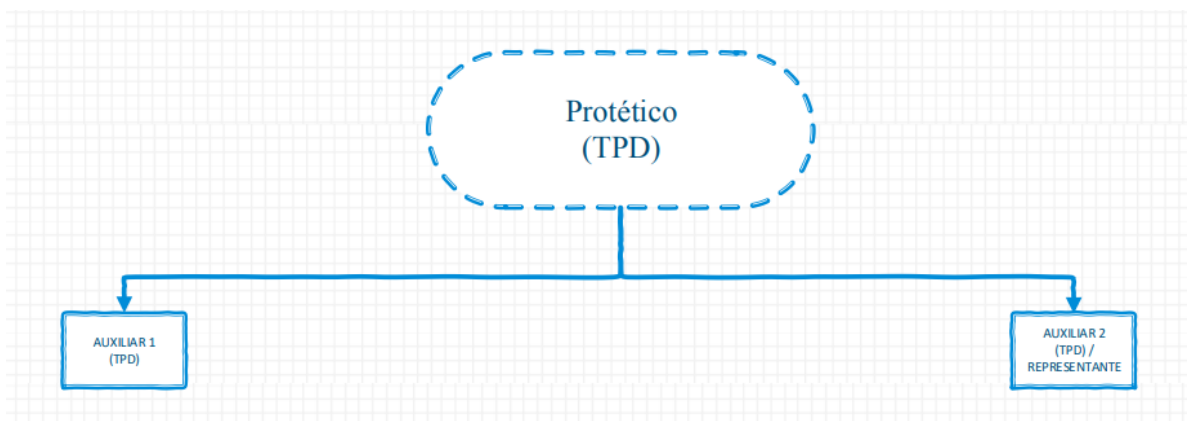
Funções	Quantidade
Protético	1
Auxiliar prótese dentaria	2

Se tratando de uma empresa de pequeno porte - EPP com poucos funcionários, o dono estará sujeito a organização da parte administrativa, e financeira, e ao mesmo tempo deve estar de olho na linha produtiva do laboratório como podemos visualizar no layout acima.

Essa linha produtiva estará nas mãos dos auxiliares que ficaram a disposição para atendimento e no trabalho de confecção prótese.

A um deste auxiliares será estabelecido à responsabilidade de ser o representante da empresa, fazendo a retirada e entrega dos produtos como podemos observar no organograma.

Figura 11: **Organograma**



Fonte: **Os próprios autores**

5 PLANO FINANCEIRO

O Plano Financeiro além de tornar possível avaliar e mensurar receitas e gastos demonstra a viabilidade da empresa. É parte imprescindível e resulta na conclusão do plano de negócios, pois transformam em números as ações planejadas de uma empresa. Segundo Zavadil (2014), o plano financeiro é considerado por muitos como a parte mais difícil de ser estruturada no plano de negócios. Entretanto, ele nada mais é do que a tradução do planejamento estratégico do empreendimento em números.

5.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS

O investimento fixo corresponde a todos os bens que você deve comprar para que seu negócio possa funcionar de maneira apropriada. Segue abaixo a Estimativa do investimento fixo, os móveis e utensílios necessários sendo os primeiros passos desse plano financeiro.

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS				
	Descrição	Quant	Valor Unitário	Total
1	Compressor	1	R\$ 2.968,75	R\$ 2.968,75
2	Gás	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
3	Forno a Gás 6 anéis VRC	1	R\$ 1.443,05	R\$ 1.443,05
4	Fotopolimerizadora Analógica - VRC	1	R\$ 1.785,05	R\$ 1.785,05
5	Centrífuga Universal OGP - para Níquel e PPR	1	R\$ 589,00	R\$ 589,00
6	Motor de Polimento OGP 1 velocidade 1/2cv Bivolt com 2 pontas - ID: 4815	1	R\$ 332,50	R\$ 332,50
7	Motor Chicote de Suspensão Mini - Beltec	1	R\$ 343,90	R\$ 343,90
8	Mufla de Latão Polido N°6 Com Parafuso - LCROTET	3	R\$ 104,50	R\$ 313,50
9	Panela Ortodôntica Protécni N.3 - Eliminadora de Bolhas	2	R\$ 462,65	R\$ 925,30
10	Plastificadora a Vácuo com Motor 220V - Deltramed	1	R\$ 664,05	R\$ 664,05
11	Recortador de Gesso OGP 10"	1	R\$ 1.235,00	R\$ 1.235,00

	1/2CV - Com Irrigação Automática			
12	Vibrador de Gesso - Deltramed - ID	1	R\$ 551,00	R\$ 551,00
13	Central de Jateamento Trjato - Protécni	1	R\$ 1.458,46	R\$ 1.458,46
14	Polidora Química - VRC	1	R\$ 348,18	R\$ 348,18
15	Bisturi Eletrônico BE3000 KVN Bivolt -	1	R\$ 1.073,50	R\$ 1.073,50
16	Articulador de Nylon com Mola OGP preto	5	R\$ 26,79	R\$ 133,95
17	Espatulador a Vácuo - Protécni	1	R\$ 3.107,00	R\$ 3.107,00
18	Cerec sirona scanner/ Impressora/ forno	1	R\$ 300.000,00	R\$ 300.000,00
TOTAL				R\$ 317.372,19

MÓVEIS E UTENSÍLIOS DE ESCRITÓRIO

Descrição		Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Ar Condicionado	1	R\$ 1.100,00	R\$ 1.100,00
2	Cadeira de Escritório	4	R\$ 100,00	R\$ 400,00
4	Impressora	1	R\$ 240,00	R\$ 240,00
5	Máquina de cartão	1	R\$ 118,80	R\$ 118,80
6	Móveis planejados		R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
7	Notebook	1	R\$ 1.180,73	R\$ 1.180,73
8	Telefone fixo	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
9	Luminárias	3	R\$ 80,00	R\$ 240,00
TOTAL		12	R\$ 4.899,53	R\$ 5.359,53

VEICULO

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Volkswagen/gol 1.6 MI Trend CE 8V G.IV	1	R\$ 14.500,00	R\$ 14.500,00

TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS

Descrição		Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Ar Condicionado	1	R\$ 1.100,00	R\$ 1.100,00
2	Cadeira de Escritório	4	R\$ 100,00	R\$ 400,00

4	Impressora	1	R\$ 240,00	R\$ 240,00
TOTAL		12	R\$ 4.899,53	R\$ 5.359,53

5.2 CAPITAL DE GIRO

O capital de giro é o montante de recursos necessário, compreendendo a respeito aos valores monetários que a empresa possui, seja no caixa, nas contas a receber, ou no estoque. Toda empresa precisa de capital de giro para pagar seus débitos e ter um fôlego para novos investimentos.

5.2.1 Estoque Inicia

Os estoques são materiais e suprimentos que a empresa utiliza para a produção do seu produto ou suprir a necessidade da própria empresa sendo neste quesito estoque inicial para abertura da empresa.

ESTOQUE INICIAL				
	Descrição	Quant	Valor	Total
1	Cera 7 Lâmina - Asfer	4	R\$ 16,00	R\$ 64,00
2	Cera para Escultura de Protese Fixa	2	R\$ 20,00	R\$ 40,00
3	Cera 7 Regionalizada - Lysanda	3	R\$ 132,00	R\$ 396,00
4	Silicone para Laboratório Zetalabor	2	R\$ 132,00	R\$ 264,00
5	Dente Nobile-2 Posterior Inferior – Ruthinium	5	R\$ 5,99	R\$ 29,95
6	Dente Nobile-2 Posterior Superior - Ruthinium	5	R\$ 5,99	R\$ 29,95
7	Dente Nobile-2 Anterior Inferior - Ruthinium	5	R\$ 5,99	R\$ 29,95
8	Gesso Comum Tipo II G2 - Durastone	4	R\$ 3,99	R\$ 15,96
9	Gesso Pedra Tipo III G3 - Durastone	4	R\$ 6,99	R\$ 27,96
10	Gesso Ortodôntico DuraStone Ortho - Durastone	4	R\$ 6,99	R\$ 27,96
11	Gesso Pedra Especial Tipo IV - Durastone	4	R\$ 13,90	R\$ 55,60
12	Liga Metálica Golden Cast - Talmax	4	R\$ 92,13	R\$ 368,52

13	Resina Acrílica Termo Líquida - Clássico	4	R\$ 128,34	R\$ 513,36
14	Resina Acrílica Termo em Pó - Clássico	4	R\$ 158,02	R\$ 632,08
15	Revestimento Revest PPR Médio - Asfer	2	R\$ 158,02	R\$ 316,04
16	Revestimento Revest PPR Fino - Asfer	2	R\$ 10,20	R\$ 20,40
17	Bloco Para CAD/CAM IPS -	5	R\$ 337,76	R\$ 1.688,80
18	Silicone de Adição Gingimax Hard	1	R\$ 175,00	R\$ 175,00
19	Cera de Fresagem	1	R\$ 28,88	R\$ 28,88
20	Cera cervical	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
21	Cera de escultura PPR	2	R\$ 48,36	R\$ 96,72
22	Cera de alívios	2	R\$ 40,00	R\$ 80,00
22	Cera utilidades	8	R\$ 22,00	R\$ 176,00
23	Cera pegajosa	2	R\$ 17,00	R\$ 34,00
24	Cera escultura/ coroas blocos	2	R\$ 20,00	R\$ 40,00
25	Cerâmica intensive gengiva	1	R\$ 248,00	R\$ 248,00
26	Cerâmica incisal	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
27	Cerâmica oclusal	1	R\$ 240,00	R\$ 240,00
28	Liga Metálica	3	R\$ 59,00	R\$ 177,00
29	Resina Mgna	1	R\$ 55,00	R\$ 55,00
30	Polimento Laboratório Kit	1	717,17	R\$ 717,17
Total				R\$ 6.818,30

Observando que a empresa trabalha prazo de vendas aos clientes para efetuar seu pagamento. Sendo esse prazo mínimo de 30 dias assim efetuam o pagamento do que compraram, sendo 10 % das vendas a vista e 90% das vendas a prazo.

5.2.2 Contas a Receber

CONTAS A RECEBER			
Prazo médio de vendas	%	Nº de dias	Média Ponderada
À vista	10	0	0
À prazo	90	30	27
PRAZO MÉDIO TOTAL			27

Conseqüentemente se o prazo de vendas aos clientes excede a 30 dias assim efetua-se os pagamentos como de fornecedores no prazo também de 30 dias.

5.2.3 Necessidade Média de Estoque

CONTAS A PAGAR			
Prazo Médio de Compras	%	Número de Dias	Média Ponderada
À vista		0	0
À prazo (1)	100 %	30	30
Total			30

Foram analisados o prazo médio de matéria prima e das mercadorias no estoque da empresa, foi estimado um prazo médio de permanência em estoque de 15 dias.

5.2.4 Necessidade Média de Estoque

NECESSIDADE MÉDIA DE ESTOQUES		
Necessidade Média de Estoques	15	dias

Somando o prazo médio de vendas (contas a receber) e o prazo médio de estocagem (estoques) e diminuindo desse resultado o prazo médio de compras (fornecedores) obtermos a necessidade líquida de capital de giro em dias, significa que a empresa irá necessitar durante esse período de caixa para cobrir seus gastos e financiar clientes.

5.2.5 Recursos da Empresa Fora do Caixa

RECURSOS DA EMPRESA FORA DE SEU CAIXA	NÚMERO DE
--	------------------

	DIAS
Contas a Receber - prazo média de vendas	27
Estoques - necessidade média de estoques	15
Subtotal 1	42
Recursos de Terceiros no Caixa da Empresa	
Fornecedores - prazo médio de compras	30
Subtotal 2	30
Necessidade Líquida de capital - giro em dias	12

Representa a reserva em dinheiro necessária para que a empresa financie suas operações iniciais. É obtida ao multiplicarmos a necessidade líquida de capital de giro em dias pelo custo total diário da empresa.

5.2.6 Caixa Mínimo

CAIXA MÍNIMO	
Custo Fixo Mensal (5.11)	R\$ 16.584,69
Custo variável Mensal (5.12) - Subtotal 2	R\$ 2.290,50
Custo Total da Empresa	R\$ 18.875,19
Custo Total Diário	R\$ 629,17
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	12
Caixa Mínimo	R\$ 7.550,07

Resultando num capital de Giro demonstrada na tabela abaixo.

5.2.7 Capital de Giro

CAPITAL DE GIRO	
Investimentos Financeiros	R\$
Estoque Inicial	R\$ 6.818,30
Caixa mínimo	R\$ 7.550,07
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO	R\$ 14.368,37

5.3 INVESTIMENTO PRÉ OPERACIONAIS

Compreendem os gastos realizados antes do início das atividades da empresa, isto é, antes que ela abra as portas e comece a vender, necessitando todos os requisitos legais pela lei. Constatando também as necessidades de reforma etc se tornando investimentos pré-operacionais.

INVESTIMENTOS PRÉ OPERACIONAIS

Item		Valor	
Despesas de legalização	Abertura de Firma	R\$ 600,00	
	Bombeiro	R\$ 200,00	
	Vigilância Sanitária	R\$ 200,00	
	Alvará de Funcionamento	R\$ 500,00	
	Junta Comercial	DARE	R\$ 129,00
		DARF	R\$ 21,00
JUCESP		R\$ 117,00	
Outras Despesas	Obras civis e reformas	R\$ 6.000,00	
	CRO	R\$ 500,00	
Total		R\$ 8.267,00	

5.4 INVESTIMENTO TOTAL

INVESTIMENTO TOTAL			
Item	Descrição do Investimento	Valor	%
5.1	Investimento (fixo)	R\$ 337.124,56	94%
5.2	Capital de Giro	R\$ 14.368,37	4%
5.3	Investimento pré operacional	R\$ 8.267,00	2%
Total de investimento		R\$ 359.759,93	100%

5.5 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL

Torna-se uma forma de estimar o quanto a empresa irá faturar por mês é multiplicar a quantidade de produtos a serem oferecidos pelo seu preço de venda, que deve ser baseado em informações de mercado.

ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL				
Descrição		Estimativa de Vendas	Preço de Venda (Un)	Total
1	Prótese Total	15	R\$ 350,00	R\$ 5.250,00
2	PPR	10	R\$ 500,00	R\$ 5.000,00
3	Prótese sobre implante/ protocolo	5	R\$ 800,00	R\$ 4.000,00
4	Protese sobre implante/ unitária	10	R\$ 350,00	R\$ 3.500,00
5	Facetas	10	R\$ 200,00	R\$ 2.000,00
5	Prótese flex	10	R\$ 350,00	R\$ 3.500,00

6	Lentes de contato	20	R\$ 450,00	R\$ 9.000,00
7	COROAS/Onlay Inlays / por elemento	25	R\$ 450,00	R\$ 11.250,00
8	Núcleos	20	R\$ 80,00	R\$ 1.600,00
9	Placa de Halley	10	R\$ 80,00	R\$ 800,00
	Placa de bruxismo acrilica	4	R\$ 300,00	R\$ 1.200,00
10	Placa de bruxismo silicone	10	R\$ 100,00	R\$ 1.000,00
11	Placa de Clareamento	9	R\$ 80,00	R\$ 720,00
12	Dijuntor	3	R\$ 100,00	R\$ 300,00
13	Klant	3	R\$ 100,00	R\$ 300,00
13	Corretor de Habitos	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
14	Mantenedor de espaço	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
15	Plano inclinado	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
16	Aparelho para expansão e dinjuntor da maxila	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
17	Bielux	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
18	Quadrielix	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
19	Dijuntor Macnamaria	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
20	Dinjuntor Encapsulado	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
21	Dijuntor Hirax	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
22	Dijuntor Tipo Hass	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
23	Esporão	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
24	Grade fina	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
25	Pendulo	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
26	Placa de grade lingual	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
27	Placa com mola interna	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
28	Placa desinstaladora	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
29	Placa mant espaço com dente	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
30	Placa labio ativa	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
Total		182		R\$ 50.900,00

5.6 ESTIMATIVA DE CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO

Aqui, serão registrados os gastos com impostos e comissões de vendedores ou representantes. Esse tipo de despesa incide diretamente sobre as vendas e, assim como o custo com materiais diretos ou mercadorias vendidas, é classificado como um custo variável.

IMPOSTOS (CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO)

Descrição	%	Faturamento Estimado	Total
1 Simples Nacional	4,50%	R\$ 50.900,00	R\$ 2.290,50

5.7 APURAÇÃO DO CUSTO DO PRODUTO VENDIDO

O custo dos materiais diretos ou das mercadorias vendidas representa o valor que deverá ser baixado dos estoques pela sua venda efetiva. Para calculá-lo, basta multiplicar a quantidade estimada de vendas pelo seu custo de fabricação ou aquisição.

ESTIMATIVA DE CUSTO DE MATÉRIA PRIMA			
Descrição	Quantidade	Custo	Total
1 Prótese Total	25	R\$ 80,00	R\$ 2.000,00
2 PPR	10	R\$ 150,00	R\$ 1.500,00
3 Prótese sobre implante/ protocolo	5	R\$ 300,00	R\$ 1.500,00
4 Protese sobre implante/ unitária	10	R\$ 200,00	R\$ 2.000,00
Facetas	10	R\$ 100,00	R\$ 1.000,00
5 Prótese flex	10	R\$ 200,00	R\$ 2.000,00
6 Lentes de contato	20	R\$ 150,00	R\$ 3.000,00
7 COROAS/Onlay Inlays / por elemento	25	R\$ 150,00	R\$ 3.750,00
8 Núcleos	20	R\$ 10,00	R\$ 200,00
9 Placa de Halley	10	R\$ 20,00	R\$ 200,00
Placa de bruxismo acrilica	4	R\$ 20,00	R\$ 80,00
10 Placa de bruxismo silicone	10	R\$ 10,00	R\$ 100,00
11 Placa de Clareamento	9	R\$ 10,00	R\$ 90,00
12 Dijuntor	3	R\$ 50,00	R\$ 150,00
13 Klant	3	R\$ 30,00	R\$ 90,00
13 Corretor de Habitos	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
14 Mantenedor de espaço	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
15 Plano inclinado	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
16 Aparelho para expansão e dijuntor da maxila	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
17 Bielux	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
18 Quadrielix	1	R\$ 30,00	R\$30,00
19 Dijuntor Macnamaria	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
20 Dinjuntor Encapsulado	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00

21	Dijuntor Hiram	2	R\$ 20,00	R\$ 40,00
22	Dijuntor Tipo Hass	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
23	Esporão	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
24	Grade fina	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
25	Pendulo	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
26	Placa de grade lingual	2	R\$ 20,00	R\$ 40,00
27	Placa com mola interna	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
28	Placa desinstaladora	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
30	Placa labio ativa	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Total		193		R\$ 18.130,00

5.8 CUSTO DE MÃO DE OBRA MENSAL

Refere-se aos gastos com funcionários que aplicam sua força de trabalho na transformação de matérias-primas em produtos de forma direta ou indireta. Inclui no quadro a remuneração e os encargos sociais e trabalhistas.

CUSTOS DE MÃO DE OBRA MENSAL									
Cargo do Funcionário	Salário	FGTS	Aviso Prévio	13 ^o	Férias	1/3 de Férias	FGTS sem Verbas Recisórias	INSS	Adicional Noturno
Auxiliar TPD	R\$ 1.500,00	R\$ 120,00	R\$ 34,05	R\$ 124,95	R\$ 41,70	R\$ 27,75	R\$ 77,55	R\$ 135,00	
Auxiliar TPD	R\$ 1.500,00	R\$ 120,00	R\$ 34,05	R\$ 124,95	R\$ 41,70	R\$ 27,75	R\$ 77,55	R\$ 135,00	
Protético	R\$ 4.000,00	R\$ 320,00	R\$ 90,80	R\$ 333,20	R\$ 111,20	R\$ 74,00	R\$ 206,80	R\$ 440,00	R\$ 1.701,82
Total	R\$ 7.000,00	R\$ 560,00	R\$ 158,90	R\$ 583,10	R\$ 194,60	R\$ 129,50	R\$ 361,90	R\$ 710,00	R\$ 1.701,82

5.9 ESTIMATIVA DE CUSTO DE DEPRECIAÇÃO

Depreciação do maquinário

Máquinas, equipamentos são ferramentas que vão se desgastar ou tornam-se ultrapassados com o passar dos anos, sendo necessária sua reposição. O reconhecimento da perda do valor dos bens pelo uso é chamado de depreciação. Analisados esse plano de negócio a cada mês, a cada ano, será preciso adquirir novos maquinários mais modernos e eficientes.

Segue quadro abaixo essa representação de depreciação.

DEPRECIAÇÃO DO MAQUINÁRIO				
Descrição do Ativo	Valor do Ativo	Vida Útil	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 7.265,03	10	R\$ 1.726,50	R\$ 2.643,88
Móveis	R\$ 5.359,53	5	R\$ 1.071,91	R\$ 89,33
Veículos	R\$ 4.500,00	5	R\$ 2.900,00	R\$ 241,67
Total de Depreciação	R\$ 37.124,56		R\$ 5.698,41	R\$.974,87

5.10 ESTIMATIVA DOS CUSTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Os custos fixos são todos os gastos que não se alteram em função do volume de produção ou da quantidade vendida em um determinado período. Segue abaixo deste plano de negócio.

CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS	
Conta	Valor
Aluguel	R\$ 800,00
Combustível	R\$ 400,00
Água	R\$ 100,00
Energia Elétrica	R\$ 350,00
Telefone/internet	R\$ 100,00
Honorários do Contador	R\$ 230,00
Máquina de Cartão	R\$ 80,00
Salários + encargos	R\$ 11.399,82
Material de Limpeza	R\$ 100,00

Material de Escritório	R\$ 50,00
Depreciação	R\$ 2.974,87
TOTAL	R\$ 16.584,69

5.11 DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DE EXERCÍCIO		
Item	Descrição da Conta	Valor
5.5	Receita Total	R\$ 50.900,00
	Receita com vendas	R\$ 50.900,00
	Imposto e gastos de Vendas	R\$ 2.290,50
5.6	Imposto sobre Vendas (-)	R\$ 2.290,50
	Custos Variáveis totais	R\$ -
5.8	Custo de Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ 18.130,00
	Margem de Contribuição	R\$ 30.479,50
5.11	Custos Fixos Totais	R\$ 16.584,69
Resultado do Exercício		R\$ 13.894,81

Após reunir as informações sobre as estimativas de faturamento e os custos totais (fixos e variáveis), é possível prever o resultado da empresa, verificando se ela possivelmente irá operar com lucro ou prejuízo.

Podemos observar na demonstração do resultado que a empresa se considera lucrativa, mesmo sendo uma empresa com investimento elevado.

5.12 INDICADORES DE VIABILIDADE

Em um estudo de viabilidade econômica financeira, buscou-se avaliar a aplicabilidade do negócio e obter uma projeção do seu comportamento frente ao mercado, dando uma maior segurança aos investidores.

Segundo Par Mais (2017):

“A análise de viabilidade econômica e financeira é um estudo que visa a medir ou analisar se um determinado investimento é viável ou não. Em outras palavras, a análise de viabilidade econômica e financeira comparará os retornos que poderão ser obtidos com os

investimentos demandados, para decidir se vale a pena ou não investir.”

5.12.1 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio representa o quanto sua empresa precisa faturar para pagar todos os seus custos em um determinado período o quociente simples da divisão dos valores dos custos e despesas fixas pela margem de contribuição, a pesquisa mostra o resultado do PE da empresa.

Receita total (-) Custos Variáveis (÷) Receita Total = Índice de Margem de contribuição.

PONTO DE EQUILÍBRIO	
Custo Fixo	R\$ 16.584,69
Índice de Margem de Contribuição	0,60
Total do Ponto de Equilíbrio	R\$ 27.696,01

5.12.2 Lucratividade

A lucratividade é um indicador utilizado para apontar o ganho de uma empresa em relação a atividade ao qual desenvolve.

Sendo assim o plano de negócio desta empresa demonstra a lucratividade esperada diante do mercado financeiro que considera para as micros e pequenas empresas um percentual de 5% a 10% sobre as vendas.

Visto que a lucratividade anual da empresa chega a 27,30 % sendo um indicador excelente. Esse é o correto.

Resultado do exercício (x) Período de Tempo = Lucro Líquido no período.

Receita com Vendas (x) Período de Tempo = Receita Bruta no período.

Lucratividade = (Lucro Líquido ÷ Receita Bruta) x 100.

LUCRATIVIDADE	
Lucro Líquido	R\$ 166.737,77
Receita Total	R\$ 610.800,00
Total	27,30 % ao ano

5.12.3 Rentabilidade

É um indicador de atratividade do negócio, pois mede o retorno do capital investido. É obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo (mês ou ano).

É calculada através da divisão do lucro líquido pelo investimento total.

A rentabilidade deve ser comparada com índices praticados no mercado financeiro. Assim não obtendo uma rentabilidade rápida podemos afirmar que mesmo a longo prazo o plano de negócio pode ser rentável, sendo que mesmo adiando a rentabilidade, afirma-se ser um bom investimento tornando atrativa para os investidores.

$$\text{Rentabilidade} = (\text{Lucro Líquido} \div \text{Investimento Total}) \times 100$$

RENTABILIDADE	
Lucro Líquido	R\$ 13.894,81
Investimento total	R\$ 359.759,93
Total	4% mês

5.12.4 Prazo do Retorno do Investimento

Assim como a rentabilidade, o prazo de retorno de investimento também é um indicador de atratividade, indicando o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu em seu negócio.

Segue resultado abaixo o prazo de retorno do investimento do novo negócio.

$$\text{PRI} = \text{Investimento Total} \div \text{Lucro Líquido} = \text{Unidade de tempo}$$

PRAZO DE RETORNO DE INVESTIMENTO	
Investimento total	R\$ 359.759,93
Lucro Líquido	R\$ 13.894,81
Total	26 meses

6 CONSTRUÇÃO DO CENÁRIO

Segue com a projeção abaixo das despesas fixas e variáveis bem como cenários otimistas e pessimistas da receita alcançável do negócio.

Essa etapa será estruturada de forma a permitir a previsão de retorno do volume de investimentos iniciais.

PROJEÇÃO DE CRESCIMENTO FUTURO				
Descrição	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
	10%	10%	10%	10%
Receita Total	R\$ 55.990,00	R\$ 61.589,00	R\$ 67.747,90	R\$ 74.522,
Imposto	R\$ 2.519,55	R\$ 2.771,51	R\$ 3.048,66	R\$ 3.353,52
Custos Variáveis	R\$ 19.943,00	R\$ 21.937,30	R\$ 24.131,03	R\$ 26.544,13
Margem de Contribuição	R\$ 33.527,45	R\$ 36.880,20	R\$ 40.568,21	R\$ 44.625,04
Custo Fixo				R\$ 16,584,69
Resultado do Exercício	R\$ 16.942,76	R\$ 20.295,51	R\$ 23.983,53	R\$ 28.040,35

Levou-se em consideração para o cenário pessimista a diminuição de 10% sobre a receita com vendas, conseqüentemente sobre os impostos e gastos de vendas, e sobre o custo com a produto vendido. Para o cenário Otimista usou-se 10% de aumento sobre a receita com vendas, conseqüentemente a elevação igualitária para os impostos e gastos de vendas, e 10% em aumento com os custos do produto vendido. Como pode-se perceber, o percentual para o custo de produto vendido no cenário otimista tende a diminuir pouco.

7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Analisar o ambiente interno e externo de uma organização é uma técnica que faz parte do planejamento estratégico e se aplica anteriormente a tomada de decisões que afetarão diretamente o negócio.

Para isso é necessário que se tenha uma visão abrangente da empresa e das principais métricas e objetivos de desempenho em todos os setores, através de dados corretos possibilitando assim a tomada de ações.

7.2 ANÁLISE DA F.O.F.A

A análise swot ou análise F.O.F.A é uma ferramenta do planejamento estratégico, uma metodologia simples que pode ser aplicada em qualquer processo que envolva a tomada de decisão.

Sua principal finalidade é avaliar os ambientes internos e externos elaborando estratégias para a empresa que visam otimizar seu desempenho no mercado e se aplica para identificar os pontos fortes e fracos, assim como as oportunidades e ameaças das quais a mesma está exposta.

A análise SWOT é uma técnica de análise dos ambientes interno e externo, comumente empregada para a avaliação do posicionamento da organização e de sua capacidade de competição. Corresponde a sigla das palavras inglesas strengths (pontos fortes), weaknesses (pontos fracos), opportunities (oportunidades) e threats (ameaças). (SERTEK E ARI, 2014).

AMBIENTE INTERNO	AMBIENTE EXTERNO
FORÇAS	OPORTUNIDADES
Tecnologia	Crescimento Futuro
Inovação	Parceria com os Clientes
Localização Estratégica	Rentabilidade
Mão de obra Capacitada	
Padronização nas Peças	
Diversidade nos Serviços	
Rapidez na Entrega	
Confiabilidade	
Atendimento Qualificado	
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
Capacitação do Profissional	Concorrente Desleal

Constantemente	
Falta de Conhecimento dos Clientes	

No ambiente interno a análise demonstra como forças, a tecnologia e inovação que de forma constante se renova a todo momento.

A empresa contará com uma excelente localização alcançando seus clientes com maior facilidade a começar os que se localizam no próprio prédio em que a empresa se efetivará. A mão-de-obra capacitada, aliada a padronização das peças, a diversidade nos serviços e a rapidez na entrega agregará a confiabilidade dos seus clientes que contarão ainda com um atendimento qualificado.

Como fraquezas, foram identificadas a capacitação do profissional de forma constante tendo em vista que acompanhar a evolução do mercado e suas inovações é uma das formas mais importantes de se manter no mercado e a falta de conhecimento dos clientes que será abordada de forma eficiente pela empresa.

No ambiente externo pontuamos como oportunidades o crescimento futuro que virá da parceria com os clientes gerando assim a rentabilidade almejada.

A ameaça real para a empresa vem dos “concorrentes desleais” onde profissionais atuantes não cadastrados no CRO (Conselho Regional de Odontologia) atuam de forma ilícita desfavorecendo o mercado de trabalho ao qual está inserido.

Porém, a empresa procurará se consolidar no mercado se adequando e superando toda e qualquer situação, solucionando problemas e buscando a evolução dentro do seu segmento.

8 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

A elaboração deste trabalho foi possível perceber também a importância de analisar e conhecer o ambiente mercadológico em que a empresa poderá ser inserida. No mercado atual as mudanças ocorrem a todo o momento, o consumidor está cada vez mais exigente o que instiga ainda mais a concorrência e novos investidores aguardando uma oportunidade.

Observando isso os desenvolvedores desse projeto buscaram analisar um seguimento de mercado pouco conhecido, mais muito importante na área da saúde, especificadamente na atuação odontológica, ou seja uma empresa que tem suas atividades internas para os profissionais cirurgiões dentista um laboratório de prótese dentaria especializado na tecnologia de última geração como a impressora 3/d Cerec Sirona, (fabricante de próteses dentarias), e com próteses inovadoras como as lentes de contato dental, pouco conhecida no mercado atual, mais vem revolucionando a busca estética do sorriso perfeito.

Diante disso foi realizado um levantamento da análise de mercado, verificou-se que a abertura desta uma empresa especializada para trabalhar em favor dos profissionais cirurgiões dentistas na cidade de Presidente Epitácio e região, demonstrou dados específicos afirmando a atratividade, pois 100% dos entrevistados demonstraram bastante interesse no negócio, afirmando que onde foi realizado a pesquisa não tem nenhum laboratório que trabalhe no ramo com tecnologia de última geração, demonstrando bastante interesse e entusiasmo no empreendimento.

Mais para um planejamento de novo negócio e necessário avaliar a concorrência, os desenvolvedores realizaram uma pesquisa breve diante da concorrência atual nesse ramo de atuação, chegando a conclusão que não tem um concorrente que trabalhe com uso de tecnologia moderna, todos fazem trabalhos artesanais mais nem por isso deixam de ser concorrência forte. Analisou-se alguns desses concorrentes que não trabalham diante da legislação do CRO (conselho regional de odontologia), ou seja são considerados concorrentes desleais, mais devem ser analisados pois tomam para si uma parte da demanda de serviço. Os concorrentes fortes somente dois

segue o mesmo processo de trabalho que a empresa pretende atuar e confeccionam todos os tipos de próteses, mais não fazem as modernas lentes de contato dental. Em pesquisa com a concorrência afirma-se ótimos fornecedores onde os desenvolvedores entraram em contato com os mesmo para levantar dados obtendo bons resultados sobre fornecedores.

Para se inserir mercado competitivo toda empresa necessita elaborar estratégias de marketing, nesse ramo de atuação não pode ser feito alguns tipos de promoção pois trata de atender pessoas que buscam reabilitação oral protética onde o regulamento que rege as leis dos laboratórios afirma manter a identidade preservada desses pacientes. Visto isso a empresa busca uma aproximação direta com os clientes, no caso um representante que atenda a todos, oferecendo os produtos e serviços. Os preços busca-se estar um pouco acima do mercado, pois nenhuma inovação é barata, mais visa ser acessível, ofertando qualidade, rapidez nos produtos oferecidos.

Foi projetado um laboratório acessível na localização e na estrutura moderna.

Através do plano financeiro, buscou-se como objetivo específico verificar sua viabilidade, e demonstrar numericamente que o negócio é viável. Uma constatação disso são os ótimos índices financeiros considerando a projeção de vendas, onde o lucro líquido bom, sendo uma empresa com indicadores de lucratividade considerando 27,30% ao ano. Diante do mercado financeiro uma empresa com bom lucro anual equivale de 10% a 15 % anualmente tornando um indicador viável apesar de haver valor considerado alto no investimento.

A empresa afirma o indicador de lucratividade sendo rentável, diante do índice apurado na elaboração do plano financeiro observou uma rentabilidade de 4% ao mês, segundo o site (VALOR,2019), uma empresa rentável equivale mais o menos 2.5% a 4% ao mês.

Quanto ao retorno do capital investido, a maioria dos novos empreendimentos no primeiro ano não retém o valor investido, geralmente a partir do segundo ano de atividades da empresa começa a ter retorno.

O prazo de retomo desse investimento é de 26 meses, ou seja, está considerado bom diante do mercado financeiro.

Através da elaboração deste trabalho é possível compreender que o trabalho do empreendedor não é apenas idealizar o negócio, mas sim trabalhar com bastante engajamento do planejamento, o que exige muitas competências empreendedoras, dedicação observar todo o ambiente interno e externo da organização. Contudo é uma atividade apaixonante e desafiadora, pois instiga a busca incessante pelo sucesso. Em geral, pode-se analisar a empresa como rentável e sendo um investimento financeiramente saudável, sendo enfrentadas algumas dificuldades no primeiro período de atividades, mas que logo na sequência acabam permeando novos cenários e, conseqüentemente, impactando em resultados positivos para o laboratório de próteses dentárias modernas tecnológico, atraindo os olhos de investidores a idealizar a ideia dos desenvolvedores desse plano de negócio.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Questionário - IFSP Campus Presidente Epitácio Projeto Integrador Curso Administração - Protéc Design

1- Qual tempo de funcionamento da sua clínica?

- De 01 a 05 anos
- De 06 à 08 anos
- De 09 à 10 anos
- De 11 à 19 anos
- De 20 à 30 anos.

2- Em qual cidade você atua profissionalmente?

- Presidente Epitácio
- Teodoro Sampaio
- Andradina
- Panorama
- Bataguassu
- Presidente Prudente
- Santo Anastácio
- Presidente Venceslau

Qual: _____

3- Qual é a sua especialidade?

- Cirurgia Geral
- Ortodontia
- Implantodontia
- Traumatologia

Outras:

4- Traumas e percas dentárias são comuns, na sua clínica isso acontece com que frequência?

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensalmente.

5- Sua clínica utiliza algum laboratório de prótese?

- Sim Não

6- Com qual frequência você utiliza os serviços dos laboratórios de próteses?

- Diariamente
- Semanalmente
- Quinzenalmente
- Semestralmente
- Mensalmente.

7- Atualmente, qual é o seu grau de satisfação dos serviços prestados pelo seu laboratório de próteses?

- Ótimo
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

8- Com que periodicidade você gostaria que o Laboratório de Próteses realizasse a entrega/retirada de materiais (moldagens, próteses, etc)?

- Duas vezes por semana.
- Uma vez por semana.
- A cada 15 dias
- Uma vez por mês.
- Nenhuma (prefiro visita sobre agendamento).

9- Quantas peças, (próteses) você solicita ao seu protético semanalmente?

- De 01 à 05 peças
- De 06 à 07 peças
- De 08 à 09 peças
- De 10 à 20 peças.

10- Quanto aos fornecedores, esses realizam visitas frequentes?

- Sim Não

11- Com que periodicidade você orienta seus pacientes a realizarem a troca de suas próteses dentárias?

- De 01 à 02 anos
- De 03 à 04 anos
- De 05 à 06 anos

De 07 à 08 anos

De 09 à 10 anos.

12- Qual a forma de pagamento efetuado ao seu laboratório de confiança?

Cartão de Crédito A Vista

Promissórias. Promissórias.

13- Na sua Clínica, ha procura de próteses estéticas?

Sim Não.

14- Qual dessas próteses estéticas é a mais procurada em seu consultório? Assinale quais.

Faceta de porcelana

Lentes de contato dental

Próteses Total.

Próteses sobre implantes.

PPR

Prótese flexível.

15- Você conhece a nova inovação na odontologia estética, LENTE DE CONTATO DENTAL?

Sim Não

Se não entregue o questionário.

16- Qual demanda desse procedimento na sua clínica?

Diariamente

Semanalmente

Quinzenalmente

Mensalmente

Anualmente.

17- Em média, quanto você paga pelo serviço de lente de contato dental para seu protético?

De R\$ 500,00 à R\$ 900,00 reais

De R\$ 1.000,00 à R\$ 1.500,00 reais

De R\$ 2.000,00 à R\$ 3.000,00 reais

De R\$ 3.000,00 à R\$ 4.000,00 reais

APÊNDICE B – CURRICULUM DE ANA PAULA MOURA SANTOS

ANA PAULA MOURA SANTOS

Endereço: Rua: Júlio de Andrade N°- 30-31

Cidade: Presidente Epitácio Estado: São Paulo

Telefone:18- 981795769 RG: CPF 35201882870

Email anapaulamoura303@yahoo.com

Data nasc: 06/11/1986 idade:32 anos

ESCOLARIDADE:

Ensino Médio Completo

EXPERIENCIA PROFISSIONAL:

Dra. Mônica Cristina de lima

Dr. Joelmir Trombeta

Cursos

ASB auxiliar saúde bucal

Cursando técnico administração.

APÊNDICE C – CURRICULUM DE CLODOALDO CARDOSO

CLODOALDO CARDOSO DOS SANTOS

Endereço: Rua: Goiânia Nº - 19-35

Cidade: Presidente Epitácio Estado: São Paulo

Telefone:18- 981240679 RG: 325760974 CPF: 29484426808

Email: clodoaldocardosodossantos@outlook.com

Data nasc: 18/04/1980 idade:39 anos

ESCOLARIDADE:

Ensino Médio Completo

EXPERIENCIA PROFISSIONAL:

Auxiliar de serviços gerais

Empresa: Cerâmica Romana

Cursando técnico de administração

APÊNDICE D – CURRÍCULUM DE IZABEL CRISTINA DE SOUZA

IZABEL CRISTINA DE SOUZA

Endereço: Rua: Florianópolis nº 9-77

Cidade: Presidente Epitácio Estado: São Paulo

Telefone:18- 981240679 RG: 295564854 CPF: 27063961802

Email: bebel_2015@hotmail.com

Data nasc: 10/12/1975 idade: 42 anos

ESCOLARIDADE:

Ensino Médio Completo

Técnico em Contabilidade Completo

CURSOS:

Informática Básica

EXPERIENCIA PROFISSIONAL:

Auxiliar de Serviços Gerais – SESI

Auxiliar de Cozinha – SESI

Porteira – SESI Encarregada - SESI

Técnico em Administração (Cursando)

**APÊNDICE E – CURRÍCULO DE LILANE APARECIDA SANCHES
SOUZA**

LILANE APARECIDA SANCHES SOUZA

Endereço: Rua: Miguel Coutinho nº 17-19

Cidade: Presidente Epitácio Estado: São Paulo

Telefone:18- 997203482 RG: 417589372 CPF: 30406970807

Email: lilanesanches@outlook.com

Data nasc: 15/04/1983 idade: 36 anos

ESCOLARIDADE:

Ensino Médio Completo

Técnico em Processamento de Dados

Superior Sistema de Informação

Superior em Serviço Social

CURSOS:

Informática Básica e avançada

EXPERIENCIA PROFISSIONAL:

Professora de Informática – Sindicato do Comercio de Presidente Epitácio

Educadora – Espaço Criança

Coordenadora – Espaço Criança

Assistente Social – Prefeitura Municipal de Presidente Epitácio

APENDICE F – Pesquisa sobre Concorrentes

	Qualidade	Preço	Localização	Atendimento
Concorrente 1	Qualidade excelente diante da visão dos clientes. Proprietário ressalta qualidade de seus produtos como seu ponto forte. Confecciona apenas um tipo de segmento de prótese. Bons equipamentos.	Visto preço elevado	Acesso ao laboratório, pouco difícil situado ao fundo da residência do proprietário.	Bom atendimento mais sem recepção proprietário para o trabalho para atender telefone também os clientes. Relato de clientes demora nos prazos de entrega.
Concorrente 2	Proprietário ressalta boa qualidade mais em conversa com clientes os mesmos disseram ao contrário. Lab confecciona todos os tipos de próteses. Bons equipamentos.	Preço bom	Boa localização. Ótimo acesso	Bom atendimento atendimento por recepcionista que mostrou o ambiente ao grupo. Cumpre os prazos de entrega.
Concorrente 3	Boa qualidade nós serviços prestados	Preço bom	Difícil acesso	Recebidos pelo próprio proprietário, cumpre os prazos de entrega.
Concorrente 4	Boa qualidade, fábrica aparelhos ortodonticos como seu forte.	Preço bom	Difícil acesso	Bom atendimento esse protético trabalha com produtos personalizados

				com sua marca.
Concorrente 5	Esse por motivos de distância pesquisa feita através dos clientes que já estiveram no local de trabalho. Fábrica quase todos os produtos tem boa qualidade.	Preço bom	Atende casa própria.	Bom atendimento demora na entrega de produtos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FRANCISCHONE, Ana Carolina.; MONDELLI, José. **A Ciência Da Beleza Do Sorriso**. São Paulo, 2007. MONDELLI, J. **Estética e cosmética em clínica integrada restauradora**. São Paulo: Ed. Santos, 2003.

RAZZOLINI, Edelvino Filho. **Administração Da Pequena E Média Empresa**. Curitiba: IESDE Brasil S.A, 2011.

PORTER. Michel. **Estratégia Competitiva**. 18 abr 2005 Elsevier. 15 nov 2018.

MARQUES. Marcus. **Como planejar estrutura de Comercialização**. blog estratégia de negócio, São Paulo, v 26, n set, 2018. Disponível em <<http://marcusmarques.com.br/Acesso>>. Acesso em 15 nov 2018.

CROSP. Leis. **Conselho Regional de odontologia**, São Paulo, v 09, n nov, 2018. Disponível em <<http://www.crosp.org.br/leis>> Acesso 13 nov 2018.

KOTHER, Philip. **Administração de Marketing**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MONTALVÃO. Alberto; ROSA. Aurora; **Marketing e Merchandising**. 1 ed. São Paulo. Praça da liberdade, Novo horizonte, p 291.

CHURCHILL, Gilbert A ; PETER, J Paul. **Marketing**. São Paulo; Saraiva, 2000.

SEQUEIROS. Mauricio Ferrufino; **Qual a diferença entre facetas de porcelana e lentes de contato dentais?**. Disponível em <<http://dentopolis.blogspot.com/2015/03/qual-diferenca-ente-facetas-de.html>>. Acesso em 15 nov 2018.

MESSIAS, Fernando José Santiago ; **GOLDEN PROPORTION - DO DIVINO À MEDICINA DENTÁRIA**. Disponível em : [https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/13957/1/Messias %2C%20Fernando %20Jos% C3%A9% 20 Santiago_completo.pdf](https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/13957/1/Messias%20Fernando%20Jos%C3%A9%20Santiago_completo.pdf) Acesso em 15 nov 2018.

BRASIL. Ministério da Saúde (MS). **Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. Coordenação Nacional de Saúde Bucal. Diretrizes da Política Nacional de Saúde Bucal**. Brasília: MS; 2004

RODRIGUES. Violeta Aguiar, KELLER. Roger Celeste. **Necessidade e alocação de laboratórios regionais de prótese dentária no Brasil: um estudo exploratório**. Disponível em: <[https://www.scielosp.org/article/ssm/content/raw/?resource_ssm_path=/media/assets/csc/v20n10/1413-8123-csc-20-10-3121.p df](https://www.scielosp.org/article/ssm/content/raw/?resource_ssm_path=/media/assets/csc/v20n10/1413-8123-csc-20-10-3121.pdf)> acessado em 01 agosto de 2018.

GALANTE. Solange. **Mercado de prótese dentária global é avaliado em USD 8.9 bi e conta com expectativa de crescimento sólido**. Disponível em: < [https://www.segs.com.br/saude/86856-mercado-de-protese-dentaria-global-e-](https://www.segs.com.br/saude/86856-mercado-de-protese-dentaria-global-e)

avaliado-em-usd-8-9-bi-e-conta-com-expectativa-de-crescimento-solido>
acessado em 02 agosto de 2018.

Tribuna do Ceará em Carreira. **Técnico em Prótese Dentária ganha notoriedade na odontologia.** Disponível em<<http://tribunadoceara.uol.com.br/empregos/carreira/tecnico-em-protese-dentaria-ganha-notoriedade-na-odontologia/>> Acessado em 17/08/2018

_____. **As funções do Técnico em Prótese Dentária.** Disponível em<<https://www.catho.com.br/carreira-sucesso/colunistas/noticias/as-funcoes-do-tecnico-em-protese-dentaria/>> Acessado em 17/08/2018.

ABUD, CAMILA. **Prótese dentária é mercado de US\$ 24 mi e cresce 20%.** Disponível em<<https://www.dci.com.br/servicos/protese-dentaria-e-mercado-de-us-24-mi-e-cresce-20-1.14581/>> Acessado em 17/08/2018.

Francischone A C, Mondelli J. **A ciência da beleza do sorriso.** In Mondelli J. Estética e cosmética em clínica integrada restauradora. São Paulo: Ed. Santos, 2003.

Masson, Henrique. **Descubra 12 tipos diferentes de prótese dentária.** Disponível em<<https://www.henriquemasson.com.br/12-tipos-de-protese-dentaria/>> Acessado em 17/08/2018.

FILHO, Moacyr Paranhos. **Gestão da Produção Industrial.** 2º edição, Ed. Intersaberes, 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão da Produção: uma abordagem introdutória.** 3º edição, Ed. Manole, 2014.

RITZMAN. Larry P. e KRAJEWSKI. Lee J. **Administração da Produção e Operações.** Edi. Pearson prentice hall, 1999.

Par Mais. **Como fazer análise de viabilidade econômica e financeira.** 2017. Disponível em: Acesso em: 1 MAIO 2019.