

FUNERALPLAN: UMA VISÃO EMPREENDEDORA

Aleiva de Carvalho e CARVALHO (1); Isabella Mara da LUZ (2); Wemerton Luís EVANGELISTA (3).

Centro Federal de Educação Tecnológica de Bambuí

(1); (2) Alunas do Curso Superior de Tecnologia em Administração: Pequenas e médias empresas

(3) Professor do Curso Superior de Tecnologia em Administração: Pequenas e médias empresas.

RESUMO

Este trabalho vem descrever sucintamente e de forma objetiva a análise de mercado, seus resultados e projeções financeiras realizadas quanto à abertura e instalação da empresa Funeralplan na cidade de Bambuí em Minas Gerais. Com a pretensão de inovar no setor fúnebre nesta região e aliar praticidade e conforto aos seus clientes, a Funeralplan propõe colocar no mercado local, o Plano de Assistência Funeral Familiar que concede a oportunidade às famílias bambuienses e da região de se prepararem e prevenirem quanto a este momento triste, conturbado, mas inevitável da vida. A empresa também realizará venda de jazigos no seu cemitério particular Parque das Buganvílias, que será construído em uma área apropriada da cidade e seguindo o modelo de Cemitério Parque, onde predominarão a natureza e tranqüilidade. Através de uma pesquisa de mercado, puderam ser previstos os resultados mercadológicos de aceitação. E através dessa pesquisa puderam-se traçar perfis financeiros e a viabilidade do negócio.

Palavras-chave: Análise de viabilidade. Plano de Assistência Funeral Familiar. Cemitério Parque.

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho trata-se de uma análise de viabilidade da criação de uma empresa que objetiva sua consolidação no mercado de Cemitério Parque e de Plano de Assistência Funeral Familiar, a Funeralplan Ltda. Esta consolidação se dará através da oferta de produtos e serviços inovadores: um plano de Assistência Funeral Familiar (PAFF) e também de um cemitério parque, denominado Cemitério Parque das Buganvílias, que serão administrados pela empresa Funeralplan. Esta empresa preza a excelência na qualidade, principalmente no atendimento às famílias.

Propõe sua localização na cidade de Bambuí onde poderá atender também às cidades vizinhas. Sua clientela básica serão grupos familiares, pessoas na faixa etária de 30 a 50 anos, pois, com base na pesquisa realizada, esse segmento mostrou-se receptivo aos serviços e produtos da empresa e geralmente já possui família.

A intenção da Funeralplan é valer-se da estratégia de diferenciação dos seus produtos, proporcionado ao cliente a diversificação dos

serviços fúnebres em um único local, tendo como prioridade a disponibilidade, a presteza e a pontualidade perante as necessidades de seus associados.

A parceria com farmácias e profissionais liberais, confirmadas pela pesquisa, também é uma vantagem competitiva, pois é através dessa parceria que a Funeralplan pretende despertar o interesse do cliente, incentivando as vendas. Os produtos da Funeralplan serão:

1. Taxa de adesão ao plano;
2. Venda do plano básico;
3. Complemento para o plano tipo luxo; superluxo (a vista e financiado)
4. Venda de jazigo (à vista e financiado);
5. Traslado acima de 100 km ;

Como a estrutura física da empresa será simples, a Funeralplan alugará um imóvel com uma casa com área construída de, mais ou menos, 100 metros quadrados que tenha todos os ambientes adequados para a prática de suas atividades. Deverá ser em área distinta da rede bancária e comercial, mas de fácil acesso.

O Cemitério Parque das Buganvílias (ver Fig. 1) terá loteamento próprio com mais ou menos 2.500 m², Sua localização deverá atender aos requisitos e exigências da Resolução CONAMA 335 e do Decreto COPAM 44309/06, visando à proteção do solo, subsolo, recursos hídricos superficiais e subterrâneos e a proteção da saúde pública e a sadia qualidade de vida da população.

Para isso sua localização deverá ser dentro do perímetro urbano, no entanto, evitando proximidades com residências, centros comerciais e leito de rios.



Figura 1: Planta do cemitério Parque das Buganvílias.

A empresa possuirá uma proposta de trabalho inovadora de aliar serviço funerário com conforto, modernidade, tecnologia e segurança para as famílias que sofrem a dor da perda de entes queridos.

A oportunidade percebida foi a ausência de jazigos no cemitério no município de Bambuí/MG e de uma empresa que ofereça serviços fúnebres completos, com qualidade, modernidade e conforto para as famílias bambuienses. De acordo com o Censo de 2007, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2007), o número de morbidades hospitalares soma 59 óbitos. Conforme Censo do IBGE 2007, o município de Bambuí possui 21.850 habitantes, com 7.313 famílias na cidade, calculando em média 3 pessoas por grupo familiar. A FUNERALPLAN pretende atingir no primeiro ano 12% dos grupos familiares nas vendas do PAFF (mais ou menos 860 associados), mantendo um ritmo de crescimento das vendas nos

próximos quatro anos. Foi estabelecido como estratégia realizar o marketing para divulgação da Marca Funeralplan e através dele conquistar já no primeiro ano 20% dos grupos familiares de Bambuí em planos funerários, atingindo também 25% da receita financeira da empresa em venda de jazigos. Como forma de atingir a missão e a visão estabelecidas, a Funeralplan deverá aumentar num período de 5 anos, seu faturamento anual em 10% do segundo ao quinto anos, respectivamente. O principal desafio para alcançar os objetivos propostos será um trabalho de aculturação da população bambuiense, vencendo resistências e preconceitos, tanto em relação ao plano quanto ao modelo diferenciado do cemitério parque.

Espera-se a sua consolidação no mercado, num prazo de cinco anos, após os quais a Funeralplan irá buscar novos associados nas cidades vizinhas, aproveitando-se, então, dos conhecimentos e experiências já adquiridos.

2. DESENVOLVIMENTO

Foi realizada uma análise de mercado quanto à viabilidade mercadológica e financeira, com base em fontes secundárias, principalmente através da internet. Foram efetuadas visitas e entrevistas pessoais com os concorrentes. Realizou-se uma pesquisa quantitativa, através de dois questionários com os possíveis clientes, tendo como objetivos: identificar o público alvo, através da idade, profissão, faixa salarial, sexo e escolaridade; o grau de satisfação quanto ao cemitério local; o nível de conhecimento do público quanto ao cemitério parque e ao PAFF; saber ainda se as pessoas têm noção dos custos de um serviço funerário e se estariam dispostos a pagar mensalmente e quanto, pelo plano.

A amostra encontrada revelou que existe em Bambuí uma quase total ignorância da população em relação ao assunto e neste cenário, conseguindo vencer a barreira da resistência às mudanças e inovações, que é normal em todo ser humano, a Funeralplan terá um ambiente muito favorável para se instalar e crescer, pois é um mercado pouquíssimo explorado na região. O setor no qual a Funeralplan pretende ingressar é ainda pouco competitivo. O monopólio garantido pela Prefeitura local ao Hospital do município no ramo de funerária é um fator crítico do sucesso da

Funeralplan, que pretende se mobilizar a fim de verificar a legalidade deste procedimento. Quanto ao Cemitério Parque, a Funeralplan vê na superlotação do cemitério municipal uma grande oportunidade de negócios, pois a venda de jazigos pode influenciar também a venda do plano funerário. A Funeralplan pretende associar a imagem do cemitério e de seus serviços a um conjunto harmonioso de igualdade, serenidade, qualidade e respeito às famílias.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Através da análise SWOT, foram analisadas as oportunidades e ameaças, às quais na FUNERALPLAN está sujeita, assim como seus pontos fortes e fracos. Kotler (1999) apud Anacleto et Al (2008, p.5) *“preconiza que todas as organizações apresentam pontos fortes e fracos, e ressalta a importância da visão prospectiva acerca da consciência avaliativa com o cenário externo vislumbrando as fraquezas que poderão vir do meio externo aos sistema produtivo, sendo este fato considerado uma essencialidade a estratégia de atuação diante do mercado estabelecendo planos para o presente futuro.”*

Com a análise SWOT, proposta por Kotler (1999); Mintzberg (2006) apud Anacleto Et Al, a Funeralplan pode traçar suas estratégias de atuação no mercado.

- Oportunidades:

Carência de serviços nos dois segmentos (cemitério e Plano de Assistência Funeral); possibilidade de proporcionar aos associados planejar-se financeiramente e assistencialmente para um momento inesperado, como é o da perda de um ente querido; superlotação do cemitério local; caráter inovador no modelo de Cemitério e Plano de Assistência Funeral, uma vez que não há nada parecido na cidade de Bambuí; mercado pouco competitivo, com baixo índice de novos entrantes; o interesse por jazigos no Cemitério Parque ajudará também no incentivo de vendas do Plano de Assistência Funeral. O atendimento do cemitério às normas da Política Nacional do Meio Ambiente é uma tendência da atualidade e neste caso a Funeralplan sairá na frente da concorrência.

- Ameaças:

Contrato entre a Prefeitura Municipal de Bambuí e o Hospital Nossa Senhora do Brasil, que garante

a este a exclusividade nos serviços funerários da cidade, por um período de 25 anos, prorrogável por igual período; O cemitério local apesar de não ter mais jazigos disponíveis, pertence à Prefeitura Municipal, que provavelmente procurará criar barreiras também para a abertura de um cemitério particular; falta da conscientização ambiental da população, que não tem noção das ameaças à saúde e qualidade de vida da população, por causa da localização, sem o devido estudo ambiental, do cemitério local; resistência cultural do povo que não quer ser planejar para um fato inevitável da vida, que é a morte. Muitos chegam a achar que o planejamento póstumo pode antecipar a morte, o que é uma superstição.

- Pontos fortes:

Parcerias com farmácias, médicos, fisioterapeutas e nutricionistas visando redução de custos para os associados ao Funeralplan; baixo índice de mortalidade na cidade (59 óbitos em 2007), conforme relatório do IBGE, tornando os custos da empresa mais baixos; o interesse por jazigos no Cemitério Parque ajudará incentivar as vendas do PAFF.

- Pontos fracos:

Falta de experiência dos possíveis sócios na gestão deste tipo de negócio.

Foi realizada também uma análise do investimento necessário, conforme a tabela a seguir:

Tabela 1: Investimentos iniciais

| | |
|---------------------------|-------------------|
| Obras civis | 50.000,00 |
| Instalações | 40.000,00 |
| Equipamentos | 7.150,00 |
| Máquinas | 2.000,00 |
| Móveis e utensílios | 7.350,00 |
| Veículo | 14.000,00 |
| Despesas pré-operacionais | 7.800,00 |
| Estoque inicial | 12379,00 |
| Software | 600,00 |
| Outros | 2500,00 |
| TOTAL INVESTIMENTO | 143.779,00 |

Fonte: os autores.

Chegou-se à conclusão que para um total de 4 sócios, é necessário que cada um irá integralize ao capital social R\$25.000,00 (vinte e cinco mil reais) de recursos próprios para a viabilização do negócio, no entanto faz-se necessário completar o

capital social com uma fonte de financiamento para iniciar as atividades.

As pesquisas realizadas demonstram que a Funeralplan tem uma grande chance de tornar-se um sucesso de mercado. A cidade possui aproximadamente 4.330 grupos familiares, a empresa pretende já em seu primeiro ano de atuação atingir 20% desse público em vendas de PAFF, atingindo um faturamento bruto em torno de R\$17.000,00 ao mês somente em mensalidades. Pretende ainda atingir 25% de seu faturamento total na venda de jazigos. Como a empresa pretende atuar em um setor da economia que está em expansão, mas que é novo na cidade de Bambuí, haverá a necessidade de investimentos altos, como forma de atrair a clientela e vencer resistências. Dessa forma não se espera um retorno sobre o investimento antes de 2 anos de constituição da empresa, mas foi projetado um bom fluxo de caixa para cada produto como forma de viabilizar o negócio e tornar a taxa de retorno atrativa aos seus investidores. Segundo as pesquisas realizadas foi possível realizar projeções dos resultados futuros da Funeralplan.

Tendo como amostra o questionário para a população alvo de Bambuí, foi possível estimar as vendas do PAFF e de jazigos.

Tabela 2: Receitas da Funeralplan

| PRODUTOS E SERVIÇOS | QUANT. | VALOR UNIT. (R\$) | TOTAL ANUAL (R\$) |
|---|--------|-------------------|-------------------|
| Taxa de adesão ao PAFF | 240 | 40,00 | 9.600,00 |
| Mensalidade do PAFF | 120 | 20,00 | 28.800,00 |
| Venda Plano tipo luxo à vista | 09 | 1.200,00 | 10.800,00 |
| Parcelamento plano tipo luxo em 10 vezes | 16 | 1.500,00 | 24.000,00 |
| Venda Plano tipo superluxo à vista | 04 | 2.050,00 | 8.200,00 |
| Parcelamento plano tipo superluxo em 10 vezes | 08 | 2.500,00 | 20.000,00 |
| Vendas de jazigos a vista | 07 | 1.620,00 | 11.340,00 |
| Vendas de jazigos em 10 vezes | 37 | 1.790,00 | 66.230,00 |
| Vendas de jazigos em 12 vezes | 68 | 1824,00 | 124.032,00 |
| Traslado (Km rodado) | 12.000 | 1,00 | 12.000,00 |
| Total de receitas | | | 314.952,00 |

Fonte: os autores.

Foi efetuado um levantamento dos custos e despesas que devem ser incorridos no 1º exercício

social da Funeralplan, foram usados como base de cálculo os valores e preços praticados entre março e outubro de 2008.

Tabela 3: Custos, despesas e gasto total da Funeralplan no 1º ano

| | |
|--|-------------------|
| TOTAL DESPESAS | 34.990,00 |
| Água, luz, telefone e internet | 6.720,00 |
| Aluguéis, condomínio, IPTU | 7.200,00 |
| Marketing e publicidade | 2.150,00 |
| Material de escritório | 650,00 |
| Treinamento e viagens | 1.200,00 |
| Manutenção e conservação | 3.800,00 |
| Depreciação | 10.570,00 |
| Remuneração do pessoal da administração e terceirização com encargos | 2.700,00 |
| TOTAL CUSTOS | 205.911,27 |
| Remuneração do pessoal da produção com encargos | 35.244,00 |
| Insumos | 129.867,27 |
| Embalagens | 40.800,00 |
| GASTO TOTAL (DESPESA + CUSTO) | 240.901,27 |

Fonte: os autores

Analisando o investimento, as projeções de receitas e gastos, pôde-se calcular o lucro no final do exercício social e ainda, segundo técnica de Bartolo (2004, p.1), o tempo de retorno sobre o investimento.

O investimento deve ser recuperado em aproximadamente 1 ano e 3 meses, e 25 dias.

Tabela 4: Tempo de retorno sobre o investimento

| | |
|--|-------------|
| Receita | 314.952,00 |
| Gastos (custos + despesas) | 205.911,27 |
| Lucro | 109.040,73 |
| Tempo de retorno sobre o investimento | 1,32 |

Fonte: os autores

Resolução CONAMA 335. Disponível em:
<<http://www.mma.gov.br/port/conama/res/res03/res33503.xml>> Acesso em: 15 out 2008.

4. CONCLUSÃO

Existe um mercado aberto e repleto de possibilidades a ser explorado pela Funeralplan; como se trata de um serviço inovador há desconhecimento da população, mas com informação esse “obstáculo” pode ser solucionado. Como em todo setor existe a concorrência, mas esta deixa grandes lacunas a serem preenchidas; Os produtos da Funeralplan podem ser oferecidos a qualquer pessoa, com variações de tipos e valores; podendo ampliar sua aceitação. E finalmente, poderá ter uma contabilidade eficiente e sadia, tendo como objetivo um bom retorno financeiro, com um pequeno tempo de pay back- retorno do investimento.

1. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANACLETO Et al. **A análise SWOT como ferramenta estratégica no diagnóstico prospectivo da produção de bromélias no litoral do Paraná.** Disponível em:
<http://www.admpg.com.br/2008/cadastro/artigos/emp/201.pdf> Acesso em: 18 out 2008.

BARTOLO Luis A. **PBF - Orçamento de Capital.** Disponível em:
<http://www.bertolo.pro.br/adminfin/pbf/capitalbudgeting.html> Acesso em: 18 out 2008.

Decreto COPAM 44309/06. Disponível em:
<http://www.amda.org.br/base/legislacao/licenciamentoambiental?strbusca=44309> Acesso em: 11 out 2008.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em:
<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1> Acesso em: 11 out 2008.