

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIABATA – FACER
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

SANTIAGO ROBERTO FERREIRA E SILVA

Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

**PLANO DE NEGÓCIO – ECOFER – RECICLAGEM DE RESÍDUOS
INDUSTRIAIS**

RUBIATABA-GO

2010

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIABATA – FACER
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

SANTIAGO ROBERTO FERREIRA E SILVA

Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

**PLANO DE NEGÓCIO – ECOFER – RECICLAGEM DE RESÍDUOS
INDUSTRIAIS**

Trabalho de Curso submetido à Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER, como parte dos requisitos necessários para obtenção do Grau de Bacharel em Administração, sob a orientação do Prof. Francinaldo Soares de Paula.

RUBIATABA-GO

2010

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA – FACER
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

SANTIAGO ROBERTO FERREIRA E SILVA

**PLANO DE NEGÓCIO – ECOFER RECICLAGEM DE RESÍDUOS
INDUSTRIAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Bacharel em Administração.

RESULTADO: _____

Francinaldo Soares de Paula
Especialista em Docência Universitária
Orientador

Juliano de Caldas Rabelo
Especialista em Docência Universitária

Uênio Ricardo Braga Marra
Especialista em Docência Universitária

Rubiataba, 21 de Dezembro de 2010.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho inteiramente a Deus, por sempre fazer presente ao meu lado, em todas as escolhas de minha vida, direcionando sempre minhas escolhas da melhor forma.

Dedico também a algumas pessoas muito importantes, que sempre fizeram presentes durante toda a minha vida, Deus na sua infinita bondade me deu de presente familiares, que fizeram de mim uma pessoa extremamente capaz de atingir os meus objetivos, pessoas estas que me deram apoio nos momentos onde encontrei dificuldades durante esta caminhada, e sempre me mostraram qual o melhor caminho para seguir, não teria conseguido chegar aonde cheguei, concluindo um curso superior, sem o apoio dessas pessoas, são elas: **(pais) Maria Aparecida, José Roberto, minha esposa, Keila e meu irmão Rubstien** , a estes familiares minha eterna gratidão.

Dedico também a todos meus amigos e professores, pois juntos presenciaram momentos de grandes realizações e conquistas, em especial dedico aos meus amigos e agora companheiros de profissão: **Rodrigo Aureliano Rosa, Flavio Roberto, Neilson Nunes, Hallano Ito**, cada um com seu jeito especial de ser, sempre me ajudando a contornar todos os obstáculos, durante a jornada do meu curso. E por último há uma pessoa muito especial, que para mim se resumem na seguinte palavra exemplo de força, determinação e superação, **Keila Maria Lopes e Vitor Roberto Lopes Ferreira**, portanto dedico à estas pessoas este trabalho, pois sei com elas, nenhuma barreira é intransponível, quando se tem familiares ao seu lado.

AGRADECIMENTOS

Aquele que faz com poder inigualável do seu amor, transbordar nossos corações com uma única palavra – Deus.

Em algumas situações é difícil estabelecer a partir de quando relacionar nomes de pessoas a quem somos gratos. A dificuldade torna-se mais evidente quando se trata da elaboração de um Projeto Acadêmico

É um processo longo, uma somatória das mais variadas contribuições em que muitas pessoas participam de forma direta e indireta. Tentar relacioná-las nesse momento é atestar nossa imperfeição mental. Quero aqui fazer uma menção especial a algumas pessoas.

Em especial, gostaria de agradecer minha esposa, e a família, por terem contribuído de forma ímpar, por terem mantido sempre o mesmo sorriso e disposição.

Agradeço também a todos os colaboradores que forneceram as informações e pelo apoio prestado no atingimento dos objetivos, fica aqui meu muito obrigado a todos vocês.

E também somos muito gratos a todos que direta ou indiretamente, colaboraram e apoiaram-nos sem os quais não poderíamos estar contabilizando em nosso conhecimento, o capital intelectual adquirido.

e o carinho.

*"Na natureza nada se cria, nada se
perde, tudo se transforma".*
Lavoisier.

RESUMO

A criação de um plano de negócios permite aos empreendedores, analisar e conhecer todos os processos existentes na abertura de um empreendimento, dentre eles estão os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças que o mesmo possuirá. O mesmo serve de base para os empreendedores diminuírem as possibilidades do surgimento de riscos iniciais em todo e qualquer negócio, visto que o mesmo possibilita a apresentação para possíveis fornecedores e clientes potenciais. Além de permitir que o empreendedor avalie seu novo empreendimento do ponto de vista, macro e micro mercadológico, o PN dá enfoque também no segmento financeiro, técnico e operacional do empreendimento. O presente trabalho de conclusão de curso visa demonstrar de forma clara e sucinta, seu objeto, justificativa, fundamentação teórica, onde o mesmo foi dividido em Sumário Executivo, demonstrando a execução do plano nas suas variadas fases, onde relata a oportunidade do empreendedor juntamente com seus dados e informações pertinentes à abertura do empreendimento. O plano de marketing aborda temas de suporte estratégico para o empreendedor tais como: descrição dos principais produtos, estudos dos clientes, fornecedores e concorrentes, estratégias promocionais dentre outros. O plano operacional descreve a localização do negócio, juntamente com seu layout e o plano financeiro traz em seu contexto uma análise do empreendimento, através da estimativa dos investimentos, fixos, financeiros, operacionais, pré-operacionais, faturamento mensal da empresa, custos/despesas. Resumindo, uma análise geral da viabilidade da empresa Ecofer, onde procura demonstrar os aspectos relevantes para a implantação do empreendimento.

Palavras-chave: Plano de Negócios, Reciclagem, Resíduos Industriais Mercado, Comercialização.

ABSTRACT

Creating a business plan allows entrepreneurs, analyze and understand all the processes existing at the opening of a project, among them are the strengths, weaknesses, opportunities and threats that it possesses. The same is the basis for entrepreneurs diminish the chances of emergence of initial risk in any deal, since it can be shown to potential suppliers and potential customers. Besides allowing the entrepreneur to assess his new venture from the point of view, macro and micro marketing, BW focuses also on the segment financial, technical and operational development. This conclusion of course work aims to demonstrate clearly and succinctly, its purpose, rationale, theoretical basis, where it was divided into Executive Summary, showing the implementation of the plan in its various phases, which chronicles the opportunity the entrepreneur with data and information pertinent to the opening of the enterprise. The marketing plan addresses issues of strategic support to the entrepreneur such as: description of the main products, studies of customers, suppliers and competitors, among other promotional strategies. The operational plan describes the location of the business along with its layout and financial plan provides a context in his analysis of the enterprise, through the estimate of investments, fixed, financial, operational, pre-operational, the company's monthly revenue, costs and expenses. In short, a general analysis of the viability of the company Distribuidora Tropicana, which seeks to demonstrate the relevant aspects for the deployment of the enterprise.

Keywords: Business Plan, Market, Marketing and Distribution.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Dimensionamento pessoal.....	42
Quadro 2: Dimensionamento de pessoal.....	48

LISTA DE FIGURAS / GRÁFICOS

Gráfico 1: Análise da população local.....	28
Gráfico 2: Análise população local – no que se refere as empresas encontradas dentro do município.....	29
Gráfico 3: Análise população local – no que se ao nível de conhecimento sobre empresas que trabalham com aspectos sócio-ambientais.....	30
Gráfico 4: Análise das empresas existentes no município Itapacino.....	31
Gráfico 5: Nível de Carência da cidade no que se refere aos empreendimentos que promovam aspectos sócio-ambientais.....	32
Gráfico 6: Maneira como as empresas descartam seus resíduos.....	33
Gráfico 7: Análise da importância dos descarte de resíduos industriais.....	34
Gráfico 8: Viabilidade da Abertura do Empreendimento.....	34
Gráfico 9: Contribuição dos cidadãos para a coleta seletiva de lixo em suas residências.....	36

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Estimativa dos Investimentos Fixos.....	43
Tabela 2: Estimativa do Estoque Inicial.....	44
Tabela 3: Estimativa de Investimentos Pré-Operacionais.....	45
Tabela 4: Estimativa do Investimento Total.....	46
Tabela 5: Estimativa do Faturamento da Empresa.....	46
Tabela 6: Estimativa dos Custos Variáveis.....	47
Tabela 7: Estimativa dos Custos com Depreciação.....	49
Tabela 8: Estimativa dos Custos Fixos mensais/despesas.....	50
Tabela 9: Demonstrativo de Resultado.....	50
Tabela 10: Ponto de Equilíbrio.....	51
Tabela 11: Lucratividade.....	51
Tabela 12: Rentabilidade.....	52
Tabela 13: Prazo de Retorno do investimento.....	52
Tabela 14: Fluxo de Caixa.....	53
Tabela 15: Taxa Interna de Retorno.....	55
Tabela 16: Valor Presente Líquido.....	56
Tabela 17: Valor Presente Líquido Descontado.....	56

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
1 REFERENCIAL TEÓRICO.....	14
1.1 Empreendedorismo.....	14
1.2 O Empreendedor.....	14
1.3 Plano de Negócios.....	16
1.4 O Meio ambiente e o Desenvolvimento Sustentável.....	17
2 SUMÁRIO EXECUTIVO.....	18
2.1 Descrições do negócio e da oportunidade.....	18
2.2 Dados do empreendedor, perfil e atribuições.....	19
2.3. Dados do empreendimento.....	19
2.3.1 Setor de atividade.....	20
2.3.2 Forma Jurídica.....	20
2.3.3 Enquadramento Tributário.....	21
2.3.4 Capital social.....	21
2.3.5 Missão.....	21
2.3.6 Visão.....	22
2.3.7 Objetivos.....	22
2.3.8 Objetivos em Curto Prazo.....	23
2.3.9 Objetivos a médio-longo prazo.....	23
3 PLANO DE MARKETING.....	24
3.1 Descrição das principais atividades da empresa.....	24
3.2 Descrição dos principais clientes.....	24
3.3 Estudo dos Concorrentes.....	25
3.4 Estudo dos Fornecedores.....	25
3.5 Abrangência da Cadeia de Abastecimento.....	26
3.6 Estrutura de Comercialização.....	27
3.7 O mercado.....	27
3.8 Pesquisa de Marketing.....	27
3.9 Resultado das pesquisas.....	37
3.10 Público Alvo.....	38
3.11 As vendas.....	38
3.12 Atendimento ao Cliente: Venda e Pós Venda.....	39

4 PLANO OPERACIONAL.....	40
4.1 Localização do Negócio.....	40
4.2 Escolha do Imóvel.....	40
4.3 Layout.....	40
4.4 Capacidade Comercial.....	41
4.5 Processos de Comercialização.....	41
4.6 Dimensionamento de pessoal.....	42
5 PLANO FINANCEIRO.....	43
5.1 Estimativa dos Investimentos Fixos.....	43
5.2 Estimativa do Estoque Inicial.....	44
5.3 Estimativa do Capital de Giro.....	45
5.4 Estimativa dos Investimentos Financeiros.....	45
5.5 Estimativa dos Investimentos Pré-Operacionais.....	45
5.6 Estimativa do Investimento Total.....	46
5.7 Estimativa do Faturamento da Empresa.....	46
5.8 Estimativa dos Custos Variáveis.....	47
5.9 Estimativa dos Custos de comercialização.....	47
5.10 Estimativa dos Custos com mão-de-obra.....	48
5.11 Estimativa dos custos com depreciação.....	49
5.12 Estimativas dos custos fixos mensais/despesas.....	49
5.13 Demonstrativo de Resultado.....	50
5.14 Indicadores de Viabilidade.....	51
5.14.1 Ponto de Equilíbrio.....	51
5.14.2 Lucratividade.....	51
5.14.3 Rentabilidade.....	52
5.14.4 Prazo de retorno do investimento.....	52
5.15 Fluxo de Caixa.....	53
5.16 Taxa mínima de atratividade (TMA).....	55
5.17 Taxa Interna de Retorno – TIR.....	55
5.18 Valor Presente Líquido – VPL.....	56
5.19 Valor Presente Líquido – VPL – DESCONTADO.....	56
6 CONCLUSÃO.....	57
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	58
APÊNDICE.....	59

INTRODUÇÃO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso visa analisar a viabilidade da criação do PN, sob os diversos aspectos, da abertura da empresa Ecofer, uma empresa do ramo industrial que tem por finalidade a reciclagem de resíduos industriais descartados no processo de produção das empresas, situada no município de Itapaci-Go.

Para obter uma análise concisa da criação de um determinado negócio, faz-se necessário a criação do PN, para que todos os dados possam ser analisados de maneira adequada de forma a contribuir positivamente para criação do mesmo. O plano de negócios da Ecofer, é dividido em: Plano Operacional, Plano de Marketing e Plano Financeiro.

Este tem como principal objetivo avaliar a viabilidade da empresa Ecofer, sob todos os pontos de vista, sendo eles, financeiros, mercadológicos, operacional, jurídico e organizacional.

A elaboração do (PN), mostra ao empreendedor todos os pontos do empreendimento, sendo eles fortes e fracos, isso faz com que diminua as possibilidades dos riscos que muitas vezes levam as empresas ao fracasso, visto que este facilita a apresentação do presente negócio, a futuros investidores, fornecedores, e clientes potenciais, contribuindo assim para futuras negociações.

Estudos comprovam que grande parte dos empreendimentos fecham suas portas devido a falta de planejamento antes da abertura, porém o planejamento não garante o sucesso, mas serve, para minimizar possíveis transtornos decorrentes no processo de abertura de qualquer empreendimento, além do mais, o mesmo é capaz de otimizar as potencialidades do empreendedor junto ao empreendimento, fazendo disto um fator de diferencial competitivo no cenário econômico atual, visto que este processo de otimização leva os empreendedores a obter um estudo eficaz de suas oportunidades, ameaças, pontos fortes e pontos fracos, fazendo com que assim o empreendimento tenha o mínimo de riscos possíveis no processo de criação.

1 REFERENCIAL TEORICO

1.1 Empreendedorismo

Empreendedorismo é definido como a capacidade que o ser humano tende a transformar ideais em fatos concretos, fazer o negócio inovador e tornar-se lucrativo.

Como descreve Dolabela (2008, p. 23) empreendedorismo não é um tema novo ou modismo: existe desde sempre, desde a primeira ação humana inovadora, com um objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza.

Empreendedorismo trata-se de fenômeno, em que o negócio é fortemente influenciado pela cultura do ambiente em que será inserido. Como um de seus fundamentos como afirma Dolabela (2008, p. 24) “empreendedorismo é a cidadania. Visa a construção do bem estar coletivo, do espírito comunitário, da cooperação”.

O empreendedorismo é importante para a sociedade, pois é um dos fatores preponderantes para o crescimento econômico local através da dinamização dos negócios.

“Empreendedorismo é uma livre tradução que se faz da palavra *entrepreneurship*, que contém as idéias de iniciativa e inovação. É um termo que implica uma forma de ser, uma concepção de mundo, uma forma de se relacionar” (Dolabela, 2008, p. 24).

Através do empreendedorismo, o empreendedor poderá expressar através de seu negócio seus valores, visões, crenças, etc., desta forma o processo empreendedor envolve todas as atividades relacionadas a criação e inovação de empresas.

1.2 O Empreendedor

Dornelas (2008, p. 23) acredita que “o empreendedor seja o motor da economia, um agente de mudanças”.

É considerado um ser empreendedor aquele que age com o espírito inovador, que busca dinamizar na forma de apresentar novas produções, vendas dos produtos, como tratar, atrair e até mesmo obter a fidelidade de clientes, entre outros.

Chiavenato (2004, p. 5), define o empreendedor como “a pessoa que faz as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades”.

Já Schumpeter (1934 apud DORNELAS, 2008, p. 23) “associa o empreendedor ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades em negócios”.

O empreendedor deve ter uma visão global mediante os acontecimentos e tendências, para depois agir de modo local e obter a efetividade do negócio. Ser um agente ativo do meio em que vive e provocar mudanças.

Segundo Dornelas (2007, p. 11-16), classifica empreendedor, da seguinte forma:

Empreendedor Nato: Geralmente são os mais conhecidos e aclamados. Suas histórias são brilhantes e, muitas vezes, começaram do nada e criam grandes impérios. [...] Empreendedor que aprende: é normalmente uma pessoa que, quando menos esperava, se deparou com uma oportunidade de negócio e tomou a decisão de mudar o que fazia na vida para se dedicar ao negócio próprio. [...]

Empreendedor Serial: é aquele apaixonado não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. [...] é uma pessoa dinâmica, prefere os desafios e a adrenalina envolvidos na criação de algo novo a assumir uma postura de executivo que lidera grandes equipes. [...]

Empreendedor Corporativo: são geralmente executivos muito competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas administrativas. Trabalham de olho nos resultados para crescer no mundo corporativo. [...]

Empreendedor Social: tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Envolve-se em causas humanitárias com comprometimento singular. [...]

Empreendedor por necessidade: cria o próprio negócio porque não tem alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido.. [...]

Empreendedor Herdeiro: recebe logo cedo a missão de levar à frente o legado de sua família. [...]

Empreendedor “Normal”: O empreendedor que “faz a lição de casa”, que busca minimizar os riscos, que se preocupa com os próximos passos do negócio, que tem visão de futuro clara e que trabalha em função de metas é o empreendedor aqui definido como o “normal” ou planejado. [...] seria o mais completo do ponto de vista da definição de empreendedor e o que teria como referência a ser seguida, mas que na prática ainda não representa uma quantidade considerável de empreendedores.

É fato que o empreendedor deverá ter uma visão futura de sua vida e de seus negócios, deve criar e aproveitar todas as oportunidades que surgem no decorrer do processo, a fim de estabelecer metas, objetivos e estratégias para tornar o negócio idealizado bem sucedido.

1.3 Plano de Negócios

O plano de negócios por ser entendido como um instrumento para favorecer no desenvolvimento do negócio. Este favorecerá como forma de planejamento e posteriormente servirá como instrumento avaliativo para identificar a real situação da empresa.

Chiavenato (2004, p. 128) vem confirmar esta teoria afirmando o seguinte:

O plano de negócios é um conjunto de dados e informações sobre o futuro do empreendimento, que define suas principais características e condições para proporcionar uma análise de sua viabilidade e dos seus riscos, bem como para facilitar sua implantação.

Para Arnold (1999, p. 37):

O plano estratégico de negócios é uma declaração dos principais objetivos e metas que a empresa espera atingir nos próximos dois a dez anos ou mais. É uma declaração do direcionamento amplo da empresa e mostra o tipo de negócio – as linhas de produtos, mercados e assim por diante – Em que a empresa pretende atuar no futuro. É baseado em previsões a longo prazo e inclui a participação de marketing, finanças, produção e engenharia.

Para obter o sucesso do negócio, é necessário o reconhecimento da importância do plano de negócios por parte do empreendedor. Este será uma ferramenta imprescindível para verificar a viabilidade do negócio, servirá como subsídio de controle e avaliação do mesmo.

1.4 O Meio ambiente e o Desenvolvimento Sustentável

O uso desordenado dos recursos naturais traz graves consequências ao meio ambiente. Este reage de forma silenciosa, mas ao mesmo tempo, acompanhada de desastres

ambientais. Com o desenvolvimento econômico dos últimos anos, com o surgimento de indústrias nacionais e multinacionais, entre outros fatores, houve o acúmulo de resíduos industriais que há pouco tempo ficavam abandonados em pátios, corroendo e degradando-se com o passar do tempo provocando o sucateamento de determinados objetos que poderiam ser reaproveitados.

É necessário que haja uma ação protetora para os recursos naturais. Conciliar o crescimento econômico e resguardar o meio ambiente deve ser prioridade.

Atualmente empreendedores vêem em materiais anteriormente considerados sucatas e lixo, a oportunidade de um novo negócio, de transformar em recursos úteis baseado no desenvolvimento sustentável.

Pois, assim afirma Corson (1996, p. 54);

Tal objetivo pode ser alcançado através do “desenvolvimento sustentável” – um programa que satisfaz hoje as necessidades dos indivíduos, sem destruir os recursos que serão necessários no futuro. É um programa baseado em planejamento a longo prazo e no reconhecimento de que, para manter o acesso aos recursos que tornam a nossa vida diária possível, devem ser conservados.

Por isso, o empreendedor somente alcançará o desenvolvimento sustentável se houver uma combinação entre o crescimento econômico e o zelo pelo meio ambiente. Para que isso ocorra, deve-se esquecer a má utilização dos recursos e inserir na sociedade como um todo, uma cultura de reaproveitamento e preocupação com o futuro das novas gerações.

2 SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 Descrições do negócio e da oportunidade

O negócio trata da criação de um ponto de coleta de resíduos industriais dentro do município de Itapaci, que tem por finalidade a comercialização de produtos oriundos de matéria – prima, como ferro, cobre zinco, alumínio e outros tipos de metais, que são descartados nos processos industriais.

Seus principais clientes serão indústrias que utilizam este tipo de material dentro do seu processo de produção, dentro de um raio de atuação de cerca de 200 km. Destaca-se como principal cliente a empresa Vale Verde Empreendimentos Agrícolas Ltda. Empresa do ramo sucroalcooleiro que atua dentro do município desde o ano de 2000, onde tem como principal atividade a produção de álcool etílico e hidratado, como toda empresa do ramo, esta possui um alto número de descarte de resíduos industriais inutilizados durante sua construção, manutenção e até mesmo conservação.

A preocupação com o meio ambiente tem sido algo muito retratada nos últimos anos, isso fez com que muitas empresas passassem a adotar critérios voltados às questões sócio-ambientais dentro do seu processo de produção, a maioria dos clientes deixou de buscar produtos que satisfaçam apenas suas necessidades, e passaram a adquirir produtos que possuem comprometimento com o meio ambiente e que tragam em si aspectos sérios, éticos e responsáveis, ou seja, produtos ecologicamente corretos fabricados por empresas que estão preocupadas com este lado ambiental.

Observando a inexistência de um comércio local focado neste segmento de reciclagem mais especificamente de coleta de resíduos industriais, este surgiu como oportunidade de estar explorando um comércio até então não muito explorado por se tratar de um mercado que muitos não dominam que é o de reciclagem, mercado este que quando utilizado possibilita a redução da utilização de novas matérias primas, evitando o desperdício por estar re-utilizando produtos até então antes descartados dentro do processo de produção.

Outro aspecto a ser retratado é o acompanhamento adequado destinado aos resíduos industriais. Nota-se que o mercado de reciclagem é um mercado que se encontra em grande processo de expansão, isso se dá pelo fato deste apresentar um enorme potencial econômico, oriundo da preocupação que as empresas estão tendo cada vez mais com as questões

ecológicas e sócio ambientais, tendo em vista que todas as empresas possuem o descarte de matérias primas que não são utilizáveis no seu processo de produção, este PN torna-se altamente oportuno pois pretende-se através deste trabalhar com matérias primas já utilizadas, onde estariam transformando as mesmas em um novo produto a ser utilizado por outras empresas.

2.2 Dados do empreendedor, perfil e atribuições

O empreendedor Santiago Roberto Ferreira e Silva reside no município de Itapaci - Go. Atualmente está cursando o 8º período em Administração de empresas, pela instituição de ensino superior- FACER – Rubiataba-Go. O empreendedor possui as seguintes experiências profissionais: COOPER-RUBI, empresa do ramo sucroalcooleiro, situada no município de Rubiataba-Go – exercendo a profissão de Destilador e Caldeireiro, durante o período de 2002 a 2006, onde pode perceber toda a questão da parte de descarte da matéria prima não utilizada no processo de produção, atualmente trabalha na empresa Vale Verde Empreendimentos Agrícolas, empresa do mesmo ramo, onde nesta passou a exercer função de Coordenador de Destilaria

O empreendedor possui experiências em atividades relacionadas à rotina administrativa, atendimento aos clientes, conhecimentos na área de venda e pós-venda, grandes conhecimentos no ramo em que o empreendimento está focado, além de possuir grandes características empreendedoras.

Suas principais atribuições são: saber gerir as operações da empresa, supervisionar as atividades dos demais funcionários, saber trabalhar em equipe, ser criativo frente às novas exigências impostas pelo mercado de trabalho, ter dinamismo para resolver conflitos diários, encontrando métodos paliativos para resolvê-los.

2.3. Dados do empreendimento

O nome da empresa será Ecofer. Este nome foi escolhido por lembrar o ramo em que se pretende atuar, e também como maneira de demonstrar ao público alvo e aos clientes

potenciais, sobre os novos mecanismos sustentáveis que muitas empresas estão aderindo quando optam por trabalhar com produtos recicláveis.

Tendo em vista ser este um PN, cuja sua implantação ainda encontra-se em processo de análise, o CNPJ e demais documentos legais da empresa, estão em estado de providências.

2.3.1 Setor de atividade

O setor de atividade será o setor industrial, voltado para o ramo de especificamente o de distribuição haja vista que irá coletar matéria prima oriunda dos processos de produção das empresas, como: ferro, zinco, cobre aço, alumínio e outras matérias descartadas no processo industrial, por não serem utilizados, pretende-se mediante auxílio de máquinas e ferramentas agregar valor a estes produtos, para posterior comercializá-los. Este tipo de atividade caracteriza o processo industrial como sendo, indústria de bens e consumo, por se tratar de uma indústria de base, a qual trabalha com matéria-prima dita como bruta, para transformá-la em matéria prima para que outras indústrias possam trabalhar.

2.3.2 Forma Jurídica

A empresa será titulada por uma única pessoa, com isso adéqua-se ao estatuto Jurídico denominado de “Empresário em Nome Individual”.

Empresas Individuais, ou empresas pequenas, normalmente são registradas como microempresas, de simples contribuição, quase sempre de um único dono, que também é o gerente. A responsabilidade do proprietário da empresa individual é ilimitada; ou seja, seus bens pessoais respondem por todas as dívidas da empresa no caso de inadimplência (LEMES, 2002, p. 21/22).

Neste tipo de forma jurídica, o empresário tem como vantagem competitiva os baixos custos para a abertura do empreendimento, visto que o mesmo possui total autonomia para

resolver todas as questões burocráticas e administrativas, e a participação integral nos lucros, outro fator relevante para esse tipo de enquadramento tributário, está na forma como é cobrado os impostos, nota-se que por se tratar de um empresário individual este será de forma mais razoável, fazendo com o empreendimento adquira vantagem fiscal

2.3.3 Enquadramento Tributário

A empresa pretende trabalhar com o Sistema Simples Nacional ou como mais conhecido o Super Simples, isto se dá pelo fato de ser um programa tributário mais simplificado que auxilia os gestores micro – empresários através de uma única arrecadação de impostos.

2.3.4 Capital social

O valor total do Capital Social será R\$. 385.390,00 (trezentos e oitenta e cinco mil e trezentos e noventa reais) sendo que este valor será dividido em: estimativa de Investimentos Fixos. R\$ 360.800,00 (trezentos e sessenta mil e oitocentos reais) estimativa de Investimentos Financeiros R\$ 22.540,00 (vinte e dois mil, quinhentos e quarenta reais) e estimativa de Investimentos Pré Operacionais. R\$ 2.050,00 (dois mil e cinquenta reais).

2.3.5 Missão

Atender às empresas do ramo industrial, dentro e fora do município de Itapaci, prestando-lhes serviços de reciclagem através da coleta dos descartes das matérias-primas, inutilizadas no processo de produção das empresas, objetivando proporcionar aos empresários através de palestras, campanhas do tipo a conscientização, sobre os riscos e danos ambientais que pode ser ocasionados com o manejo inadequado que estas matérias pode ocasionar no

melhor posicionamento, e visão dentro do mercado altamente competitivo em que todas estão inseridas.

2.3.8 Objetivos em Curto Prazo

Conquistar o maior número de clientes possíveis, dentro e fora do município de Itapaci, utilizar um plano de coleta seletiva dentro das indústrias, conscientizar os empresários sobre a importância do termo responsabilidade sócio-ambiental, e quanto o processo de reciclagem se faz necessário dentro de uma organização, haja vista que o mesmo além de proporcionar uma redução significativa dos gastos com matérias primas e produtos que se fazem necessários para o processo de produção, é capaz de proporcionar uma melhor imagem da empresa/organização dentro da sociedade em que atua, fazendo com assim a mesma possa estar adquirindo futuramente, possíveis sócios, fornecedores e acionistas.

2.3.9 Objetivos a médio-longo prazo

Tornar-se a melhor empresa do ramo de reciclagem, satisfazer as necessidades dos clientes, trazer os conceitos dos aspectos ambientais, para dentro da empresa, de forma a conscientizar a todos sobre o quanto importante são estes para a organização dentre esses pode-se citar: a diminuição de matérias primas, controle adequado do estoque, separação adequada dos materiais inutilizados no processo de produção, dentre outros, enfim de certa forma trazer para dentro das empresas, todos estes aspectos demonstrados mostrando a todos a importância do mesmo, onde estes são capazes de reduzir através da conscientização dos empresários os custos de produção, através da reutilização do que antes era descartado, e mais do que nunca tornar -se presente o nome da empresa do ramo pré -estabelecido neste PN.

meio ambiente em que as empresas estão inseridas, e também como maneira de conscientizar os mesmos sobre o desperdício de um material que pode ser otimizado, através de um bom processo de descarte, e utilização adequada da matéria prima, a fim de demonstrar o quanto ele estaria evitando desperdícios dentro do processo de produção, com este material que pode ser transformado em lucro para a empresa, através de sua comercialização, e outros mecanismos que se fizer necessários, métodos e técnicas adequadas para a utilização da matéria-prima dentro da indústria, e também o quão importante a maneira adequada do descarte da mesma, mostrando através de estudos a redução dos impactos ambientais que estes mecanismos de manejo adequado proporciona.

2.3.6 Visão

Tornar-se a melhor empresa do ramo de coleta seletiva de resíduos industriais, com o intuito de alcançar um papel de destaque entre o meio social que se faz presente, proporcionar melhores condições de trabalho para todos os colaboradores, através da diminuição dos impactos ambientais e conseqüentemente proporcionar aos empresários uma conscientização, sobre a importância da reciclagem dos produtos não utilizáveis dentro do processo de produção, tornar-se a melhor empresa do ramo de reciclagem dentro e fora do município de Itapaci. Oferecer produtos e serviços de qualidade, embasados nas questões sócio-ambientais, e voltados a responsabilidade social.

2.3.7 Objetivos

A empresa possuirá como principal objetivo, o processo de reciclagem e separação dos materiais descartados nos processos industriais, obter um maior lucro na venda destes produtos e também obter uma conscientização dos empresários e empresas de uma forma geral, sobre as questões de responsabilidades sócio-ambientais, que todas as empresas devem possuir, alertando aos mesmos que através destes aspectos, a empresa poderá conseguir um

3 PLANO DE MARKETING

Com o passar dos anos, as estratégias de marketing passaram a assumir um papel fundamental dentro dos empreendimentos, visto que as mesmas estão diretamente ligadas ao processo de tomada de decisão, pode – se dizer que estas são as principais responsáveis por dar um suporte estratégico para os gestores, no que diz respeito ao posicionamento de um produto dentro do mercado.

Esse papel fundamental do marketing dentro do mercado de trabalho, se dá devido as empresas a cada dia que passa estarem vivendo em um mercado altamente competitivo, onde a cada dia muitos empresários se vêem sujeitos há uma necessidade de busca constantes por novos produtos, que tragam em si um certo diferencial competitivo aos demais concorrentes e que principalmente atendam de imediato às necessidades dos consumidores, logo pode-se dizer que essas estratégias servem para manter as empresas orientadas para o mercado, e os gestores orientados para os hábitos e costumes dos clientes potenciais.

3.1 Descrição das principais atividades da empresa

A ECOFER, tem como foco principal criar um ponto de coleta de resíduos industriais descartados no processo de produção das industriais, dentro do município de Itapaci analisando os aspectos centrais das indústrias que se faz presente dentro do município, abrangendo o município de demais cidades circunvizinhas, objetivando atender, a todos os perfis pré definidos pelas empresas, valorizando sempre o bem estar do cliente, e a boa imagem que a mesma irá transmitir através de práticas de controle do descarte adequado dos materiais não utilizados no processo de produção.

3.2 Descrição dos principais clientes

Visto que os clientes do presente PN de negócios são as empresas concentradas dentro e fora do município de Itapaci, foi feita uma pesquisa com toda a população Itapacina

local onde o Plano de Negócios se faz presente, com pessoas de ambos os sexos, idades e classes sociais, também residentes as proximidades do município, com o intuito de observar se os mesmos estão preocupados com os aspectos sócio-ambientais das empresas que se faz presente na região.

Através de uma conversa informal com os proprietários/ diretores e procuradores das grandes empresas presentes no município, pode-se perceber que muitas não sabem a importância do descarte adequado do material não utilizado no processo de produção, e também quando a imagem da empresa melhora perante a sociedade, quando esse fator pode ser revertido consequentemente em lucro, através do despertar de interesses entre novos sócios, acionistas e credores.

De um modo geral, pode-se dizer que as características dos clientes, são empresas de grande e pequeno porte, situadas dentro e fora do município de Itapaci, com a faixa etária de mais de 05 anos de trabalho dentro do mercado, e também de outras organizações existentes fora do município que necessitar dos serviços oferecidos neste PN.

3.3 Estudo dos Concorrentes

Visto a inexistência de um ponto de coleta seletiva dentro do município de Itapaci, no primeiro momento não se destaca um principal concorrente, no entanto, sabe-se de uma empresa que realiza o mesmo tipo de serviço que se pretende realizar através deste, que se localiza no município de Uruaçu- GO, aproximadamente 120 km do município de Itapaci, denominada ACEFER.

A concorrência de produtos reciclados praticamente não existe na região, devido à inexistência de um empreendimento focado neste segmento.

3.4 Estudo dos Fornecedores

Os principais fornecedores serão: Vale Verdes Empreendimentos Agrícolas, Cooper Rubi Agro Industrial, Anglo América Mineradora, Usina Alvorada, Grupo Naoum, FTA Engenharia, e demais empresas do ramo industrial, localizada nas proximidades do município.

Estas foram escolhidos por utilizarem dentro do seu processo industrial sendo na manutenção, ou até mesmo na construção, materiais como: ferro, zinco, cobre alumínio, enfim, algum tipo de material que gere após sua utilização, algum tipo de descarte, que poderá ser re-utilizado na forma do que se pretende criar através do presente PN.

3.5 Abrangência da Cadeia de Abastecimento

Analisar a cadeia de abastecimento se faz necessário dentro de todo e qualquer empreendimento que se pretende inserir dentro do mercado, tendo em vista que está servirá como base para o empreendedor frente as constantes mudanças do mercado de trabalho, a mesma servirá também para orientar o empreendedor quanto aos procedimentos que deverão ser adotados no que se refere a preços, condições de pagamento, prazo nas entregas dos produtos, enfim todo e qualquer procedimento que possa agregar valor ao processo de venda e redistribuição dos produtos.

No que se refere ao presente PN, pode-se dizer que a maioria dos clientes será empresas ligadas ao ramo do processo industrial, visto que este é o principal gerador da matéria prima que se pretende utilizar através da criação deste empreendimento, pretende-se através de uma visita técnica às empresas ligadas a esse ramo, demonstrar o quanto é importante para uma empresa o descarte adequado dos materiais não mais utilizados no seu processo de produção, visto que quando feito o descarte de maneira adequada tais produtos podem ser vendidos, e conseqüentemente gerar lucro para empresa, assim como o lucro, outro fator de diferencial importante para a mesma, refere-se ao aspecto sócio-ambiental, nota-se que nos dias atuais, a grande preferência por parte dos consumidores, e até mesmo sócios e acionistas, está voltada às empresas que trazem em seu contexto, aspectos que estejam ligadas às questões de preservação do meio ambiente e de responsabilidade social.

3.6 Estrutura de Comercialização

A estrutura de Comercialização utilizada pela ECOFER será de venda com representantes comerciais, onde os mesmos estarão indo até às empresas que utilizam esse tipo de matéria prima, e oferecendo tais produtos.

3.7 O mercado

A Ecofer irá atuar na coleta e venda de materiais descartados nos processos de produção de empresas Industriais, dentro do município de Itapaci, e região, onde se pretende através desta coleta, fazer um melhoramento em tais produtos e repassá-los a empresas que atuam no ramo de reciclagem como: siderúrgicas, fabrica de vergalhões, dentre outras que reutilizam esses materiais em seu processo de produção na fabricação de seus produtos finais.

Um aspecto importante a ser retratado refere-se ao acompanhamento adequado que a empresa fornecerá aos compradores, no que se refere aos ensinamentos destinados o manuseio adequado dos descartes de materiais não utilizados dentro do processo de fabricação, mostrando aos mesmos o quão importante torna-se para o empreendimento, ter aspectos voltados e destinados a questões de responsabilidade sócio-ambientais.

A região do município de Itapaci encontra-se em pleno crescimento e estruturação, por se tratar de um município onde tem como principal fonte de renda uma Indústria do setor sucroalcooleiro, e visto também que o mesmo está localizado nas proximidades de outras empresas deste segmento, torna-se altamente viável a criação de um ponto de coleta destes resíduos industriais, onde possibilita aos empresários deste setor, o descarte ecologicamente correto destes produtos não utilizados.

3.8 Pesquisa de Marketing

Foi realizada uma pesquisa de marketing direcionada a população local, com intuito de verificar se as empresas locais, tem em seu contexto aspectos que destinam as

responsabilidades ambientais, no que se refere ao descarte adequado das matérias primas não mais utilizadas em seus processos de produção, essa pesquisa serviu como base para o empreendedor para que o mesmo possa ter uma noção sobre a viabilidade da criação de um ponto de coleta seletiva de resíduos industriais dentro do município, e também sobre o quanto as empresas locais não estão destinando a atenção necessária para o manuseio correto de suas “sucatas”.

A primeira pergunta teve por objetivo verificar a quanto tempo a pessoa reside dentro do município de Itapaci. No gráfico 01 nota-se que 30% dos entrevistados residem no município entre 25 a 30 anos, destacando-se 25% na faixa de 01 a 05 anos, 20% entre 20 e 25 anos, 15% na faixa de 15 a 20 anos, e 5% entre as faixas de 10 á 15 e 05 á 10 anos. Essa pergunta fez-se necessário para saber se a população que reside no município a mais tempo, sabe da importância e porque não dizer da falta de um empreendimento focado a este seguimento, tendo em vista que a melhoria proporcionada por tal empreendimento, não está diretamente ligada apenas as empresas, com também a toda população e sociedade que se faz presente onde as empresas estão inseridas, isso se dá pelo fato da preservação ambiental, ser algo relevante a todos.

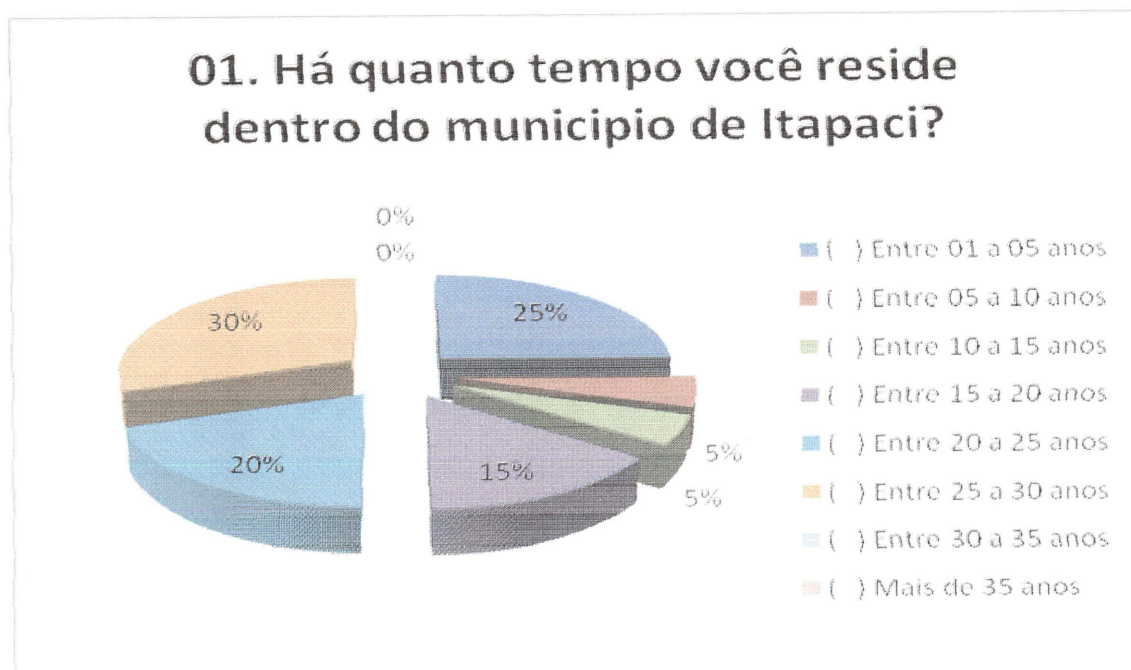


Gráfico 1: Análise da população local.

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

A segunda pergunta traz com base um fator fundamental para a construção de tal empreendimento, no ramo em que se pretende atuar dentro do município, foi perguntado aos entrevistados se os mesmos consideram que as empresas presentes na região tem preocupação com as questões destinadas aos aspectos sócio ambientais, o resultado já era de se esperar, foi constatado através desta pergunta que grande maioria das empresas localizada no município não dão o valor que deveriam dar a essas questões, onde destaca-se 70% como não, e 30% como sim.

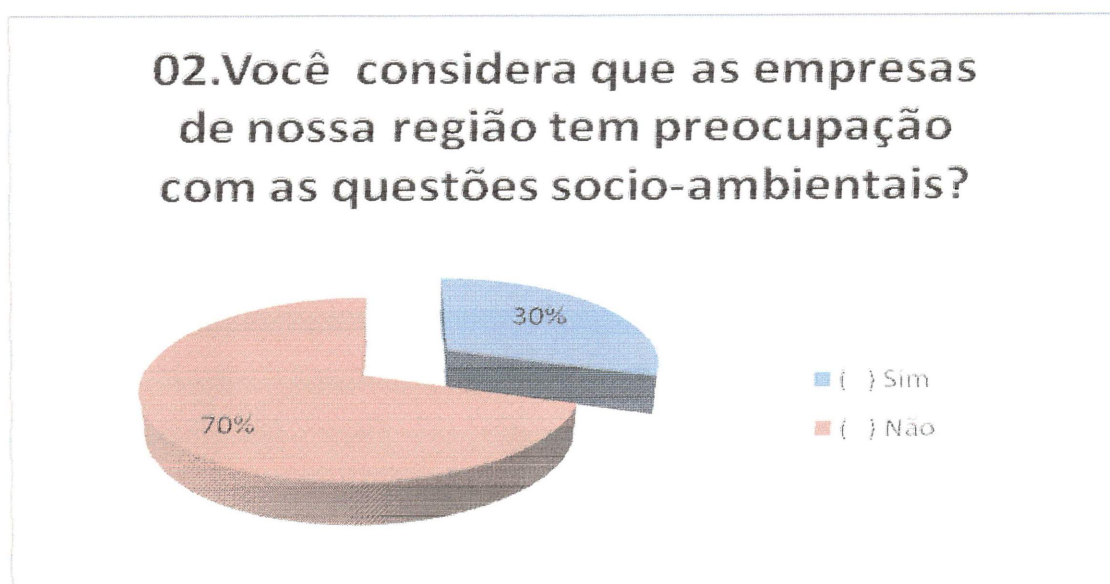


Gráfico 2: Análise população local – no que se refere as empresas encontradas dentro do município.
Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

A terceira pergunta faz uma avaliação sobre as empresas localizadas dentro do município, perguntou-se a população local: “Você conhece ou acredita que alguma empresa que atue no município, tenha em seu contexto essas questões de responsabilidade sócio-ambiental”.

03. Você conhece ou acredita que alguma empresa que atue no município, que tenha em seu contexto essas questões de responsabilidade socio-ambiental?

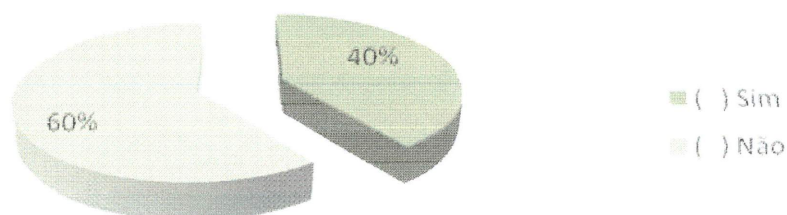


Gráfico 3: Análise população local – no que se ao nível de conhecimento sobre empresas que trabalham com aspectos sócio-ambientais.

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

Analisando os resultados obtidos, percebe-se que no gráfico 03, grande parte dos entrevistados disseram acreditar que não, as empresas localizadas no município não têm práticas de responsabilidade sócio ambiental, contra 40% que afirmaram acreditar que as mesmas possui em tais aspectos. Através deste resultado obtido nessa pergunta, pode-se dizer que esses aspectos estão razoavelmente bem tratados dentro do município, acredita-se que por falta de conhecimento por parte da população ou até mesmo por falta de transparência em suas ações, grande maioria das pessoas não acreditam que as empresas preocupam-se com esse aspecto.

Com intuito de confirmar a pergunta feita no item anterior, a quarta pergunta faz menção à terceira, pediu-se a população para informar qual das empresas existentes no município, eles acreditam possuir princípios sócio-ambientais.

04. Caso a resposta da questão anterior, seja positiva, informe qual empresa/comércio você acredita trabalhar com esses princípios sócio ambientais?

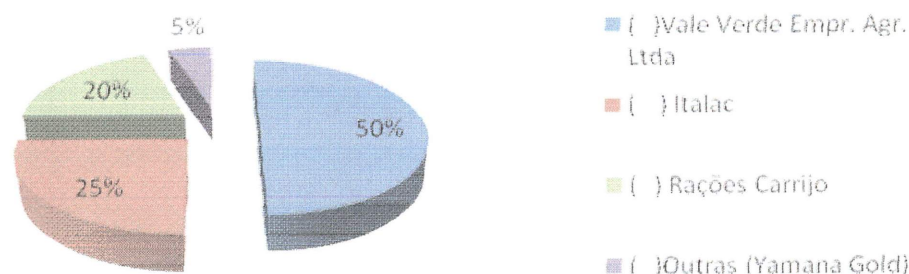


Gráfico 4: Análise das empresas existentes no município Itapacino.
Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

A Vale Verde empreendimentos Agrícolas teve uma margem de 50%, a Italac como 25%, Rações Carrijo com 20% e Outras aqui representada pela Yamaha Gold, teve 5%.

O gráfico 05 demonstra a opinião da população Itapacina, no que diz respeito às questões dos aspectos sócio-ambientais, foi perguntado aos mesmos “Qual o nível de carência desta cidade, no que se refere a empreendimentos que promovam o desenvolvimento dos aspectos sócio-ambientais?”

O gráfico 05 demonstra, que levando em consideração as empresas existentes dentro do município de Itapaci, de acordo com a população, é grande o nível de carência das empresas no que diz respeito aos aspectos sócio-ambientais, destacando-se 50% como alto, 35% médio, 10% baixo e 5% como regular.

O resultado obtido só confirma, mais uma vez o quanto os aspectos sócio-ambientais tem sido alvo de grande relevância dentro dos processos produtivos, visto que nos dias atuais, esses se tornaram alvo de preocupação de todos, para tanto empresas que trabalhem centradas nesses aspectos possui em um grande diferencial competitivo dentro do mercado de trabalho, visto que passam além de uma boa imagem para a população, como também uma melhora contínua para seus produtos.

05. Qual o nível de carência desta cidade, no que se refere a empreendimentos que promovam o desenvolvimento dos aspectos sócio ambientais?

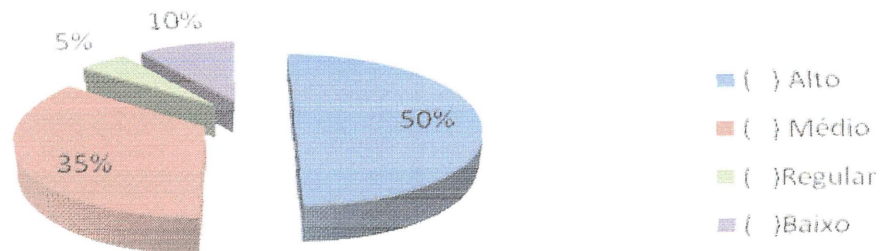


Gráfico 5: Nível de Carência da cidade no que se refere aos empreendimentos que promovam aspectos sócio-ambientais.

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

Levando em consideração as empresas existentes dentro do município, a sexta pergunta faz menção à maneira como as empresas descartam os resíduos industriais das matérias primas utilizados em seu processo de produção.

Conforme pode-se observar os resultados obtidos foi que, de acordo com a população, a maneira como as empresas descartam seus resíduos industriais fica definida da seguinte forma: 40% consideradas como bom, 35% como regular, 25% como Ruim.

Apesar do resultado obtido, acredita-se que na maioria das vezes as empresas têm sim um descarte adequado de seus resíduos, visto que as mesmas estão sujeitas a fiscalizações, e caso haja alguma irregularidade as mesmas ficam passíveis de multas. O que acontece é que grande parte das empresas não possui um local adequado para descartar esses materiais, assim, a população acredita que estejam fazendo de forma irregular.

06. Como você avalia a forma como as empresas descartam os resíduos das matérias-primas já não mais utilizadas em seu processo de produção?

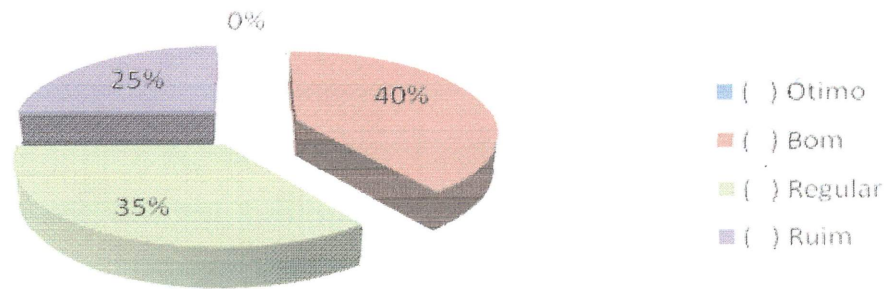


Gráfico 6: Maneira como as empresas descartam seus resíduos.
 Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

A sétima pergunta teve como intuito verificar se a população predominante dentro do município de Itapaci considera importante o descarte adequado dos resíduos não mais utilizados dentro dos processos de produção.

Através dos resultados obtidos observa-se que 87% consideram de suma importância para uma organização ter um descarte adequado de seus resíduos industriais, tendo em vista que estes além de proporcionar uma melhora contínua da imagem da empresa frente aos sócios e acionistas, como também uma melhor qualidade de vida para seus funcionários visto que estes têm impactos diretos com o meio ambiente em que a organização está inserida, e conseqüentemente resulta numa melhora contínua para o meio em que se faz presente, 13% dos entrevistados afirmaram que para eles o descarte adequado destes resíduos não faz diferença visto que os mesmos não trabalham nessas organizações.

07. Você considera importante, o descarte adequado dos resíduos industriais ?

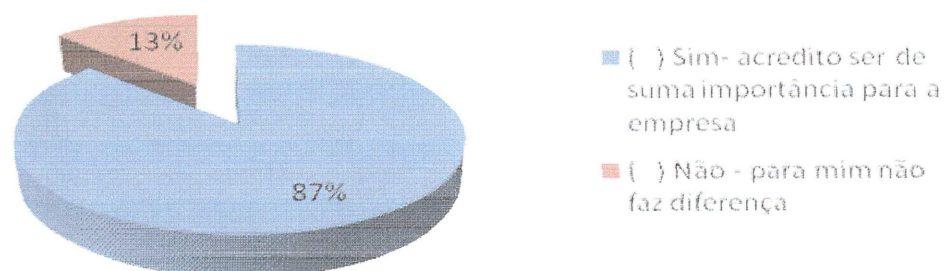


Gráfico 7: Análise da importância do descarte de resíduos industriais.
Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

A oitava pergunta tem como objetivo avaliar o nível de aceitação sobre a abertura de um empreendimento no ramo de coleta de resíduos industriais dentro do município de Itapaci, que trabalhe com aspectos de responsabilidade sócios – ambientais, e contribua positivamente para a diminuição dos impactos sócio-ambientais dentro do município de Itapaci.

08. Tendo em vista a quantidade de empresas/comércios existentes no município de Itapaci, você acredita que há espaço para a abertura de uma nova empresa, que trabalhe com reciclagem de resíduos industriais na forma de um ponto de coleta?



Gráfico 8: Viabilidade da Abertura do Empreendimento.
Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

Analisando a existência de grandes empresas dentro do município, nota-se a inexistência de um comércio que trabalhe focado apenas no ramo de comercialização do presente PN, no que se refere a criação de um ponto de coleta, para os resíduos industriais não mais utilizados nos processos de produção das empresas, onde a maioria das empresas existentes não se preocupa com os materiais descartadas em seu processo de produção, deixando assim muitas vezes a desejar no que diz respeito ao descarte adequado destes materiais.

Os resultados obtidos não poderiam ter sido melhores, visto que 87% dos entrevistados afirmaram possuir espaço para a abertura de um empreendimento que trabalhe focado nesse ramo de reciclagem dentro do município, contra 13% que disseram que não, acredita-se que estes que afirmaram que não há espaço para a abertura de um empreendimento que trabalhe focado nesse ramo sejam os mesmos que disseram não fazer diferença.

Finalizando a pesquisa dentro do município de Itapaci, a nona e última pergunta refere à disponibilidade da população em estar participando de maneira efetiva com o empreendimento através da coleta seletiva do lixo, foi perguntado aos mesmos “Tendo conhecimento ou não da importância da reciclagem de resíduos para o meio ambiente, é fato que, o surgimento das empresas de reciclagem, traz benefícios, tanto econômicos quanto sociais para o município em que está inserida: visto que agregado a isso, vem o surgimento de novos produtos/serviços, a geração de empregos e renda para a sociedade, entre outros fatores. Você como cidadão está disposto a contribuir com a coleta seletiva, através da separação do seu lixo?”

09 - Você como cidadão está disposto a contribuir com a coleta seletiva, através da separação do seu lixo?

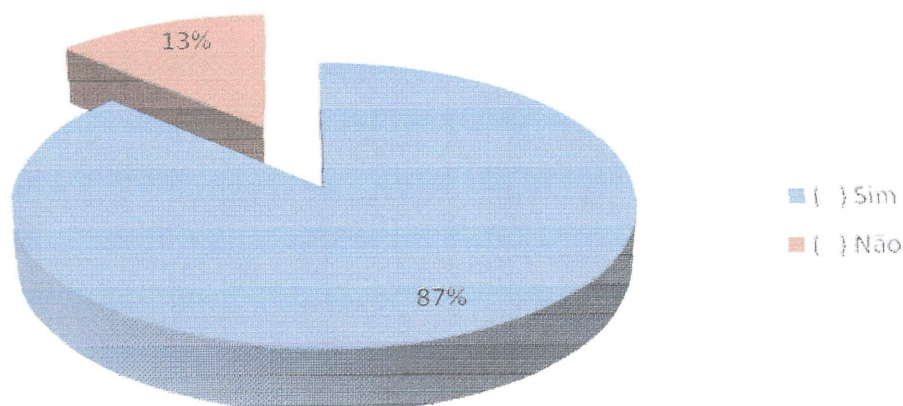


Gráfico 9: Contribuição dos cidadãos para a coleta seletiva de lixo em suas residências.
Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

O Gráfico 09 demonstra que 87% dos entrevistados afirmaram que irão contribuir de maneira significativa para a questão da coleta seletiva de lixo dentro de suas propriedades, tendo em vista que este é um fator de preocupação tanto das empresas como também das pessoas existentes dentro dos municípios, através desta pesquisa pode-se dizer que grande parte das pessoas passaram a se preocupar mais com as questões voltadas aos aspectos sócio-ambientais, pois passaram a perceber que preservando o meio ambiente em que estão inseridos, estão promovendo uma melhora contínua de qualidade de vida para eles mesmos. 13% dos entrevistados assim como nas questões anteriores, afirmaram que não estão dispostos a contribuir com a coleta seletiva de lixo dentro de suas residências, acredita-se que estas pessoas não estão cientes dos benefícios que este mecanismo proporciona para quem o realiza.

3.9 Resultado das pesquisas

O resultado de certa forma já era esperado, devido a inexistência de um comércio focado no ramo de comercialização que se pretende através da criação deste PN, através de uma análise dos questionários que foram aplicados dentro do município de Itapaci, revelou que 87% dos entrevistados afirmaram que há espaço para a abertura de um empreendimento focado nessa segmentação de reciclagem desses resíduos industriais, contra 13% dos entrevistados que disseram que não faz muita diferença para eles a abertura deste empreendimento.

Através deste resultado pode-se afirmar que a Ecofer, teria uma boa aceitação dentro do município de Itapaci por parte dos consumidores e das empresas que foram entrevistadas, vendo que dentro do questionário aplicado, grande maioria afirmou haver espaço para a abertura de tal empreendimento.

Nota-se que 30% dos entrevistados residem dentro do município há mais de 25 a 30 anos, 25% entre 01 a 05 anos, 20% entre 30 a 35 anos, e 5% entre 05 a 10 anos e 10 a 15 anos, através deste resultado pode-se dizer que as pessoas por morarem há algum tempo dentro do município, conseguem ter um senso crítico para fazer a avaliação que se pretendia dentro deste questionário, dando respostas capazes de orientar o futuro empreendedor sobre a viabilidade da criação de tal empreendimento.

A pesquisa realizada com a população Itapacina, junto com uma conversa informal que se teve com os empresários presentes na região, pode-se perceber que se destaca como grande oportunidade a criação do presente PN, visto a inexistência de um comércio focado nessa área de atuação, e a necessidade das empresas em estarem dando para esses insumos descartados em seus processos de produção um destino adequado, fazendo com que haja através disto uma constante melhora na imagem da empresa frente ao município em que está inserida e aos seus clientes.

Outro aspecto a ser levado em consideração, e que quando perguntado a população sobre as empresas existentes dentro do município de Itapaci, se as mesmas têm preocupação com as questões de responsabilidade sócio-ambiental, 70% dos entrevistados disseram que sim, que elas possuem essa preocupação, contra 30% que disseram não possuir, pode-se dizer através deste levantamento que mesmo não tendo conhecimento das práticas adotadas pelas empresas no que diz respeito a esses aspectos, as mesmas têm passado uma boa imagem para

a população/clientes que se fazem presentes dentro do município, seguindo essa óptica a criação deste PN torna-se fundamental por servir como uma ferramenta capaz de auxiliar nessa boa conduta para as empresas frente aos sócios, investidores e futuros acionistas, isso se dá pelo fato das mesmas se demonstrarem através deste descarte adequado serem empresas sérias, éticas e principalmente preocupadas com as questões sócio-ambientais.

3.10 Público Alvo

O produto será destinado às empresas de médio e grande porte, situadas no Sul dos Países, mas especificadamente nos estados de São Paulo, e Pará, onde a maioria destas atua no ramo siderúrgica que utilizam destes materiais na fabricação de seus produtos, como vergalhões, vigas metálicas dentre outros produtos.

3.11 As vendas

O preço de venda será calculado de forma a cobrir os custos do investimento e consequentemente proporcionarem o retorno desejado pelo empreendedor, as vendas serão realizadas pelo próprio empreendedor, através de transações comerciais com empresas que utilizam desses materiais dentro do seu processo de produção.

A estratégia a ser utilizada será trabalhar com produtos de qualidade, que satisfaçam às necessidades dos clientes, onde se pretende através da coleta destes insumos, fazer um melhoramento nos mesmos com intuito de ofertar aos consumidores, produtos capazes de atendê-los de imediato, sem que haja a preocupação por parte deles desse melhoramento, fazendo com que assim mantenha-se o ponto de equilíbrio, conquistando ao mesmo tempo um maior número de clientela possível, para quem sabe, futuramente, expandir os negócios frente a outros municípios que tenham empresas do ramo Industrial localizadas em suas proximidades.

As vendas serão realizadas, à vista ou a prazo se assim desejarem.

3.12 Atendimento ao Cliente: Venda e Pós Venda

As vendas serão realizadas primeiramente pelo empresário através de uma visita formal as grandes empresas que utilizam essas matérias em seu processo de produção, e por vendedores internos (funcionários) dentro do próprio empreendimento. Uma das estratégias encontradas como diferencial competitivo para o presente empreendimento, está em atuar nas vendas feitas por catálogo onde a empresa pretende através dos anúncios e panfletos, divulgar seus produtos de comercialização para empresas que comprem esse tipo de material reciclado, onde estas poderão via telefone e solicitar uma visita, e assim pretende-se disponibilizar um profissional capacitado para ir até eles levando tais produtos e prestando eventuais esclarecimentos sobre a maneira correta de estarem utilizando.

Através deste mecanismo de pós-venda, a empresa oferecerá todo o suporte necessário desde a venda dos produtos, como também no pós venda, onde pretende-se prestar todos os tipos de esclarecimentos que se fizerem necessários sobre os produtos que estão sendo ofertados, disponibilizando sempre que necessário um profissional capacitado para prestar os devidos atendimentos.

4 PLANO OPERACIONAL

4.1 Localização do Negócio

A Ecofer estará localizada à GO 336, KM 16, nas proximidades do município de Itapaci, situada ao lado Norte da cidade, mais especificamente de frente ao Posto de Combustível Nasa; este local foi escolhido por estar localizar-se próximo a principal empresa do setor Industrial presente dentro do município e também por ser de fácil visibilidade, junto aos seus clientes potenciais. Outro fator preponderante na escolha da localização do imóvel está na maior comodidade oferecida aos clientes na rapidez nas entregas dos produtos, e também por este estar localizado em uma das principais vias de acesso ao município.

4.2 Escolha do Imóvel

A Ecofer trata-se de uma empresa de médio porte, que irá atuar no ramo de industrial de comercialização de produtos, com investimento médio, levando em consideração este aspecto o empreendedor opta por comprar o terreno, para o ponto de comercialização.

O imóvel foi escolhido devido sua localização, como o principal produto de trabalho da empresa, refere-se a resíduos industriais descartados nos processos de produção, a escolha do imóvel permite ao empreendedor uma maior proximidade junto à empresa que fornecerá os insumos necessários para a sua atividade fim.

4.3 Layout

A estrutura da Ecofer será de uma área de 10.000 m², onde contará com os seguintes equipamentos conforme demonstrado no Apêndice 1.

4.4 Capacidade Comercial

Devido à sazonalidade dos produtos que se pretende comercializar através da criação deste PN, a capacidade máxima de produção torna-se variável, haja vista que os insumos a serem utilizados serão mais bem encontrados nos períodos em que as Indústrias encontram fora dos seus processos produtivos, onde as mesmas se utilizam desse tempo, para fazer os devidos reparos em suas máquinas e instalações, originando assim as sucatas, que nada mais é do que materiais descartados em seu processo de manutenção e conservação, através deste contexto a Ecofer pretende ter uma capacidade máxima de produção de 200 TON/mês, atendendo a uma demanda de 04 clientes potenciais situados nos diversos estados conforme citados anteriormente.

4.5 Processos de Comercialização

Dentro do processo de processo de comercialização define como a empresa irá funcionar. A Ecofer contará com um quadro de 05 funcionários, dentre os quais serão divididos da seguinte forma, 01 pessoa realizando a parte burocrática, 01 pessoa realizando o serviço de atendimento aos clientes, e 03 pessoa no processo de coleta, separação e distribuição.

As vendas dos produtos ocorrerão como todos os empreendimentos, os clientes que se interessarem poderão ir até a loja para comprar os produtos, ou se o cliente solicitar a visita de um de nossos funcionários, o mesmo irá até ele, levando um catalogo de produtos que serão oferecidos. A empresa não contará com a entrega de mercadorias, porém possuía vínculos com terceiros que possuem veículos apropriados para a realização deste serviço, fazendo com que assim o cliente se sinta satisfeito na entrega do produto que está sendo adquirido.

4.6 Dimensionamento de pessoal

A Ecofer, contará com um quadro de 05 funcionários, dentre os quais serão divididos da seguinte forma, 01 pessoa realizando a parte burocrática, 01 pessoa realizando o serviço de atendimento aos clientes, e 03 pessoa no processo de coleta, separação e distribuição.

Segue abaixo quadro de dimensionamento de pessoal:

Qtd	Cargo	Atribuições	Salário (R\$)	Encargos (FGTS+INSS)	TOTAL
01	Gestor	Gerir as operações da empresa, definir objetivos e metas, analisar fluxo de caixa, administrar o departamento de marketing e finanças e auxiliar nas atividades cotidianas que forem necessárias.	R\$ 1.100,00	R\$ 121,00	R\$ 1.221,00
01	Atendente	Atender aos Clientes, organizar o estoque de matérias da empresa a, realizar serviços de limpeza na área interna o empreendimento,	R\$ 510,00	R\$ 81,60	R\$ 733,27
02	Vendedor	Atender aos Clientes, organizar o estoque de matérias primas da empresa, realizar serviços de limpeza na área externa do empreendimento, Entregar pedidos feitos pelos clientes.	R\$ 650,00	R\$ 104,00	R\$ 754,00
01	Motorista	Coletar as mercadorias, operar a garra sucateira no momento de recolhimento, e entrega dos materiais, condicionar as entregas dos clientes dentro dos caminhões através desta garra sucateira.	R\$ 1.000,00	R\$ 160,00	R\$ 1.160,00

Quadro 1: Dimensionamento de Pessoal.

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5 PLANO FINANCEIRO

5.1 Estimativa dos Investimentos Fixos

A Estimativa dos Investimentos Fixos é definida como sendo, os equipamentos, móveis e utensílios que a empresa necessita para melhor desempenhar sua função, dentro da atividade que se propôs a fazer.

Investimentos fixos é a aquisição de todos os bens que a empresa necessite para início de seu funcionamento de maneira adequada.

A tabela a seguir irá mostrar todos os itens utilizados com sua quantidade, valor unitário e valor total.

Tabela 1: Estimativa dos Investimentos Fixos

Item	Discriminação	Und.	QTD	Valor Unit. R\$	Valor Total R\$
1	Terreno				R\$ 30.000,00
	Área - 10.000 m2	Und.	1	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00
2	Obras Civas				R\$ 20.000,00
	Escritório	Und.	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
	Instalações industriais	Und.	1	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00
3	Máquinas e Equipamentos				R\$ 96.950,00
	Prensa Hidráulica Vertical	Und.	1	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00
	Balança tipo plataforma	Und.	1	R\$ 7.800,00	R\$ 7.800,00
	Carrinho de movimentação de tambores	Und.	2	R\$ 400,00	R\$ 800,00
	Carro-de-mão para transporte de insumos	Und.	10	R\$ 80,00	R\$ 800,00
	Garra sucateira	Und.	1	R\$ 60.300,00	R\$ 60.300,00
	Hidrapulper	Und.	1	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00
	Prensa Hidráulica Horizontal	Und.	1	R\$ 10.250,00	R\$ 10.250,00
4	Instalações , Montagem e Fretes				R\$ 20.150,00
	Instalações, montagens	Und.	1	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00
	Frete	Ton	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
5	Móveis e Utensílios				R\$ 3.100,00
	Geladeira	Und.	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
	Mesa p/ refeitório	Und.	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
	Condicionador de ar	Und.	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00

	Aparelho de telefone	Und.	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
	Armário	Und.	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
	Cadeiras giratórias	Und.	5	R\$ 50,00	R\$ 250,00
	Cadeiras simples	Und.	5	R\$ 30,00	R\$ 150,00
	Mesas	Und.	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00
6	Equipamentos de Informática				R\$ 3.600,00
	Microcomputador	Und.	2	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00
	Impressora	Und.	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
7	Veículos				R\$ 137.000,00
	Caminhão Truck	Und.	1,00	R\$ 120.000,00	R\$ 120.000,00
	Carro utilitário	Und.	1,00	R\$ 17.000,00	R\$ 17.000,00
8	Outros				R\$ 50.000,00
	Reboque para transporte	Und.	2	25.000,00	R\$ 50.000,00
	TOTAL				R\$ 360.800,00

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.2 Estimativa do Estoque Inicial

A estimativa de Estoque inicial compõe todas as matérias primas, que o empreendedor necessita comprar para oferecer aos clientes na forma de venda dentro do empreendimento.

Abaixo a composição dos itens que formarão o estoque inicial da ECOFER.

Tabela 2: Estimativa do Estoque Inicial

Descrição	Unid.	Quant.	Valor Unit. R\$	Valor Total. R\$
Sucatão	TON	50	R\$ 180,00	R\$ 9.000,00
Inox	TON	1,50	R\$ 1.700,00	R\$ 2.550,00
Bronze	TON	0,700	R\$ 4.500,00	R\$ 3.150,00
Cobre	TON	0,300	R\$ 4.800,00	R\$ 1.440,00

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.3 Estimativa do Capital de Giro

O capital de Giro é valor determinado de forma a cobrir os custos e as despesas do empreendimento

O capital de giro é a reserva de caixa em dinheiro para cobrir os custos da empresa até que entre contas a receber no caixa. Sendo assim a empresa Empório Cosméticos terá como capital de giro o valor de R\$ 4.000,00 (quatro mil reais)

5.4 Estimativa dos Investimentos Financeiros

Nos investimentos financeiros serão incluídos os Estoques Iniciais no valor de R\$ 18.540,00 (dezoito mil, quinhentos e quarenta reais) e o Capital de Giro no valor de R\$ 4.000,00 (quatro mil reais). Que compreende o montante de recursos de dinheiro necessário para o funcionamento da empresa, sendo para a compra de matérias-primas, pagamentos de salários, e outras despesas.

5.5 Estimativa dos Investimentos Pré-Operacionais

A estimativa dos investimentos pré-operacionais compreende os gastos realizados antes do início da atividade da empresa.

Tabela 3: Estimativa de Investimentos Pré-Operacionais

Descrição	Valor Total R\$
Despesa de Legalização (JUCEG, CMC, Inscr. Estadual e Inscr. Municipal)	R\$ 900,00
Divulgação / Inauguração	R\$ 500,00
Obras Cíveis e Reforma	R\$ 650,00
Total das Despesas Pré-Operacionais	2.050,

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

Investimento Total compreende todos os investimentos realizados pelo empreendedor para abertura da empresa, dando ao mesmo uma visão necessária no que compete a abertura do empreendimento.

A empresa Ecofer terá um investimento total de R\$ 385.390,00 (trezentos e oitenta e cinco mil, trezentos e noventa reais), sendo a soma dos investimentos fixos R\$ 360.800,00 (trezentos e sessenta mil, e oitocentos reais), investimentos financeiros de R\$ 22.540,00 (vinte e dois mil, quinhentos e quarenta reais) e o investimento pré-operacional utilizado para a realização das atividades para que o ambiente se torne agradável, sendo um total de R\$ 2.050,00, 00 (dois mil e cinquenta reais).

Tabela 4: Estimativa do Investimento Total

Descrição	Valor Total R\$
Estimativa de Investimentos fixos	R\$ 360.800,00
Estimativa de Investimentos Financeiros	R\$ 22.540,00
Estimativa de Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 2.050,00

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.7 Estimativa do Faturamento da Empresa

Tabela 5: Estimativa do Faturamento da Empresa

Descrição	Preço Unitário Venda KG	Valor Unit.TON R\$	Quant. TON		Valor (R\$) TON	
			Média Mensal	Média Anual	Média Mensal	Anual
Sucataão	R\$ 0,48	R\$ 480,00	100	1200	R\$ 48.000,00	R\$ 576.000,00
Inox	R\$ 2,50	R\$ 2.500,00	3	36	R\$ 7.500,00	R\$ 90.000,00
Bronze	R\$ 6,50	R\$ 6.500,00	1	12	R\$ 6.500,00	R\$ 78.000,00
Cobre	R\$ 6,80	R\$ 6.800,00	2	24	R\$ 3.600,00	R\$ 163.200,00
Aluminio	R\$ 2,80	R\$ 2.800,00	2	24	R\$ 5.600,00	R\$ 67.200,00
Total do Faturamento					R\$ 81.200,00	R\$ 974.400,00

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pela autora, 2010.

A previsão do faturamento da empresa é estimada com o cálculo da quantidade de produtos vendidos no mês, multiplicado pelo seu valor de venda, este será calculado com a unidade de medida de TON.

De acordo com a quantidade de produtos oferecidos e o preço de venda, a estimativa mensal da empresa é de R\$ 81.200,00 (oitenta e um mil e duzentos).

5.8 Estimativa dos Custos Variáveis

A estimativa dos Custos Variáveis é definida através dos valores e gastos inerentes à atividade fim da empresa, onde estes variam em função de alterações no volume de produção ou venda dos produtos e serviços, geralmente podem ser classificados como sendo: gastos operacionais, de vendas e impostos.

A Ecofer terá os seguintes custos variáveis.

Tabela 6: Estimativa dos Custos Variáveis.

Discriminação	Valor	
	Média Mensal	Anual
Custos Variáveis		
Matéria prima / produtos	R\$ 56.840,04	R\$ 682.080,42
Energia elétrica	R\$ 150,00	R\$ 1.800,00
Água	R\$ 50,00	R\$ 600,00
Combustíveis e lubrificantes	R\$ 1.100,00	R\$ 13.200,00
SIMPLES Federal - alíquota de 5,47% na soma dos tributos	R\$ 2.031,56	R\$ 24.378,72
Outros custos variáveis	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
Custo Total Variável	R\$60.271,60	R\$ 723.259,14

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pela autora, 2010.

5.9 Estimativa dos Custos de comercialização

Os custos de comercialização referem-se aos encargos sociais pagos na forma de impostos, onde os mesmos são calculados em cima da Receita Total do empreendimento.

A Ecofer será uma empresa, optante pelo Simples Nacional, para tanto o percentual a ser cobrado será o valor de 5,47%, sendo assim fica definido da seguinte forma: Faturamento Estimado R\$ 81.200,00 (oitenta e um mil, vírgula duzentos reais) calculados a uma alíquota de 5,47%, fica o custo de R\$ 4.441,64 (quatro mil quatrocentos e quarenta e um reais, vírgula sessenta e quatro centavos).

5.10 Estimativa dos Custos com mão-de-obra

A empresa contará com um quadro de 05 funcionários, dentre os quais serão divididos da seguinte forma, 01 pessoa realizando a parte burocrática, 01 pessoa realizando o serviço de atendimento aos clientes, e 03 pessoa no processo de coleta, separação e distribuição.

Segue abaixo quadro de dimensionamento de pessoal:

Qtd	Cargo	Atribuições	Salário (R\$)	Encargos (FGTS+INSS)	TOTAL
01	Gestor	Gerir as operações da empresa, definir objetivos e metas, analisar fluxo de caixa, administrar o departamento de marketing e finanças e auxiliar nas atividades cotidianas que forem necessárias.	R\$ 1.100,00	R\$ 121,00	R\$ 1.221,00
01	Atendente	Atender aos Clientes, organizar o estoque de matérias da empresa a, realizar serviços de limpeza na área interna o empreendimento,	R\$ 510,00	R\$ 81,60	R\$ 733,27
02	Vendedor	Atender aos Clientes, organizar o estoque de matérias primas da empresa, realizar serviços de limpeza na área externa do empreendimento, Entregar pedidos feitos pelos clientes.	R\$ 650,00	R\$ 104,00	R\$ 754,00

01	Motorista	Coletar as mercadorias, operar a garra sucateira no momento de recolhimento, e entrega dos materiais, condicionar as entregas dos clientes dentro dos caminhões através desta garra sucateira.	R\$ 1.000,00	R\$ 160,00	R\$ 1.160,00
TOTAL			3.260,00	466,60	3.868,27

Quadro 2: Dimensionamento de Pessoal

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5.11 Estimativa dos custos com depreciação

Tabela 7: Estimativa dos Custos com Depreciação.

ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM DEPRECIÇÃO				
Itens	Valor do bem R\$	Vida útil (anos)	Depr. Mensal R\$	Depr. Anual R\$
Obras Civis	20.000,00	10	166,67	2.000,00
Máq./Equipamentos	100.550,00	5	879,17	10.550,00
Móveis/Utensílios	3.100,00	10	25,83	310,00
Instalações	50.000,00	10	416,67	5.000,00
Veículos	137.000,00	5	2.283,33	27.400,00
Total	310.650,00		3.771,67	45.260,00

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.12 Estimativas dos custos fixos mensais/despesas

Tabela 8: Estimativa dos Custos Fixos mensais/despesas.

DEMONSTRATIVO DE CUSTOS / DESPESAS

Discriminação	Valor	
	Média Mensal	Anual
FIXOS		
1 Custos Fixos		
Pró labore + encargos (11%INSS)	R\$ 1.221,00	R\$ 14.652,00
Energia Elétrica	R\$ 150,00	R\$ 1.800,00

Telefone	R\$ 80,00	R\$ 960,00
Depreciação	R\$ 1.447,08	R\$ 17.365,00
Manutenção e Conservação	R\$ 197,04	R\$ 2.364,45
Serviços de terceiros (contador, etc.)	R\$ 150,00	R\$ 1.800,00
Outros custos fixos	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
Total Custos Fixos	R\$ 3.445,12	R\$ 41.341,45

VARIÁVEIS

2 Custos Variáveis		
Matéria prima / produtos	R\$ 56.840,04	R\$ 682.080,42
Energia elétrica	R\$ 150,00	R\$ 1.800,00
Água	R\$ 50,00	R\$ 600,00
Combustíveis e lubrificantes	R\$ 1.100,00	R\$ 13.200,00
SIMPLES Federal - alíquota de 5,47% na soma dos tributos	R\$ 2.031,56	R\$ 24.378,72
Outros custos variáveis	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
Custo Total Variável	R\$ 60.271,60	R\$ 723.259,14
Custo / Despesas Totais (1+2)	R\$ 63.716,72	R\$ 764.600,59

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.13 Demonstrativo de Resultado

Tabela 9: Demonstrativo de Resultado.

Descrição	R\$	%
Receita Operacional Bruta	81.200,00	100,00%
(-) Dedução de Vendas	4.441,64	5,47%
(-) Custos Variáveis	60.271,60	74,23%
(=) Margem de Contribuição	16.486,77	-
(-) Custos Fixos	3.565,12	4,39%
(=) Resultado Líquido	12.921,65	15,91%

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.14 Indicadores de Viabilidade

5.14.1 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio é o valor que a empresa precisa vender para cobrir os custos das mercadorias vendidas, as despesas variáveis e as despesas fixas. No ponto de equilíbrio, a empresa não terá lucro nem prejuízo, portanto pode-se dizer que o ponto de equilíbrio é o montante que a empresa precisa faturar para conseguir pagar todos seus gastos durante um período.

Tabela 10: Ponto de Equilíbrio.

Ponto de equilíbrio (Valor R\$)	R\$ 17.558,80
% Ponto de equilíbrio (Valor R\$)	84,09%
Receita operacional bruta (RO)	81.200,00
Custo fixo (CF)	3.565,12
Custo variável (CV)	60.271,60
Dedução de Vendas	4.441,64
Margem de Contribuição	16.486,77
Índice Margem Contribuição	20,30%

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.14.2 Lucratividade

A lucratividade é um dos principais indicadores de viabilidade de um negócio, pois está diretamente ligada á competitividade. Se a empresa possuir possui uma boa qualidade lucratividade, ela apresentará uma maior capacidade de competir.

Tabela 11: Lucratividade.

Lucratividade (%)	16,83%
Receita líquida de vendas (RLV)	76.758,36
Resultado líquido (RL)	12.921,65

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

A lucratividade da Ecofer, será de 16,83% ao mês, quando a mesma terá uma Receita Líquida de vendas no valor de R\$ 76.758,36 (setenta e seis mil, setecentos e cinquenta e oito, virgula trinta e seis), e deste valor tem como Resultado Líquido o total de R\$ 12.921,65 (doze mil, novecentos e vinte um virgula sessenta e cinco reais).

5.14.3 Rentabilidade

A rentabilidade é um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido, sobre o percentual da unidade de tempo.

A Ecofer terá rentabilidade de 3,35% a.m, (40,20% ao ano) do valor investido através dos lucros obtidos no negócio.

Tabela 12: Rentabilidade.

Rentabilidade (%)	3,35%
Resultado líquido (RL)	12.921,65
Investimento total (I)	385.390,00

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.14.4 Prazo de retorno do investimento

O prazo de retorno do investimento consiste na determinação do tempo necessário para que o valor do investimento seja recuperado, por meio do resultado líquido da empresa.

A Ecofer, terá o capital investido em: 29,83 meses, ou seja o empreendedor recupera o capital investido em praticamente 2 anos e 6 meses, após o início das atividades da empresa.

Tabela 13: Prazo de Retorno do investimento.

Prazo de retorno do investimento (meses)	29,83
Investimento total (I)	385.390,00
Resultado líquido (RL)	12.921,65

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.15 Fluxo de Caixa

Tabela 14: Fluxo de Caixa.

PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

55

Discriminação	Projeção Anual					
	Ano 0	Ano 01	Ano 02	Ano 03	Ano 04	Ano 05
	-385.390,00					
1 - Investimento Total		974.400,00	1.003.632,00	1.033.740,96	1.064.753,19	1.096.695,78
2 - Receitas Totais		63.716,72	65.628,22	67.597,06	69.624,98	71.713,73
3 - Custos e Despesas Anuais Totais		3.445,12	3.548,47	3.654,93	3.764,58	3.877,51
4 - Custos Fixos		1221,00	1.257,63	1.295,36	1.334,22	1.374,25
Pro labore + encargos (11%INSS)		150,00	154,50	159,14	163,91	168,83
Energia Elétrica		80,00	82,40	84,87	87,42	90,04
Telefone		1447,08	1.490,50	1.535,21	1.581,27	1.628,71
Depreciação		197,04	202,95	209,04	215,31	221,77
Manutenção e Conservação		150,00	154,50	159,14	163,91	168,83
Serviços de terceiros (contador, etc.)		200,00	206,00	212,18	218,55	225,10
Outros custos fixos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5 - Despesas Fixas		60.271,60	62.079,74	63.942,14	65.860,40	67.836,21
6 - Custos Variáveis		56.840,04	58.545,24	60.301,59	62.110,64	63.973,96
Matéria prima / produtos		150,00	154,50	159,14	163,91	168,83
Energia elétrica		50,00	51,50	53,05	54,64	56,28
Água		1.100,00	1.133,00	1.166,99	1.202,00	1.238,06
Combustíveis e lubrificantes		2.031,56	2.092,51	2.155,28	2.219,94	2.286,54
SIMPLES Federal - alíquota de 5,47% na soma dos tributos		100,00	103,00	106,09	109,27	112,55
Outros custos variáveis		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7 - Juros S/ Finc. Pretendidos						
Outros Recursos - GIRO						
8 - Lucro Tributável		910.683,28	938.003,78	966.143,90	995.128,21	1.024.982,06
TRIBUTAÇÃO SIMPLES (5,47%)		53.299,68	54.898,67	56.545,63	58.242,00	59.989,26
Dividendos Obrigatórios		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Imposto de Renda - IR		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
9 - Disponibilidades		857.463,60	883.187,51	909.683,14	936.973,63	965.082,84
10 - Repos. Financ. Pretendidos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Outros Recursos - GIRO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
11 - Superávit / (Déficit)		857.463,60	883.187,51	909.683,14	936.973,63	965.082,84
12 - Acumulado	-385.390,00	472.073,60	1.355.261,12	2.264.944,25	3.201.917,89	4.167.000,73

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

No fluxo de caixa da empresa acrescentará um percentual de 5% nos lucros anuais, aumentando a capacidade produtiva da mesma, sendo que também haverá aumento nos custos, projetados em 3% na projeção dos custos.

5.16 Taxa mínima de atratividade (TMA)

A TMA tem o seu pagamento efetuado no mercado financeiro em investimentos correntes. Ela é utilizada para representar os fluxos de caixas em valores presentes.

A TMA é uma taxa de juros que representa o mínimo que um investidor deseja, ganha, realizando certo investimento, a TMA que o empreendedor deseja para o negócio é de 6,25 a.mês.

5.17 Taxa Interna de Retorno – TIR

A TIR é um indicador de rentabilidade do projeto, e deve ser comparada com a taxa mínima de atratividade do investimento.

Esta taxa mínima de atratividade é a taxa correspondente á melhor remuneração que poderia ser obtida com o emprego do capital em um investimento alternativo.

Com isso diz que, se a TIR for superior á taxa de atratividade, a análise deve recomendar o investimento no projeto.

Tabela 15: Taxa Interna de Retorno.

TIR 224,78 %					
	-R\$ 385.390,00	ENTER	CHS	G	PV
1	857.463,60	G	PMT		
2	883.187,51	G	PMT		
3	909.683,14	G	PMT		
4	936.973,63	G	PMT		
5	965.082,84	G	PMT	F	FV
	Resposta:	224,78 %			

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.18 Valor Presente Líquido – VPL

Para medir o VPL, precisamos fazer uma estimativa do valor atual para os futuros fluxos de reais que estarão sendo gerados pelo projeto e deduz-se o investimento feito inicialmente.

Tabela 16: Valor Presente Líquido.

VPL Líquido R\$ 4.167,000

Investimento Inicial	1	2	3	4	5
-R\$385.390,00	857.463,60	883.187,51	909.683,14	936.973,63	965.082,84

Tabela 16: Valor Presente Líquido.

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.19 Valor Presente Líquido – VPL - DESCONTADO

O VPL descontado é o valor presente de pagamentos futuros, seja esse valor descontado a uma taxa de juros apropriada, menos o custo do investimento inicial, e mesmo trazendo às entradas para tempo zero, descontadas a taxa de TMA, mostra que as entradas do fluxo de caixa, superam as saídas logo nos diz que o investimento será recuperado com a taxa mínima exigida.

Tabela 17: Valor Presente Líquido Descontado.

Investimento Inicial	1	2	3	4	5					
-R\$385.390,00	857.463,60	883.187,51	909.683,14	936.973,63	965.082,84					
-R\$385.390,00	807.024,90	782.339,76	758.409,69	735.211,58	712.723,05					
857.463,60	ENTER	CHS	FV	12		0,50648	i	PV	=	807.024,90
883.187,51	ENTER	CHS	FV	24	n	0,50648	i	PV	=	782.339,76
909.683,14	ENTER	CHS	FV	36	n	0,50648	i	PV	=	758.409,69
936.973,63	ENTER	CHS	FV	48	n	0,50648	i	PV	=	735.211,58
965.082,84	ENTER	CHS	FV	60	n	0,50648	i	PV	=	712.723,05

Tabela 17: Valor Presente Líquido Descontado.

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

6 CONCLUSÃO

Através da análise financeira deste, pode-se concluir que o mesmo torna-se altamente viável para sua implantação, tendo em vista os vários fatores positivos encontrados no empreendimento.

A rentabilidade alcançada pelo empreendimento supera as expectativas previstas pelo empreendedor quanto ao novo empreendimento, tendo em vista que o resultado obtido de 3,35% ao mês, e este está dentro da média pré-estabelecida para micro e pequenas empresas, que é de 2 a 4% ao mês.

No que se refere a Lucratividade, pode-se dizer que a mesma nada mais é do que o lucro obtido em cima das vendas, para micro e pequenas empresa a lucratividade varia de 5 a 10%. A lucratividade da Ecofer será em torno de 16,83% ao mês, estando este dentro da média estipulada para as micro e pequenas empresas.

O ponto de equilíbrio tem como base calcular, a média que a empresa deve alcançar na venda de seus produtos, para não ter prejuízos, o ponto de equilíbrio para a Ecofer não ter prejuízo é de R\$ 17.558,80 (dezesete mil quinhentos e cinquenta e oito vírgula oitenta centavos).

Através da análise destes resultados obtidos na projeção feita através deste plano financeiro, diz que o empreendedor irá recuperar o capital investido em 29,83 meses, ou seja aproximadamente 2 anos e 06 meses.

Conclui-se, portanto que a Ecofer é um empreendimento viável para a abertura dentro do município de Itapaci.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2004.

CORSON, Walter H. Corson. **Manual global de ecologia**. Tradução de Alexandre Gomes Camaru. 2. ed. São Paulo: Augustos, 1996

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. 6. ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

LEMES JUNIOR, Antônio Barbosa. **Administração financeira**: princípios, fundamentos e práticas brasileiras. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

VIDIGAL, Ignez Vidigal (Org.). **Gestão ambiental no Brasil**: experiência e sucesso. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

SITES CONSULTADOS

SEBRAE. Disponível em:

<<http://www.sebraesp.com.br/principal/melhorando%20seu%neg%C3%B3cio/orienta%C3%A7%C3%B5es/finan%C3%A7as/ananplanej/> Acesso em: 25 nov. 2010.

Revisado por

Célia Romano do Amaral Mariano
Biblioteconomista CRB/1- 1528

APÊNDICE

FACER – Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
Ecofer – Reciclagem de Resíduos Industriais.
Acadêmico: Santiago Roberto Ferreira e Silva

Empresa:

Setor:

Supervisor Responsável:

QUESTIONÁRIO – PLANO DE NEGÓCIOS

01. Há quanto tempo você reside dentro do município de Itapaci?

- Entre 01 a 05 anos
 Entre 05 a 10 anos
 Entre 10 a 15 anos
 Entre 15 a 20 anos
 Entre 20 a 25 anos
 Entre 25 a 30 anos
 Entre 30 a 35 anos
 Mais de 35 anos

02. Você considera que as empresa de nossa região têm preocupação com questões socioambientais?

- Sim Não

03. Você conhece alguma empresa que atue no município, que tenha em seu contexto essas questões de responsabilidade socioambiental?

- Sim Não

04. Caso a resposta seja positiva na questão anterior, informe qual empresa/comércio você acredita trabalhar com esses princípios sócios ambientais?

- Vale Verde Empreendimentos Agr. Ltda.
 Italac
 Rações Carrijo
 OUTRAS _____

05. Qual o nível de carência desta cidade, no que se refere a empreendimentos que promovam o desenvolvimento dos aspectos sócio ambientais?

- Alto
 Médio
 Regular
 Baixo

06. Como você avalia a forma como essas empresas descartam os resíduos das matérias-primas já não mais utilizadas em seu processo de produção?

- Ótimo

- Bom
- Regular
- Ruim

07. Você considera importante, o descarte adequado de resíduos industriais?

- Sim Não

08. Tendo em vista a quantidade de empresas/comércios existentes no município, você acredita que há espaço para a abertura de uma nova empresa, que trabalhe com reciclagem de resíduos industriais?

- Sim Não

09. Tendo conhecimento ou não da importância da reciclagem de resíduos para o meio ambiente, é fato que, com o surgimento das empresas de reciclagem, traz benefícios tanto econômicos quanto sociais: agregado a isso vem o surgimento de novos produtos/serviços, a geração de emprego e renda para a sociedade, entre outros. Você como cidadão está disposto a contribuir com a coleta seletiva, que é a separação do seu lixo em: orgânico, plástico e metal?

- Sim.
 Não.