



FACULDADE ALFA UMUARAMA - FAU
CURSO DE TECNOLOGIA EM PROCESSOS GERENCIAIS

ANDRÉ MARINHO GONÇALVES
LUCAS MARCHI CERCI

DISK ENTULHO TERRA BOA

UMUARAMA
2020

ANDRÉ MARINHO GONÇALVES
LUCAS MARCHI CERCI

DISK ENTULHO TERRA BOA

Trabalho apresentado como pré-requisito
para obtenção do Título de Tecnólogo em
Processos Gerenciais, sob orientação do
Professor. Esp. Celso Ferrari Junior

UMUARAMA
2020

ANDRÉ MARINHO GONÇALVES
LUCAS MARCHI CERCI

DISK ENTULHO TERRA BOA

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

Umuarama - PR, 08 de Dezembro de 2020.

Prof. Celso Ferrari Júnior
Coordenador do Curso

Prof. Esp. Celso Ferrari Junior

Orientador

Prof. Esp. Ana Paula Becker
Prof. Mestre Luiz Walter Pacola
Membro da Banca

DEDICATÓRIA

Dedicamos este trabalho primeiramente a Deus, que é nosso suporte.

Aos amigos e familiares pelo apoio e incentivo, em especial aos professores que nos orientou e ensinou de melhor forma nesse período como acadêmicos da faculdade UniALFA.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus por nos dar forças dia após dia e também gratos a faculdade Unialfa que nos proporcionou de melhor forma a experiência de ser acadêmico do curso de Processos Gerenciais, onde sairemos Gestores formados.

Ao professor Celso Ferrari Junior que nos orientou no período de Tcc.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Localização do estabelecimento	16
Figura 02: Identidade Visual	25
Figura 03: Vista interna do barracão	27
Figura 04: Recepção.....	28
Figura 05: Sala dos sócios	28
Figura 06: Modelo caminhão e caçambas	29
Figura 07: Organograma.....	30

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: Organização do capital social.....	15
Tabela 02: Análise Swot.....	17
Tabela 03: Investimento.....	31
Tabela 04: Mão de Obra.....	32
Tabela 05: Gastos fixos.....	32
Tabela 06: Faturamento.....	33
Tabela 07: DRE.....	33
Tabela 08: Indicadores.....	34
Tabela 09: Indicadores demais anos.....	34
Tabela 10: Crescimento.....	35
Tabela 11: TMA, TIR, VPL e Payback.....	35

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Ciclo de vida do produto.....	24
--	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Dados de utilização de caçambas.....	19
Gráfico 02: Dados necessidade do serviço.....	20
Gráfico 03: Dados sobre valores.....	20
Gráfico 04: Dados de Satisfação.....	21

RESUMO

O trabalho proposto tem como objetivo apresentar o planejamento de uma implantação no mercado no ramo de construção civil, sendo a empresta de disk entulhos, visando atender construtoras, imobiliárias e também pessoas físicas na região de Umuarama e região.

Inicialmente foi realizada uma pesquisa mercadológica para os levantamentos de dados sobre um possível público, foi realizado também análises financeiras para a viabilidade do negócio.

Por fim, o plano de negócio superou as expectativas e se mostrou um empreendimento viável, obtendo retorno do investimento no período de 24 meses.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1 CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO	14
1.1 SETOR DE ATIVIDADE	15
1.2 FORMA JURÍDICA	15
1.3 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO	15
1.3.1 Âmbito Federal:	15
1.3.2 Âmbito Estadual	15
1.3.3 Âmbito Municipal	15
1.4 CAPITAL SOCIAL	15
1.5 FONTE DE RECURSOS	16
1.6 LOCALIZAÇÃO E INSTALAÇÃO	16
2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICOERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.	
2.1 ANÁLISE SWOT	17
2.1.1 Ambiente Interno	17
2.1.2 Ambiente Externo	17
2.2 ELEMENTOS DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	18
2.2.1 Missão	18
2.2.2 Visão	18
2.2.3 Valores	18
2.2.4 Objetivos	18
2.2.5 Estratégias	18
2.2.6 Metas	18
3 PLANO MERCADOLÓGICO	19
3.1 MERCADO	21
3.1.1 Segmentação do Mercado	21
3.1.2 Mercado Potencial	22
3.1.3 Mercado Fornecedor	22
3.1.4 Concorrência	22
3.1.5 Produtos e Serviços Oferecidos	23
3.1.6 Características do produto ou serviço	23
3.1.7 Estratégia do produto ou serviço	23
3.1.8 Ciclo de Vida do Produto	24

3.1.9	Estratégias de Comunicação Utilizadas na Divulgação.....	24
3.1.10	Canais de Distribuição a Serem Utilizados.....	24
3.1.11	Estratégia de Preços.....	25
3.1.12	Definição da Marca do Negócio e/ou Produtos/Serviços.....	25
3.1.13	Estratégias de Posicionamento/Imagem em Relação ao Mercado.....	26
4	PLANO OPERACIONAL.....	27
4.1	VOLUME DE PRODUÇÃO/ATENDIMENTO INICIAL.....	29
4.2	MATÉRIA-PRIMA.....	29
4.3	PLANO DE PESSOAL.....	29
4.4	ORGANOGRAMA.....	30
5	AVALIAÇÃO.....	31
6	CONCLUSÃO.....	37
7	REFERÊNCIAS.....	39
8	APÊNDICE A - DOCUMENTOS ELABORADOS PELO AUTOR.....	41
9	ANEXO B - CÓPIA DE DOCUMENTOS ELABORADOS POR TERCEIROS.....	42

INTRODUÇÃO

O trabalho abordado é referente a abertura de uma empresa em prestação de serviços no ramo de disk entulhos para a cidade de Umuarama e região, a ideia surgiu após identificarmos a oportunidade no seguimento e a necessidade de um serviço mais qualificado e ágil, foi ai então que nasceu a Disk Entulhos Terra Boa.

Podendo colocar em pratica as estratégias e conceitos que aprendemos em sala como gestores.

O ponto mais relevante de nossa pesquisa de mercado, foi notar a precariedade no serviço e a grande demanda no ramo de construção civil.

1 CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

A Disk Entulhos Terra Boa é uma empresa que presta serviços de locação de caçambas, além de realizar venda de terra.

- Implantação
- Expansão/Modernização
- Novo produto

Razão Social A. L. Constru Entulhos Ltda
CNPJ 50.656.105/0001-75

Sócios:

Pessoa Física Lucas Marchi Cerci
CPF 081.475.269-11
Endereço R. Delzita Alves da Costa JD Azaleia
Telefone 44 99135-4015

Pessoa Física André Marinho Gonçalves
CPF 062.950.759-75
Endereço R Anhumai JD Tropical
Telefone 44 98832-4161

A empresa Disk Entulho Terra Boa prestará serviço de locações de caçambas, com a possibilidade também de compra de terra limpa.

Público alvo são construtoras e projetos particulares de obras e reformas, atendendo também licitações.

Contará com dois motoristas e uma secretária. Sendo o horário de atendimento de segunda a sexta das 8 horas as 18 horas e aos sábados das 9 horas a 13 horas.

1.1 Setor de atividade

3811-4 Entulhos, Coletas, Remoção e Transporte

1.2 Forma jurídica

Sociedade Limitada

1.3 Enquadramento tributário

1.3.1 Âmbito Federal:

Simple Nacional

1.3.2 Âmbito Estadual

Isentos de imposto estaduais

1.3.3 Âmbito Municipal

Segue a legislação Federal do simples nacional

1.4 Capital Social

Nome do Sócio	Valor (R\$)	% de participação
Lucas Marchi Cerci	93.290,00	50%
André Marinho Gonçalves	93.290,00	50%

1.5 Fonte de recursos

Recursos financeiros próprios, contando com um consórcio para a compra dos caminhões. Remuneração inicial de 4%

1.6 Localização e instalação

A empresa será localizada em um barracão cuja tamanho de 200m² na rua Otacílio Jose Arruda 7295 Umuarama – Pr próximo a Brahma, a 1000m do shopping e saída para o lixão, onde é descartado os entulhos, contendo escritório, banheiro e cozinha, com espaço para os caminhões e equipamentos de locação.



Fonte: Autores (2020)

2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

“O planejamento estratégico é uma competência da administração que auxilia os gestores a pensar no longo prazo, elaborar e definir como a organização irá alcançar seus objetivos” (SERTEK, 2012, p. 115).

Essa visão de longo prazo prevê mudanças que ajudem na diferenciação dos negócios.

2.1 Análise SWOT

2.1.1 Ambiente Interno

Referente a atividades dentro da própria organização.

2.1.2 Ambiente Externo

Referente a atividades fora da empresa, que fogem de seu controle

FATORES POSITIVOS		FATORES NEGATIVOS	
Ambiente interno	FORÇAS: <ul style="list-style-type: none">• Localização (sendo próximo de onde despeja o entulho)• Caminhões seminovos, promovendo menos problemas com manutenção e uma maior economia• Equipe entrosada e bem treinada• Equipamentos de alta resistência	FRAQUEZAS: <ul style="list-style-type: none">• Pouco engajamento com o publico• Custo inicial elevado• Concorrência desleal	
Ambiente externo	OPORTUNIDADES: <ul style="list-style-type: none">• Linhas de créditos facilitadas para construção civil• Obras do governo, abrindo opções para licitações• Mercado imobiliário aquecido	AMEAÇAS: <ul style="list-style-type: none">• Crise econômica• Falta de matéria prima• Saturação de Mercado	

Fonte: Autores (2020)

2.2 Elementos do planejamento estratégico

2.2.1 Missão

Construir uma empresa consolidada no mercado, procurando atender de melhor forma o público alvo, podendo abranger em outras áreas no ramo. Sendo uma empresa sustentável e de potencial para dominar o mercado.

2.2.2 Visão

Ser líder no mercado de locações de caçambas e equipamentos de construção civil, atendendo toda região de Umuarama, servindo como referência de seriedade e qualidade.

2.2.3 Valores

Uma empresa respeitosa e honesta com seu público, que prioriza a qualidade e seriedade no atendimento, mantendo sempre a ética profissional, contando com uma equipe especializada no ramo e de extremo profissionalismo.

2.2.4 Objetivos

A empresa terra boa entra no ramo de construção civil, com uma excelente estrutura para poder ganhar uma grande fatia do mercado. Com a expectativa de ter todos os equipamentos locados em um período curto, podendo realizar um playback em um prazo reduzido, sendo possível também o alcance de licitações, gerando cada vez mais receita.

2.2.5 Estratégias

A estratégia inicial, será investir na divulgação da empresa, realizando um projeto de marketing, fazendo com que a marca fique na cabeça de um possível público, após isso fixar parcerias com empresas que trabalham no ramo, como (construtoras, imobiliárias, mestres de obras), contando com visitas em obras e promovendo encontro com proprietários do mesmo.

Realizando também promoções e atrativos como diferencial, utilizando equipamentos novos, contando com uma equipe qualificada para o melhor atendimento.

2.2.6 Metas.

Após o período de penetração no mercado, a empresa traça inicialmente como meta a fidelização de seus clientes com prazo de 24 meses, a redução de seu custo operacional consideravelmente após o primeiro ano, podendo reinvestir em novos maquinários e manter seu principal objetivo que é a qualidade. Investir no treinamento de sua equipe a cada semestre para um maior desempenho e agilidade no serviço.

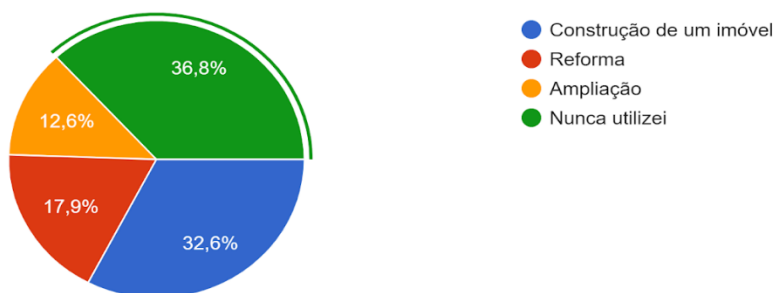
3- PLANO MERCADOLÓGICO

O plano de marketing é um processo que tem como foco a verdadeira satisfação do consumidor, trazendo melhores resultados para a organização. Ambrósio (2012)

A pesquisa foi realizada online pelo google formulários, foi enviado para parentes e amigos responderem o questionário
Participaram da pesquisa 96 pessoas.

Em qual ocasião ja utilizou o serviço de locação de caçambas e equipamentos como (containers e banheiros químicos) ?

95 respostas



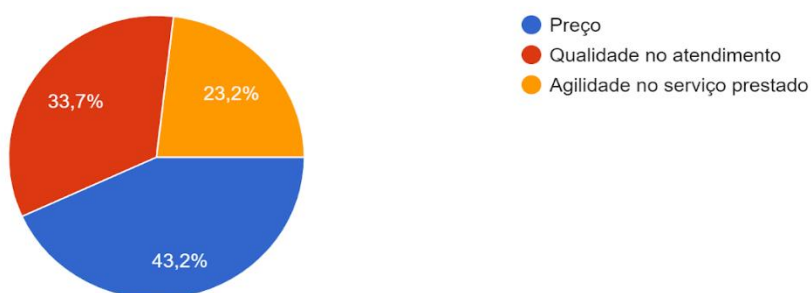
Fonte: Autores (2020)

Gráfico 1: Qual ocasião mais utiliza desse serviço.

Podemos analisar no gráfico 1 que grande parte do público não utilizou ainda os serviços de locações de caçambas e equipamentos, sendo 36,8%. Em seguida vemos que a construção de imóvel ganha disparado das ocasiões utilizadas referente ao serviço, sendo 32,6%. Reforma vem atrás com 17,9% e Ampliação ganhando a última colocação sendo 12,6%.

Em uma ocasião que você necessite desse serviço, qual requisitos mais levaria em consideração ?

95 respostas

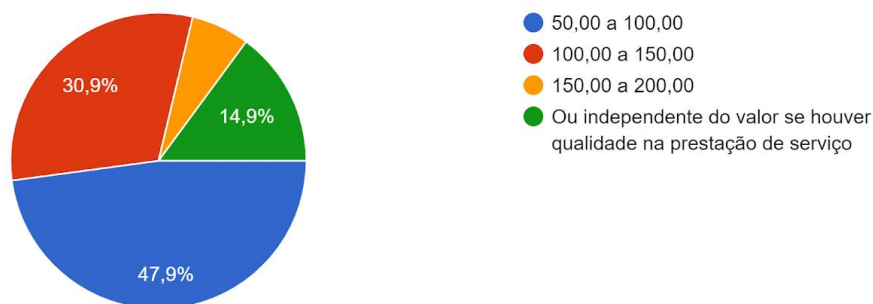


Fonte: Autores (2020)

Gráfico 2: Dos itens citados, o que o cliente mais leva em consideração?

Até qual valor você estaria disposto a pagar pelo serviço de locação de caçambas ?

94 respostas



Fonte: Autores (2020)

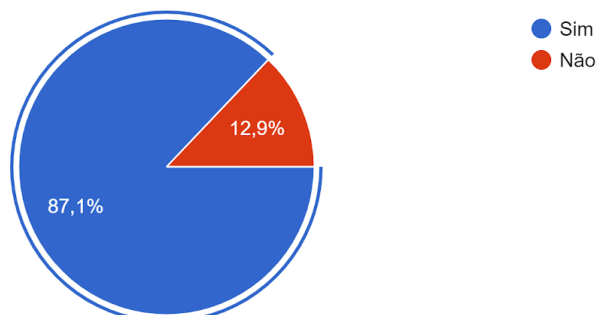
Gráfico 3: Até que preço o cliente está disposto a pagar por um bom serviço prestado?

O gráfico 2 apresenta qual requisito dentre (preço, qualidade e agilidade) o público mais leva em consideração na contratação desse serviço. Com o comparativo apertado o preço ainda sim é o requisito que o cliente mais leva em consideração, sendo 43,2%, em seguida a qualidade no atendimento com 33,7% e por último a agilidade no serviço com 23,2%.

Já no gráfico 3 podemos reafirmar que o preço que o público está disposto a pagar é o menor possível, sendo 47,9% de 50,00 a 100,00 (preço mínimo estipulado na pesquisa).

Você indicaria a empresa caso realizasse um bom serviço prestado ?

93 respostas



Fonte: Autores (2020)

Gráfico 4: Refere-se a indicação da empresa se houver um bom serviço prestado

Grande maioria do público indicaria sim a empresa caso houvesse um bom serviço prestado, sendo 87,1% do público, porém ainda sim existem aqueles que não se arriscam ao indicar uma empresa, mesmo que fornecesse um bom serviço prestado, sendo 12.9%.

3.1 Mercado

Foi analisado que na cidade de Umuarama e região os serviços de locações de caçambas, além de precários, não estavam atendendo a demanda.

O intuito é oferecer serviços de locações de equipamentos e caçambas para Umuarama e região, atendendo tanta pessoa física como jurídica, no caso de construtores e licitações.

3.1.1 Segmentação do Mercado

Geográfica: Atuando na cidade de Umuarama - Pr e região.

Demográfica: Ambos os Sexos, acima de 18 anos, que esteja construindo, reformando ou ampliando algum ambiente e precise dos serviços da Disk entulhos terra boa, além de empresas como construtoras e imobiliárias.

Cultural: Pessoas que queiram rapidez e qualidade no serviço prestado, tendo a percepção do valor e não do preço cobrado, sabendo que terá uma equipe bem treinada para melhor atendê-lo.

Psicográfica: Pessoas que buscam serviço de qualidade sem medo do resultado final.

3.1.2 Mercado Potencial

Nossos principais públicos são construtoras que por sua vez precisa dos serviços de locações de equipamentos e de caçambas.

Porém a Disk entulho terra boa, atende todo o público que deseja construir, reformar ou ampliar seu ambiente, tendo estrutura também para atender licitações de prefeituras de Umuarama e região.

3.1.3 Mercado Fornecedor

As caçambas e equipamentos são fabricadas direto na metalúrgica, sendo feitas conforme necessidade, o material (aço) é comprado em quantidade na empresa Ferropar Ind. de Aço e Ferro Ltda. e é finalizada a caçamba na metalúrgica (tubo art). Quando necessário as caçambas passam também por reformas.

3.1.4 Concorrência

Atualmente em Umuarama, possui 7 concorrentes diretos, sendo (Disk entulho Terra Brasil, Giroto Caçambas, Pinguim, Casa Nova, El Shaday, loca fácil e disk entulhos cidade limpa.) Sendo os dois principais o Disk entulhos Pinguim e Disk entulhos terra Brasil, por terem uma quantidade maior de caçambas, uma marca já fixada na cidade e mais tempo de empresa.

- **Disk entulhos pinguim**
Ponto forte: Atua em duas localizações em Umuarama, é a empresa com mais caminhões trabalhando no ramo, tem bastante caçambas.
Pontos fracos: Caçambas deterioradas, não possui estrutura para atender o cliente em seu próprio local e as caçambas ficam largadas na beira de estradas.
Divulgação: Através de radio
Forma de pagamento: Na contratação ou na retirada das caçambas
- **Disk entulho Terra Brasil**
Ponto forte: Rapidez na entrega das caçambas, ótimo atendimento, flexibilidade na forma de pagamento e marca conhecida.
Ponto fraco: Caminhões antigos, não possui barracão, pois atende de casa, os caminhões e caçambas passa a noite na rua.
Divulgação: Somente por indicação.
- **Loca fácil**
Ponto forte: Caçambas novas e reforçadas, três caminhões para entrega da mesma, excelente localização, barracão grande e muita variedade em equipamentos.
Ponto fraco: Caminhões antigos
Divulgação: Por meio das redes sociais, e todas as caçambas são estampadas a logo da empresa
- **Giroto caçambas**
Ponto forte: excelente atendimento, caçambas novas
Ponto fraco: Poucas caçambas e apenas 1 caminhão atendendo.
Divulgação: Bem posicionada nas redes sociais

3.1.5 Produtos e Serviços oferecidos

A Disk entulhos terra boa, oferece serviços de locações de caçambas e venda de entulho limpo para sua obra, as caçambas possuem um único tamanho, sendo de 4m³.

A locação é realizada por 7 dias, podendo ser estendida no final do período, sendo contratado via telefone e redes sociais.

3.1.6 Características do produto ou serviço

Após a contratação do serviço, o motorista coleta a caçamba na empresa, ou recolhe após a finalização de outro cliente e transporta até o local solicitado. Quando finaliza o uso da caçamba, a empresa realiza a retirada da mesma, levando até o local de descarte, esse ciclo se repete diariamente, mudando apenas o prazo de um serviço para o outro.

3.1.7 Estratégia do produto ou serviço

Qualidade: Os equipamentos do disk entulho terra boa, são extremamente resistentes, sendo todos reforçado. A empresa faz manutenção a cada semestre, para manter a qualidade na prestação do serviço

Inovação e informação: A empresa possui serviço de pós-venda, sempre mantendo o contato com o público, trabalhando também através do marketing digital, atualizando diariamente nossos clientes e amigo.

Serviços associados: A empresa, além de atender os serviços de caçambas, visa futuramente abranger no ramo, podendo expandir para locações de outros equipamentos como betoneiras, andaimes e compactadores de solo

A empresa busca como diferencial a proximidade do cliente, promovendo eventos e promoções para melhor entender o que nosso público necessita e busca em uma empresa no ramo.

3.1.8 Ciclo de Vida do Produto

Apesar do grande investimento na qualidade dos equipamentos e um grande investimento no marketing digital, a empresa terra boa se encontra na introdução, com grande potencial, já que o ramo de construção civil está aquecido e as leis ambientais cada dia mais rigorosas

INTRODUÇÃO	CRESCIMENTO	MATURIDADE	DECLÍNIO
Momento em que o produto está sendo conhecido por todos, ritmo lento de vendas e margens altas.	Nesse momento o produto começa a ser popularmente consumido, havendo um grande aumento nas vendas.	As vendas neste mercado se estabilizam e o esforço é direcionado para manter a marca e reduzir custos.	As vendas e os lucros estão diminuindo neste mercado e o produto necessita ser recriado para um novo ciclo de vida.

3.1.9 Estratégias de Comunicação Utilizadas na Divulgação

Irá utilizar inicialmente o marketing digital (facebook, google, WhatsApp, Instagram) com intenção de anunciar a nova empresa no ramo, realizar visitas em obras e construtoras, apresentando serviço, adesiva os caminhões e Pintar a logo nas caçambas.

3.1.10 Canais de Distribuição a Serem Utilizados

A empresa contará com barracão estruturado para atender o cliente, onde terá uma secretaria que possa orienta-lo e ajuda-lo no que for necessário, também o canal de comunicação online para facilitar o atendimento. As visitas serão realizadas pelos sócios, onde será realizada parcerias e novos negócios fechados.

3.1.11 Estratégia de Preços

A empresa contará apenas com o modelo de caçamba grande sendo R\$170,00 a locação pelo período de 7 dias, e no caso de compra de terra o valor da caçamba com a terra fica em R\$250,00

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



Fonte: Elaborados pelos Autores (2020)

A marca é a identidade da empresa, ou seja, a forma como ela é reconhecida no mercado. Portanto, deve traduzir a imagem que se deseja passar para o mercado. Por isso, a definição do posicionamento do negócio e de suas vantagens sobre a concorrência são fatores essenciais para repensar uma marca ou criá-la.(KOTLER)

3.1.13 Estratégias de Posicionamento/Imagem em Relação ao Mercado

Posicionamento de marca é o lugar que uma empresa ocupa na cabeça de seus consumidores. Uma marca bem posicionada no mercado é aquela que tem as suas principais vantagens e características evidenciadas e afirmadas na mente do público (HOOLEI; SAUDERS; PIERCY, 2005, p. 199)

A empresa Disk Entulho Terra boa tem como objetivo ser lembrada pelos seus clientes como uma empresa séria e comprometida em realizar a melhor prestação de serviço de Umuarama e região, buscando cada vez mais excelência no seu ramo de atividade.

4 - PLANO OPERACIONAL

Plano operacional é a formalização dos objetivos e procedimentos que a empresa deve seguir. É a concretização em forma de documentos e metodologias que são escritos pelos colaboradores de alto escalão, como: gerentes, supervisores, diretores. Pesquisa dos autores (2020)



Vista interna do barracão pretendido
Fonte: Pesquisa dos Autores (2020)

Conforme a necessidade da empresa, realizou a locação de um barracão de 200m² tendo a estrutura para guardar as caçambas que não estiverem locadas, para guardar os caminhões aos finais de semana e para passar a noite. O valor do aluguel inicial é de R\$1.500,00



Vista interna do barracão pretendido
Fonte: Pesquisa dos Autores (2020)

A empresa contará com uma sala para a secretaria, onde será realizado atendimentos presencial e também online.

O mesmo terá 1 ar condicionado 9000 btus, 1 mesa com 3 cadeiras, 1 computador e 1 telefone



Fonte: Autores (2020)

Já os sócios utilizam a sala de reunião, onde é realizada parcerias e negócios de maior porte, a sala conta com 1 mesa e 5 cadeiras, além de um televisor, ambos utilizam notebooks próprios.



A empresa Disk entulhos terra boa possui 50 caçambas de entulho no tamanho grande, 2 caminhões sendo do modelo cargo

4.1 Volume de produção/atendimento inicial

A empresa tem capacidade para atender até 50 solicitações em andamento, trabalhando com o giro do equipamento, na maioria das vezes a caçamba sai de um cliente e após despejado os entulhos já vai direto para outro, conta com 2 caminhões para melhor realizar essa logística

4.2 Matéria-Prima

A empresa presta serviço de locação de caçambas, quando não possui demanda para a quantidade de caçamba, a mesma fica guardada na empresa, a caçamba recebe manutenção em média a cada 6 meses, dependendo da necessidade (por se tratar em prestação de serviço, não necessita de estoque)

4.3 Plano de Pessoal

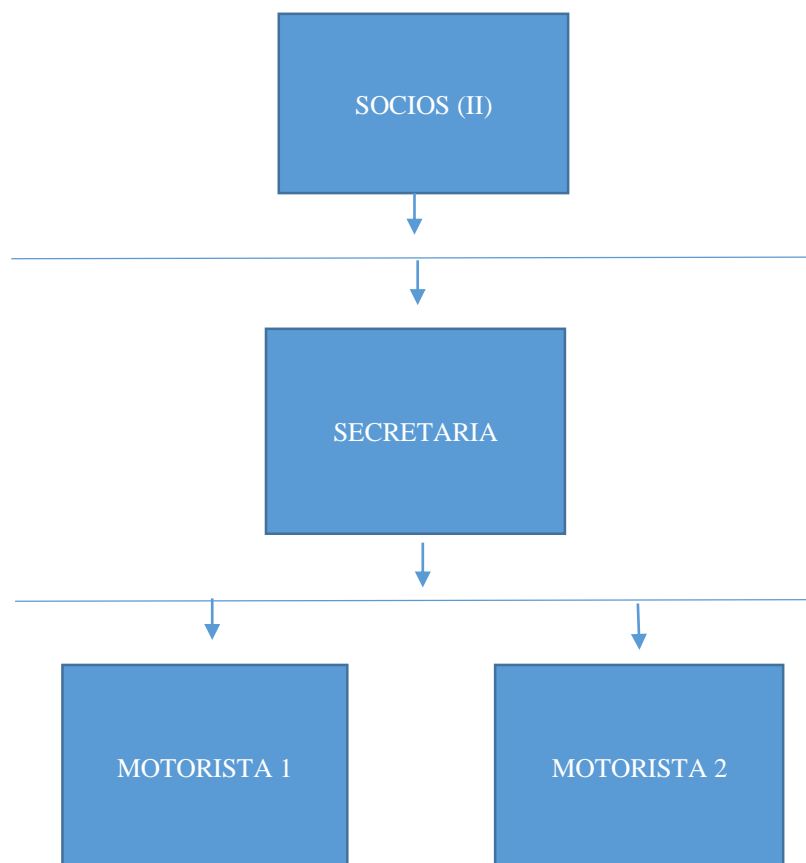
A empresa conta com 3 funcionários, sendo 2 motoristas e 1 secretaria, a secretaria será responsável pelo controle de solicitações de caçambas, atendimento ao cliente, os motoristas por sua vez além de dirigir o caminhão, coletará e distribuirá as caçambas nos locais socitados, os sócios serão responsáveis pela gestão da empresa

Remuneração

Secretaria	1.400,00
Motorista 1	2.000,00
Motorista 2	2.000,00

Todos passaram por treinamento antes de atuar pela empresa.

4.4 Organograma



Mão de Obra

Na tabela abaixo são apresentados os encargos com mão de obra

MÃO-DE-OBRA NECESSÁRIA			
CARGO/FUNÇÃO	QUANTIDADE	SALÁRIO (R\$)	Com ENCARGOS de 37,56%
Secretaria	1	R\$ 1.400,00	R\$ 1.925,84
Motorista	2	R\$ 2.000,00	R\$ 5.502,40
		R\$ -	R\$ 0,00
Total Gastos com Mão-de-Obra			R\$ 7.428,24
Retirada dos Sócios		Pro Labore (R\$)	Com ENCARGOS de 11%
Sócio 1		R\$ 2.800,00	R\$ 3.108,00
Sócio 2		R\$ 2.800,00	R\$ 3.108,00
			R\$ 0,00
Total Retirada Sócios			R\$ 6.216,00
Total de gastos com mão-de-obra			R\$ 13.644,24

Fonte: Autores (2020)

Nela são apresentados os salários dos funcionários e os pró-labores dos sócios, totalizando 13.644,24

Gasto fixo

GASTOS FIXOS	
DISCRIMINAÇÃO	SALÁRIO (R\$)
Mão-de-Obra + Encargos	R\$ 7.428,24
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	R\$ 6.216,00
Depreciação Mensal	R\$ 2.025,00
Contador	R\$ 400,00
Parcelas do consorcio de 2 caminhões	R\$ 1.608,00
Internet e Telefone	R\$ 120,00
Energia elétrica	R\$ 250,00
Café da tarde	R\$ 100,00
Produtos de limpeza	R\$ 50,00
Propaganda e publicidade	R\$ 400,00
Software gerencial	R\$ 120,00
Aluguel	R\$ 1.500,00
Aguá	R\$ 80,00

Total com Gastos Fixos	R\$ 20.297,24
-------------------------------	----------------------

Fonte: Autores (2020)

São apresentados os gastos fixos, totalizando 20.297,24.

Faturamento

FATURAMENTO						
Descrição do Produto ou Serviço	Estimativa de Custos			Estimativa de Receita		
	Quantidade Vendida	Custo Unitário	Custo da Mercadoria (com impostos)	Preço de Venda Unitário	Faturamento	
aluguel de caçambas	200	R\$ 24,00	R\$ 5.263,20	R\$ 170,00	R\$ 34.000,00	
Vendas de entulhos limpos	50	R\$ 30,00	R\$ 1.644,75	R\$ 250,00	R\$ 12.500,00	
Totais			R\$ 6.907,95		R\$ 46.500,00	

Fonte: Autores (2020)

A tabela apresenta o faturamento mensal da empresa, totalizando 46.500,00

DRE

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO			
DISCRIMINAÇÃO		VALOR R\$	%
RECEITA DE VENDAS		R\$ 46.500,00	100,00%
Vendas de produtos ou prestação de serviços		R\$ 46.500,00	100,00%
Outros		R\$ -	0,00%
(-) DEDUÇÕES E ABATIMENTOS		R\$ 3.720,00	8,00%
Impostos s/ vendas (ICMS ou ISS, CONFINS, PIS),		R\$ 3.720,00	
Vendas anuladas e descontos concedidos.		R\$ -	
Comissões a vendedores		R\$ -	
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA		R\$ 42.780,00	92,00%
(-) CUSTOS OPERACIONAIS		R\$ 6.907,95	
CMV - Custo Mercadoria Vendida ou CSP Custo do serviço prestado		R\$ 6.907,95	
Outros		R\$ -	
LUCRO BRUTO		R\$ 35.872,05	77,14%
(-) GASTOS FIXOS OPERACIONAIS		R\$ 20.297,24	
(+) OUTRAS RECEITAS OPERACIONAIS		R\$ -	
Receitas financeiras			
Aluguéis			
Outras			
LUCRO ou PREJUÍZO OPERACIONAL		R\$ 15.574,81	33,49%
(+) 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\$ 15.574,81	33,49%
(-) Provisão para Imposto de Renda		R\$ -	
(-) Provisão para Contribuição Social sobre o Lucro Líquido		R\$ -	
RESULTADO APÓS IR e CSSL		R\$ 15.574,81	33,49%
Participações (distribuição de lucros)			
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO		R\$ 15.574,81	33,49%

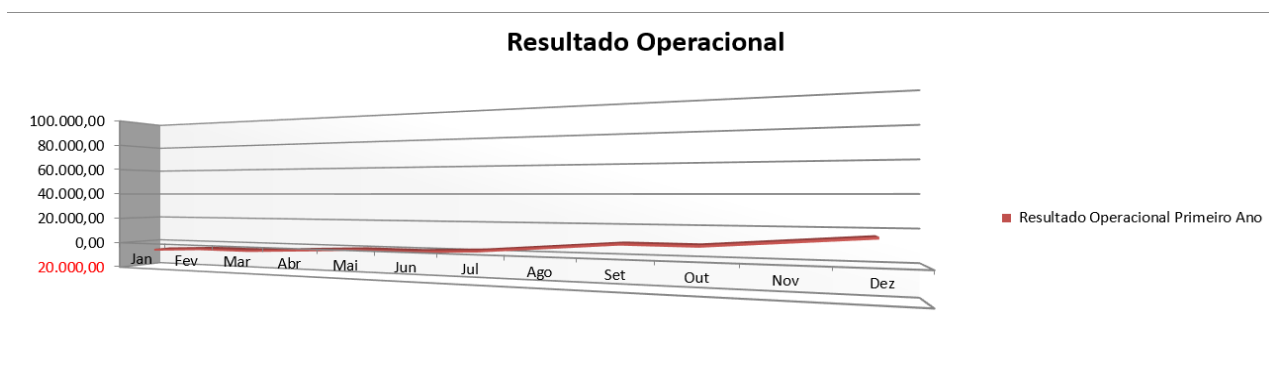
Fonte: Autores (2020)

No demonstrativo do resultado do exercício é possível analisar um lucro de 20.090,76, sendo 33,49% da receita bruta.

Indicadores do primeiro ano

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul
Start up	40,00%	45,00%	45,00%	50,00%	55,00%	55,00%	60,00%
Receita Primeiro Ano	17.112,00	19.251,00	19.251,00	21.390,00	23.529,00	23.529,00	25.668,00
Custos Variáveis Totais	2.763,18	3.108,58	3.108,58	3.453,98	3.799,37	3.799,37	4.144,77
Margem de Contribuição Primeiro Ano	14.348,82	16.142,42	16.142,42	17.936,03	19.729,63	19.729,63	21.523,23
Gastos Fixos	20.297,24	20.297,24	20.297,24	20.297,24	20.297,24	20.297,24	20.297,24
Resultado Operacional Primeiro Ano	5.948,42	4.154,82	4.154,82	2.361,22	567,61	567,61	1.225,99
Resultado	5.948,42	4.154,82	4.154,82	2.361,22	567,61	567,61	1.225,99

Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
60,00%	70,00%	80,00%	80,00%	90,00%	100,00%	
25.668,00	29.946,00	34.224,00	34.224,00	38.502,00	42.780,00	
4.144,77	4.835,57	5.526,36	5.526,36	6.217,16	6.907,95	
21.523,23	25.110,44	28.697,64	28.697,64	32.284,85	35.872,05	
20.297,24	20.297,24	20.297,24	20.297,24	20.297,24	20.297,24	
1.225,99	4.813,20	8.400,40	8.400,40	11.987,61	15.574,81	
1.225,99	4.813,20	8.400,40	8.400,40	11.987,61	15.574,81	32.647,91



Fonte: Autores (2020)

Os indicadores dos demais anos são apresentados a seguir

Indicadores demais anos

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun
Sazonalidade normal	100,00%	95,00%	85,00%	85,00%	80,00%	85,00%
Receita Anos Normais	42.780,00	40.641,00	36.363,00	36.363,00	34.224,00	36.363,00
Custos Variáveis Totais	6.907,95	6.562,55	5.871,76	5.871,76	5.526,36	5.871,76
Margem de Contribuição	35.872,05	34.078,45	30.491,24	30.491,24	28.697,64	30.491,24
Gastos Fixos	20.297,24	20.297,24	20.297,24	20.297,24	20.297,24	20.297,24
Resultado Operacional	15.574,81	13.781,21	10.194,00	10.194,00	8.400,40	10.194,00
Lucro	15.574,81	13.781,21	10.194,00	10.194,00	8.400,40	10.194,00

Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
90,00%	90,00%	80,00%	80,00%	100,00%	100,00%	
38.502,00	38.502,00	34.224,00	34.224,00	42.780,00	42.780,00	
6.217,16	6.217,16	5.526,36	5.526,36	6.907,95	6.907,95	
32.284,85	32.284,85	28.697,64	28.697,64	35.872,05	35.872,05	
20.297,24	20.297,24	20.297,24	20.297,24	20.297,24	20.297,24	
11.987,61	11.987,61	8.400,40	8.400,40	15.574,81	15.574,81	140.264,06
11.987,61	11.987,61	8.400,40	8.400,40	15.574,81	15.574,81	140.264,06

Fonte: Autores (2020)

As tabelas apresentam indicadores anuais. A sazonalidade do segmento sofre algumas variações, sendo os piores meses, maio, setembro e outubro.

Crescimento

		Crescimento
INVESTIMENTOS FÍSICOS PARA IMPLANTAÇÃO	186.580,00	
RESULTADO PRIMEIRO ANO	32.647,91	
RESULTADO SEGUNDO ANO	140.264,06	
RESULTADO TERCEIRO ANO	142.757,84	2%
RESULTADO QUARTO ANO	145.874,62	4%
RESULTADO QUINTO ANO	148.679,90	6%

Fonte: Autores (2020)

TMA; TIR; VPL e Payback

TMA	9%				
TIR	47%				
VPL	para taxa de	9%	R\$ 249.209,07		
Payback	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro	192.528,42	138.357,29	2.218,27	145.287,60	291.473,72
Fevereiro	196.683,24	124.576,08	16.275,10	159.620,06	306.081,80
Março	200.838,06	114.382,08	26.672,98	170.221,82	316.887,44
Abril	203.199,27	104.188,07	37.070,86	180.823,58	327.693,08
Maio	203.766,88	95.787,67	45.639,27	189.560,00	336.597,50
Junho	204.334,50	85.593,67	56.037,15	200.161,76	347.403,15
Julho	203.108,51	73.606,06	68.264,51	212.628,87	360.110,01
Agosto	198.295,31	61.618,46	80.491,87	225.095,98	372.816,87
Setembro	189.894,91	53.218,06	89.060,28	233.832,40	381.721,29
Outubro	181.494,51	44.817,66	97.628,68	242.568,81	390.625,72
Novembro	169.506,91	29.242,85	113.203,49	258.766,61	407.135,02
Dezembro	153.932,10	13.668,04	129.089,80	274.964,42	423.644,32
Payback	24	Meses e		Dias	

Fonte: Autores (2020)

A empresa possui uma taxa mínima de atratividade de 9%, tem o TIR de 47% por se tratar de uma empresa que é prestadora de serviço, onde não há estoque, nem matéria prima e um baixo custo comparado a lucratividade do negócio. O Payback é realizado brevemente em relação ao investimento, sendo de 24 meses.

6- CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se nesse trabalho de conclusão de curso de processos gerenciais, que a empresa disk entulho terra boa é um investimento atraente, pois, devido as nossas pesquisas de mercado, à uma grande carência no setor de empresas com boas qualificações.

Para comprovar nossa teoria, apresentamos uma TIR no valor de 47% onde o empreendimento possui uma TMA de 9%, e todo ciclo do PAYBAC corresponde a 24 meses, na parte da avaliação deste trabalho, verifica-se que a empresa apresenta viabilidade econômica para que o investimento possa ser implementado. Do ponto de vista acadêmico, conseguimos visualizar os principais conceitos das disciplinas que foram ofertadas ao longo desses dois anos de curso, do ponto de vista profissional, nós nos sentimos aptos a exercermos a nossa empregabilidade no mercado de trabalho, bem como estamos capacitados para praticarmos o processo do empreendedorismo, seja deste investimento ou de outros investimentos que nos forem apresentados como oportunidades.

Por fim, podemos destacar que a empresa pesquisada e discutida nesse trabalho é uma empresa que está inserida no setor de grande crescimento econômico, uma vez que nós estamos situados na cidade de Umuarama e o setor onde nossa empresa vai desenvolver suas atividades é um dos setores que mais geram empregos na região noroeste do estado do Paraná

7- REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS UNIVERSIDADES PRIVADAS. **Dados**. Disponível em: <www.anup.com.br>. Acesso em: 20 nov. 2014.

BASTOS, Antônio V. B. Comprometimento organizacional: um balanço dos resultados e desafios que cerca essa tradição de pesquisa. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 33, n. 3, p. 52-64, 1993.

CANDIDA, Maria das Graças. **Diagnóstico Ambiental**: aplicação da etapa inicial de um modelo do planejamento estratégico para instituição de ensino superior da iniciativa privada: o caso da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel. Cascavel: 2001. Monografia (graduação), União Educacional de Cascavel.

AMBRÓSIO Plano de Marketing Perarson education 2012

HOOLEY, G. J; Saunders, J. A.; Piercy, N.F. Estrategia de Marketing e Posicionamento competitivo. 3. Ed São Paulo: Perarson Prentice Hall, 2005.

IBGE- INDICE BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA.

Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/umuarama/panorama>. Acesso em 13 de Nov. 2020

SERTEK, P; GUINDANI, R. A MARTINS, T. S Administração de planejamento estratégico 1 ed. Curitiba 2012

GIL, Antônio Carlos. **Gestão de pessoas**: enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2001.

SEBRAE – SERVIÇO DE APOIO À PEQUENA EMPRESA NO PARANÁ.

Disponível em: http://www.sebraepr.com.br/gc/images/Plano_de_%20Negocios_v15.zip Acesso em: 22 de nov. 2014.

8- APÊNDICE A - DOCUMENTOS ELABORADOS PELO AUTOR

9- ANEXO A - CÓPIA DE DOCUMENTOS ELABORADOS POR TERCEIROS