



FACULDADE ALFA UMUARAMA - FAU
CURSO DE TECNOLOGIA EM PROCESSOS GERENCIAIS

BRUNO HENRIQUE PINTO
MARCIO ROGERIO PEDRANGELO

EXPANSÃO DE NEGÓCIO EXTINTORES ESTRELA

UMUARAMA

2019

BRUNO HENRIQUE PINTO
MARCIO ROGERIO PEDRANGELO

EXPANSÃO DE NEGÓCIO EXTINTORES ESTRELA

Trabalho apresentado como requisito parcial para obtenção do Título de Tecnólogo em Processos Gerenciais, sob orientação do Professor Me. Alberi Antonio Daubermann.

UMUARAMA

2019

BRUNO HENRIQUE PINTO
MARCIO ROGERIO PEDRANGELO

EXPANSÃO DE NEGÓCIO EXTINTORES ESTRELA

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

Umuarama - PR, 04 de dezembro de 2019.

Prof. Me. Alberi Antonio Daubermann

Faculdade ALFA Umuarama

Professor Orientador

Prof. Dr. Clovis Aparecido Alves Palozzi

Faculdade ALFA Umuarama

Professor Convidado

Prof. Esp. Celso Ferrari Júnior

Faculdade ALFA Umuarama

Professor Convidado

DEDICATÓRIA

À Deus, pois acreditamos que a presença Dele nos guiou em todos os momentos.

Às nossas famílias, pois nos incentivaram nos momentos difíceis e nos deram suporte para a realização deste trabalho.

Aos nossos amigos, que nos estenderam suas valiosas mãos para nos ajudar nos momentos que mais precisávamos.

Aos orientadores, pela sabedoria, paciência e disposição na nossa orientação. Sem isso, este trabalho não seria possível.

AGRADECIMENTOS

Nossos agradecimentos especiais aqueles que dedicaram uma parte de seu valioso tempo para nos ajudar de alguma forma na elaboração de Trabalho de Conclusão de Curso. Dentre elas, destacamos:

- Escritório Júnior de Contabilidade (Anselmo).
- Supermercado Nossa Senhora Aparecida (Sr. João)
- Apoio de Arquitetura (Edson e Elson).
- Agência Pixel de Comunicação (Rogers).
- Extintores Âncora (Edilson).
- Gerson Amarildo de Oliveira (Subtenente do Corpo de Bombeiros).
- Giovani dos Santos Silva (Sicoob Arenito).

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Fachada da Empresa.....	20
Figura 02: Mapa dos municípios associados da AMERIOS.....	29
Figura 03: Extintor A.P. 10 l.....	32
Figura 04: Extintor ABC 04 kg.....	32
Figura 05: Extintor CO2 04 kg.....	32
Figura 06: Extintor CO2 06 kg.....	32
Figura 07: Extintor PQS 04 kg.....	33
Figura 08: Extintor PQS 06 kg.....	33
Figura 09: Extintor PQS 08 kg.....	33
Figura 10: Extintor PQS 12 kg.....	33
Figura 11: Ciclo de vida do produto.....	34
Figura 12: Logotipo da empresa.....	36
Figura 13: <i>Lay-out</i> da empresa.....	39
Figura 14: Organograma.....	42

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: Investimentos para implantação.....	44
Tabela 02: Mão-de-obra necessária.....	45
Tabela 03: Gastos fixos.....	46
Tabela 04: Custos de produtos.....	47
Tabela 05: Faturamento.....	48
Tabela 06: Impostos.....	49
Tabela 07:DRE.....	50
Tabela 08: Indicadores de previsão 1º ano de faturamento.....	51
Tabela 09: Indicadores de faturamento 2º ano.....	52
Tabela 10: TIR, TMA, <i>Payback</i> e VPL.....	53

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Área de ocupação comércio.....	26
Gráfico 02: Área de ocupação prestação de serviço.....	27
Gráfico 03: Área de ocupação comércio/prestação de serviço.....	27
Gráfico 04: Área de ocupação indústria.....	28
Gráfico 05: Resultado operacional do 1º ano de faturamento.....	51
Gráfico 06: Resultado operacional do 2º ano de faturamento.....	52

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas.
ACIU – Associação Comercial e Industrial de Umuarama.
AMA – Associação de Mães e Amigos dos Autistas.
AMERIOS – Associação dos Municípios de Entre-Rios.
AP – Água Pressurizada.
APADEVI – Associação dos Pais e Amigos dos Deficientes Visuais.
APAE – Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais.
ASSUMU – Associação de Assistência aos Surdos de Umuarama.
COFINS – Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social.
CREA-PR – Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Paraná.
DF – Distrito Federal.
DLAE – Dispensa de Licença Ambiental Estadual.
DRE – Demonstração do Resultado do Exercício.
IAP – Instituto Ambiental do Paraná.
ICMS – Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços.
INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia.
INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial.
ISS – Imposto Sobre Serviços.
MG – Minas Gerais.
NBR – Normas Brasileiras.
PIS – Programa de Integração Social.
PMU – Prefeitura Municipal de Umuarama.
PQS – Pó Químico Seco.
PR – Paraná.
RJ – Rio de Janeiro.
RS – Rio Grande do Sul.
SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.
SP – São Paulo.
TIR – Taxa Interna de Retorno.
TMA – Taxa Mínima de Atratividade.
VPL – Valor Presente Líquido.

GLOSSÁRIO

ABC – Extintor de pó químico (monofosfato de amônia) utilizado para extinguir fogo das classes A (madeira, papel, tecido, borracha), B (líquidos inflamáveis) e classe C (equipamentos elétricos).

AMERIOS – Associação de municípios da região noroeste do Paraná, dos quais fazem parte: Alto Paraíso, Alto Piquiri, Altônia, Brasilândia do Sul, Cafezal do Sul, Cidade Gaúcha, Cruzeiro do Oeste, Douradina, Esperança Nova, Francisco Alves, Icaraíma, Iporã, Ivaté, Jussara, Maria Helena, Mariluz, Nova Olímpia, Perobal, Pérola, São Jorge do Patrocínio, Tapejara, Tapira, Umuarama (sede) e Xambê.

B2B – abreviatura para a expressão em inglês “*business to business*” que em português significa “de empresa para empresa”.

CO2 – Dióxido de carbono. Utilizado na fase sólida em extintores móveis para extinguir fogo da classe B (líquidos inflamáveis) e classe C (equipamentos elétricos).

N2 – Nitrogênio. Gás sem cor, atóxico e não inflamável utilizado como propelente nos extintores móveis.

PVC – sigla em inglês para *polyvinil chloride*. É um plástico utilizado em diversos setores como indústria, saúde, etc.

Lay-out – termo da língua inglesa que significa disposição. É o arranjo físico de equipamentos, ferramentas, produtos dentro da empresa.

DRE – relaciona os fluxos de recebimentos gerados por uma empresa e os fluxos das despesas incorridas para produzir e financiar as suas operações.

TIR – taxa de desconto que iguala o valor presente dos fluxos de caixa futuros ao investimento inicial.

Payback – número de anos necessários para recuperar o investimento inicial.

VPL – método que objetiva calcular o valor presente de pagamentos futuros descontado uma taxa de custo de capital.

RESUMO

O objetivo principal deste trabalho foi verificar a viabilidade da expansão da empresa Extintores Estrela com a implantação da oficina para recarga de extintores. Foram realizados levantamentos junto aos órgãos municipais para verificar a quantidade de empresas que atuam nos ramos do comércio, indústria e prestação de serviços e também em escritório de administração de condomínios para se chegar ao número aproximado de edifícios comerciais e residenciais no município. Através dos números obtidos, foi possível dimensionar a quantidade de extintores que são recarregados mensalmente. Ao final do estudo foi possível verificar que o projeto é viável, pois a TMA foi de 23% e o retorno de 27% sobre o investimento, com *payback* em 39 meses, recomendando-se assim a implantação do mesmo.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
1 CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO	17
1.1 SETOR DE ATIVIDADE	18
1.2 FORMA JURÍDICA	18
1.3 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO	18
1.3.1 Âmbito Federal:	18
1.3.2 Âmbito Estadual.....	18
1.3.3 Âmbito Municipal	18
1.4 CAPITAL SOCIAL.....	19
1.5 FONTE DE RECURSOS	19
1.6 LOCALIZAÇÃO E INSTALAÇÃO.....	19
2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	21
2.1 ANÁLISE SWOT.....	21
2.1.1 Ambiente Interno	21
2.1.2 Ambiente Externo	22
2.2 ELEMENTOS DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.....	22
2.2.1 Missão	22
2.2.2 Visão.....	22
2.2.3 Valores	23
2.2.4 Objetivos.....	23
2.2.5 Estratégias.....	23
2.2.6 Metas.....	24
3 PLANO MERCADOLÓGICO	25
3.1 MERCADO	25
3.1.1 Segmentação do Mercado.....	28
3.1.2 Mercado Potencial	29
3.1.3 Mercado Fornecedor	29
3.1.4 Concorrência	30
3.1.5 Produtos e Serviços Oferecidos	31
3.1.6 Características do produto ou serviço	33
3.1.7 Estratégia do produto ou serviço	34
3.1.8 Ciclo de Vida do Produto	34

3.1.9	Estratégias de Comunicação Utilizadas na Divulgação.....	35
3.1.10	Canais de Distribuição a Serem Utilizados.....	35
3.1.11	Estratégia de Preços	36
3.1.12	Definição da Marca do Negócio e/ou Produtos/Serviços.....	36
3.1.13	Estratégias de Posicionamento/Imagem em Relação ao Mercado	37
4	PLANO OPERACIONAL	38
4.1	VOLUME DE PRODUÇÃO/ATENDIMENTO INICIAL	40
4.2	MATÉRIA-PRIMA	40
4.3	PLANO DE PESSOAL.....	41
4.4	ORGANOGRAMA.....	41
5	AVALIAÇÃO	43
6	CONCLUSÃO	45
7	REFERÊNCIAS.....	55
8	ANEXO B - CÓPIA DE DOCUMENTOS ELABORADOS POR TERCEIROS.....	59

INTRODUÇÃO

A prevenção e o combate a incêndios são assuntos que estão muito em voga ultimamente no Brasil, haja vista as grandes tragédias que ocorrem e a mídia apresenta de tempos em tempos. Como exemplo, há uma matéria do Jornal Correio Braziliense que relembra alguns incêndios recentes e mais antigos que ficaram marcados na história, que são: Centro de Treinamento do Flamengo (RJ), Janaúba (MG), Boate *Kiss* (RS), Museu Nacional (RJ), Edifício Joelma (SP), Edifício Andraus (SP), Canecão Mineiro (MG), *Gran Circo Norte Americano* (RJ), Renner (RS), Brasília *Palace Hotel* (DF), Chapada dos Veadeiros (DF).

Estas tragédias contribuíram para que o Brasil aprimorasse seu sistema de combate e prevenção, ocupando hoje posição de destaque mundial no que diz respeito às normas e ao preparo dos profissionais que combatem o incêndio, em especial as normas do Corpo de Bombeiros do Estado do Paraná, que é uma das mais rígidas do país.

Apesar de toda capacidade dos profissionais do combate ao fogo e das normas rígidas, muitas empresas não dão o devido valor na prevenção, ignorando de praxe o que exige a lei. Uma destas normas exige a recarga dos extintores de ano em ano nos estabelecimentos industriais, comerciais, prestadores de serviços, escolas, condomínios, etc.

A região de Umuarama possui muitas organizações empresariais e é atendida atualmente por apenas duas empresas de recargas de extintores da cidade. Esta falta de capacidade de atendimento abre espaço para que algumas empresas de outras cidades também prestem este serviço na região. Assim sendo, surge a necessidade de se estudar a viabilidade da implantação de uma nova oficina de recargas para suprir este vácuo deixado pelas empresas de Umuarama.

Nesse cenário, a Extintores Estrela, que já atua no mercado de prevenção e combate a incêndios há cinco anos comercializando produtos tais como: extintores, placas fotoluminescentes, alarmes de incêndio, material para rede de hidrantes entre outros, também realizando a instalação da rede de alarme de incêndio e rede de hidrantes, além de prestar serviços especializados como teste de rede de hidrantes e brigada de incêndio com seu corpo de prevenicionistas formado por um Bombeiro Militar aposentado e um Engenheiro de Segurança do Trabalho, pretende com este estudo analisar os investimentos necessários, capital de giro, TIR, *Payback*, etc., e,

assim, avaliar a viabilidade de expansão do seu leque de serviços nesta área auxiliando no cumprimento de sua missão.

1 CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

A empresa Extintores Estrela montará uma oficina de recarga de extintores na cidade de Umuarama-PR. Terá no seu quadro de funcionários, profissionais devidamente habilitados tecnicamente e a rapidez na execução e a qualidade dos serviços serão os diferenciais competitivos em relação aos concorrentes.

- Implantação
- Expansão/Modernização
- Novo produto

Razão Social J.C.PEDRANGELO E CIA LTDA

CNPJ 17.822.014/0001-93

Sócios:

Pessoa Física JUVITA COLTRO PEDRANGELO

CPF 705.959.849-91

Endereço RUA PARAÍBA, n° 5465

Telefone (44) 3055-4453

Pessoa Física ANSELMO LUIZ PEDRANGELO

CPF 832.515.109-91

Endereço RUA MIGUEL ANGELO REMOR, n° 2561

Telefone (44) 3622-1558

Para a instalação do novo processo a empresa deverá atender o que determina a portaria nº 206/2011, Item 6.1.1.4 do INMETRO.

Em relação ao Corpo de Bombeiros, os documentos necessários são: Memorial Simplificado de Prevenção a Incêndios e a Desastre e o Licenciamento Simplificado.

Em consulta ao IAP, a empresa foi considerada como baixo risco ambiental, portanto foi declarado o DLAE.

A PMU exige a alteração do Alvará já existente, para inclusão de nova atividade (informação verbal)¹.

1.1 Setor de atividade

Manutenção e reparação de máquinas e equipamentos de prevenção de incêndios, 33.14-7/10

1.2 Forma jurídica

A empresa se enquadra como Micro Empreendedor – ME, por apresentar faturamento anual de R\$ 305.000,00, ou seja, abaixo de R\$ 360.000,00 por ano exigidos para o enquadramento.

1.3 Enquadramento tributário

1.3.1 Âmbito Federal:

No âmbito das questões tributárias, o empreendimento atende aos requisitos que define o regime SIMPLES NACIONAL, com alíquota aproximada de 9% nas operações de serviços.

1.3.2 Âmbito Estadual

O Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços, ICMS, está incluso na alíquota do SIMPLES NACIONAL.

1.3.3 Âmbito Municipal

Ao âmbito municipal, o tributo incidente é o ISS, que também está incluso na alíquota do SIMPLES NACIONAL.

¹ Informação prestada por Débora Cristina de Paulo, Assistente Administrativo da Divisão de Alvará da Prefeitura Municipal de Umuarama.

1.4 Capital Social

A empresa já existe e este estudo se refere a uma ampliação da estrutura, incluindo um novo processo produtivo. Desta forma, o capital social considerado é aquele que consta no Contrato Social da empresa.

Nome do Sócio	Valor (R\$)	% de participação
Juvita Coltro Pedrangelo	15.000	75%
Anselmo Luiz Pedrangelo	5.000	25%

1.5 Fonte de recursos

A fonte de recursos para o processo de expansão será obtido através de financiamento junto à cooperativa SICOOB Arenito onde a empresa já possui conta corrente ativa. A linha de empréstimo será a de capital de giro, com juros de 1,94% a.m. A documentação necessária solicitada pela instituição é uma garantia real (propriedade) ou uma carta garantidora (Noroste Garantia), de fácil obtenção pela empresa.

1.6 Localização e instalação

A empresa Extintores Estrela está localizada atualmente na rua José Teixeira D'Ávila, nº 3698, Zona I, CEP: 87501-040, Umuarama-PR. É um local situado na região central da cidade e de fácil acesso, pois é uma rua de mão única o que possibilita fácil manobra para veículos que necessitam carregar ou descarregar produtos na empresa. Também possui pontos de referência, tais como o Colégio Adventista e a Creche Anjo da Guarda.



Figura 1: Fachada da Empresa.
Fonte: Agência Pixel Comunicação e Marketing (2019).

A nova atividade será executada no mesmo local onde a empresa já exerce suas atividades, pois há espaço suficiente para esta expansão e também para que a gestão possa se fazer presente, tornando os processos mais ágeis.

2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O objetivo do planejamento estratégico é definir uma direção para a empresa. E o processo de definição é tão importante quanto o plano. É um momento de reflexão, discussão, interação, de avaliação interna de forças e fraquezas, das oportunidades do mercado, do perfil da concorrência, da elaboração de planos e definição de objetivos e metas. (KAUFMAN, 2018).

No entendimento de Maximiano (2007, p. 134), “planejamento estratégico é o processo de estruturar e esclarecer os cursos de ação da empresa e os objetivos que deve alcançar”.

2.1 Análise SWOT

De acordo com Westwood (2007), a análise SWOT “faz as perguntas que lhe permitirão determinar se a sua empresa e o seu produto realmente serão capazes de satisfazer o seu plano e quais serão as limitações.”

SWOT é uma sigla em inglês dos termos *Strengths* (pontos fortes), *Weaknesses* (pontos fracos), *Opportunities* (oportunidades para o seu negócio) e *Threats* (ameaças para o seu negócio). Os pontos fortes e fracos, em geral, estão dentro da própria empresa, enquanto as oportunidades e as ameaças, na maioria dos casos, têm origem externa. (NAKAGAWA, 2019).

2.1.1 Ambiente Interno

Forças:

- Os gerentes da empresa são altamente qualificados na área de prevenção: Engenheiro de Segurança do Trabalho e Bombeiro Militar aposentado;
- Os gestores e funcionários já possuem experiência na atividade;
- Registro da empresa junto ao CREA-PR;
- Registro da marca junto ao INPI.

Fraquezas:

- Alta rotatividade de vendedores;
- Pouca quantidade de cascos próprios para recargas;
- Dificuldade de mão de obra especializada para recarregar extintores;
- Falta de ações pós-vendas.

2.1.2 Ambiente Externo

Oportunidades:

- Pouca concorrência, pois existe somente duas empresas de recargas de extintores na cidade para atender a área de abrangência que compreende a cidade de Umuarama e os municípios da AMERIOS;
- Excelente reputação da empresa, tradicional no ramo de atividade;
- Possibilidade de ampliar a carteira de clientes;
- Item de extrema necessidade em empresas, condomínios, etc.;
- Prestar serviços para empresas de extintores que não fazem recargas.

Ameaças:

- Alterações na legislação relacionadas a validade da recarga de extintor por parte do órgão fiscalizador (INMETRO);
- Empresas de outras cidades que fazem recarga na área de abrangência com preço abaixo do praticado no mercado;
- Baixo índice de recarga em alguns meses do ano (dezembro e janeiro) devido a diminuição da fiscalização por parte do Corpo de Bombeiros (Operação Praia).

2.2 Elementos do planejamento estratégico

2.2.1 Missão

Conforme Certo e Peter, (2010, p. 55), “Missão organizacional é uma declaração da razão pela qual a organização existe”, portanto, a Extintores Estrela tem como missão: “proporcionar aos clientes a solução de problemas relacionados à prevenção contra incêndios, com materiais de qualidade e serviços altamente qualificados.”

2.2.2 Visão

Segundo Pereira (2010, p. 88), “Visão é a imagem compartilhada daquilo que os gestores da organização querem que ela seja ou venha ser no futuro.” A empresa tem como visão: “ser referência na área de prevenção contra incêndios, proporcionando segurança e tranquilidade aos clientes.”

2.2.3 Valores

De acordo com Tiffany; Peterson (1998), apud Pereira (2010, p. 74), “São os valores que orientam – guiam – as atividades e as operações da organização, independentemente de seu porte.” Assim sendo, a Extintores Estrela tem como valores:

- Comportamento ético;
- Credibilidade;
- Busca de excelência tecnológica;
- Satisfação do cliente;
- Pontualidade.

2.2.4 Objetivos

“Os objetivos são importantes determinantes para o planejamento estratégico. Eles representam o fim que a empresa deseja atingir.” (LAS CASAS, 2010, p. 61).

Portanto, com a colaboração de todos os envolvidos, ou seja, fornecedores, clientes, colaboradores, gerentes, dentre outros, os objetivos traçados são os seguintes:

- Ser a maior e melhor empresa de recarga de extintores da área de abrangência até o final de 2025;
- Exportar produtos fabricados pela empresa a partir de 2025;
- Ser um centro de excelência em projetos na área de prevenção e combate a incêndios e também na área de alarme de incêndios a partir de 2025;
- Ser referência estadual em produtos e serviços relacionados à prevenção e combate a incêndios até o final de 2030.

2.2.5 Estratégias

- Através do bom relacionamento comercial dos dois gerentes na cidade de Umuarama, prospectar clientes. Também manter os que já fazem parte do portfólio através de visitas regulares;
- Buscar os pequenos fornecedores de extintores da cidade e região que fazem o serviço de recarga “à base de troca” em outras cidades para que sejam abastecidos pela empresa;

- Contratar 02 vendedores, sendo que 01 vendedor irá atender a cidade de Umuarama e o outro vendedor atenderá as rotas na AMERIOS;
- Participar de licitações públicas para fornecimento de recargas de extintores, haja vista que geralmente somente empresas que possuem certificado do INMETRO podem participar;
- Investir em qualidade e automação, através da participação em grandes feiras do ramo e a implementação de programas de excelência em qualidade e na obtenção de maquinário com tecnologia de ponta que irá proporcionar menor esforço e maior produtividade por parte dos colaboradores;
- Realizar treinamento “*in loco*” sobre o uso de extintores para funcionários das empresas atendidas;
- Apoiar palestras junto a ACIU que conscientizem os empresários sobre o assunto;
- Conscientização da sociedade do uso dos extintores através de treinamentos em escolas, creches e associações beneficentes (*Rotary*, APAE, AMA, ASSUMU, APADEVI).

2.2.6 Metas.

- Sair das atuais 100 recargas mensais “à base de troca” para 1.600 extintores mensalmente até o ano de 2022;
- Ter sede própria da empresa até o ano de 2025;
- Industrializar extintores com marca própria e outros produtos da área de atuação da empresa, tais com mangueiras de hidrante, tubos de pvc vermelho, placas fotoluminescentes, etc., a partir do ano de 2025;
- Ter equipe de profissionais projetistas na área de prevenção e combate a incêndios e também na área de alarme de incêndios a partir do ano de 2025.

3 PLANO MERCADOLÓGICO

Farley e Hulbert (1975) destacam que

Em grande parte, planejamento envolve toda a organização de *marketing* na coleta de dados corretos e relevantes e no seu processamento em forma útil. Sistemas que produzem ajustes contínuos ou periódicos dos planos - através de aprovação de ajustes táticos de preço para assegurar blocos de ordens adicionais, por exemplo - também requerem acesso rápido de muitos gerentes a dados relevantes e corretos a respeito de modificações a curto prazo em condições de concorrência e reações esperadas para tais mudanças.

Para Ricca (2005, p. 96), “o planejamento mercadológico envolve a organização sistemática de ações programadas para atingir os objetivos, no tempo e espaço, através do processo de análise, avaliação e seleção das oportunidades de mercado.”

3.1 Mercado

Kotler (1988, p. 31) explica que “o mercado é composto por consumidores potenciais que compartilham uma mesma necessidade ou desejo específico, dispostos e habilitados para fazer troca que satisfaça essa necessidade ou desejo.”

Atualmente, as normas do Corpo de Bombeiros exigem que as recargas de extintores sejam efetuadas anualmente ou quando houver a utilização do extintor, portanto, devido ser uma obrigação a ser cumprida por parte das empresas, a análise do mercado foi efetuada baseada em levantamento em campo dos dados.

A cidade de Umuarama possui aproximadamente 7.000 empresas entre indústria, comércio e prestação de serviço (informação verbal)². Devido a esta elevada quantidade, foram consideradas as empresas, conforme a área de ocupação, pertencentes na faixa entre 50 m² e 3000 m². Em pesquisa realizada junto a Divisão de Alvará da Prefeitura de Umuarama, foi levantado a quantidade de empresas comerciais, prestadoras de serviços, comerciais/prestadoras de serviços e as indústrias. Com a quantidade de empresas da pesquisa, foi efetuada uma relação de proporção com o total de empresas na cidade e se chegou a um valor de 17,10%. Em seguida foi estimado a quantidade e o tipo de extintor conforme a área de construção.

² Informação prestada por Paulo Leon Baraniuk, Coordenador da Casa do Empreendedor em Umuarama-PR.

Em relação aos prédios comerciais e residenciais, existe em torno de 260 prédios comerciais e residenciais (informação verbal)³. Com base nesta informação, foi estimado uma média de andares e a quantidade de extintores e tipos utilizados.

Foi utilizado como base calculo as seguintes proporções:

- Empresas até 250m² - 03 extintores (02 PQS 04Kg e 01 AP 10L);
- Empresas de 251m² até 500m² - 06 extintores (03PQS 04Kg, 02 AP 10L e 01 CO2 06Kg);
- Industrias – 220 extintores (154PQS 04Kg, 44 AP 10L e 22 CO2 06Kg, ou seja, 70% de PQS, 20% de AP e 10% de CO2);
- Edifícios com 06 pavimentos – 1,5 extintores por pavimento, sendo 70% de PQS, 20% de AP e 10% de CO2.

O gráfico 01 apresenta a quantidade de empresas comerciais conforme a área ocupada.

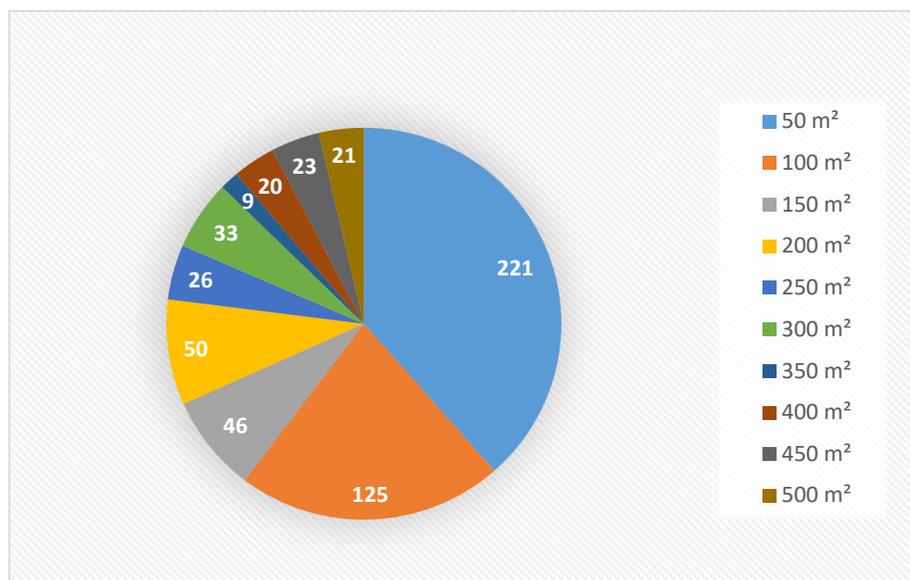


Gráfico 1: área de ocupação comércio.
Fonte: Parecer Técnico da P.M.U. (2019).

Como se pode observar, a imensa maioria das empresas utiliza espaço com até 50m² ou entre 50 e 100m² o que demanda um número menor de extintores, porém, são empresas mais receptivas à novos fornecedores.

³ Informação prestada por Thiago de Castro, gerente do Escritório de Administração de Condomínios União.

No gráfico 02 é possível fazer a mesma análise da quantidade de empresas de prestação de serviços, conforme a área de ocupada.

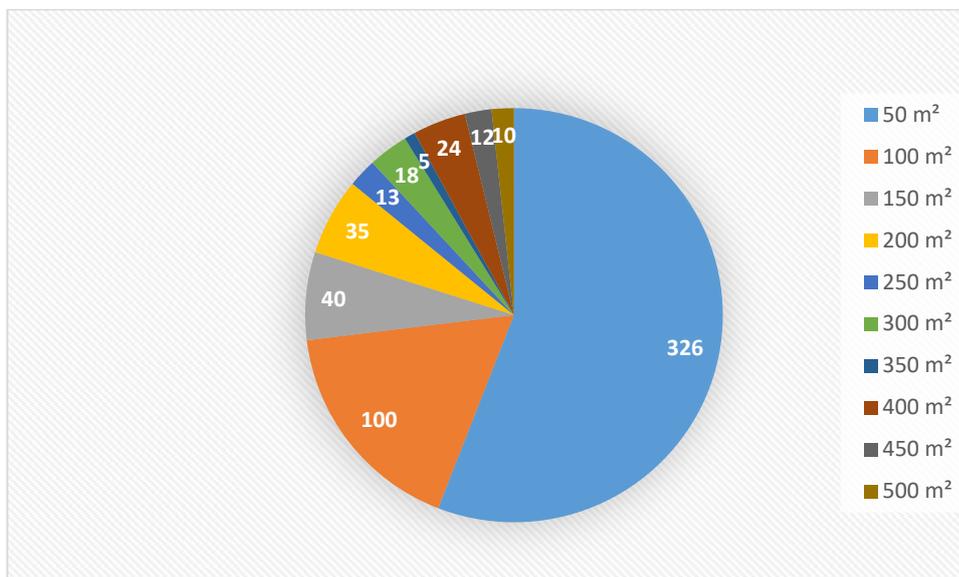


Gráfico 2: área de ocupação prestação de serviço.
Fonte: Parecer Técnico da P.M.U. (2019).

De maneira semelhante ao que apontou o resultado da pesquisa apresentado no gráfico 01, quando se analisa apenas as empresas comerciais, o perfil se mantém, como também é o caso das empresas somente de prestação de serviços, ilustrada no gráfico 02, de acordo com a área de ocupada.

O gráfico 03 apresenta a quantidade de empresas do comércio/prestação de serviço conforme sua área de ocupação.

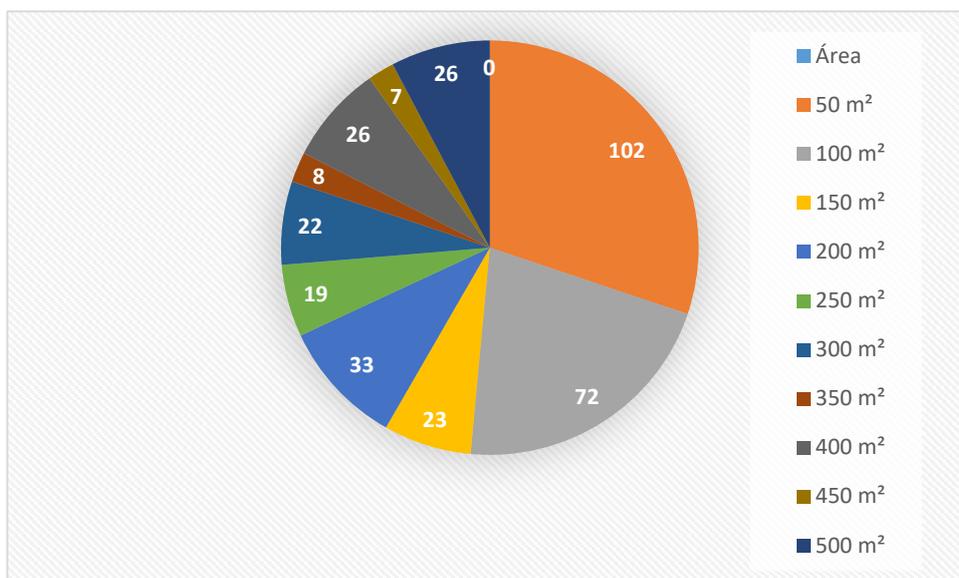


Gráfico 3: área de ocupação comércio/prestação de serviço.
Fonte: Parecer Técnico da P.M.U. (2019).

O gráfico 03 apresenta que mais de 50% das empresas de Comercio/Prestação de serviços possuem área até 100m². Com isso, o consumo de extintores deste público é menor.

O gráfico 04 apresenta a quantidade de empresas da indústria conforme sua área de ocupação.

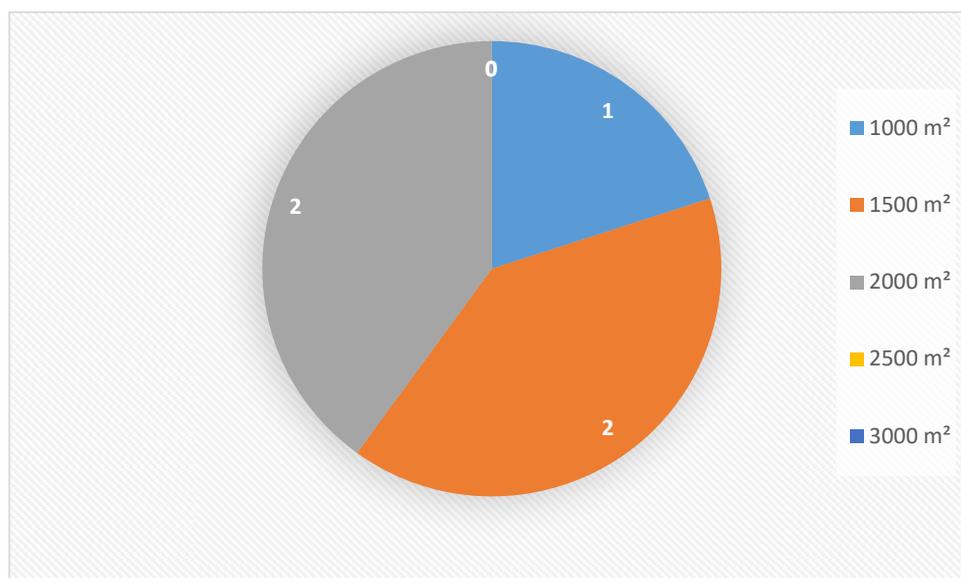


Gráfico 4: área de ocupação indústria.
Fonte: Parecer Técnico da P.M.U. (2019).

Como pode ser observado através do gráfico 4, não há indústria de grande porte na cidade de Umuarama. A quantidade de indústrias também é pequeno o que demanda um grande esforço para conseguir realizar serviços de recargas nessas empresas.

3.1.1 Segmentação do Mercado

Dias (2003, p. 20) sustenta que “o processo de segmentação de mercado utiliza sempre a pesquisa. Com ela, é possível que se chegue ao resultado do agrupamento desejado (segmento-alvo).”

A análise do mercado aponta para as seguintes subdivisões:

Geográfica: A área de atuação da empresa compreende o município de Umuarama (sede) e demais municípios da AMERIOS;

Atualmente, a empresa é atendida por fornecedores de Curitiba, do estado de Santa Catarina e de São Paulo que comercializam praticamente todos os produtos relacionados a combate a incêndio.

A princípio, serão adquiridos os materiais que vão dentro dos cilindros tais como: bicarbonato de sódio (pó químico seco), monofosfato de amônia (pó químico seco ABC), dióxido de carbono (CO₂) e nitrogênio (N₂) de empresas da cidade de Maringá - PR (a 150 km de Umuarama, PR), pois as mesmas já abastecem as empresas concorrentes na cidade. As peças acessórias que vão nos cilindros, tais como: lacres, tubos de alumínio, adesivos, manômetros etc., serão adquiridas em fornecedor de Curitiba que já atende a empresa com outros materiais de combate a incêndio.

3.1.4 Concorrência

Tavares (2010, p. 193) afirma que

Na perspectiva organizacional, a concorrência se dá sempre que duas ou mais organizações empenham-se na conquista de benefícios, parcerias, recursos ou clientes que não estejam igualmente disponíveis para ambas e que podem representar diferenciais competitivos.

As duas empresas concorrentes estão no mercado já a algum tempo e não investiram tanto na melhoria do atendimento quanto na qualidade, haja vista que há relatos por parte de clientes dos mesmos da pouca ou mesmo da falta de respeito no relacionamento comercial.

As formas de divulgação são praticamente inexistentes, pois os mesmos não possuem veiculação tanto na mídia tradicional quanto na virtual e também não possuem página na internet. A forma de divulgação que possuem são os adesivos com a marca da empresa que são obrigados a colocarem nos extintores por imposição do órgão fiscalizador e as etiquetas que caíram em desuso e não são mais obrigatórias.

Os preços praticados variam bastante, pois geralmente o preço praticado da recarga, por exemplo, de um extintor de Pó Químico Seco de 04 kg é de R\$ 30,00, no entanto, já houve caso em que o mesmo extintor foi comercializado por R\$ 18,00 e em outro caso por R\$ 40,00 conforme relato de clientes atendidos pela empresa.

A empresa “A” está a aproximadamente 15 anos no mercado e a “B” a aproximadamente 35 anos, portanto, são conhecidas devido ao tempo que atuam. Trabalham somente com a recarga de extintores, venda de extintores novos, placas de sinalização e mangueiras de hidrante.

O proprietário da empresa mais antiga (empresa B) é bem conhecido no meio comercial devido ao *network* conquistado durante os anos de serviços da empresa e através de atividades sociais. As duas empresas possuem vendedores comissionados que atuam em toda a área de abrangência. Muitas vezes uns sobrepõem as rotas dos outros o que gera alguns conflitos, conforme relato dos mesmos.

3.1.5 Produtos e Serviços Oferecidos

Frequentemente se diz que produtos são tangíveis, podem ser tocados, enquanto serviços são intangíveis, não podem ser tocados. Como ambos são resultado de processos de trabalho, a ideia de que produtos são bens materiais que podem ser tocados, criados a partir de matérias-primas, pode ajudar a entender a distinção, embora nem sempre haja algo concreto envolvido. (KRUMHEUER, 2016).

Esta nova atividade da empresa está voltada ao comércio de peças e serviço de reparos e recargas de extintores de A.P. 10 litros e 50 litros; PQS de 04 kg, 06 kg, 08 kg, 12 kg, 20 kg, 30 kg e 50 kg; Pó Químico ABC de 04kg, 06kg, 08 kg, 12kg, 30kg, 50 kg; CO2 de 04 kg, 06 kg e 10 kg. Também serão realizados testes hidrostáticos dos cascos dos extintores para verificar a sua resistência quando do vencimento e a troca de peças danificadas como manômetro e mangueiras.

Ilustrativamente, as figuras 3 a 10 mostram cada um dos modelos de extintores com os quais a empresa trabalha mais constantemente.



Figura 3: extintor A.P. 10l.
Fonte: autores (2019).



Figura 4: extintor ABC 04 kg.
Fonte: autores (2019).



Figura 5: extintor CO2 04 kg.
Fonte: autores (2019).



Figura 6: extintor CO2 06 kg.
Fonte: autores (2019).



Figura 7: extintor PQS 04 kg.
Fonte: autores (2019).



Figura 8: extintor PQS 06 kg.
Fonte: autores (2019).



Figura 9: extintor PQS 08 kg.
Fonte: autores (2019).



Figura 10: extintor PQS 12 kg.
Fonte: autores (2019).

3.1.6 Características do produto ou serviço

Kotler e Keller (2006, p. 366) definem que “produto é tudo o que pode ser oferecido a um mercado para satisfazer uma necessidade ou um desejo. São eles, serviços, experiências, pessoas, bens físicos, organizações e afins.”

As características dos extintores e do serviço realizado devem seguir à normas legais bem específicas. Segundo a norma NBR 15808:2017 da ABNT, os extintores em que são feitas as recargas são cilindros metálicos tipo aço carbono,

pintado na cor vermelha com tinta eletrostática, contendo: mangueira plástica (extintor de pó químico seco), mangueira de borracha (extintor de CO₂), válvula de latão, tubo sifão de PVC rígido, pino trava de aço bi cromatizado, lacre plástico e rótulo.

3.1.7 Estratégia do produto ou serviço

Kotler (2001) afirma que, quando a empresa consegue a satisfação dos interesses e das necessidades dos clientes, isso acaba se tornando algo que irá gerar lucratividade.

Embora exista uma legislação que regulamenta o setor, existe no mercado extintores de baixa qualidade, que apresentam vazamentos gerando a necessidade de retrabalho, aumentando assim os gastos e o risco de uma eventual falha do equipamento.

Qualidade: os serviços de recargas prestados pela Extintores Estrela envolvem não somente a recarga, como também a pintura dos cascos e serão realizados de forma que o extintor que for para o cliente tenha um aspecto de seminovo. Também deverá ter uma qualidade que evite vazamento dos gases pressurizados evitando assim nova troca dentro da garantia.

3.1.8 Ciclo de Vida do Produto

A respeito do conceito de ciclo de vida, Martins (2005, p. 73) entende que

O projeto do produto deve levar em consideração que todo produto tem um ciclo de vida, uns mais longos, outros mais curtos, outros ainda que já nascem com data prevista para ser retirado do mercado, isto é, com morte prevista.

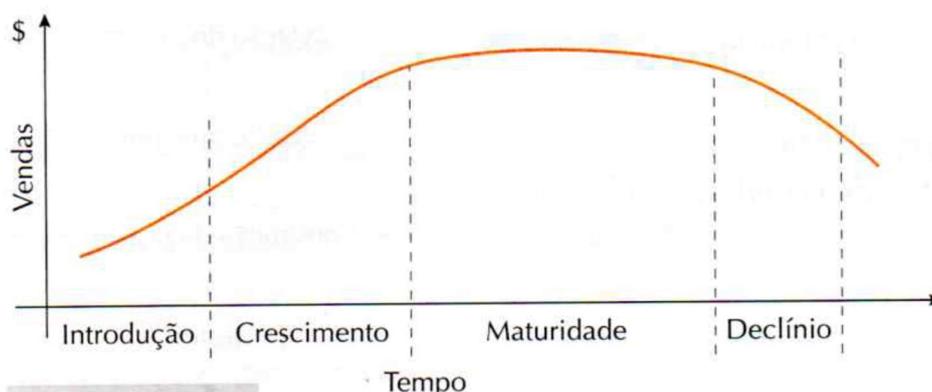


Figura 11: ciclo de vida do produto.

Fonte: Administração da Produção. Petrônio Garcia Martins (2005, p. 73).

A empresa se encontram na fase de crescimento, haja vista que iniciou suas atividades em 2014 com aproximadamente 15 recargas por mês e no momento se encontra com aproximadamente 100 recargas por mês sem contar com vendedores no seu quadro de funcionários, porém o ramo de atuação se encontra em fase de maturidade.

3.1.9 Estratégias de Comunicação Utilizadas na Divulgação

Na opinião de Kunsh (2003, p. 167), ele observa que:

As organizações modernas não podem se limitar apenas à divulgação dos seus produtos ou serviços. Necessitam se identificar perante um público consumidor cada vez mais exigente. A comunicação institucional deve agregar valor ao negócio das organizações e contribuir para criar um diferencial no imaginário dos públicos.

Atualmente as mídias sociais são as que têm um maior alcance no mais variado público, portanto, será contratada uma empresa na área de *marketing* digital para administrar as redes sociais que a empresa já possui em funcionamento (*Facebook, Google*) como também implementar outras tais como *Instagram, Blog, etc.*

Folders serão entregues em locais estratégicos (empresas, indústrias e condomínios), exposição da marca em eventos do público alvo (comércio, indústria), prospecção de clientes através de visitas dos proprietários da empresa. A divulgação em rádio num primeiro momento não será utilizada, pois já foi utilizada no início das atividades e não se obteve o resultado desejado.

3.1.10 Canais de Distribuição a Serem Utilizados

Saim et al (2005) salienta que os canais de distribuição poder ocorrer de diversas formas, tais como, pela venda direta de vendedores, de distribuidores, a revenda, também as franquias e *telemarketing*, pela *internet*, como ainda a venda de um produto atrelado a outro.

O acesso da empresa aos clientes se dará pelo atendimento de vendedores preparados e/ou a manifestação do cliente pelo telefone, *e-mail* ou redes sociais. Feito o contato a empresa irá retirar o extintor danificado ou vazio levando até a empresa para a manutenção. Após os equipamentos estarem prontos, o entregador se dirige até o cliente para a entrega e instalação no local apropriado.

3.1.11 Estratégia de Preços

Os preços no ramo de recarga de extintores são bem complexos, pois a maioria das empresas não pratica um único preço ou mesmo próximo. Trabalham dependendo da ocasião, havendo uma variação de até 40% nos preços para cima ou para baixo.

A empresa terá um preço tabelado com a média de venda do mercado e não haverá variação de preço dependendo do cliente, porém poderão ocorrer variações em licitações e grandes negociações, pois são situações onde há geralmente uma grande quantidade de produtos envolvidos.

Beulke (2006, p. 7) afirma que “nos dias atuais, a questão está mais centrada em definir qual é o custo que constitui o piso do preço e qual o elemento a considerar na avaliação do desempenho.”

As formas de pagamento serão em dinheiro, no boleto bancário em até 3x ou ainda no cartão de débito/crédito à vista.

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

Para Kotler (2006, p. 269) “as marcas identificam a origem ou o fabricante de um produto e permitem que os consumidores – sejam indivíduos ou organizações – atribuam a responsabilidade pelo produto a determinado fabricante ou distribuidor.”

A marca “Extintores Estrela” já tem um posicionamento focado na qualidade e segurança de seus clientes, com uma grande credibilidade do mercado por haver sócios que são especialistas no ramo em que atuam. A logomarca da empresa é moderna e de fácil memorização, o que facilita na hora do cliente escolher a empresa para a prestação de serviço.



Figura 12: Logotipo da empresa.
Fonte: Agência Pixel Comunicação e Marketing (2017).

Como pode ser visto, o símbolo é uma estrela de 5 pontas com um extintor vazando a imagem, ou seja, quem olhar somente a imagem, subconscientemente vai associar a imagem ao nome, que é de fácil assimilação, pronúncia e escrita. O nome Estrela foi escolhido, por trazer muitos significados intrínsecos, por exemplo, a estrela significa orientação: antigamente os navegadores se orientavam pelas estrelas nas suas navegações. Também transmite conquistas, vitórias: quando uma equipe conquista algum título, este é representado por uma estrela acima do seu escudo. Ou também qualidade: algumas empresas são avaliadas conforme sua qualidade em número de estrelas.

3.1.13 Estratégias de Posicionamento/Imagem em Relação ao Mercado

Kotler (2006, p. 305) salienta que “posicionamento é a ação de projetar o produto e a imagem da empresa para ocupar um lugar diferenciado na mente do público-alvo.”

A empresa irá atuar de forma séria e focada na conscientização da população a importância dos extintores de incêndio. Trabalhará com um quadro enxuto de funcionários de forma a tornar os serviços mais ágeis, sem deixar de prezar pela qualidade.

4 PLANO OPERACIONAL

Quando os objetivos estão definidos, para a sua realização determinamos as atividades a serem efetuadas e também os recursos que estas atividades exigirão. (MAXIMIANO, 2007).

Para a montagem da oficina de recarga de extintores, a empresa já dispõe de estrutura física contendo um salão comercial em alvenaria com 250,00 m², localizado na Rua José Teixeira D'Ávila nº 3698, na cidade de Umuarama, PR. O *layout* da disposição dos equipamentos, bancadas e móveis constam na figura 13.

Os pedidos de recargas que chegarem através dos vendedores, pelo contato direto do cliente com a empresa ou ainda através de licitações que a empresa for vencedora serão coletados e encaminhados para o setor de produção o qual fará a separação dos tipos dos extintores a serem recarregados, a sua contagem e destinados ao local específico na empresa para os procedimentos técnicos (pesagem, pintura, troca de pó químico, recarga de dióxido de carbono, etc.).

Em seguida serão feitas a etiquetagem com o selo do INMETRO e o adesivo da empresa constando o tipo de extintor (Água Pressurizada, Pó Químico Seco, CO₂). Terminado este processo, os extintores recarregados com a validade renovada para 01 ano serão encaminhados para o carregamento e transporte até a empresa que solicitou a recarga ou ficará à disposição para a retirada do cliente.

A empresa possui atualmente 01 caminhonete *pick-up* para o transporte de extintores, mas com a implantação da oficina, será necessária mais 01 caminhonete para poder atender a demanda. Não será necessário adquirir veículos maiores, pois os clientes que fazem recarga “à base de troca” trazem os extintores em carro próprio.

O espaço físico da empresa está representado na figura 13. É possível identificar a parte utilizada atualmente que conforme a legenda está em branco e o espaço que será destinado à nova produção está em verde claro.

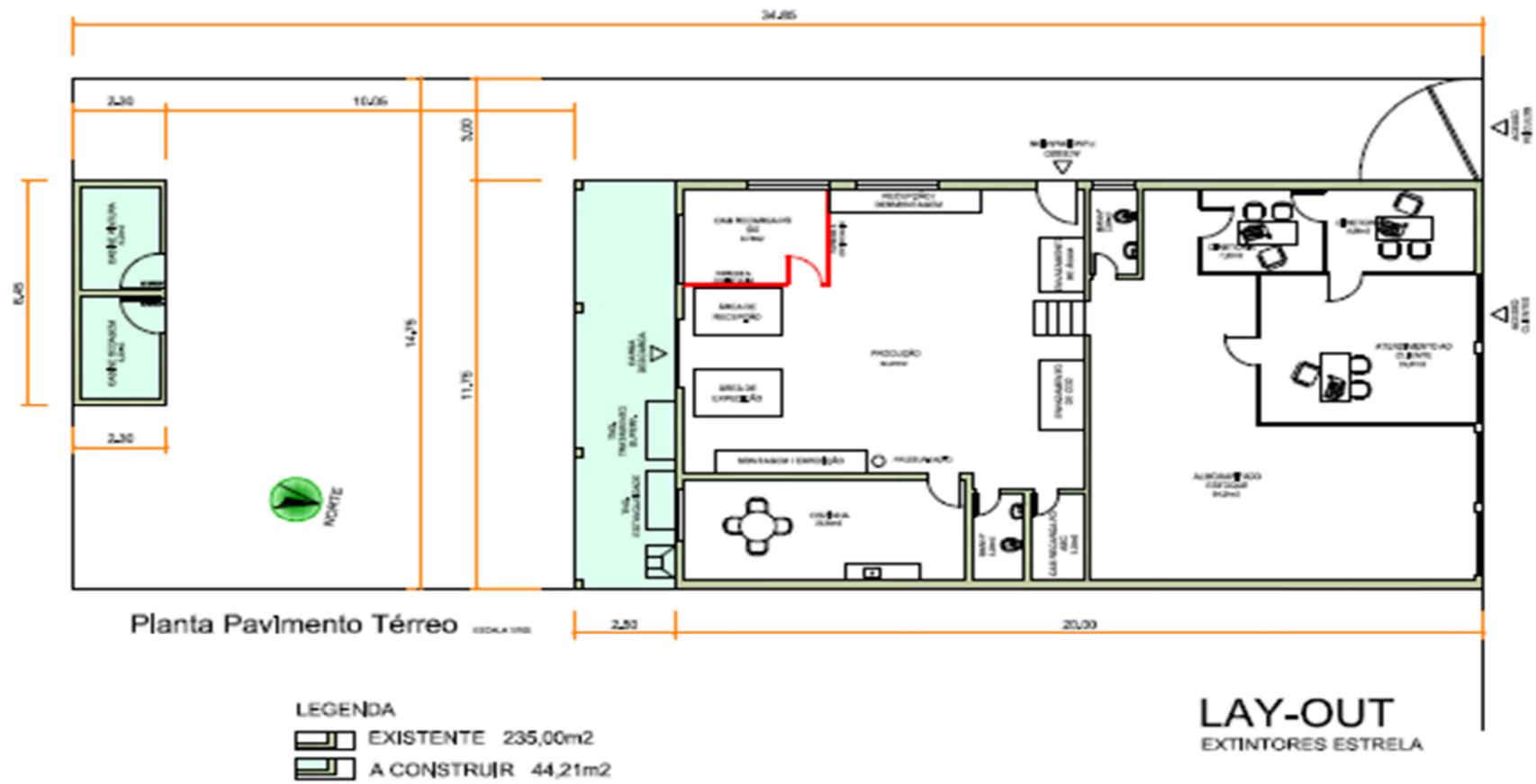


Figura 13 – Lay-out da empresa.
Fonte: Apoio Arquitetura (2019).

A área ocupada hoje é a que está em branco e totaliza 235,00 m² e o espaço a ser ocupado pela nova atividade é o que está em verde claro e totaliza 44,21 m². A soma das duas áreas terá um total de 279,21 m².

4.1 Volume de produção/atendimento inicial

A previsão inicial de recargas será de 400 unidades no primeiro mês e 700 unidades até o final do primeiro ano. Até o final do segundo ano está previsto um aumento para 1.100 unidades/mês e até o final do terceiro ano a previsão é da recarga de 1.600 unidades/mês.

4.2 Matéria-Prima

A matéria prima principal será constituída de bicarbonato de sódio (pqs), dióxido de carbono (CO₂) e monofosfato de amônia (pó ABC). Também haverá cilindros de nitrogênio (N₂) que serve como gás expelente.

O CO₂ é comercializado em cilindros de 25 kg ao preço de R\$ 5,00/kg. A mesma empresa fornece o N₂, usado como gás expelente, em cilindros de 6,6 m³ ao preço de R\$ 15,00/ m³. Os cilindros são locados ao preço de R\$ 35,00/mês. A empresa fornecedora vem a Umuarama uma vez por semana, geralmente às quartas-feiras.

O bicarbonato de sódio é vendido em barricas de 50 kg ao preço de R\$ 1,50/kg. O monofosfato de amônia também é vendido em barricas de 50 kg ao preço de R\$ 3,50/kg. Não há uma quantidade mínima para o envio dos produtos.

As peças acessórias, tais como: lacres, manômetros, adesivos vão depender do tipo de extintor e das peças que vão ter necessidade de reposição, no entanto, pela experiência de outras empresas do ramo de recargas de extintores, cada extintor de PQS ou ABC tem um gasto aproximado de R\$ 3,00. Já o de CO₂ tem um gasto aproximado com peças em torno de R\$ 5,00.

Para o início da produção, considerando que serão 400 unidades, sendo a proporção, conforme experiência de mercado, de 65% de PQS 04 kg, 15% de A.P., 10% de CO₂ 06 kg e 10% ABC 04 kg, teremos um consumo de aproximadamente 780,00 kg de bicarbonato de sódio; 180,00 kg de dióxido de carbono e 120,00 kg de

monofosfato de amônia. O N2 tem um consumo de aproximadamente 01 cilindro de 3,00 m³ para cada 60 extintores, portanto, teremos um consumo inicial de 05 cilindros.

4.3 Plano de Pessoal

Conforme afirma Chiavenato (2009, p. 155), plano de pessoal é “o processo de decisão dos recursos humanos necessário para atingir os objetivos organizacionais, em determinado período de tempo.”

Assim sendo, a oficina de recargas da empresa contará com 01 responsável pela manutenção que é um funcionário que deve ficar em tempo integral na oficina conforme norma do INMETRO. Também junto a este funcionário, haverá o ajudante de manutenção, que o auxiliará na execução dos serviços e estará sob sua responsabilidade. Estes funcionários executarão todo o processo da recarga, ou seja, desde o recebimento do cilindro na oficina, sua manutenção e o carregamento para o transporte. A remuneração do responsável pela manutenção, por ser uma atividade de muita responsabilidade e tempo integral na oficina, é em torno de R\$ 2.500,00. O ajudante de manutenção receberá uma remuneração de R\$ 1.300,00.

Haverá ainda na empresa 02 vendedores que trabalharão com uma remuneração fixa de R\$ 1.750,00 mais as comissões.

A empresa conta com 02 gerentes, que exercem as funções administrativas e financeiras.

4.4 Organograma

Sobre organograma, Chiavenato (2001, p. 251) explica que “é o gráfico que representa estrutura formal da empresa.” Para a montagem da oficina de recarga de extintores, a figura 14 apresenta o organograma das funções:

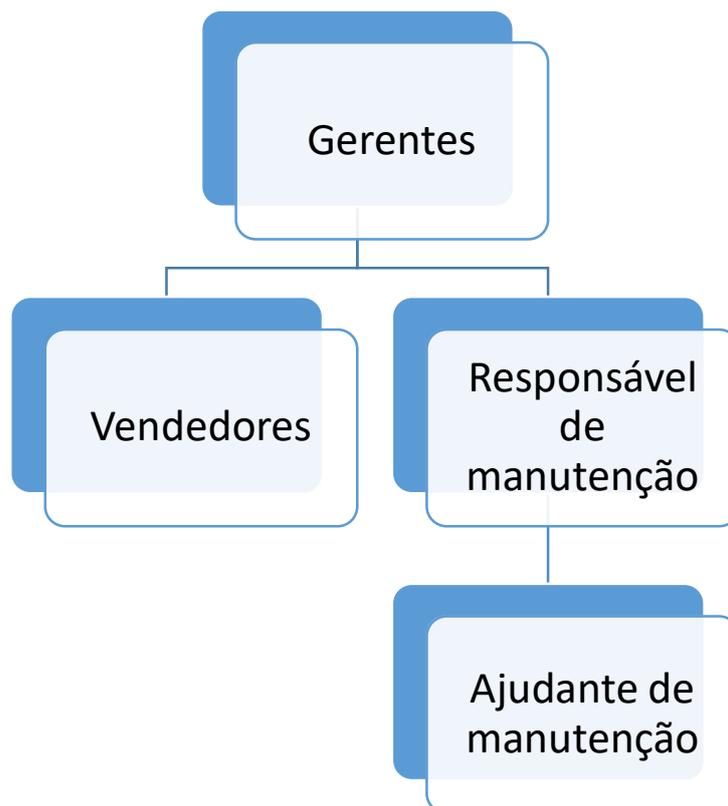


Figura 14 – Organograma da empresa.
Fonte: Autores (2019).

Como a empresa já existe, a gestão será compartilhada, pois, em conjunto com os produtos e serviços nas áreas de alarme de incêndio, rede hidráulica, mangueiras de hidrantes, sinalização de segurança entre outros, se somará o serviço de recargas de extintores.

5 AVALIAÇÃO

Para Groppelli (2006, p. 319) “planejamento financeiro é o processo por meio do qual se calcula quanto de financiamento é necessário para se dar continuidade às operações de uma companhia e se decide quando e como a necessidade de fundos será financiada.”

INVESTIMENTOS FÍSICOS PARA IMPLANTAÇÃO					
DISCRIMINAÇÃO	QUANTIDADE	VALOR R\$	TOTAL R\$	DEPRECIÇÃO (% e R\$)	
Imóveis			R\$ 15.000,00	4,0%	R\$ 600,00
Reforma da sala	1	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 400,00	
Instalação Hidraulica	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 120,00	
Instalação elétrica	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 80,00	
Máquinas e Equipamentos			R\$ 78.085,00	10,0%	R\$ 7.808,50
Cabine 1,40x1,40 coletora de pintura eletrostatica exaus e pist.	1	R\$ 25.000,00	R\$ 25.000,00	R\$ 2.500,00	
Processador a vacuo tomake	1	R\$ 14.750,00	R\$ 14.750,00	R\$ 1.475,00	
Conjunto multiteste hidrostático bomba-bureta-camisa-talha	1	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 1.000,00	
Conjunto de jateamento alta/baixa pressão	1	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 700,00	
Compressor alta pressão 40pés	1	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 600,00	
Compressor turbo ar alta pressão 30pés	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 500,00	
Trasferidor de CO2	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 500,00	
Balança digital capacidade 200kg divisão 20g	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 80,00	
Desumidificador	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00	R\$ 70,00	
Termohigrometro	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 3,00	
Morsa de bancada n°07	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 10,00	
Chave soquete	5	R\$ 30,00	R\$ 150,00	R\$ 15,00	
Suporte-carrinho de barrica	2	R\$ 30,00	R\$ 60,00	R\$ 6,00	
Bancada de parede	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 30,00	
Dispositivo de enchimento de extintores de agua	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 20,00	
Morsa de coluna imobilizadora	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 50,00	
Chave de soquete para extintor de alta pressão	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 15,00	
Varal para ensaio de baixa pressão-bancadas-4 cestas	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 30,00	
Conjunto adaptadores para teste hidrostático	19	R\$ 15,00	R\$ 285,00	R\$ 28,50	
Manometro reto 100mm escala 0 a 40 kg	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 8,00	
Manometro reto 100mm escala 0 a 350 kg	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 8,00	
Manometro reto 100mm escala 0 a 70kg	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 8,00	
Forno de sacagem interna	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 40,00	
Torquimetro gedore	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 30,00	
Paquimetro	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 10,00	
Cronometro	1	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 7,00	
Calibrador de rosca 3/4	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 50,00	
Macho 3/4	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 15,00	ao ano
Móveis e Utensílios			R\$ 10.830,00	10,0%	R\$ 1.083,00
Morsa de bancada n°08	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 15,00	
Morsa de bancada n°05	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 15,00	
Vira macho	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 8,00	
Conjunto cocinete rosca 9/16	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 10,00	
Dispositivo de medir sifão	1	R\$ 70,00	R\$ 70,00	R\$ 7,00	
Dispositivo de ensaio valvula de alivio	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 8,00	
Basculante ensaio hidrostático	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 20,00	
Armario com 28 caixinhas	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 20,00	
Dispositivo para ensaio indicadores de pressão	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 15,00	
Alicate de corte de tubo sifão	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00	R\$ 3,00	
Regulador de alta pressão nitrogenio	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 50,00	
Manometro escala 0 a 28kg classe A	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 8,00	
Varal multiteste nitrogenio	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 15,00	
Bancada aramada	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 15,00	

Tanque para ensaio pneumático	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 20,00	
Adaptadores de ensaio pneumático	3	R\$ 100,00	R\$ 300,00	R\$ 30,00	
Bancada punção	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 15,00	
Mesa de bancada 2,00x0,90m altura 95cm	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 20,00	
Bancada teste de condutividade	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 10,00	
Tanque de microvazamento 1,20x0,80 500L	2	R\$ 150,00	R\$ 300,00	R\$ 30,00	
Mesa de bancada 2,00x0,90m altura 88cm 16gavetas	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 25,00	
Carrinhos transporte de extintor 0,76x1,00	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00	R\$ 40,00	
Bancada de parede 2,30 x0,60x0,90	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 30,00	
Bancada de parede 3,00x0,60x0,80	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 35,00	
Basculante CO2 para 01 cilindro	1	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 9,00	
Basculante CO2 para 03 cilindro	1	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 45,00	
Balança digital capacidade 50kg divisão 10g	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00	R\$ 70,00	
Gaiola para enchimento CO2	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 30,00	
Bancada de metal 0,60x1,20x0,86 altura	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 25,00	
Regulador de pressão	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 25,00	
Queimadores para forno	3	R\$ 1.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 300,00	
Escorredor de pintura interna	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 30,00	
Porta para forno 1,40x2,30 altura 2,20	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 50,00	
Armário 1,97 altura: 1,86 largura; 0,45 fundo; metálico	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 20,00	
Armário vestiário 6 portas	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 15,00	
Informática, som e vídeo			R\$ -	20,0%	R\$ -
		R\$ -	R\$ -	R\$ -	
Veículos				20,0%	R\$ 9.000,00
Pick-up Strada	1	R\$ 45.000,00	R\$ 45.000,00	R\$ 9.000,00	
Documentação			R\$ 1.200,00		
Licença sanitária	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00		
Vistoria bombeiros	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00		
Licença INMETRO	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00		
Licença IAP	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00		
Franquia			R\$ -		
			R\$ -		
Outros investimentos			R\$ -		
			R\$ -		
TOTAL DE INVESTIMENTOS PARA IMPLANTAÇÃO			R\$ 105.115,00	R\$	1.540,96

Tabela 01: investimentos para implantação.

A tabela 01 demonstra todo o investimento necessário para a implantação da unidade de recargas de extintores na empresa Extintores Estrela, que totaliza uma quantia de R\$ 105.115,00, composta de imóveis com custo de R\$ 15.000,00, máquinas, equipamentos, móveis e utensílios com custo de R\$ 88.915,00, Documentação R\$ 1.200,00.

MÃO-DE-OBRA NECESSÁRIA			
CARGO/FUNÇÃO	QUANTIDADE	SALÁRIO (R\$)	Com ENCARGOS de 37,56%
Vendedores	2	R\$ 1.750,00	R\$ 4.814,60
Responsável de manutenção	1	R\$ 2.500,00	R\$ 3.439,00
Auxiliar de manutenção	1	R\$ 1.300,00	R\$ 1.788,28
		R\$ -	R\$ 0,00
		R\$ -	R\$ 0,00
		R\$ -	R\$ 0,00
		R\$ -	R\$ 0,00
Total Gastos com Mão-de-Obra			R\$ 10.041,88
Retirada dos Sócios		Pro Labore (R\$)	Com ENCARGOS de 11%
Sócio 1		R\$ 2.000,00	R\$ 2.220,00
Sócio 2		R\$ 2.000,00	R\$ 2.220,00
			R\$ 0,00
Total Retirada Sócios			R\$ 4.440,00
Total de gastos com mão-de-obra			R\$ 14.481,88

Tabela 02: Mão de obra necessária.

A empresa terá 4 colaboradores e 2 sócios proprietários. O gasto total com funcionários mensal será R\$10.041,88 com os encargos já calculados conforme a tabela acima. Os sócios terão um pró-labore de R\$2.220,00 mensal com encargos, que poderá ocorrer alterações conforme o desempenho financeiro anual da empresa.

GASTOS FIXOS	
DISCRIMINAÇÃO	SALÁRIO (R\$)
Mão-de-Obra + Encargos	R\$ 10.041,88
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	R\$ 4.440,00
Depreciação Mensal	R\$ 1.540,96
Despesas com veículos	R\$ 2.300,00
Energia elétrica	R\$ 500,00
Material de expediente e consumo	R\$ 100,00
Produtos de limpeza	R\$ 50,00
Propaganda e publicidade	R\$ 100,00
Telefone	R\$ 100,00
Software gerencial	R\$ 200,00
Alimentação	R\$ 720,00
Parcela de Financiamento	R\$ 5.864,48
Inadimplência	R\$ 100,00
Total com Gastos Fixos	R\$ 26.057,32

Tabela 03: Gastos fixos.

A tabela 03 é um demonstrativo de todos os gastos fixos mensais, sendo os maiores custos nos itens: mão-de-obra mais encargos, retirada dos sócios (Pró-Labore), e despesas com veículos, O total da mão-de-obra necessária da empresa mais a retirada dos sócios terá o custo de R\$ 14.481,88.

Produto Fabricado	Quantidade	Custos Diretos por Unidade				Custos Indiretos	Custo Total	Custo Unitário
		Mão de Obra	Materiais	Outros	Total Diretos			
Extintor AP (água pressurizada) 10litros	240	R\$ -	R\$ 3,10	R\$ -	R\$ 744,00	R\$ 37,80	R\$ 781,80	R\$ 3,26
Extintor PQS(Pó químico seco) 04kg	832	R\$ -	R\$ 9,00	R\$ -	R\$ 7.488,00	R\$ 380,42	R\$ 7.868,42	R\$ 9,46
Extintor PQS(Pó químico seco) 06kg	105	R\$ -	R\$ 12,00	R\$ -	R\$ 1.260,00	R\$ 64,01	R\$ 1.324,01	R\$ 12,61
Extintor PQS(Pó químico seco) 08kg	51	R\$ -	R\$ 15,00	R\$ -	R\$ 765,00	R\$ 38,87	R\$ 803,87	R\$ 15,76
Extintor PQS(Pó químico seco) 12kg	52	R\$ -	R\$ 21,00	R\$ -	R\$ 1.092,00	R\$ 55,48	R\$ 1.147,48	R\$ 22,07
Extintor ABC 04Kg	160	R\$ -	R\$ 17,00	R\$ -	R\$ 2.720,00	R\$ 138,19	R\$ 2.858,19	R\$ 17,86
Extintor CO2 (Gás carbonico) 04kg	16	R\$ -	R\$ 21,00	R\$ -	R\$ 336,00	R\$ 17,07	R\$ 353,07	R\$ 22,07
Extintor CO2 (Gás carbonico) 06kg	144	R\$ -	R\$ 29,00	R\$ -	R\$ 4.176,00	R\$ 212,16	R\$ 4.388,16	R\$ 30,47
Totais					R\$ 18.581,00	R\$ 944,00	R\$ 19.525,00	

Tabela 04: Custos de produtos.

Os valores apresentados na tabela 04 demonstram o custo de produção de cada extintor recarregado. Ex: Extintor AP 10 litros custará R\$3,10 de materiais a unidade produzida.

Descrição do Produto ou Serviço	Estimativa de Custos			Estimativa de Receita	
	Quantidade e Vendida	Custo Unitário	Custo da Mercadoria (com impostos)	Preço de Venda Unitário	Faturamento
Extintor AP (água pressurizada) 10litros	240	R\$ 3,26	R\$ 793,13	R\$ 30,00	R\$ 7.200,00
Extintor PQS(Pó químico seco) 04kg	832	R\$ 9,46	R\$ 7.982,52	R\$ 30,00	R\$ 24.960,00
Extintor PQS(Pó químico seco) 06kg	105	R\$ 12,61	R\$ 1.343,21	R\$ 40,00	R\$ 4.200,00
Extintor PQS(Pó químico seco) 08kg	51	R\$ 15,76	R\$ 815,52	R\$ 50,00	R\$ 2.550,00
Extintor PQS(Pó químico seco) 12kg	52	R\$ 22,07	R\$ 1.164,12	R\$ 60,00	R\$ 3.120,00
Extintor ABC 04Kg	160	R\$ 17,86	R\$ 2.899,63	R\$ 40,00	R\$ 6.400,00
Extintor CO2 (Gás carbonico) 04kg	16	R\$ 22,07	R\$ 358,19	R\$ 80,00	R\$ 1.280,00
Extintor CO2 (Gás carbonico) 06kg	144	R\$ 30,47	R\$ 4.451,79	R\$ 90,00	R\$ 12.960,00
Totais			R\$ 19.808,11		R\$ 62.670,00

Tabela 05: Faturamento.

Os valores apresentados na tabela 05 demonstram o faturamento previsto para a empresa ao final do ano de 2022, que consiste em 1.600 unidades/mês. Os valores de venda estão especificados na coluna preço de venda unitário, exemplo: extintor AP terá o preço de venda em R\$30,00, calculados de acordo com o material utilizado e valor praticado no mercado.

IMPOSTOS		Gera crédito?
Incidentes sobre a compra da mercadoria para revenda ou uso na prestação do serviço		%
PIS/COFINS	1,45%	Não
ICMS		Não
IPI		Não
Incidentes sobre a venda da mercadoria ou na prestação do serviço		%
SIMPLES		9%

Tabela 06: Impostos.

Os índices apresentados na tabela 06 correspondem a 1,19% de COFINS, mais 0,26% de PIS, totalizando 1,45%. O SIMPLES tem uma alíquota de 9% para a atividade.

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO		
DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%
RECEITA DE VENDAS	R\$ 62.670,00	100,00%
Vendas de produtos ou prestação de serviços	R\$ 62.670,00	100,00%
Outros	R\$ -	0,00%
(-) DEDUÇÕES E ABATIMENTOS	R\$ 5.640,30	9,00%
Impostos s/ vendas (ICMS ou ISS,CONFINS, PIS),	R\$ 5.640,30	
Vendas anuladas e descontos concedidos.	R\$ -	
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	R\$ 57.029,70	91,00%
(-) CUSTOS OPERACIONAIS	R\$ 19.808,11	
CMV - Custo Mercadoria Vendida ou CSP Custo do serviço prestado	R\$ 19.808,11	
Outros	R\$ -	
LUCRO BRUTO	R\$ 37.221,59	59,39%
(-) GASTOS FIXOS OPERACIONAIS	R\$ 26.057,32	
(+) OUTRAS RECEITAS OPERACIONAIS	R\$ -	
Receitas financeiras		
Aluguéis		
Outras		
LUCRO ou PREJUÍZO OPERACIONAL	R\$ 11.164,27	17,81%
(+) RECEITAS NÃO OPERACIONAIS	R\$ -	
Ganhos em transações com ativo permanente (venda de veículos, móveis, etc.)	R\$ -	
Outras receitas não operacionais (juros recebidos, etc.)	R\$ -	
(-) DESPESAS NÃO OPERACIONAIS	R\$ -	
Perdas em transações com ativo permanente	R\$ -	
Outras despesas não operacionais	R\$ -	
RESULTADO ANTES DA PROVISÃO PARA IMPOSTOS	Aliquota R\$ 11.164,27	17,81%
(-) Provisão para Imposto de Renda	R\$ -	
(-) Provisão para Contribuição Social sobre o Lucro Líquido	R\$ -	
RESULTADO APÓS IR e CSSL	R\$ 11.164,27	17,81%
Participações (distribuição de lucros)		
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$ 11.164,27	17,81%

Tabela 07: DRE.

A tabela 07 é o DRE da empresa, e simula as movimentações financeiras, demonstrando que terá um lucro líquido de R\$ 11.164,27, o que representa 17,81% de toda a receita de vendas.

DESEMPENHO													Total
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	
Start up	25,00%	26,69%	28,37%	30,06%	31,75%	33,44%	35,12%	36,81%	38,50%	40,18%	41,87%	43,75%	
Receita Primeiro Ano	14.257,43	15.221,23	16.179,33	17.143,13	18.106,93	19.070,73	20.028,83	20.992,63	21.956,43	22.914,53	23.878,34	24.950,49	
Custos Variáveis Totais	4.952,03	5.286,79	5.619,56	5.954,32	6.289,08	6.623,83	6.956,61	7.291,37	7.626,12	7.958,90	8.293,66	8.666,05	
Margem de Contribuição Primeiro Ano	9.305,40	9.934,44	10.559,76	11.188,81	11.817,85	12.446,90	13.072,22	13.701,27	14.330,31	14.955,63	15.584,68	16.284,44	
Gastos Fixos	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	
Resultado Operacional Primeiro Ano	16.751,92	16.122,88	15.497,55	14.868,51	14.239,46	13.610,42	12.985,10	12.356,05	11.727,01	11.101,68	10.472,64	9.772,87	
Resultado	16.751,92	16.122,88	15.497,55	14.868,51	14.239,46	13.610,42	12.985,10	12.356,05	11.727,01	11.101,68	10.472,64	9.772,87	159.506,10

Tabela 08: Indicadores de previsão 1º ano de faturamento.

A tabela 08 mostra os indicadores de desempenho mês a mês durante o período de um ano. Pode ser observado que os percentuais vão aumentando gradativamente. Isto é devido a previsão de um início com a recarga de 400 extintores e no final do ano com 700 extintores, o que representa 25,00% e 43,75% respectivamente da máxima produção de 1.600 extintores que ocorrerá no terceiro ano.

Resultado Operacional

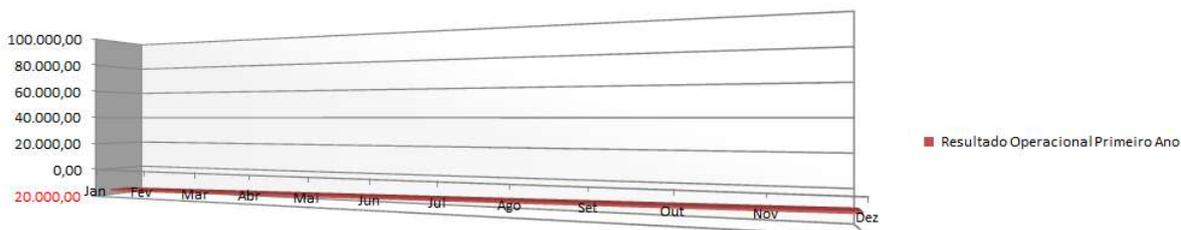


Gráfico 5: resultado operacional do 1º ano de faturamento.

O gráfico 5 demonstra os indicadores da tabela 08 graficamente.

DESEMPENHO													
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Sazonalidade normal	85,00%	95,00%	95,00%	95,00%	95,00%	95,00%	95,00%	95,00%	95,00%	95,00%	95,00%	85,00%	
Receita Anos Normais	48.475,25	54.178,22	54.178,22	54.178,22	54.178,22	54.178,22	54.178,22	54.178,22	54.178,22	54.178,22	54.178,22	48.475,25	
Custos Variáveis Totais	16.836,90	18.817,71	18.817,71	18.817,71	18.817,71	18.817,71	18.817,71	18.817,71	18.817,71	18.817,71	18.817,71	16.836,90	
Margem de Contribuição	31.638,35	35.360,51	35.360,51	35.360,51	35.360,51	35.360,51	35.360,51	35.360,51	35.360,51	35.360,51	35.360,51	31.638,35	
Gastos Fixos	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	26.057,32	
Resultado Operacional	5.581,03	9.303,19	9.303,19	9.303,19	9.303,19	9.303,19	9.303,19	9.303,19	9.303,19	9.303,19	9.303,19	5.581,03	104.193,96
Lucro	5.581,03	9.303,19	9.303,19	9.303,19	9.303,19	9.303,19	9.303,19	9.303,19	9.303,19	9.303,19	9.303,19	5.581,03	104.193,96

Tabela 09: Indicadores de previsão de faturamento do 2º ano.

A tabela 09 mostra os indicadores de desempenho mês a mês durante o período de um ano no segundo ano de operação. É possível observar que o percentual é baixo no início do período, se estabiliza e depois volta a cair no final do ano. Esta sazonalidade se deve à diminuição da fiscalização por parte do Corpo de Bombeiros que nos finais de ano e início de novo ano direciona seu efetivo para operações de salvamento em praias.

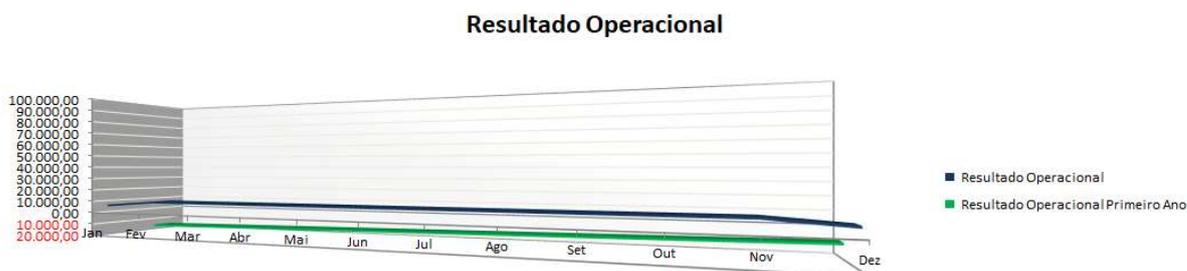


Gráfico 6: resultado operacional do 2º ano de faturamento.

O gráfico 6 demonstra os indicadores da tabela 09 graficamente.

INDICADORES							
	Crescimento						
INVESTIMENTOS FÍSICOS PARA IMPLANTAÇÃO	105.115,00		TMA	23%			
RESULTADO PRIMEIRO ANO	159.506,10		TIR	27%			
RESULTADO SEGUNDO ANO	104.193,96		VPL para taxa de	23%	R\$ 17.438,80		
RESULTADO TERCEIRO ANO	123.172,11	20%	Payback	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4
RESULTADO QUARTO ANO	145.871,54	40%	Janeiro	121.866,92	259.040,07	153.729,90	29.441,58
RESULTADO QUINTO ANO	166.710,34	60%	Fevereiro	137.989,80	249.736,88	142.566,07	16.417,12
			Março	153.487,35	240.433,69	131.402,25	3.392,65
			Abril	168.355,86	231.130,50	120.238,42	9.631,82
			Maiο	182.595,33	221.827,31	109.074,59	22.656,28
			Junho	196.205,74	212.524,12	97.910,76	35.680,75
			Julho	209.190,84	203.220,93	86.746,94	48.705,21
			Agosto	221.546,89	193.917,74	75.583,11	61.729,68
			Setembro	233.273,90	184.614,55	64.419,28	74.754,14
			Outubro	244.375,59	175.311,36	53.255,45	87.778,61
			Novembro	254.848,23	166.008,17	43.952,26	100.803,08
			Dezembro	264.621,10	160.427,14	37.255,02	108.616,52
			Payback	39	Meses e		Dias

Tabela 10: TIR, TMA, PayBack e VPL.

A tabela 10 demonstra que o investimento realizado pela Extintores Estrela apresenta *PayBack* em 39 meses, ou seja, o investimento será pago após 3 anos e 3 meses de funcionamento da oficina de recargas. A TMA de 23% tem este valor devido a taxa de juros do financiamento de 1,94% a.m. junto à instituição financeira. O VLP demonstra que trazendo todos os fluxos de caixa para a data zero, mais o investimento inicial e descontada a TMA de 23%, temos um saldo positivo de R\$ 17.438,80. A TIR é de 27%, que demonstra que o retorno do investimento é positivo se comparando com a TMA de 23%.

Assim, com base nos resultados apresentados, é possível recomendar que o investimento seja implementado, haja vista a TIR ser superior a TMA, o que demonstra a solidez do negócio, fazendo com que o investimento seja seguro e tenha um desempenho satisfatório.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da realização deste plano de negócios, foi possível verificar a possibilidade ou não da expansão da Extintores Estrela através do serviço de recarga de extintores próprio. Este estudo possibilitou aos acadêmicos aplicar de maneira prática os conhecimentos adquiridos e visualizar como um empreendimento deve ser analisado em todos os seus aspectos mercadológicos e financeiros para que se possa reduzir os riscos de sua implantação e com isso se tornar um negócio sólido e com perspectivas de crescimento.

Foi realizado um estudo da quantidade aproximada de extintores que a cidade de Umuarama possui e da necessidade mensal de recargas. Esses dados não foram tão simples de se conseguir, pois não há em nenhum órgão, seja federal, estadual ou municipal que possua um registro exato de empresas com suas quantidades de extintores. Nosso mercado é atendido por duas empresas da cidade, sendo que a mais antiga domina em torno de 60% deste mercado e a outra em torno de 30%, nossa empresa atende 5% e as demais empresas de outras cidades 5%.

Com os dados levantados devido ao planejamento estratégico, mercadológico e fechando com a avaliação das planilhas com seus indicadores, conclui-se que é viável a expansão, pois mostra uma TIR de 27%, sendo o VPL de 23%.

7 REFERÊNCIAS

BEULKE, Rolando. **Gestão de custos**. – São Paulo : Saraiva, 2006.

CERTO, Samuel C; PETER, J. P. **Administração estratégica**: planejamento e implantação de estratégias - 3. ed. – São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Campus, 2001.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**: o capital intelectual das organizações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

DIAS, Sergio Roberto. **Gestão de Marketing**. – São Paulo: Saraiva, 2003.

GROPPELLI, A.A.; MIKBAKHT Ehsan. **Administração financeira**. – 2.ed. – São Paulo : Saraiva, 2006.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. - 12 ed. São Paulo: Pearson Education Hall, 2006.

KOTLER, Philip. **Do Marketing Móvel as Lacunas de Valor**. São Paulo: Editora HSM Management, 2001.

KOTTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.

KUNSH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. Ed. rev., atual. e ampl. – São Paulo: Summus, 2003.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de Serviços**. 5. ed. – 3. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, Petrônio Garcia; LAUGENI, Fernando P. **Administração da produção**. 2. ed. rev., aum., e atual – São Paulo : Saraiva, 2005.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Introdução à Administração**. 7. ed. Ver. e ampl. – São Paulo: Atlas, 2007.

PEREIRA, Maurício Fernandes. **Planejamento Estratégico**: teoria, modelo e processos. São Paulo: Atlas, 2010.

RICCA, Domingos. **Administração e marketing para pequenas e médias empresas de varejo**. 1ª. ed. São Paulo: CLA Editora, 2005.

SALIM, Cesar Simões et al. **Construindo planos de negócios**: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

TAVARES, Mauro Calixta. **Gestão Estratégica**. 3. ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

WESTWOOD, John. **O Plano de Marketing**. – 3ª Edição – São Paulo: M. Books, 2007.

Sites e Blogs consultados:

AMERIOS. **Municípios**. Disponível em <<http://www.ameriospr.com.br/municipios-associados>>. Acesso em: 24 out. 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS – ABNT. **NBR 15808:2017**. Disponível em: <<https://www.abntcatalogo.com.br/norma.aspx?ID=366827>>. Acesso em: 26 out. 2019.

BRASIL. INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, NORMALIZAÇÃO E QUALIDADE INDUSTRIAL – INMETRO. **Portaria n.º 206, de 16 de maio de 2011**. Disponível em: <<http://www.inmetro.gov.br/legislacao/rtac/pdf/RTAC001701.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2019.

CORPO DE BOMBEIROS DA POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ. **NPA 001 - PROCESSOS DE VISTORIA, LICENCIAMENTO, FISCALIZAÇÃO E RECURSOS.**

(2018). Disponível em: <
http://www.bombeiros.pr.gov.br/sites/bombeiros/arquivos_restritos/files/documento/2018-12/NPA%20001%20-%20Processos%20de%20vistoria%2C%20licenciamento%2C%20fiscaliza%C3%A7%C3%A3o%20e%20recursos%20-%20Dez%202018_0.pdf>. Acesso em: 22 out. 2019.

FARLEY, John U.; HULBERT, James. **Sistemas de planejamento mercadológico de uma firma multinacional sediada no Brasil.** Disponível em: <
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901975000100001#end>. Acesso em: 22 out. 2019.

INSTITUTO AMBIENTAL DO PARANÁ – IAP. **Licenciamento Ambiental. SGA – Sistema de Gestão Ambiental.** (2014). Disponível em: <
<http://www.iap.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=1389>>. Acesso em: 22 out. 2019.

JORDÃO, Fernando. **Relembre 10 incêndios que marcaram a história do Brasil.** Disponível em: <
<https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/brasil/2019/02/08/interna-brasil,736353/relembre-dez-incendios-que-marcaram-a-historia-do-brasil.shtml>>. Acesso em: 20 out. 2019.

KAUFMAN, Luis. **Como montar um planejamento estratégico.** Disponível em: <
<https://exame.abril.com.br/pme/como-montar-um-planejamento-estrategico/>>. Acesso em: 16 out. 2019.

KRUMHEUER, Eliana. Qual a diferença entre produtos e serviços? Disponível em: <
<https://blog.contaazul.com/diferenca-entre-produto-e-servico>>. Acesso em: 26 out. 2019.

NAKAGAWA, Marcelo. **Ferramenta: Análise SWOT (Clássico).** Disponível em: <
http://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Analise-Swot.PDF>. Acesso em: 16 out. 2019.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Pesquisa de fornecedores.** (2016). Disponível em: <
<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/pesquisa-de-fornecedores,ea7836627a963410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 22 out. 2019.

8 ANEXO A - CÓPIA DE DOCUMENTOS ELABORADOS POR TERCEIROS



PREFEITURA MUNICIPAL DE UMUARAMA ESTADO DO PARANÁ

SECRETARIA DE FAZENDA

PARECER TÉCNICO – DIVISÃO DE ALVARA

Processo: 2019/10/11186

Requerente: Marcio Rogerio Pedrangelo

Assunto: Solicitação do número de empresas

Em resposta ao protocolo 2019/10/11186; informamos que em nosso sistema constam registradas:

	Comercio	Prestação de Serviço	Comércio e Prestação
50 metros	221	326	102
100 metros	125	100	72
150 metros	46	40	23
200 metros	50	35	33
250 metros	26	13	19
300 metros	33	18	22
350 metros	9	5	8
400 metros	20	24	26
450 metros	23	12	7
500 metros	21	10	26

	Indústria
1000 metros	1
1500 metros	2
2000 metros	2
2500 metros	0
3000 metros	0

Atenciosamente.

Umuarama, 03 de outubro de 2019.


Débora Cristina de Paulo
Divisão de Alvara

Débora Cristina de Paulo
Assistente Administrativo
Matrícula nº 998761



SICOOB - EMPRÉSTIMO
Proposta - Demonstrativo do Plano de Pagamento

Data Simulação: 15/10/2019

Hora Simulação: 16:16

Cooperativa 4379-SICOOB ARENITO

PA: 001-SICOOB - PA CENTRO

Cliente

CPF / CNPJ: 17822014000193

Nome: J. C. PEDRANGELO & CIA LTDA. - ME

Linha de Crédito

Linha: 12-CAPITAL DE GIRO ACIMA DE 365D PRICE

Indicador de Cálculo: TABELA PRICE

Proposta

Valor da Proposta:	150.000,00	Valor Líquido:	150.000,00	-
Valor Adicional:	0,00	Valor Total Devido:	153.623,05	100,00%
Valor Contratado:	153.623,05	Valor Liberado:	150.000,00	97,64%
Data da Proposta:	15/10/2019	Total de Despesas:	3.623,05	-
Periodicidade Pgto.:	MENSAL	Valor IOF:	2.623,05	1,71%
Tipo de Vencimento:	DIA FIXO	Valor TAC:	1.000,00	0,65%
Parcelas:	36	Valor Seguro:	0,00	0,00%
Primeiro Vencimento:	18/11/2019	Demais Despesas:	0,00	0,00%
Ultimo Vencimento:	17/10/2022			

Financia IOF: **Sim**

Financia TAC: **Sim**

Bonifica Seguro: **Não**

Financia Seguro: **Não**

Taxas/CET

Taxa de Juros:	1,8000% a.m.	Índice de Correção:	0,0000
Taxa de Mora:	1,0000% a.m.	% Correção:	0,0000
Taxa de Multa:	2,0000%	Índice de Atraso:	0,0000
		CET: 1,9450% a.m. / 26,4116% a.a.	

Plano de Pagamento

Parcela	Vencimento	Valor Amortização	Valor Parcela	Valor IOF	Valor Juros	Perc. %	Saldo Devedor
1	18/11/2019	2.726,83	5.864,48	3,80	3.137,65	0,00	153.623,05
2	16/12/2019	3.330,94	5.864,48	8,47	2.533,54	0,00	150.896,22
3	15/01/2020	3.208,31	5.864,48	12,10	2.656,17	0,00	147.565,29
4	17/02/2020	3.003,66	5.864,48	15,39	2.860,82	0,00	144.356,99
5	16/03/2020	3.491,16	5.864,48	21,90	2.373,32	0,00	141.353,34
6	15/04/2020	3.382,97	5.864,48	25,38	2.481,51	0,00	137.862,19
7	15/05/2020	3.443,86	5.864,48	30,08	2.420,62	0,00	134.479,23
8	15/06/2020	3.426,50	5.864,48	34,28	2.437,98	0,00	131.035,38
9	15/07/2020	3.567,52	5.864,48	40,08	2.296,96	0,00	127.608,89
10	17/08/2020	3.406,27	5.864,48	42,87	2.458,21	0,00	124.041,38
11	15/09/2020	3.766,06	5.864,48	51,88	2.098,42	0,00	120.635,12
12	15/10/2020	3.760,84	5.864,48	56,41	2.103,64	0,00	116.869,07
13	16/11/2020	3.691,51	5.864,48	55,37	2.172,97	0,00	113.108,24
14	15/12/2020	3.961,20	5.864,48	59,42	1.903,28	0,00	109.416,74
15	15/01/2021	3.902,43	5.864,48	58,54	1.962,05	0,00	105.455,54
16	17/02/2021	3.851,93	5.864,48	57,78	2.012,55	0,00	101.553,13
17	15/03/2021	4.342,16	5.864,48	65,13	1.522,32	0,00	97.701,20
18	15/04/2021	4.127,49	5.864,48	61,91	1.736,99	0,00	93.359,05
19	17/05/2021	4.150,22	5.864,48	62,25	1.714,26	0,00	89.231,57
20	15/06/2021	4.384,51	5.864,48	65,77	1.479,97	0,00	85.081,36
21	15/07/2021	4.411,94	5.864,48	66,18	1.452,54	0,00	80.696,86
22	16/08/2021	4.398,94	5.864,48	65,98	1.465,54	0,00	76.284,93
23	15/09/2021	4.570,54	5.864,48	68,56	1.293,94	0,00	71.886,00
24	15/10/2021	4.652,81	5.864,48	69,79	1.211,67	0,00	67.315,47
25	16/11/2021	4.660,64	5.864,48	69,91	1.203,84	0,00	62.662,68
26	15/12/2021	4.855,55	5.864,48	72,83	1.008,93	0,00	58.002,04
27	17/01/2022	4.811,24	5.864,48	72,17	1.053,24	0,00	53.146,50
28	15/02/2022	5.023,70	5.864,48	75,36	840,78	0,00	48.335,27
29	15/03/2022	5.137,28	5.864,48	77,06	727,20	0,00	43.311,58
30	18/04/2022	5.084,80	5.864,48	76,27	779,68	0,00	38.174,30
31	16/05/2022	5.308,91	5.864,48	79,63	555,57	0,00	33.089,51
32	15/06/2022	5.364,43	5.864,48	80,47	500,05	0,00	27.780,61
33	15/07/2022	5.460,99	5.864,48	81,91	403,49	0,00	22.416,19
34	15/08/2022	5.549,02	5.864,48	83,24	315,46	0,00	16.955,20
35	15/09/2022	5.652,27	5.864,48	84,78	212,21	0,00	11.406,19
36	17/10/2022	5.753,62	5.864,48	86,33	110,86	0,00	5.753,93
Totais		153.623,05	211.121,28	2.039,28	57.498,23		