

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL PROF. ARMANDO JOSÉ FARINAZZO
CENTRO PAULA SOUZA

Danatiel Pereira Sunochio
Harumy Victória Clementino Maldonado
João Armando Ribeiro Pinto
Stephane Nogueira Matos

CONCRAYA

Fernandópolis
2019

Danatiel Pereira Sunochio
Harumy Victória Clementino Maldonado
João Armando Ribeiro Pinto
Stephane Nogueira Matos

CONCRAYA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção da Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de Técnico em Administração, no Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios, à Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, sob orientação do Professor Ricardo Antonio Leal Soares.

Fernandópolis
2019

Danatiel Pereira Sunochio
Harumy Victória Clementino Maldonado
João Armando Ribeiro Pinto
Stephane Nogueira Matos

CONCRAYA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção da Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de Técnico em Administração, no Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios, à Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, sob orientação do Professor Ricardo Antonio Leal Soares.

Examinadores:

Examinador 1

Examinador 2

Examinador 3

Fernandópolis
2019

DEDICATÓRIA

Primeiramente a Deus que sempre esteve com a gente, e os professores decorrentes do nosso curso, em especial ao Professor Ricardo Soares por nunca duvidar de nossas ideias

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Deus, aos nossos amigos e a nossa família por sempre estarem conosco e a grande paciência que sempre esteve conosco.

EPÍGRAFE

“Nas grandes batalhas da vida o primeiro passo para a vitória é o desejo de vencer.”
-Mahatma Gandhi

RESUMO

A CONCRAYA é uma empresa que será implantada no mercado com o objetivo de oferecer sustentabilidade, qualidade e inovação na área de produção de concreto orgânico, no qual surgiu após a identificação do problema em relação ao descarte da vinhaça, onde a mesma pode causar danos irreversíveis no meio-ambiente como por exemplo a poluição hídrica. A empresa conta com o descarte correto da vinhaça transformando assim a mesma, com a junção de resíduos de construções em concreto orgânico. Após a realização em uma pesquisa quantitativa, identificamos que 84% dos entrevistados disseram que acham viável a abertura de uma empresa no ramo de Concreto Orgânico, tornando assim a abertura viável da mesma, de acordo com dados econômicos do país a empresa também tem visão positiva em sua abertura. Para que seja possível a expansão da marca e fidelização da marca, onde é necessário investirmos no setor do marketing, além de fornecer aos funcionários treinamentos adequados.

Palavras chave: Sustentabilidade; Inovação; Meio Ambiente e Expansão.

ABSTRACT

CONCRAYA is a company that will be established in the market with the objective of offering sustainability, quality and innovation in the area of organic production, which emerged after the identification of the problem in relation to the vinasse disposal, where it can cause irreversible damages in the environment such as water pollution. The company counts on the correct disposal of vinasse transforming the same, with the junction of residues of constructions in organic concrete. After conducting a quantitative survey, we identified that 84% of the respondents said that they consider feasible the opening of a company in the field of Organic Concrete, thus making the opening viable, but according to economic data of the country the company also has vision positive in its opening. In order to be able to expand brand and brand loyalty, where we would invest in the marketing sector, in addition to providing employees with adequate training.

Keywords: Sustainability; Innovation; Environment and Expansion.

LISTA DE SÍMBOLOS

- : - Anuncia uma citação ou uma numeração;
- () - Melhora a compreensão do texto escrito;
- , - Marca pequenas pausas;
- . - Pausa máxima da voz;
- ; - Separar orações coordenadas;
- “- Realçar parte do texto;
- %- Indica porcentagem;
- ? – Interrogação;
- R\$: Real;
- ... – Reticências;
- / - Criar um efeito de alternância de palavras na gramática;
- [] Indica omissões de partes na transcrição de um texto;
- - Destacar algum elemento explicativo no interior da frase;
- 1, 2, 3 – Títulos e subtítulos;
- - Marcador.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO I	14
1. Histórico	14
1.1. Missão	14
1.2. Visão.....	14
1.3. Valores	15
CAPÍTULO II	16
2. Apresentação da Empresa	16
2.1. Dados da Empresa	16
2.2. Forma Jurídica.....	17
2.3. Enquadramento Tributário	17
2.5. Organograma da Empresa.....	17
2.6. Canvas	18
CAPÍTULO III	20
3. Prestação de Serviços	20
3.1. Fornecedores.....	20
3.1.1. Prospecção de Fornecedores	21
3.1.2. Política da Empresa com os Fornecedores	21
3.1.3. Fornecedores da Empresa	22
3.2. Layout	24
3.3. Método de Prestação de Serviço	24
3.4. Capacidade de Atendimento	24
3.5. Manutenção	25
3.5.1. Tipos de Manutenção.....	25
3.5.2. Política de manutenção da Empresa	25
3.7. Alianças Estratégicas	26

CAPÍTULO IV	27
4. Gestão de Pessoas	27
4.1. Planejamento de Recursos Humanos	27
4.2. Descrição de Cargos e Salários	27
4.3. Recrutamento	30
4.3.1. Recrutamento Interno	30
4.3.2. Recrutamento Externo	30
4.4. Seleção	31
4.5. Admissão	31
4.5.1. Contrato de Trabalho	32
4.5.1.1. Registro na CTPS	32
4.5.2. Exame médico admissional	32
4.6. Integração	33
4.6.1. Manual de Integração	33
4.7. Treinamento	33
4.7.1. Treinamento Operacional	33
4.7.2. Treinamento Técnico	34
4.8 Benefícios	34
4.8.1. Benefícios Sociais/Legais	34
4.8.2. Espontâneos	35
4.9. Remuneração	35
4.9.1. Remuneração básica e complementar	35
4.9.2. Folha de pagamento	36
4.9.3. Demonstrativo de pagamento/pró-labore	36
4.10. Avaliação de desempenho	37
4.11. Segurança no Trabalho	37
4.11.1. Mapa de Risco	37
4.11.2. Desligamento	38
CAPÍTULO V	39
05. Planejamento de Marketing	39
5.1. Briefing	39
5.2. Definição do público alvo	40
5.4. O composto de Marketing	40
5.4.1. Produto/Serviço	40

5.4.2. Preço	41
5.4.3. Promoção.....	41
5.4.4. Praça	42
5.5. Análise do ambiente	43
5.5.1. Análise SWOT	43
5.5.2. Matriz BCG / Matriz CVP	44
5.6. Análise dos concorrentes.....	46
5.7. Definição de Objetivos e Metas.....	46
5.9. Definição de marca	47
5.9.1. Uniforme.....	47
5.9.2. Manual de Identidade Visual	48
5.10. Endomarketing	49
5.10.1. Motivação.....	49
5.10.2. Integração	50
5.11. Plano de fidelização	50
5.12. Estratégias de pós-vendas	51
5.13. Marketing Social e Verde.....	51
6. Pesquisa de Mercado.....	52
CAPÍTULO VI.....	57
6. Planejamento Financeiro.....	57
6.1. Investimento Fixo.....	57
6.1.1. Resumo do investimento físico	58
6.2. Investimento Financeiro	59
6.2.1. Estimativa de investimentos	59
6.2.2. Total de investimento financeiro	60
6.3. Investimentos pré-operacionais	60
6.3.1. Legalização.....	60
6.3.2. Dependências Físicas.....	61
6.3.3. Divulgação e Treinamento.....	61
6.4. Estimativa do Investimento Total	61
6.5. Estimativa do faturamento mensal	62
Preço de Venda (m ³).....	62
6.5.1. Elaboração do preço de venda	62
6.6. Estimativa do custo com materiais/insumos.....	63

6.7. Estimativa de custos de comercialização	63
6.8. Estimativa de custos de mão-de-obra	64
6.9. Despesas com depreciação	64
6.10. Estimativa dos custos fixos mensais	65
6.11. Demonstrativo de resultados	65
6.12. Indicadores de viabilidade.....	66
6.12.1. Ponto de Equilíbrio	66
6.12.2. Lucratividade	67
6.12.3. Rentabilidade.....	67
6.12.4. Prazo de Retorno do Investimento	67
CAPÍTULO VII.....	68
7.Responsabilidade social	68
CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	70

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo a análise da viabilidade de abertura de uma empresa sustentável, onde a mesma irá fornecer concreto orgânico a base de vinhaça e resíduos de construções. O trabalho irá constatar a qualidade do concreto produzido através de pesquisas em laboratórios e a viabilidade através de pesquisas de campo com pessoas físicas e jurídicas, além de um ponto de venda que melhor viabilize a entrada da matéria-prima e saída do concreto fornecido.

CAPÍTULO I

1. Histórico

A ideia surgiu durante uma atividade na Instituição ETEC Professor Armando José Farinazzo, onde foi questionado o devido descarte da vinhaça e como ela poderia ser reutilizada no nosso meio sem causar danos nocivos ao ambiente e as pessoas ao redor. Além disso visamos os problemas com o descarte dos resíduos de matérias de construção e como ele afeta diretamente o solo, desde então surgiu a ideia da abertura de uma Concreteira fazendo a junção desses dois elementos.

1.1. Missão

A missão é o motivo pelo qual a empresa encontra-se no mercado. “Podemos definir missão como a função ou poder que se confere a alguém para fazer algo, como um encargo, uma incumbência, uma obrigação, um compromisso, um dever a cumprir.” (FERREIRA *apud* SILVA et. al, 1986, p. 1141)

A missão da empresa Concraya é:

- Oferecer Concreto de alta qualidade e renovar a perspectiva da preservação do meio ambiente.

1.2. Visão

A visão é até onde a empresa pretende chegar.

Para Costa (2007) o conceito de visão é muito amplo, porém pode ser definido como um conceito operacional que tem como objetivo a descrição da autoimagem da empresa: como ela se enxerga, ou melhor, a maneira pela qual ela gostaria de ser vista.

A visão da empresa Concraya é:

- Ser reconhecida no estado de São Paulo como referência na qualidade na produção sustentável e distribuição de concreto nos próximos 5 anos.

1.3. Valores

Os valores são os princípios que a empresa vai seguir sendo de grande importância

[...] definem a natureza do sistema empresarial, as relações dentro das empresas, das empresas entre si e entre empresas e clientes [...] Valores são implícitos, não podendo ser observados, mas apenas deduzidos de palavras e ações. (ROCHA, 2000, p.25)

Os valores da empresa são:

- Honestidade
- Igualdade
- Preservação do meio ambiente
- Respeito
- Solidariedade
- Responsabilidade com a segurança de todos

A Concraya é uma empresa no ramo de concreto, com modelo inovador de sustentabilidade no ramo de concreto orgânico.

2.2. Forma Jurídica

Foi decidido pelos investidores que a empresa será uma Sociedade de responsabilidade Limitada e cada um dos sócios investirá 25% do capital social. Todos terão responsabilidades de forma igualitária e os bens pessoais não terá nenhum vínculo com a empresa.

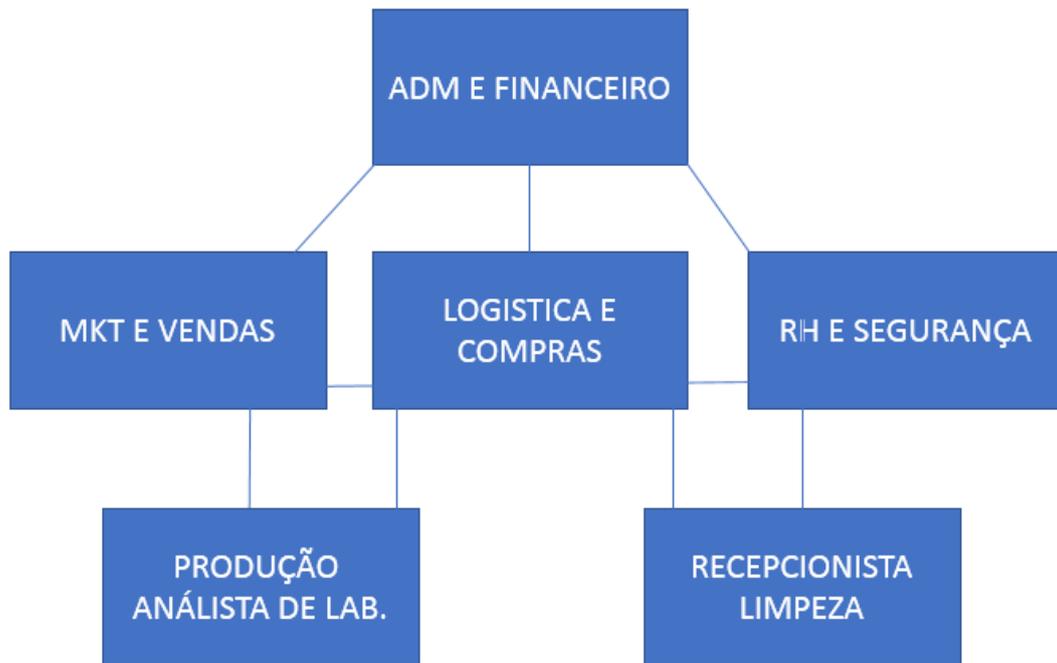
2.3. Enquadramento Tributário

Registrada na Junta Comercial, na forma jurídica Sociedade Limitada, com enquadramento tributário Simples Nacional como Microempresa, atuando no setor de construção. Desta forma, contribuindo com uma taxa mensal.

2.5. Organograma da Empresa

O Organograma da Empresa é uma ferramenta utilizada para dividir os cargos de forma hierarca, facilitando o melhor desempenho das funções dos colaboradores e sócios.

Imagem 02: Organograma da Concraya



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

2.6. Canvas

Canvas é uma metodologia usada para expor e planejar com maior clareza os serviços da empresa. São divididos através dos seguintes temas:

- Parceiros chave;
- Atividades chave;
- Oferta de valor;
- Relacionamento com o cliente;
- Segmentos de clientes;
- Recursos chave;
- Canais de venda;
- Fontes de custos;
- Fontes de receitas.

Segundo www.sebrae.com.br

[...]é possível definir com clareza o que a empresa faz, como vai gerar lucros e como vai competir no mercado, sustentando-se e crescendo ao longo do tempo.

São nove blocos que devem ser analisados e preenchidos a fim de traçar o panorama real e preciso do negócio.

Imagem 3:Canvas.

<p>Parceiros chave </p> <p>Buscar parcerias que oferecem serviços de marketing e com nossos fornecedores: SECOL SGOTTI USINA ALCOESTER BIOENERGIA FERNANDOPOLIS DIRETA MATERIAS CONSTRUÇÃO USINA COFCO MERIDIANO</p>	<p>Atividades chave </p> <p>Funcionamento 6 (SEIS) dias da semana -Treinamento para colaboradores -Inovação na Formulação do Concreto</p> <hr/> <p>Recursos chave </p> <p>Vinhaça adquiridas de terceiros Funcionários para atendimento Ambiente climatizado Localização de fácil acesso.</p>	<p>Oferta de valor </p> <p>Uma empresa que busca a preservação do meio ambiente na cidade de Fernandópolis e região.</p>	<p>Relacionamento com o cliente </p> <p>Tratar o cliente, fornecedor e colaborador com igualdade e respeito.</p> <hr/> <p>Canais de Vendas </p> <p>Loja física Indústria Polos em outras cidades</p>	<p>Segmentos de clientes </p> <p>Oferecido a todas as pessoas que buscam um modelo sustentável para a construção de seus imóveis</p>
<p>Fontes de custos </p> <p>Energia, Água, impressoras, computadores, produtos de limpeza, ar-condicionado, pagamento dos funcionários, matéria prima.</p>		<p>Fontes de receitas </p> <p>Todos os dias que houver atividade na empresa.</p>		

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

CAPÍTULO III

3. Prestação de Serviços

A prestação de serviço é uma atividade econômica onde não existe, efetivamente, um produto tangível como resultado é como a empresa irá fornecer para o cliente ou colaborador seu serviço.

Segundo Código de defesa do consumidor (2013, P. 14).

Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira de crédito e secundária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

3.1. Fornecedores

Fornecedores são todos aqueles que fornecem algo para a empresa, sendo tanto matéria-prima como também algum tipo de prestação de serviços. Fornecedor é pessoa jurídica ou física, que exerce a atividade de comercialização de insumos ou serviços.

“fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produto ou prestação de serviços” (CODIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, 2013, P.13).

A Empresa Concraya não responsabiliza pelo transporte da matéria prima, deixando clara a total responsabilidade para as empresas fornecedoras. Sendo que os maiores fornecedores estão localizadas na Região Paulista.

3.1.1. Prospecção de Fornecedores

Para ter sucesso nas compras de uma empresa é necessário fazer uma boa prospecção para identificar os melhores fornecedores em potencial. Tendo este processo bem realizado evitará surpresas desagradáveis, tais como atraso nas entregas, falta de produtos, entre outros.

A prospecção será realizada por meio de pesquisa de internet, via telefone e também por indicações entre empresas do mesmo ramo ou parecido.

3.1.2. Política da Empresa com os Fornecedores

Os fornecedores da Concraya serão avaliados e escolhidos por critérios claros e bem estabelecidos sem discriminação. Os critérios levados em conta serão:

- Qualidade;
- Prazo para entrega
- Custo benefício.
- Ficha limpa, não contendo nenhum processo em andamento em relação a corrupção, discriminação ou qualquer tipo de denúncia em geral, principalmente a contaminação e destruição do meio ambiente.

Para ser um fornecedor deverá conhecer os valores estabelecidos e ter atuações compatíveis.

Poderá ser cancelado e encerrado qualquer tipo de compra ou pedido, caso o fornecedor tenha desrespeitado ou burlado qualquer uma desses critérios e serão tomadas medidas drásticas.

Além de sermos totalmente responsáveis pelo sigilo dos nossos fornecedores, clientes e colaboradores. Sendo que o respeito prevalecerá em todos os momentos.

3.1.3. Fornecedores da Empresa

Quadro 01: Ficha de fornecedor: Secol Home Center

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Secol Home Center	
ENDEREÇO: Av. Litério Greco	Nº 1133
BAIRRO: Jardim do Trevo	CIDADE: Fernandópolis-SP
TELEFONE: (17) 3465-3000	
TIPOS DE INSUMO: Materiais para Construção	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 02: Ficha de fornecedor: Alcoeste Bioenergia S/A

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Alcoeste Bioenergia S/A	
ENDEREÇO: Rodovia SP-320- KM 562,	Nº
BAIRRO: Grupo R.Koei Arakaki - Zona Rural	CIDADE: Fernandópolis-SP
TELEFONE (17)3465-9100	
TIPOS DE INSUMO: Vinhaça	
E-MAIL:	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 03: Ficha de fornecedor: Direta Materiais Construção

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Direta Materiais Construção	
ENDEREÇO: Av. Paulo Saravalli	N° 33
BAIRRO: Jardim Santa Helena	CIDADE: Fernandópolis-SP
TELEFONE: (17)3465-0190	
TIPOS DE INSUMO: Ferramentas	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 04: Ficha de fornecedor: Usina Cofco Meridiano

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Usina Cofco Meridiano	
ENDEREÇO:	N°
BAIRRO:	CIDADE: Meridiano-SP
TELEFONE: (17)3475-9600	
TIPOS DE INSUMO: Vinhaça	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

3.2. Layout

Imagem 4: Layout da nossa empresa



Fonte: (do próprio autor, 2019)

Layout pode ser definido como a estrutura física da empresa.

O layout é a integração do fluxo típico de materiais, da operação dos equipamentos da movimentação, combinados com as características que conferem maior produtividade ao elemento humano (MARCOS, 2007, P. 137).

3.3. Método de Prestação de Serviço

A Empresa Concraya disponibiliza um produto de qualidade e confiável para quem busca inovação, o espaço interno da empresa será agradável, calmo e com cores suaves e arborizado.

3.4. Capacidade de Atendimento

A Empresa Concraya terá capacidade para atender simultaneamente cerca de 700 pessoas.

3.5. Manutenção

É preciso fazer uma boa gestão de manutenção para que possamos evitar possíveis atrasos na produção ou ser pego de surpresa em nosso planejamento. É um processo para supervisionar o funcionamento do recurso técnicos, mas também permanentes, como maquinas, equipamentos, instalações e ferramentas.

3.5.1. Tipos de Manutenção

Existem algumas classificações de manutenção sendo elas, preventiva, preditiva, corretiva e a produtiva total (TPM).

- A preventiva é o tipo de manutenção feita quando algo a ser consertado ainda não possui nenhum problema, sendo assim evitando um problema futuro;
- A preditiva que também é conhecida como planejada é um acompanhamento constante, prevendo falhas entrando com a manutenção somente quando necessário;
- A manutenção corretiva é o fato de fazer a reparação em algo que já apresentou problemas;
- A manutenção total (TPM) é um tipo realizado por todos os colaboradores visando o controle total dos equipamentos para uma melhoria contínua e prevenções de falhas.

3.5.2. Política de manutenção da Empresa

A Empresa Concraya irá adotar a política de manutenção preventiva tendo um acompanhamento diário dos equipamentos, mantendo em perfeito estado de conservação e de uso, garantindo assim a qualidade de nossos serviços evitando maiores prejuízos, também manutenção corretiva em caso de alguma intercorrência.

3.7. Alianças Estratégicas

Alianças Estratégicas pode ser definidas como parceiros que utilizam de um mesmo meio (transporte, fornecedores, etc.), para economizar e otimizar os mesmo.

As alianças XXXIII ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUCAO A Gestão dos Processos de Produção e as Parcerias Globais para o Desenvolvimento Sustentável dos Sistemas Produtivos Salvador, BA, Brasil, 08 a 11 de outubro de 2013. 3 podem assumir muitas formas, que vão desde simples acordos sem laços de capital para arranjos mais formais que envolvem participação acionária e compartilhado controle gerencial sobre as atividades conjuntas (CHAN, et al. 1997).

CAPÍTULO IV

4. Gestão de Pessoas

Gestão de pessoas é estimular, incentivar, valorizar e promover um melhor desempenho e proporcionar alcançarem seus objetivos e metas, coordenando para vencer os desafios, tornando-os a cada dia mais profissionais capacitados.

Para alcançar isso devemos ter um bom planejamento estratégico com gestores capacitados por uma gestão precisa.

Segundo Lacombe (2007, p.14) a gestão de pessoas pode ser definida como “selecionar, formar, integrar e aperfeiçoar um grupo de pessoas para trabalhar numa empresa como uma verdadeira equipe, com objetivos definidos. ”

4.1. Planejamento de Recursos Humanos

O Planejamento do RH pode ser definido como o meio que será aplicado para melhoria da gestão dos colaboradores dentro da empresa.

Segunda Lacombe (2007, p.28) o planejamento de recursos humanos é definido “como parte do planejamento estratégico da empresa”.

A CONCRAYA estará sempre atento aos processos de RH, proporcionando treinamento e desempenho de nossos colaboradores, vitalizando seu bem-estar e relações interpessoais.

4.2. Descrição de Cargos e Salários

A Descrição de Cargos é a análise da função que o colaborador irá realizar e o salário é definido como o pagamento que o colaborador irá receber pelo serviço prestado.

Segundo Lacombe (2011, p.153) “a descrição de cargo é feita para fins de administração salarial.Ao descrever um cargo, deve-se ter em mente que a descrição é genérica e deve abranger as diversas funções nele incluídas. ”

A empresa Concraya irá agir de acordo com a CLT.

Quadro 5: Descrição do Cargo: Recepcionista

Título do Cargo	Recepcionista
Descrição do Cargo	Atuar na recepção, atendendo e resolvendo pequenos problemas imediatos em relação ao cliente com a empresa
Escolaridade	Ensino Médio Completo e Técnico em Secretariado ou Recursos Humanos.
Experiência Profissional	Ter experiência no cargo ou ter estagiado em alguma empresa no mesma função.
Relacionamento Humano	Estar sempre em busca de conhecimento, tratar as pessoas bens e ter paciência em situações extremas.
Conhecimentos necessários	Conhecer todos os setores da empresa.
Provas ou testes a serem aplicados	Serão realizadas provas e simulações para comprovar sua competência.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 6: Descrição do Cargo: Técnico em Administração

Título do Cargo	Técnico em Administração
Descrição do Cargo	Atua no setor administrativo com a função de resolver problemas, desenvolver a melhoria e ajudar nas partes empreendedores da empresa.
Escolaridade	Ensino Médio Completo e Técnico em Administração.
Experiência Profissional	Não precisa ter experiência.
Relacionamento Humano	Ter uma boa relação com a equipe, buscando ajudar e resolver problemas em todos os momentos.

Conhecimentos necessários	Conhecer todas as técnicas da Administração e buscar e ter uma boa visão de todos os setores.
Provas ou testes a serem aplicados	Simulações e provas em relação ao conhecimento da empresa e técnicas administrativas.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 7: Descrição do Cargo: Técnico em RH

Título do Cargo	Técnico em Recursos Humanos
Descrição do Cargo	Atua na área de gestão de pessoas, buscando a melhoria e rentabilidade dos funcionários da empresa.
Escolaridade	Ensino Médio Completo e técnico em Recursos Humanos
Experiência Profissional	Não é necessário.
Relacionamento Humano	Se relacionar bem com seus funcionários e com o público em geral.
Conhecimentos necessários	Ter conhecimento na área de relação interpessoal

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 8: descrição do cargo: Linha de produção.

Título do Cargo	Linha de produção
Descrição do Cargo	Atua na área de linha de produção sendo de excepcional importância para produção de nossos produtos.
Escolaridade	Ensino Médio Completo.
Experiência Profissional	Não é necessário.
Relacionamento Humano	Se relacionar bem com seus funcionários e com o público em geral.
Conhecimentos necessários	Ter conhecimento na área de relação interpessoal, juntamente com os processos de linha de produção que a empresa lhe proporcionara o devido treinamento.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

4.3. Recrutamento

O recrutamento pode ser definido como um conjunto de táticas e ações para atrair colaboradores, pode ser tanto interno, externo ou misto caso seja para uma vaga superior na empresa.

Segundo Lacombe (2007, p.65) o recrutamento “abrange o conjunto de práticas e processos usados para atrair candidato para as vagas existentes ou potenciais. ”

O recrutamento da empresa Concraya terá várias etapas, aonde iremos sempre buscar colaboradores que estejam dispostos a melhorar o rendimento e comunicação da empresa.

4.3.1. Recrutamento Interno

Podemos definir Recrutamento Interno quando a empresa dá oportunidades aos colaboradores que já estão trabalhando na mesma.

Segundo Lacombe (2007, p.69) o recrutamento interno “motiva todos os empregados, sinalizando a disposição de se promover a “prata da casa” e de se criar perspectivas de carreira. ”

A empresa Concraya irá utilizar o Recrutamento Interno sempre que possível para estimular os colaboradores da empresa.

4.3.2. Recrutamento Externo

Podemos definir Recrutamento Externo quando a empresa busca colaboradores fora da empresa, ou seja, que não estão ligadas com a empresa.

Segundo Lacombe (2007, p.70) o recrutamento externo “traz pessoas com novas experiências e percepções, e também novos conhecimentos, que podem colaborar para aperfeiçoar os procedimentos da empresa. ”

A empresa Concraya utilizara o recrutamento externo como forma de captar novos colaboradores que possuem cursos técnicos ou superiores em relação a vaga em aberto.

4.4. Seleção

Podemos definir seleção como um método de avaliação, para escolhermos dentre os candidatos recrutados os que se adequam aos requisitos da vaga que será ocupada.

Segundo Lacombe (2007, p.79) a seleção é definida como “ o conjunto de práticas e processos usados para escolher, dentre os candidatos disponíveis, aquele que parece ser o mais adequado para vaga existente. ”

A empresa Concraya na seleção dos seus colaboradores optará por entrevistas, prova teóricas e práticas para visar a capacidade do mesmo.

4.5. Admissão

Admissão pode ser definido como a contratação de um novo um novo colaborador.

Segundo Lacombe (2007, p.93) a admissão começa quando

“Terminado o processo de seleção, é processada a admissão, que começa com a comunicação do resultado do candidato e o pedido de apresentação dos documentos exigidos pela empresa e pela legislação. ”

A empresa Concraya irá realizar a admissão logo após informar os candidatos que passaram pela seleção assim solicitando a presença dos mesmos na empresa para realizar a contratação.

4.5.1. Contrato de Trabalho

Podemos definir como a contratação registrada do colaborador, onde ambos estão em acordos com os termos.

A contratação da Empresa Concraya será regida pela CLT.

4.5.1.1. Registro na CTPS

Podemos definir CTPS como todas as informações trabalhistas do colaborador.

A empresa Concraya irá trabalhar de acordo com a CLT (Consolidação das Leis do Trabalho).

4.5.2. Exame médico admissional

Podemos definir como a prevenção da contratação de um colaborador que esteja não apto a ser contratado para a função.

A empresa Concraya realiza o exame médico admissional para qualquer colaborador que for contrato, assim analisando se o funcionário esta apto, tanto fisicamente quanto mentalmente para exercer o cargo.

4.6. Integração

Podemos definir integração como a entrada e participação de um novo colaborador dentro da empresa e no convívio diário com os outros funcionários.

Segundo Lacombe (2007, p.94) a integração “consiste em informar ao novo empregado os objetivos, as políticas, os benefícios, as normas, as práticas, os horários de trabalho da empresa. ”

A Empresa Concraya irá oferecer treinamento para que todos saibam a importância da integração trabalhista na empresa.

4.6.1. Manual de Integração

Podemos definir Manual de Integração como um elemento facilitador de integração e acolhimento entre os novos colaboradores, levando em consideração a missão, visão e valores da empresa.

4.7. Treinamento

Podemos definir treinamento como a estimulação da produtividade do colaborador como forma de treino.

Segundo Lacombe (2007, p.312), o treinamento é definido como “um processo sistemático de aperfeiçoamento das capacidades e das competências das pessoas”.

A empresa Concraya irá fornecer todos os treinamentos de acordo com cada setor.

4.7.1. Treinamento Operacional

Podemos definir Treinamento Operacional como a padronização de métodos e processos de produção dentro das empresas, buscando assim a lucratividade com o produto de qualidade.

A empresa Concraya utilizará desse método para crescer exponencialmente em relação a qualidade do produto fabricado.

4.7.2. Treinamento Técnico

Pode ser definido como um treinamento para a melhoria e captação de habilidades que são necessariamente para a função destinada, necessário para o crescimento da produção e garantindo a eficiente total dentro da empresa.

A empresa Concraya utilizará o treinamento técnico, pois temos a utilização de mão de obra em máquinas.

4.8 Benefícios

Pode ser definido como bonificações para os colaboradores, como forma de agradecimento pelo serviço produzido diariamente.

Segundo Lacombe (2007, p.151) pode ser definido como “necessários para manter os empregados satisfeitos com a organização.”

A empresa Concraya seguirá as normas da CLT cumprindo suas normas.

4.8.1. Benefícios Sociais/Legais

Segundo a CLT é obrigatório aos colaboradores: Vale refeição, plano médico, odontológico, cesta-básica são alguns dos benefícios que as empresas

oferecem aos seus funcionários. No entanto, nenhum desses benefícios é obrigatório. Pela CLT, são obrigatórios apenas o FGTS, Vale Transporte, Férias e Décimo terceiro salário.

A Empresa Concraya seguirá as normas da CLT cumprindo suas normas.

4.8.2. Espontâneos

Os benefícios espontâneos não são obrigatórios por lei, caso a empresa forneça poderá ser: gratificação em dinheiro, bolsa estudo, horário flexível e empréstimos.

A empresa Concraya não fornecerá esse benefício.

4.9. Remuneração

Pode ser definido como o pagamento pelo serviço prestado.

Segundo Chiavenato (2007, p.145) pode ser definido como “a soma de tudo o que é periodicamente pago aos empregados por serviços prestados”

A empresa Concraya irá agir de acordo com a CLT e as normas e o pagamento será de acordo com a função, a remuneração será mensal.

4.9.1. Remuneração básica e complementar

A remuneração básica da empresa Concraya será de acordo com o piso salarial da categoria, respeitando as normas da CLT.

4.9.2. Folha de pagamento

Pode ser definido como:

A empresa Concraya mensalmente irá fornecer a folha de pagamento para os funcionários respeitando as leis (art. 225 do Decreto 3048/1999); a empresa é obrigada a elaborar mensalmente a folha de pagamento da remuneração paga devida ou creditada a todos os segurados a seu serviço, devendo manter em cada estabelecimento, uma via da respectiva folha e recibos de pagamento.

Imagem 5: Demonstrativo de Pagamento

Cód.		Descrição	Referência	Proventos	Descontos	
001		SALARIO BASE	220:00			
400		COMISSAO				
420		REPOUSO REMUNERADO		0,00		
903		INSS			0,00	
MENSAGENS				Total dos Vendimentos	Total dos Descontos	
				0,00	0,00	
				Líquido a Receber>	0,00	
Salário Base		Base Calc. INSS	Base Calc. FGTS	FGTS do Mês	Base Calc. IRRF	Faixa IRRF
0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0

EMPREGADOR **Recibo de Pagamento de Salário**
 Nome _____ Referente ao Mês / Ano _____
 Endereço _____
 CNPJ _____

CÓDIGO DO FUNCIONÁRIO FUNÇÃO
00078 **VENDEDOR (A)**

DECLARO TER RECEBIDO A IMPORTÂNCIA LÍQUIDA DISCRIMINADA NESTE RECIBO.

 ASSINATURA DO FUNCIONÁRIO

 DATA

1ª VIA - EMPREGADOR

Fonte: Manual de TCC.

4.9.3. Demonstrativo de pagamento/pró-labore

Pode ser definido como a demonstração de todos os valores e encargos que o colaborador recebeu.

A empresa Concraya utilizara o demonstrativo de pagamento de acordo com as normas da CLT.

4.10. Avaliação de desempenho

Pode ser definido como a avaliação da produtividade do funcionário. A empresa Concraya utilizará da avaliação de desempenho para verificar a produtividade do funcionário e saber como deve agir caso esteja desmotivado.

4.11. Segurança no Trabalho

Podemos definir como prevenção dos acidentes dentro da empresa.

A Empresa Concraya irá trabalhar de acordos com as normas da CIPA e da CLT, além de realizar todos os meios preventivos para evitar acidentes.

4.11.1. Mapa de Risco

O Mapa de Risco pode ser definido como os elementos que podem afetar o colaborador dentro de determinado setor da empresa, contendo os riscos físicos, biológicos, químicos e ergonômicos.

A empresa Concraya utilizara o mapa de risco e deixará exposto em todos os setores da empresa.

Imagem 6: Mapa de Risco

Legenda Mapa de Risco		
Grupo de Risco	Cor	Tamanho do Risco
Físico		
Químico		
Biológico		
Ergonômico		
Acidente		
		Pequeno Médio Grande

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

4.11.2. Desligamento

A condução adequada do processo de desligamento é uma forma de manter a integridade do clima da empresa, sendo conduzida de forma adequada. O processo de desligamento também é uma forma de coletar informações técnicas para o bom funcionamento da empresa, saber o que pode estar acontecendo de errado ou pelo qual a razão o colaborador está sendo desligado é essencial ao mesmo.

CAPÍTULO V

05. Planejamento de Marketing

O planejamento de Marketing é voltado para a definição do negócio, no qual possibilita uma análise ampla do ambiente da empresa, facilitando a ampliação de metas e objetivos.

Segundo Kotler; Keller (2011, p.04) “o marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais. Para defini-lo de uma maneira bem simples, podemos dizer que ele ‘supre necessidades lucrativamente”

5.1. Briefing

O Briefing é um plano estratégico que facilita a comunicação e, especialmente, a produção de conteúdo que é utilizado no Marketing Digital.

O briefing da empresa é:

A ideia surgiu durante uma atividade na Instituição ETEC Professor Armando José Farinazzo, onde foi questionado o devido descarte da vinhaça e como ela poderia ser reutilizada no nosso meio sem causar danos nocivos ao ambiente e as pessoas ao redor. Além disso visamos os problemas com o descarte dos resíduos de matérias de construção e como ele afeta diretamente o solo, desde então surgiu a ideia da abertura de uma Concretaria fazendo a junção desses dois elementos.

Localizada na Rua. Antônio Nashio nº 800, Bairro Jardim Iguatemy, Cidade de Fernandópolis- SP., com razão social de CONCRAYA CONCRETO ORGÂNICO LTDA - ME, em que se enquadra no Simples Nacional, funcionará de Segunda a Sexta, das 08:00 até as 18:00.

5.2. Definição do público alvo

O Público Alvo são as pessoas que frequentam o estabelecimento, não precisam ser necessariamente clientes, mas eles afetam de forma indireta nos fatores econômico e sociais da empresa.

A empresa terá como foco, Residentes Urbanos e Rurais que buscam qualidade e confiabilidade no concreto que irão comprar.

5.4. O composto de Marketing

O Composto de Marketing é uma ferramenta utilizada para se obter resposta que almeja no mercado alvo. É composta pelo 4 P's o qual direciona a demanda para seu produto/serviço.

5.4.1. Produto/Serviço

Define-se produto/serviço um ato que a empresa vende ou presta a seus clientes/sociedade podendo ser esse produto vendido, físico ou não.

Segundo Parentoni (2007, p.19) produto é “algo que pode ser oferecido a um mercado para atenção, aquisição, uso ou consumo e que satisfaça um desejo ou uma necessidade”

A empresa Concraya é uma empresa que atua no ramo industrial e comercial através da produção e venda de produtos, buscando manter a qualidade e como recompensa a satisfação de seus clientes.

5.4.2. Preço

É a quantidade monetária atribuída a um produto ou serviço que a empresa oferece. A decisão do mesmo se dá a partir da influência de fatores internos ou externos.

Parentoni (2007, p,74) define preço como “a quantidade de dinheiro ou outros recursos que tem os consumidores têm de pagar para obter um produto”

Na nossa empresa o valor dos produtos (concreto) a ser vendido será de R\$:200,00.

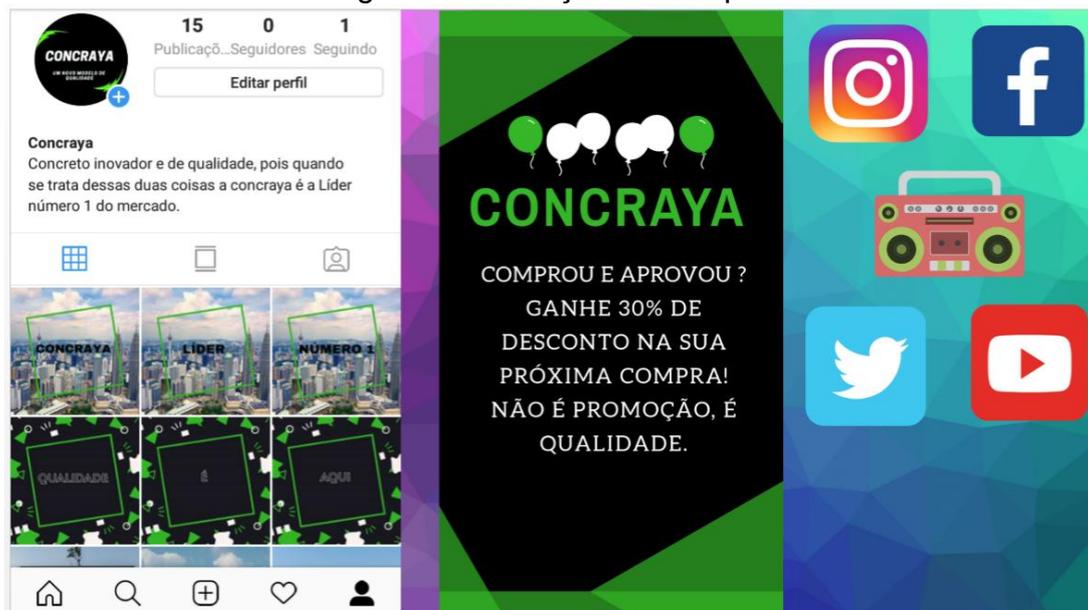
5.4.3. Promoção

É a maneira que a empresa busca atrair seu público através de bonificações, campeonatos, divulgação de produto ou serviço.

Parentoni (2007, p.74) afirma que promoção é: “como os profissionais de marketing informam, convencem e lembram os clientes dos produtos”.

A empresa Concraya utilizará como meio de divulgação redes sociais (Facebook, Instagram) por ser os meios mais utilizados atualmente, e por facilitar a comunicação com o público alvo.

Imagem 6: Promoções da empresa



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

5.4.4. Praça

Desempenha funções para ligar a empresa ao consumidor final, através da realização da tarefa do Marketing.

Segundo Parentoni (2007, p.74) praça se caracteriza: “como produtos e serviços são entregues aos mercados ou disponibilizados para intercâmbios, isto é, as atividades da empresa que tornam os produtos disponíveis no mercado.”

A empresa Concraza Está localizada na Rua. Antônio Nashio nº 800, Bairro Jardim Iguatemy, Cidade de Fernandópolis- SP.

O ambiente conta com a limpeza, segurança, e as refeições, que será terceirizado.

Será um ambiente moderno, climatizado e descontraído para atender e estimular a compra dos nossos clientes.

5.5. Análise do ambiente

5.5.1. Análise SWOT

Segundo Kotler; Keller (2011, p.50) a análise SWOT é:

“A avaliação global das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças é denominada análise SWOT (dos termos em inglês *strengths, weaknesses, opportunities, threats*). Ela envolve o monitoramento dos ambientes externos e internos.”

A análise SWOT é um método utilizado pela gestão da empresa para avaliar a empresa e identificar possíveis oportunidades nas fraquezas e nas possíveis ameaças. Com a identificação desses pontos é possível elaborar um bom planejamento estratégico.

Imagem 7: Análise SWOT da Concraya

ambiente interno	Forças Qualidade Inovação Valor Localização	Fraquezas Aceitação
	Oportunidades Expansão Inovação Parcerias	Ameaças Abertura de Concorrentes Fornecedores
ambiente externo		

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

- **Forças:** Por ser uma empresa de segmento único e inovador agregado a diversos outros fatores como na qualidade, seu valor e boa localização torna-se um ambiente interno de grandes propulsões para seu desenvolvimento.

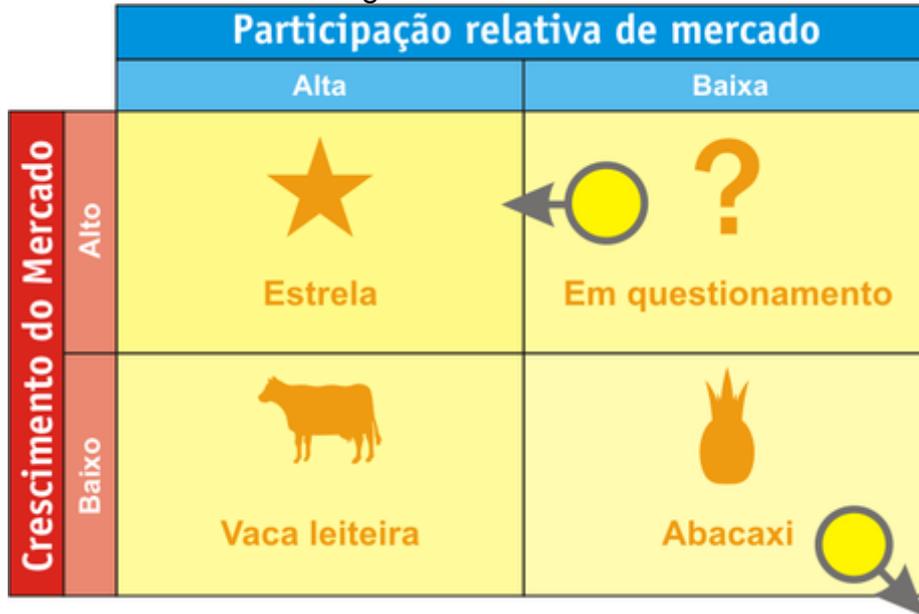
- **Fraquezas:** Apesar de apresentarmos um produto sustentável e inovador corremos o risco perante a aceitação do cliente por estar habituado ao concreto convencional.
- **Oportunidades:** Por ser um novo segmento temos objetivos e oportunidades para a expansão, centrado e antenados para novos processos de inovação à agregar novas parcerias, melhorando COMCRAYA em seu ambiente externo.
- **Ameaças:** Assim como todas demais empresas temos que nos precaver e saber lidar com devidas ameaças que podem surgir, como possíveis concorrentes indiretos como concretarias, possíveis falhas com fornecedores.

5.5.2. Matriz BCG / Matriz CVP

Segundo Zenone (2007, p.50) a matriz BCG é: “Uma matriz formada que usa como eixos a taxa de crescimento de mercado e a participação relativa de mercado. ”

A matriz BCG é um método utilizado para analisar como o produto da empresa se encontra no mercado, de seu crescimento a seu declínio, essa matriz tem como objetivo a tomada de decisões estratégicas consideradas mais adequadas sobre cada produto ou negócio analisado.

Imagem 8: Matriz BCG



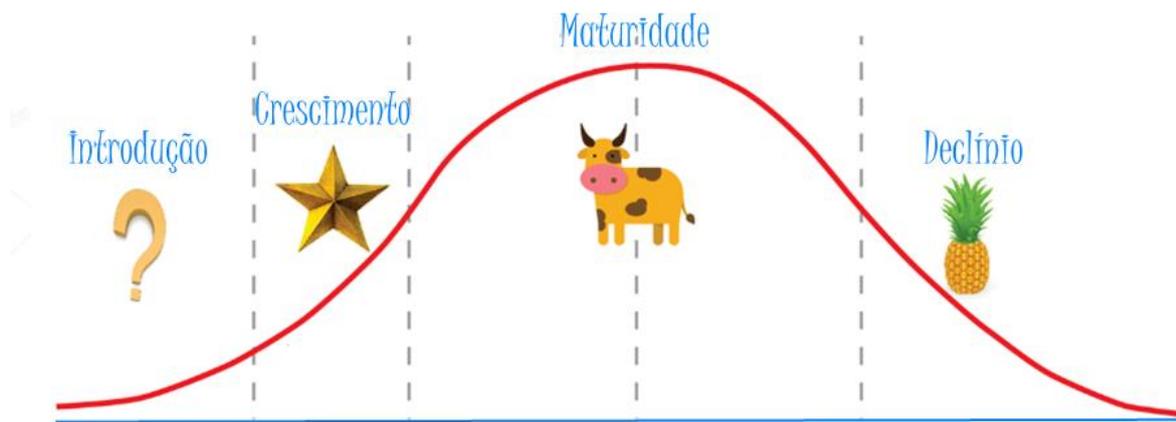
Fonte: (Marketing Word Weebly, 2019).

A nossa empresa encontra-se na interrogação onde a pior característica é quanto ao fluxo de caixa, pois exige altos investimentos e apresenta baixo retorno sobre ativos e tem baixa participação de mercado. Nesse estágio é necessário criar estratégias de marketing e mercado para que o serviço cresça e assim se torne um produto “estrela”.

O CVP (Ciclo de Vida Do Produto) é um modelo de como as vendas de um produto se comporta com o passar do tempo. É utilizado como base para se tomar decisões em relação a um produto.

O CVP assume que todo produto passará por etapas definidas de seu lançamento até sua descontinuação. Essas etapas são inspiradas no ciclo de vida biológico e levam os nomes: Introdução, Crescimento, Maturidade e Declínio.

Imagem 9: Matriz CVP



Fonte: (Marketing futuro, 2019).

Na CVP a empresa encontra-se também no ponto de interrogação e para sair do mesmo estaremos buscando investir no Marketing, Atendimento ao cliente, buscando possíveis maneiras de fidelizar o cliente, visando assim alcançar o crescimento e em seguida a Maturidade.

5.6. Análise dos concorrentes

A empresa Concraya não possui nenhum concorrente direto, pois na cidade e região não se encontra nenhuma empresa que fabrica e comercializa o concreto utilizando a Vinhaça. Mas existe empresas que podem ser consideradas concorrentes indiretas, devido ao fato de fabricarem e comercializarem concreto, como:

- As concretarias que produzem concreto normal.

5.7. Definição de Objetivos e Metas

- Profissionais capacitados – Vamos fornecer treinamento Bimestral para ter profissionais capacitados, que possam ajudar a empresa a ter um melhor rendimento.

- A empresa estará fornecendo produtos de qualidade onde o mesmo também estará evitando ao máximo danos ao meio ambiente procurando a preservação do mesmo.

5.9. Definição de marca

A marca é algo que demonstra o reconhecimento de um produto ou serviço.

Segundo Kotler; Keller (2011, p.271) “marca consiste em todos os pensamentos, sensações, imagens, experiências, crenças etc. “

Sendo assim a marca é uma maneira com que o consumidor identifique, seja o produto ou serviço. Portanto o papel fundamental de uma marca é identificar o produto/serviço, mas junto dos mesmos vem o dever de se cumprir o que estamos passando para o mercado.

5.9.1. Uniforme

O nosso negócio possuirá uniformes pretos com detalhes brancos e verdes.

Imagem 10: Uniformes da empresa



Fonte: (Do próprio, autor 2019)

5.9.2. Manual de Identidade Visual

É a forma que a empresa será apresentada, seja com Logomarca, slogan, entre outros.

Imagem 11 Logomarca da Concraya



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

5.10. Endomarketing

Segundo Bekin (2006, p.01)

É um processo cujo o foco é alinhar, sintonizar e sincronizar, para implementar e operacional a estrutura organizacional de marketing da empresa ou organização, que visa e depende da ação para o mercado e a sociedade.

5.10.1. Motivação

A motivação que a empresa tem para chegar ao sucesso vem de seus funcionários. Quando a empresa motiva seu funcionário seja dando uma bonificação, férias, ele procura trabalhar mais motivado para alcançar tais metas assim ficando satisfeitos com sigo mesmo por alcançarem o que queriam e ganharem o que buscavam que acabam motivados a realizar seu trabalho, mas para que isso seja

possível a empresa necessita cuidar do bem-estar de seus funcionários concedendo uma condição de trabalho conveniente.

A Concraya concedera condições favoráveis de trabalho sempre se preocupando com o bem-estar e a saúde do colaborador e sempre ouvindo as sugestões dos mesmos passando a eles uma confiança e a sua importância dentro da organização. Daremos uma bonificação para aquele funcionário que se destacar em seu serviço, recompensando-o pelo seu esforço e desempenho.

5.10.2. Integração

Toda a empresa possui diversos departamentos, e é de grande importância que todos estejam em harmonia e trabalhem em equipe para que haja uma boa produtividade, e que não tenha muitas intrigas entre funcionários, melhorando assim o relacionamento dentro da empresa, resultando assim num ambiente agradável para se trabalhar.

Caso haja algum problema em algum departamento conseqüentemente os demais departamentos serão afetados.

A Concraya, providenciará reuniões semanais com todos os funcionários da empresa, procurando aplicar dinâmicas, brincadeiras, para ajudar a deixar todos da empresa unidos, assim melhorando toda produtividade e todo relacionamento.

5.11. Plano de fidelização

A Concraya vai buscar a satisfação do cliente, mais vamos focar no cliente fiel, pois o mesmo veste a camisa da empresa e não a troca por nada, ele está sempre defendendo a empresa, com isso a Concraya terá a promoção após o nosso cliente comprar um certo número de vezes o nosso produto ele ganhara descontos para comprar na próxima vez que ele precisar, participara de sorteios de produtos, entre outros.

5.12. Estratégias de pós-vendas

A Concraya trabalhará com promoções semanais e sorteios de produtos, juntamente a descontos assim atraindo e fidelizando seus clientes e a partir disso traçando um plano de marketing para a instituição.

5.13. Marketing Social e Verde

Segundo Kotler; Keller (2011, p.717) “o marketing social é realizado para tratar diretamente um problema ou causa social”.

O marketing social significa sessar os problemas sociais, envolvendo a saúde, transportes, educação, etc.

A Empresa Concraya fornecerá doações para asilos, orfanatos e outras instituições carentes mensalmente, e a cada 3 meses os funcionários da empresa sairão as ruas para a busca de mais arrecadações para ajudar as mesmas.

O marketing verde é a imagem que a empresa passa da sua consciência ecológica, envolvendo os benefícios e os malefícios dos produtos, que se utilizará na nossa empresa.

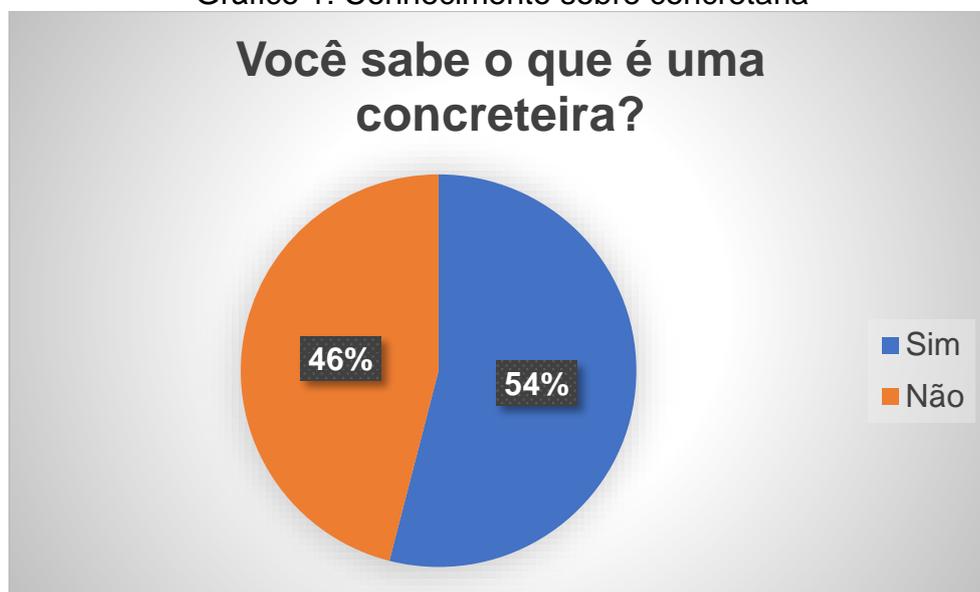
A Concraya a utilização de produtos químicos que não agridem o meio ambiente, realização de arborização em volta da empresa, realizara coletas para a reciclagem, entre outros.

6. Pesquisa de Mercado

De acordo com Zenone (2007, p.80):

“O processo de pesquisa de mercado consiste na definição dos objetivos de pesquisa, desenvolvimento do plano de pesquisa, coleta de informações, análise das informações e apresentação dos resultados para administração. ”

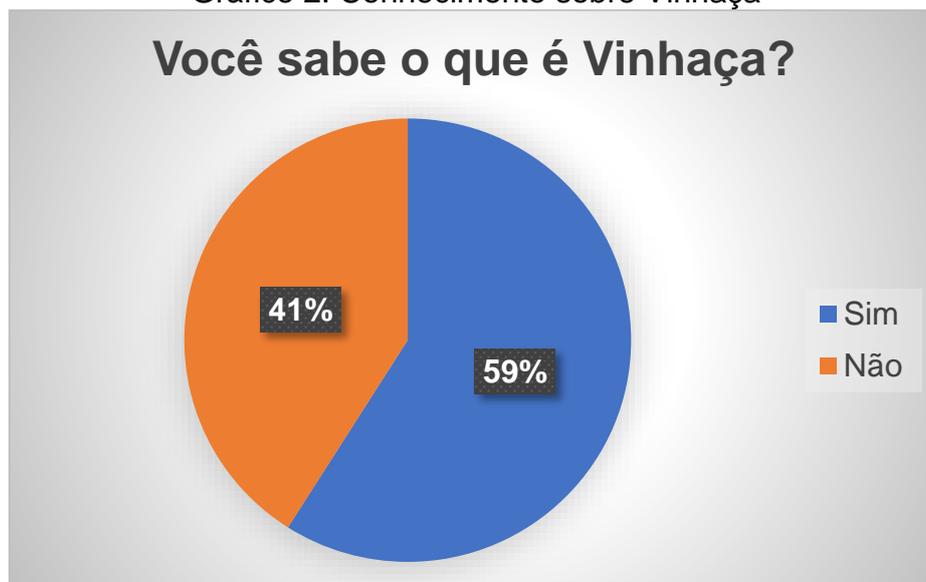
Gráfico 1: Conhecimento sobre concretaria



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Considerando a pesquisa efetuada, a porcentagem de pessoas que afirmam não saber o que é uma concretaria é um pouco elevada em consideração que muitos utilizam o concreto para diversas construções e atividades.

Gráfico 2: Conhecimento sobre Vinhaça



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

A partir das pesquisas podemos observar que grande maioria das pessoas dizem ter conhecimento ou já ouviram falar sobre vinhaça, entretanto a minoria que dizem não ter conhecimento sobre determinada matéria, conseqüentemente é elevado levando em consideração que o mesmo é tão presente em nossa região.

Gráfico 3: Conhecimento sobre concreto orgânico



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Pode-se observar que através dos resultados obtidos podemos ver que grande maioria das pessoas não conhece qualquer tipo de concreto orgânico, muito menos imaginavam que o mesmo existia.

Gráfico 4: Influência de produtos Sustentáveis no momento da compra



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Observando o gráfico grande maioria das pessoas se deixa influenciar pela imagem sustentável da empresa ou produto na hora da compra, mostrando assim que a imagem sustentável é muito considerada pelos clientes. Essa influência tem a prospectiva a aumentar devido ao fato de que as pessoas estão se preocupando mais com o meio ambiente e conseqüentemente procuram cada vez mais produtos sustentáveis na hora da compra.

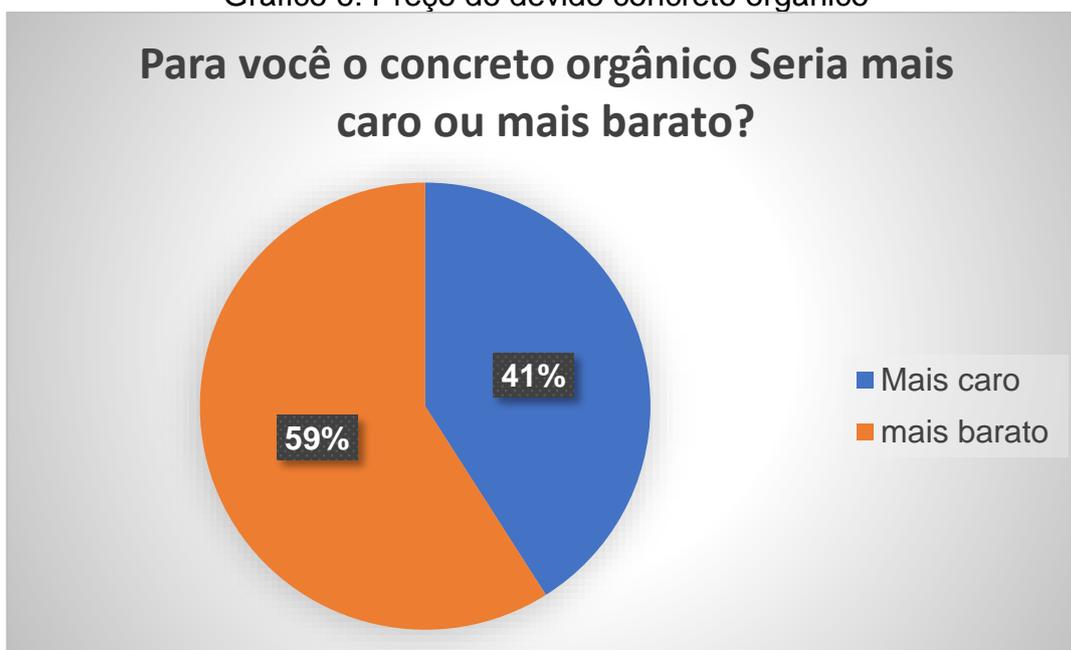
Gráfico 5: Conhecimento sobre o devido descarte da Vinhaça



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Com a pesquisa podemos ter uma visão mais nítida, com um índice tão alto de pessoas que não conhecem como é feito o devido descarte da vinhaça

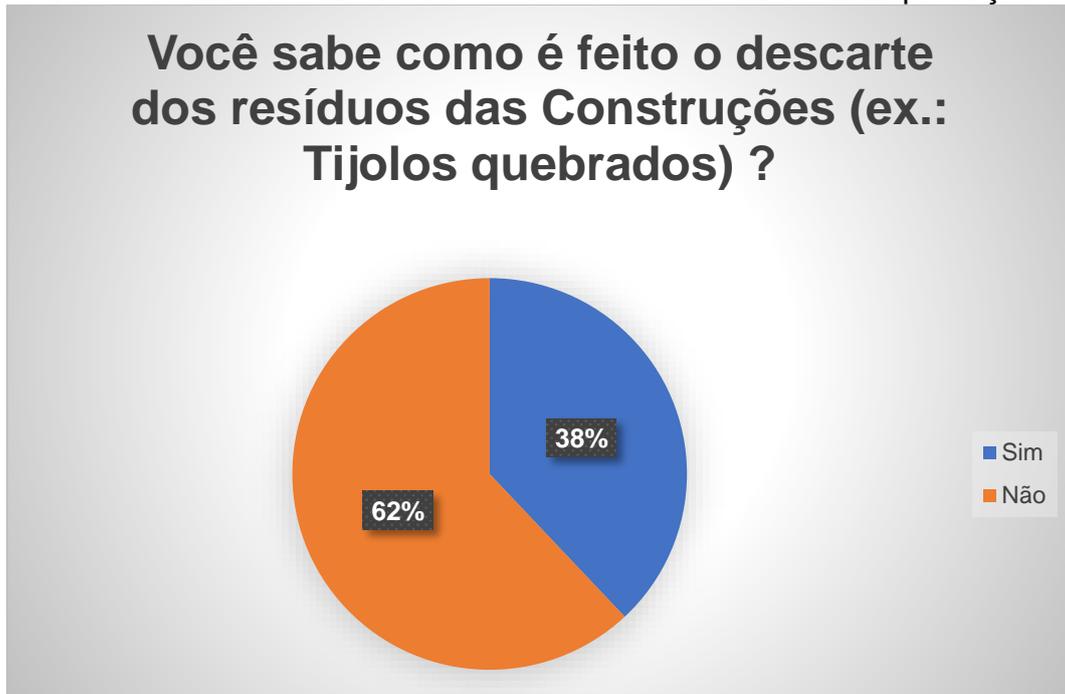
Gráfico 6: Preço do devido concreto orgânico



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Concluimos através dos dados levantados pelas pesquisas que 59% dizem que o produto seria mais caro. Questionando o porquê, eles responderam que o concreto sustentável seria mais caro pelo fato de ser orgânico e pelos processos de produção.

Gráfico 7: conhecimento do devido descarte de resíduos de produção



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Através dos dados levantados podemos observar que a grande maioria não sabe qual é o destino final desses materiais

CAPÍTULO VI

6. Planejamento Financeiro

O planejamento financeiro pode ser definido como uma estratégia que visa os riscos e retornos do negócio prevenindo assim erros e até a falência.

A empresa Concraya irá realizar o planejamento e agir cautelosamente em relação ao planejamento, onde o mesmo será o mais detalhado possível para que todas da empresa saibam agir de acordo.

6.1. Investimento Fixo

Os investimentos fixos podem ser definidos como aqueles que cujo valor não é afetado, sendo assim fixo.

Como exemplo dos: salários dos colaboradores, aluguel, contas de energia e água.

A empresa Concraya terá detalhado todos os investimentos para mostrar clareza e responsabilidade da marca.

6.1.1. Resumo do investimento físico

Tabela 01: Máquinas e Equipamentos

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Britador Komplet	1	R\$ 86.000,00	R\$ 86.000,00
Tanque de armazenamento	1	R\$ 137.000,00	R\$ 137.000,00
Betoneira	2	R\$ 3.000,00	R\$ 6.000,00
SUBTOTAL			R\$ 229.000,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Tabela 02: Móveis e Utensílios

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Ar condicionado	3	R\$ 1.300,00	R\$ 3.900,00
Cadeira	12	R\$ 110,00	R\$ 1.210,00
Computador	3	R\$ 1.400,00	R\$ 4.200,00
Jogo de mesa	2	R\$ 610,00	R\$ 1.220,00
Impressora	2	R\$ 320,00	R\$ 620,00
Bebedouro	2	R\$ 220,00	R\$ 220,00
Armário de arquivo	1	R\$ 375,00	R\$ 375,00
Pastas	30	R\$ 4,00	R\$ 120,00
Internet (roteador)	1	R\$ 180,00	R\$ 180,00
Geladeira	1	R\$ 1600,00	R\$ 1600,00
Jogo de câmera	5	R\$ 72,00	R\$ 360,00
Telefone	1	R\$ 89,90	R\$ 89,00
SUBTOTAL			R\$ 14.094,00
TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS			R\$ 243.094,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Fazendo uma análise de tudo que será gasto para abrir a empresa entre máquinas e equipamentos, e, móveis e utensílios terá um investimento físico de R\$243.094,00 (duzentos e quarenta e três mil e noventa e quatro reais).

6.2. Investimento Financeiro

O investimento financeiro pode ser definido como capital inicial da empresa.

6.2.1. Estimativa de investimentos

Nas tabelas abaixo, tabela nº 03 e nº 04, descrevemos todos os insumos que serão necessários para que a Concraya possa ter início de suas atividades e a estimativa de capital de giro.

Tabela 03: Estimativa do Estoque Inicial

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Vinhaça	-	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Resíduos de construção	-	R\$ 320,00	R\$ 320,00
SUBTOTAL			R\$ 470,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Tabela 04: Estimativa de Capital de Giro

Descrição	TOTAL
Reserva de Caixa (Cobertura dos eventuais Custos)	R\$ 24.000,00
TOTAL DOS INVESTIMENTOS FINANCEIROS	R\$ 24.470,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Ressaltando que a empresa trabalhara com o mínimo possível de estoque, ministrando o controle com o método Just in time.

6.2.2. Total de investimento financeiro

O total de investimento somando o valor do estoque inicial mais o capital de giro será de R\$24.470,00 (vinte e quatro mil quatrocentos e setenta reais), como demonstrado nas tabelas n° 03 e n° 04.

6.3. Investimentos pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais são todos os gastos realizados antes do início da empresa, antes que o negócio abra e comece a faturar. Como exemplo despesas com reforma de imóveis, taxas para registro e legalização da empresa, entre outros.

Tabela 05: Investimentos Pré-operacionais

Investimentos Pré-Operacionais	TOTAL
Despesas de Legalização	R\$ 5.000,00
Divulgação	R\$ 600,00
Cursos e treinamentos	R\$ 2.000,00
TOTAL	R\$ 7.600,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Na tabela acima, tabela n° 05, foi descrito o que será gasto com a Concraya antes dela entrar em funcionamento, como despesas de legalização, modificações, divulgação pré-lançamento, cursos e treinamentos, e outras despesas.

6.3.1. Legalização

Calculamos o valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), para despesas de legalização, por uma rigorosa questão a ART do engenheiro geral, alvará de

bombeiros, além de outros possíveis gastos que poderão surgir ao decorrer da legalização da empresa.

6.3.2. Dependências Físicas

Dependemos de algumas modificações ao local físico da empresa.

6.3.3. Divulgação e Treinamento

Optamos em reservar o valor de R\$600,00 (seiscentos reais) para a divulgação, pois para inauguração iremos fazer, propagandas em rádios, anúncios em jornais e entre outros, estimando-se o valor de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) que será destinado ao treinamento dos colaboradores, para o desenvolvimento e aprimoramento do mesmo.

6.4. Estimativa do Investimento Total

A tabela abaixo, tabela nº 06, está descrevendo o que será investido para a abertura da Concraya.

Tabela 06: Investimento Total

Descrição	TOTAL
Estimativa dos Investimentos Fixos	R\$ 243.094,00
Estimativa dos Investimentos Financeiros	R\$ 24.470,00
Estimativa dos Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 7.600,00
TOTAL	R\$ 275.164,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.5. Estimativa do faturamento mensal

A tabela abaixo, tabela nº 07, está discriminando a previsão de faturamento de 1 (um) mês da Concraya.

Tabela 07: Estimativa do Faturamento

Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda (m³)	Faturamento Total
Concreto	260	R\$ 298,00	R\$ 77.480,00
TOTAL			R\$ 77.480,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.5.1. Elaboração do preço de venda

O preço de venda foi calculado através dos gastos que teremos como despesas com funcionários e despesas mensais que somam R\$ 47.670,78 (.

Apurando o faturamento anual da empresa de R\$ 924,760,00 e faturamento mensal de R\$77.480,00, foi feito o seguinte cálculo:

$$\text{R\$ } 47.670,78 / \text{R\$ } 77.480,00 \times 100 = 61,52\%$$

Somando as porcentagens da empresa com impostos de 4,5%.

Para encontrarmos o mark-up, o seguinte cálculo foi feito:

$$61,52\% + 4,5\% + 60\% = 86,22 - 100 = 13,78 / 100 = 0,1378$$

6.6. Estimativa do custo com materiais/insumos

Tabela 08: Custo de Mercadoria Vendida

Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Custo Unitário	CMV
Concreto (massa)	260 (m ³)	R\$ 93,00	R\$ 24.180,00
TOTAL			R\$ 24.180,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

A tabela acima, tabela nº 08, demonstra o que será gasto com nosso produto vendido, baseado no faturamento mensal.

6.7. Estimativa de custos de comercialização

A tabela abaixo, tabela nº 09, demonstra o que será pago de imposto, visto que a empresa se enquadra no sistema do Simples Nacional e terá como alíquota única 4,50%.

Tabela 09: Custo de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
Impostos	4,5%	R\$ 77.480,00	R\$ 3.486,60
TOTAL			R\$ 27.666,6

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.8. Estimativa de custos de mão-de-obra

A mão de obra da Concraya será dos próprios investidores. Então o custo dos mesmos será de acordo com o salário base atual.

Tabela 10: Custo de Mão de Obra

Descrição	Quantidade	Custo Unitário	TOTAL
Sócios	5	R\$ 1.187,50	R\$ 4.750,00
Funcionários	4	R\$ 1.500,00	R\$ 6.000,00
TOTAL			R\$ 10.750,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.9. Despesas com depreciação

Na tabela abaixo, tabela nº 11, apresenta os valores que será poupado para a troca e manutenção dos equipamentos, máquinas, móveis e utensílios da empresa.

Tabela 11: Custos com Depreciação

Ativos Fixos	Valor do Bem	Vida Útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 229.000,00	10	R\$ 22.900,00	R\$ 1.908,33
Móveis e Utensílios	R\$ 14.094,00	10	R\$ 1.409,4	R\$ 117,45
TOTAL				R\$ 2.025,78

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.10. Estimativa dos custos fixos mensais

Custos fixos são os custos que não sofrem alteração, independente se a empresa estiver com lucro ou prejuízo eles são contínuos, e todo mês são contabilizados. Alguns dos custos podem sofrer alteração de acordo com as mudanças nas legislações, os reajustes, tais como por exemplo, salários de funcionários, aumento das contas de água, luz e telefone.

Tabela 12: Custos Fixos Mensais

Descrição	Custo Total Mensal	
Aluguel	R\$	3.500,00
Água	R\$	400,00
Energia Elétrica	R\$	700,00
Telefone	R\$	130,00
Honorários do Contador	R\$	490,00
Pró-Labore	R\$	4.750,00
Internet	R\$	195,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$	755,00
Material de Limpeza	R\$	350,00
Salários	R\$	6.000,00
Depreciação	R\$	2.025,78
TOTAL	R\$	20.420,78

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.11. Demonstrativo de resultados

Tabela 13: D.R.E (Demonstrativo de Resultado do Exercício)

Descrição	Valor	Índice	%
Receita Total com Vendas	R\$ 77.480,00	1	100%
Custos Variáveis Totais	R\$ 27.250,00	0,352	35,2%

Margem de Contribuição	R\$	50.230,00	0,648	64,82%
Custos Fixos Totais	R\$	20.420,78	0,263	26,35%
Lucro do Exercício	R\$	29809,22	0,385	38,50%

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.12. Indicadores de viabilidade

Tabela 14: Indicadores

Ponto de Equilíbrio	R\$	31.495,62	40,65%
Lucratividade	-	-	38,47%
Rentabilidade	-	-	10,83%
Prazo de Retorno do Investimento	42	Meses	
	3,5	Anos	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.12.1. Ponto de Equilíbrio

O indicador acima, tabela nº 14, demonstra quanto de faturamento será necessário para que sua receita iguale a suas despesas, um ponto de equilíbrio para manter a empresa, ou seja sem nenhum ganho, na Concraya o ponto de equilíbrio será de R\$31.495,62 (Trinta e um mil quatrocentos e noventa e cinco reais e sessenta e dois centavos).

6.12.2. Lucratividade

De acordo com Sebrae a Lucratividade é um indicador de eficiência operacional obtido sob a forma de valor percentual e que indica qual é o ganho que a empresa consegue gerar sobre o trabalho que desenvolve.

A lucratividade da Concraya será de 38,47%, isso significa que a cada R\$ 100,00 vendido sobrarão R\$ 38,47.

6.12.3. Rentabilidade

A rentabilidade e o retorno do capital investido na abertura da empresa, apresenta o indicador de 10,83%.

6.12.4. Prazo de Retorno do Investimento

Este indicador representa quanto tempo levará para que o capital investido na abertura da empresa retorne aos sócios.

A Concraya tem o prazo de retorno em 3,5 anos, ou seja, em quarenta e dois meses o capital investido retornará aos seus sócios.

CAPÍTULO VII

7.Responsabilidade social

A empresa Concraya terá como responsabilidade social recolhendo alimentos e agasalhos para orfanatos, asilos e entidades que acolhem moradores de ruas, além de utilizar a Vinhaça um produto nocivo ao meio ambiente como elemento principal do concreto, utilizaremos lâmpadas econômicas, também iremos realizar o plantio de diversas árvores na nossa empresa e ao redor da nossa comunidade favorecendo assim a arborização da nossa cidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concluimos através deste trabalho que a utilização da Vinhaça na fabricação do concreto é de suma importância para o meio ambiente, pois além de retirar do meio ambiente um elemento nocivo iremos utilizar desse ato para gerar lucro e empregos para nossa sociedade. Com isso, foi constatada que atualmente a abertura da empresa é viável pela atual situação econômica que o país se encontra, pois é uma empresa sustentável que atingira várias estratégias para usinas e empresas que necessitam do descarte da Vinhaça.

Outro fator que também influenciou na conclusão, foi que 84% das pessoas que responderam as pesquisas disseram que comprariam, além de que 74% são influenciadas na compra pela empresa ser sustentável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAMARGO, Ricardo Zagallo. **Responsabilidade Social Das Empresas: Formações Discursivas em Confronto**. Abril, 2009. 432 f. Tese de Doutorado - Departamento de Propaganda, Relações Públicas e Turismo/Escola de Comunicações e Artes/USP, São Paulo 2009.

LACOMBE, FRANCISCO. **Recursos Humanos: Princípios e Tendências**. 1º Ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

PARENTONI, EMILIANO. **Marketing e Comunicação: Conceito, Desafios e Metas**. 1º Ed. Rio de Janeiro: GdN, 2007.

KOTLER, PHILIP. ; KOLLER, KAVIN, LANE. **Administração de Marketing**. 12º Ed. Rio de Janeiro: GdN, 2007

DIAS, MARCO. **Administração de materiais: uma abordagem logística**. 4º Ed . São Paulo: atlas, 2007.

MARTINS, PETRÔNIO; LAUGENI, FERNANDO. **Administração da produção**. 2º Ed. São Vicente-Sp: Saraiva, 2006.

CLARK, JOHNSTON. **Administração de operações e serviços**. 1º Ed. São Paulo: Atlas S.A, 2002.

JOHNSTON, ROBERT; CHANBER,STUART; SLACK,NIGEL. **Administração da produção**. 3º Ed. São Paulo: Atlas, 2009.