

UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ALINE RODRIGUES DAS NEVES
CAIO GONÇALVES JARDIM
JACIRA ARAUJO
JULIANA DENLESCHI FERNANDES LUIS
LIGIA RIBEIRO DE ARAUJO

PLANO DE NEGÓCIOS
RICARDÃO – Reformas e Construção

SÃO BERNARDO DO CAMPO
2013

UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ALINE RODRIGUES DAS NEVES
CAIO GONÇALVES JARDIM
JACIRA ARAUJO
JULIANA DENLESCHI FERNANDES LUIS
LIGIA RIBEIRO DE ARAUJO

PLANO DE NEGÓCIOS
RICARDÃO – Reformas e Construção

Trabalho final do módulo Diagnóstico e Consultoria Empresarial, apresentado à Universidade Metodista de São Paulo, Faculdade de Administração e Economia, para conclusão do curso de Administração, sob orientação dos professores Wagner de Paula Gonzalez Elaine Silva Pasquini e Clóvis Luis Galdino.

SÃO BERNARDO DO CAMPO

2013

ALINE RODRIGUES DAS NEVES
CAIO GONÇALVES JARDIM
JACIRA ARAUJO
JULIANA DENLESCHI FERNANDES LUIS
LIGIA RIBEIRO DE ARAUJO

PLANO DE NEGÓCIOS
RICARDÃO – Reformas e Construção

Trabalho final do módulo Diagnóstico e Consultoria Empresarial, apresentado à Universidade Metodista de São Paulo, Faculdade de Administração e Economia, para conclusão do curso de Administração, sob orientação do professor Wagner de Paula Gonzalez Elaine Silva Pasquini e Clóvis Luis Galdino.

Área de concentração:

Data de defesa: 11 de Dezembro de 2013.

Resultado: _____.

BANCA EXAMINADORA

_____	Prof. Dr.	_____
Universidade Metodista de São Paulo		
_____	Prof. Dr.	_____
Universidade Metodista de São Paulo		
_____	Prof. Dr.	_____
Universidade Metodista de São Paulo		

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Processo Certificação.....	28
Figura 2 - Gráfico de IPCA (% a.m).....	38
Figura 3 - Gráfico Inflação e impacto, por Grupos.....	39
Figura 4 - Gráfico Contribuição de Alimentos.....	39
Figura 5 - Gráfico Taxas de Inadimplência.....	40
Figura 6 - Gráfico Dívida Líquida do Setor Público.....	42
Figura 7 - Gráfico Produto interno Bruto.....	43
Figura 8 - Gráfico Crescimento do PIB Trimestral e Expectativas.....	43
Figura 9 - Gráfico Gastos do PAC em 2011 e 2012.....	44
Figura 10 - Principais Realizações do PAC 2.....	45
Figura 11 - Gráfico Formação Bruta de Capital	46
Figura 12 - Gráfico Taxa de Desemprego.....	46
Figura 13 - Gráfico Evolução Salarial Mínimo Real.....	47
Figura 14 - Gráfico Riqueza e bem-estar.....	48
Figura 15 - Destinos de IED da América latina.....	52
Figura 16 - Classificação Risco Brasil.....	53
Figura 17 - Gráfico de Indicadores de Vulnerabilidade Externa.....	53
Figura 18 - Gráfico de Emissões de CO ²	69
Figura 19 - Sistema de Aproveitamento de Chuva.....	71
Figura 20 - Distribuição da água doce no planeta.....	72
Figura 21 - Certificação AQUA e LEED.....	74
Figura 22 - Gráfico X – Chart – Análise Concorrência.....	93
Figura 23 – Gráfico BCG Concorrência Ampla.....	97
Figura 24 – Gráfico BCG Produtos.....	102
Figura 24 - Ilustração BCG Produtos.....	102
Figura 25 - Fachada da Empresa Pra que Marido	107
Figura 26 - Índice de reclamações da empresa “Doutor Resolve”	108
Figura 27 - Fachada da Empresa “Doutor Resolve”	109
Figura 28 - Fachada da Empresa “Doutor Faz Tudo”.....	110

Figura 29 - Gráfico de Percepção Análise de Ambiente	111
Figura 30 - Gráfico de Percepção Market Share.....	113
Figura 31 - Gráfico de Percepção Relação da marca com os funcionários.....	115
Figura 32 - Valor do classificado – Diário do Grande ABC.....	130
Figura 33 – Uniforme – Camisas.	132
Figura 34 – Uniforme completo.....	132
Figura 35 - Uniforme para inverno.....	133
Figura 36 – Atendimento ao cliente.....	135
Figura 37 – Processo do atendimento.....	137
Figura 38 – Layout do escritório.....	144
Figura 39 – Layout do depósito.	146
Figura 40 - Número de Serviços Diários	147
Figura 41 – Sazonalidade.....	153
Figura 42 - 1º Variável – Demanda de Mercado Total da Cidade de São Bernardo do Campo.	154
Figura 43 - 2º Variável – Moradias Fixas entre Classes B e C.....	155
Figura 44 - 3º Variável – Perfil de Consumidores.....	155
Figura 45 - 4º Variável – Capacidade Interna de Produção.....	156
Figura 46 – Gráfico de Participação de mercado.....	157
Figura 47 – Custo de abertura de empresas no Brasil.	169
Figura 48 – Orçamento contador.....	170
Figura 49 – Revisões Programadas.....	171
Figura 50 – Mapa de risco.	182

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Base de cálculo Simples Nacional	20
Tabela 2 - Divisões dos valores arrecadados - Construção Civil.....	21
Tabela 3 - Destinação de resíduos	26
Tabela 4 - Destinação de resíduos (2)	27
Tabela 5 - Cuidados com Destinação de Resíduos	29
Tabela 6 - Outros resíduos e sua destinação	50
Tabela 7 - Levantamento de Custo de Vida	55
Tabela 8 - Informações gerais São Paulo e Grande ABC (1).....	55
Tabela 9 - Informações gerais São Paulo e Grande ABC (2)	56
Tabela 10 - Informações gerais São Paulo e Grande ABC (3).....	56
Tabela 11 - Estimativa populacional por Cidade – Ano 2012	57
Tabela 12 - Estimativa populacional por Região – Ano 2012	59
Tabela 13 - Sexo indivíduos residentes em São Bernardo do Campo	59
Tabela 14 - Faixa Etária indivíduos residentes em São Bernardo do Campo	60
Tabela 15 - Renda Nominal mensal dos indivíduos residentes em São Bernardo do Campo.....	61
Tabela 16 - Renda Média mensal dos indivíduos residentes em São Bernardo do Campo.....	61
Tabela 17 - Domicílio dos indivíduos residentes em São Bernardo do Campo	61
Tabela 18 - Educação dos indivíduos residentes em São Bernardo do Campo	61
Tabela 19 - Grau de escolaridade Trabalhadores ramo Civil.....	80
Tabela 20 - Evolução empregabilidade ramo Civil.....	81
Tabela 21 - EPI's utilizados em obra	86
Tabela 22 - Ferramentas manuais utilizadas nas obras.....	88
Tabela 23 - Ferramentas manuais utilizadas nas obras (2)	94
Tabela 24 - Classificação das Empresas na Matriz BCG	94
Tabela 25 - SWOT Oportunidades.....	103
Tabela 26 - SWOT Ameaças.....	103
Tabela 27 - SWOT Forças	104
Tabela 28 - SWOT Fraquezas	104

Tabela 29 - Análises de critérios.....	105
Tabela 30 –Preços X Qualidade.....	111
Tabela 31– Escala de Classificação - Ambientes	112
Tabela 32 – Construção X Reparos e Reformas.....	113
Tabela 33 – Escala de Classificação – <i>Market Share</i>	113
Tabela 34 – Atração e Retenção X Comprometimento do funcionário.....	114
Tabela 35 – Escala de Classificação – Relação da marca com os funcionários.....	115
Tabela 36 – Valor ao Cliente.....	120
Tabela 37- Percentual de Desconto	127
Tabela 38 – Endereços.....	128
Tabela 39 – Projeção de Colaboradores.....	151
Tabela 40 - Demanda.....	156
Tabela 41- Participação de mercado.	157
Tabela 42 – Descrição Serviço mais requisitados.	158
Tabela 43 – Cronograma do projeto.	159
Tabela 44 – Grafico de Gantt.....	160
Tabela 45 – Despesas escritório.....	170
Tabela 46 – Criação e manutenção do site.	172
Tabela 47- Cargos e salários.	173
Tabela 48 - Custos com fornecedores e faturamento mensal.	174
Tabela 49 – Média ponderada de faturamento e custos com fornecedor.....	174
Tabela 50 – DRE.....	177
Tabela 51 – Outros índices do investimento.....	177
Tabela 52- Payback simples.....	177
Tabela 53- Payback descontado.....	177

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

SINTRACOM	Sindicado dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção e do Mobiliário de São Bernardo do Campo e Diadema do Estado de São Paulo;
ART	Anotação de Responsabilidade Técnica;
CREA	Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia;
CONFEA	Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia;
PBQP-H	Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat;
IPCA	Índice de Preços ao Consumidor;
IBGE	Instituto brasileiro de Geografia e Estatística;
SINDUSCON	Sindicato da Indústria da Construção Civil do Estado de São Paulo;
FGV	Fundação Getúlio Vargas;
PIB	Produto Interno Bruto;
IED	Investimento Estrangeiro Direto;
SEADE	Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados;
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social;
FINEP	Financiadora de Estudos e Projetos;
FNDCT	Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico;
PITCE	Política Industrial Tecnologia e Comércio;
MPE	Ministério Público Estadual;
Proinfra	Programa de Incentivo às Fontes Alternativas de Energia Elétrica;
Sibratec	Sistema Brasileiro de Tecnologia;
PCC – USP	Politécnica Engenharia de Construção Civil;
NBR-ISO 9001	Norma Brasileira – Organização Internacional para Padronização;
PBQP-H nível A	Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat;
SIQ	Sistema de Informação da Qualidade;
BC	Banco Central do Brasil;
GBC	Green Building Council;
Instituto RAIS	Relação Anual de Informações Sociais;
CGED	Cadastro Geral de Empregados e Desempregados;
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostragem de Municípios;

SUMÁRIO

1 SUMARIO.....	14
1.1 Sumário Executivo.....	16
2 SETOR DE INTERESSE.....	18
2.1 Visão	18
2.2 Missão.....	18
2.3 Valores.....	18
2.4 Envolvimento dos Funcionários	19
2.5 Inovacao	19
3 INVESTIGAÇÃO AMPLA DO MERCADO	19
3.1 Forças Macro ambientais.....	19
3.1.1 Forças Políticas e Legais	19
3.1.1.1 A Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas e a Construção Civil.....	21
3.1.1.2 Notas fiscais em relação a contratos e cláusulas.....	23
3.1.1.3 Exigências Jurídicas Legais	24
3.1.1.4 Código de defesa do consumidor.....	25
3.1.1.5 Destinação de resíduos	28
3.1.1.6 Processo de Avaliação para certificação do PBQP-H:.....	30
3.1.1.7 Normas regulamentadoras de Segurança.....	31
3.1.2 Forças Econômicas.....	32
3.1.2.1 Inflação	37
3.1.2.2 Juros e Credito.....	40
3.1.2.3 Política Fiscal	41
3.1.2.4 Atividade Econômica.....	42
3.1.2.5 Emprego e Renda	46
3.1.2.6 Setor Externo	50
3.1.3 Forças Sociais.....	54
3.1.3.1 Crescente Populacional da Região do Grande ABC	57
3.1.3.2 Ranking Populacional	57

3.1.3.3 Dados Demográficos – São Bernardo do Campo	58
3.1.3.4 Sexo	58
3.1.3.5 Faixa Etária	58
3.1.3.6 Renda Nominal Mensal	59
3.1.3.7 Renda Média Mensal	60
3.1.3.8 Domicílio	60
3.1.3.9 Educação	61
3.1.4 Forças Tecnológicas	62
3.1.4.1 Novas Tecnologias no Mercado	62
3.1.4.2 Casa anfíbia com Nanotecnologia (Casas Flutuantes)	63
3.1.4.3 Prédios com suspensão ativa	63
3.1.4.4 Estrutura Adaptativa	63
3.1.4.5 Tecnologias Apropriadas na Construção Civil	64
3.1.4.6 Apoio Financeiro a Tecnologia Civil	65
3.1.4.7 Conceitos básicos de tecnologia civil	67
3.1.5 Forças Ambientais	67
3.1.5.1 Construção Civil Sustentável	72
3.1.6 Forças Culturais	72
3.1.6.1 Família brasileira e poder de compra	74
3.1.6.2 Características dos brasileiros no ramo de construção	75
3.1.6.3 Acessibilidade nas construções	77
3.1.6.4 Construções sustentáveis	79
3.1.6.5 Trabalhadores da Construção civil	79
3.2 Forças Micro Ambientais	82
3.2.1 Fornecedores	82
3.2.1.2 Loja do mecânico	82
3.2.1.3 C&C	83
3.2.1.4 Copafer	83
3.2.1.5 Leroy Merlin	84
3.2.1.6 Telhanorte	85
3.2.2 Ferramentas	86
3.2.3 Intermediários	88
3.2.4 Clientes	88

3.2.4.1 Segmentação	89
3.2.4.2 Aspectos Psicográficos	89
3.2.4.3 Aspectos Geográficos	90
3.2.4.4 Aspectos demográficos	90
3.2.4.5 Aspectos Psicográficos	91
3.2.4.6 Aspectos Comportamentais	91
3.2.5 Concorrência Ampla.....	92
3.2.6.1 Matriz BCG - Nosso Serviço e Concorrentes	94
3.2.6.1.1 PQM - Praquemarido	94
3.2.6.1.2 Dr. Faz Tudo	95
3.2.6.1.3 Trabalhadores informais.....	95
3.2.6.1.4 Gatos	96
3.2.6.1.5 Doutor Resolve	95
3.2.6.1.6 Ricardão.....	96
3.2.6.1.2 Matriz BCG de Micro Ambiente e Portfólio de Serviços	97
3.2.6.1.2.1 Produto Estrela – Eletricista	98
3.2.6.1.2.2 Produto Estrela - Instalação/ Manutenção de Ar Condicionado	98
3.2.6.1.2.3 Produto Abacaxi - Chaveiro	99
3.2.6.1.2.4 Produto Vaca Leiteira – Pintor	99
3.2.6.1.2.5 Produto Criança Prodígio - Serviços Básicos.....	100
3.2.6.1.2.6 Produto Maturidade- Pedreiro	100
3.2.6.1.2.7 Produto Criança Prodígio – Montador	100
3.2.6.1.2.8 Produto Vaca Leiteira- Encanador/ Hidráulica	100
3.2.6.1.2.9 Produto Abacaxi – Gesseiro.....	101
3.2.6.1.2.10 Produto Estrela - Azulejista/ Especialidade em azulejo.	100
3.2.6.1.2.11 Produto Estrela- Carpinteiro/ Especiais com Madeira, forrados.....	102
3.2.6.1.3.1 Análise SWOT.....	102
4 ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA	105
4.1.2 Empresas Analisadas	106
4.1.2.1 PQM - Praquemarido	107
4.1.2.2 Doutor Resolve	108
4.1.2.3 Doutor Faz Tudo	109
4.2 Seleção de Mercado Alvo	110

4.2.1 Mapas de Percepção	111
4.2.1.3 Aspecto Analisado <i>Market Share</i>	111
4.2.1.3 Aspecto Analisado Relação da marca com os funcionários.....	112
4.3 Diferenciação	114
4.3.1 Variável de Diferenciação	116
4.4 Posicionamento da Oferta de Marketing	117
4.4.1 As Sete Estratégias de Marketing	118
4.4.1.1 Importância	120
4.4.1.1 Distintividade.....	120
5. DADOS DO EMPREENDIMENTO.....	120
5.1 Perfil dos Empreendedores.....	121
6 COMPOSTO DE MARKETING E BRANDING.....	123
6.1 Produto.....	123
6.1.1 História da Marca.....	124
6.2 Preço.....	125
6.3 Praça.....	126
6.4 Promoção.....	129
6.5 Perceptíveis.....	134
6.6 Processos.....	135

6.6.1 Fluxo de atendimento ao cliente.....	135
6.6.2 Passo a passo para contratar um serviço.....	136
6.6.3 Orçamentos.....	137
6.6.3.1 Tipo de Orçamento 1.....	138
6.6.4 Pontos a serem melhorados na prestação de serviço.....	138
6.7 Pessoas.....	139
6.8 Produtividade.....	140
6.9 8P ²	140
6.9.1 Serviço.....	141
6.9.2 Preço.....	141
6.9.3 Praça.....	142
6.9.4 Promoção.....	142
6.9.5 Perceptíveis.....	142
6.9.6 Processos.....	142
6.9.7 Pessoas.....	143
6.9.8 Produtividade.....	143
7. METAS E OBJETIVOS.....	144
7.1 Layout.....	144
7.2 Capacidade Produtiva	146
7.2.1 Número de Funcionários disponíveis na Companhia	147
7.2.3 Demanda e Público Alvo.....	148
7.3 Processos Operacionais.....	149
7.4 Necessidade de Pessoal.....	149
8. METAS E OBJETIVOS.....	150
8.1 Entendendo demanda.....	152
8.1.1 Demanda.....	153
8.1.2 Participação de Mercado.....	153
9. PLANO DE AÇÃO.....	156
9.1 Grafico de Gantt.....	159
9.2 Detalhamento de Ações e Investimentos.....	159
10. VIABILIDADE FINANCEIRA.....	164
10.1 Fluxo de Caixa.....	164

10.2 Explicando o Fluxo de Caixa.....	168
10.2.1 Depreciação.....	175
10.3 DRE.....	177
11. CONTROLES.....	178
11.1 Pós Plano.....	178
11.1.1 Diversificação do nosso portfólio de Serviços.....	178
11.1.2 Parcerias.....	178
11.1.3 Franquias	178
11.1.4 Licitações do Governo	179
11.2 Plano de Contingência.....	180
11.2.1 Importância do Comitê de Contingência	181
11.2.3 Mapa de risco	181
11.2.4 Plano de contingência.....	183
12. CONTRATO SOCIAL.....	198
CONCLUSAO	204
REFERÊNCIAS	205

1 SUMÁRIO

Nosso Plano de Negócios é constituído no ramo de Construção Civil, onde é um dos setores que mais recebem investimentos nos últimos anos.

Temos como foco de atendimento pessoas da região de São Bernardo do Campo, pois temos nesta cidade nosso maior número de clientes em potencial, bem como é a Cidade sede da nossa empresa.

Os investimentos que fizemos no nosso empreendimento são além de incentivos bancários, a adição de bens dos próprios sócios, pois acreditamos que nosso empreendimento trará todo retorno financeiro esperado, no tempo a qual temos planejado.

Nossa empresa conta com processos robustos de organização e planejamento, pois somos uma empresa feita para atender exatamente as necessidades do seu lar e lhe proporcionar conforto, ganho de tempo e qualidade de vida.

Somos altamente preocupados com a sustentabilidade e praticamos esta política nos nossos processos de trabalho, a fim de contribuirmos para um mundo mais confortável, prático e rápido.

A saúde financeira do nosso negócio é estável e temos como foco manter a mesma estrutura da companhia, pois acreditamos que a qualidade de vida dos sócios envolvidos, é parte de um empreendimento sustentável, e que será sempre exercido com amor, cumplicidade e respeito aos nossos atuais e futuros clientes.

ABSTRACT

Our Business Plan is made in the field of Construction, which is one of the sectors that receive investments in recent years.

We have as focus of treatment people of São Bernardo do Campo City, because have in this city our biggest number the potential customer, as well is the city of our company.

The investments we have made in our endeavors are beyond banking incentives, the addition of assets of its own members, as we believe that our business will bring all returns expected, the time which we have planned.

Our company has robust processes of organization and planning, because we are a company made to meet the exact needs of your home and provide you with comfort, time saving and quality of life.

We are highly concerned about the sustainability of this policy and practice in our work processes in order to contribute to a more comfortable, convenient and fast.

The financial health of our business is stable and we focus on maintaining the same structure of the company, we believe that the quality of life of the partners involved, is part of a sustainable enterprise, and it will always be exercised with love, support and respect to our current and future customers.

1.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

A empresa Ricardão atua no ramo de Construção, Reformas e Reparos, nosso escritório de representação está situado no centro da cidade de São Bernardo do Campo - SP, local em que está nosso público alvo, principalmente mulheres, das Classes B e C, com renda de 3 a 20 salários mínimos.

A Construção Civil é um dos setores que mais cresce no Brasil, além de incentivos governamentais, como o PAC (Programa de Aceleração do Crescimento), que vem construindo escolas, hospitais, moradias, praças e fazendo a manutenção de diversos bens públicos, o perfil do brasileiro, também colabora para que este setor seja um dos mais prósperos. Como características culturais, quase todos os brasileiros tem o sonho do imóvel próprio e de manter o seu imóvel o mais acolhedor possível. A idéia de criar uma empresa do ramo de construção, reparos e reformas,

surgiu depois que percebemos a necessidade de muitas pessoas deste tipo de serviço mais especializado, de forma confiável e com garantia de serviço prestado.

Com o aumento do poder de compra da classe C e o fato de tantos brasileiros terem entrado na “Classe Média” ou “Nova Classe Média”, concluímos que este público junto com a Classe B será o público-alvo ideal para nosso empreendimento. As mulheres, que representam uma fatia maior de consumo e população na região que os homens, também são um público que merece nossa atenção. As mudanças no estilo de vida das pessoas, que não tem mais tempo para executar tarefas de manutenção preventiva e corretiva em seus imóveis, é uma variável que impulsiona a criação de empresas como a nossa, que dá suporte para as pessoas nesta questão. Nossas concorrentes no mercado apresentam pontos que precisam ser melhorados e que nossa empresa pretende se destacar.

Quem não deseja entregar seu imóvel nas mãos de uma empresa idônea, que garante a qualidade de serviço prestado e se preocupa com a opinião do cliente? Nós seremos esta empresa. Abaixo demonstraremos todos os estudos e resultados acerca do público alvo, dos fatores que podem ser favoráveis ou não à nossa empresa, da concorrência e igualmente, demonstraremos os pontos que agregaremos valor a nossa prestação de serviço.

A empresa Ricardão, tem a participação de 5 (cinco) sócios, trata-se de uma Sociedade por quotas limitada. Cada sócio colaborou com R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), que totaliza o capital social total de R\$250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais), totalmente integralizado no Patrimônio Líquido da empresa.

Temos as demonstrações de Fluxo de Caixa do ano 0 (zero) ao ano 3 (três), que representou, em Lucro Líquido de R\$ 251984,49, e um retorno médio sobre investimento de R\$ 129.901,07, também vamos demonstrar nosso payback, que obteve um retorno no terceiro ano.

Convidamos você a acompanhar nosso Plano de Negócios, além de uma empresa de sucesso, queremos conquistar o espaço no mercado, através de valores claros ao cliente e garantia na qualidade do serviço prestado.

2 SETOR DE INTERESSE

O Segmento no nosso plano de negócio esta inserido na construção civil. Sendo nosso ramo de atividade concentrado em Reparos, Reformas e Construções de pequeno e médio porte.

Nosso sindicato regulador é o Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção e do Mobiliário de São Bernardo do Campo e Diadema do Estado de São Paulo (SINTRACOM).

Somos uma Sociedade Empresarial Limitada, pois nos enquadrados na sociedade por quotas com responsabilidade limitada. Nosso Empreendimento é consolidado por cinco sócios para explorar atividades econômicas organizadas para produção ou circulação de bens e serviços (FONTE BRASIL GOV.BR,2013)

Nossa atividade empresarial é de regime tributário diferenciado, simplificado (Simples Nacional) e favorecido previsto pela Lei Complementar nº 123, de 14 de Dezembro de 2006.

2.1 Visão

Soluções Inteligentes para um mundo mais confortável, prático e rápido.

2.2 Missão

Exceder as crescentes expectativas dos nossos clientes. Acreditamos que se conseguirmos ultrapassar as expectativas dos clientes, eles sempre voltarão, fazendo com que a nossa empresa contribua ainda mais para o seu sucesso.

2.3 Valores

Satisfação do Cliente

Nosso futuro depende de servirmos como provedores do cliente e aumentar o sucesso de nossos clientes. Somos proativos, flexíveis e fáceis de trabalhar. Oferecemos conhecimento especialista e soluções práticas. Entregamos o que prometemos.

2.4 Envolvimento dos Funcionários

Nosso pessoal crescerá junto conosco. Incentivamos uma cultura que promove o desempenho excelente, trabalho em equipe e inclusão.

2.5 Inovação

Acreditamos que há sempre um caminho melhor. Incentivamos a mudança e procuramos a oportunidade que ela traz. Comercializaremos inovações.

3 INVESTIGAÇÃO AMPLA DO MERCADO

3.1 Forças Macro ambientais

3.1.1 Forças Políticas e Legais

3.1.1.1 A Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas e a Construção Civil

A partir de 2005 foi criado um tramite para o anteprojeto de Lei Geral das Micro e pequenas empresas. A Partir daí uma serie de mudanças significativas na legislação fiscal e trabalhistas entraram em vigência juntamente com o projeto em questão. Basicamente, houve um modo diferenciado em relação a tratamento de micro e pequenas empresas o que levou a praticidade de procedimentos e redução de cargas tributarias de pequenas e micro empresas. Teoricamente esse projeto envolve tributos de três formas de domínio e numero maior de setores por atividades econômicas envolvidas com construção civil que encontrar-se inclusa entre os setores que sancionaram a esta lei. As micro e pequenas empresas no seguimento de construção civil ou que realizam obras de engenharia, prestação de serviços gerais estão encaixadas na classe de prestadoras de serviços.

A tributação do Simples Nacional é a única alíquota de contribuição e se modifica segundo a faixa de receita bruta dessas organizações, por exemplo, até o máximo de R\$ 2,4 milhões de receita bruta anual, aos últimos 12 meses anteriores ao recolhimento.

Segue abaixo uma tabela que mostram exatamente quais são as bases de receita bruta em relação alíquotas incidente sobre as empresas de ramo construção civil- prestadoras de serviço ou construtoras. As alíquotas são descritas na tabela, conforme arrecadação e incide ainda um adicional de %.

Alíquotas e base de cálculo do Simples Nacional, Construção Civil:

Tabela 1 – Base de cálculo Simples Nacional

Receita bruta em doze meses	Alíquota *	Parcela a deduzir
Até 60.000,00	4%	-
De 60.000,01 a 120.000,00	5%	50,00
De 120.000,01 a 180.000,00	6%	150,00
De 180.000,01 a 240.000,00	7%	300,00
De 240.000,01 a 360.000,00	8%	500,00
De 360.000,01 a 600.000,00	9%	800,00
De 600.000,01 a 900.000,00	10%	1.300,00
De 900.000,01 a 1.200.000,00	11%	2.050,00
De 1.200.000,01 a 1.180.000,00	13%	4.050,00
De 1.800.000,01 a 2.400.000,00	15%	7.050,00

Fonte: Sinduscon SP – Sindicato da Indústria da Construção Civil

Esses valores de alíquota são equivalentes à arrecadação feita pela organização e correspondem aos dos impostos de contribuição: Imposto de Renda da Pessoa Jurídica, Contribuição Social sobre Lucro Líquido, PIS/PASEP/ Cofins, INSS, Sistemas S e ISS.

Constatação sobre do referido Projeto de Lei trás as mudanças nos valores:

Tabela 2 - Divisões dos valores arrecadados - Construção Civil

Alíquota	Partilha						
	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	INSS	Sistema S	ISS
6,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	42,0%	1,0%	58,0%
7,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	42,0%	1,0%	58,0%
9,0%	0,0%	0,7%	1,3%	0,0%	42,0%	1,0%	56,0%
10,5%	0,7%	2,6%	6,0%	0,7%	42,0%	1,0%	48,0%
12,0%	1,1%	4,1%	9,7%	1,1%	42,0%	1,0%	42,0%
13,5%	1,8%	4,7%	12,7%	1,8%	42,0%	1,0%	37,0%
15,0%	2,8%	5,2%	14,2%	2,8%	42,0%	1,0%	33,0%
16,5%	3,6%	3,6%	15,4%	3,6%	42,0%	1,0%	30,0%
19,5%	4,4%	4,4%	17,7%	4,4%	42,0%	1,0%	26,0%
22,5%	5,6%	5,5%	19,2%	5,6%	42,0%	1,0%	22,0%

Fonte: Sinduscon SP – Sindicato da Indústria da Construção Civil

3.1.1.2 Notas fiscais em relação a contratos e cláusulas

Para compreender a questão, é preciso saber de notas fiscais, aquisição de contratos e termos e que existe empreitada de mão-de-obra: com fornecimento de materiais ou equipamentos pela construtora; e, construtora exclusivamente para fornecimento de mão-de-obra em termos jurídicos (empreitada de labor). Porém a base do calculo da retenção para a previdência social será somente feita dependendo do o tipo de contrato entre o contratado e a contratante.

Vamos conceituar as induções dos valores sobre a base de cálculo da retenção em casos das construtoras de mão-de-obra com fornecimento de materiais ou equipamentos. Pois no caso a base de cálculo será sempre o valor bruto da nota fiscal, fatura ou recibo.

Em notas fiscais que deverão ter a explicação dos serviços e utilização de materiais.

De acordo com BRASIL. Artigo 149º, Instrução Normativa da Secretaria da Receita Previdenciária, nº 03, 2005, serão feitos a base de cálculo somente com o valor correspondente aos materiais e equipamentos fornecidos e utilizados pela contratada, pode ser que estejam destacados no contrato e na nota fiscal. Em caso do valor dos materiais utilizados na prestação de serviços que sejam menores ao que foi previsto em contrato, o valor a ser discriminado na nota fiscal deverá ser aquele que realmente foi gasto na obra e que deve ser comprovado mediante documentação. Quando os gastos dos materiais forem superiores aos descritos em contrato, o valor a ser cobrado em notas fiscais deve ser sempre o que foi assinado no contrato e não efetivamente o custo total, mas sim o que foi efetivamente contratado e descrito nas cláusulas, pois o tomador de serviços que é contribuinte substituto, não terá como comprovar o acordo dos materiais vistos pelos valores, a não ser que o contrato contenha aditivos para receptivos e futuros valores que podem ser cobrados futuramente justamente por causa dos termos aditivados em contrato ou sem identificação do valor em contrato, mas com discriminação na nota fiscal.

A base de cálculo não poderá ser inferior a 50% (cinquenta por cento) do valor total da nota fiscal/fatura/recibo, mesmo que a contratada tenha comprovação de que o valor dos materiais é superior ao valor deduzido da base de cálculo do Artigo 150º, Instrução Normativa da Secretaria da Receita Previdenciária, nº 03,2005.

Com ou sem discriminação do valor no contrato, mas sem destaque na nota fiscal.

A base de cálculo é o valor bruto da nota fiscal/fatura/recibo Artigo 151º, Instrução Normativa da Secretaria da Receita Previdenciária, nº 03, 2005.

Materiais inerentes à prestação dos serviços sem previsão contratual, mas destacados na nota fiscal.

A base de cálculo da retenção quando há utilização de equipamento inerente ao serviço contratado, mesmo não havendo previsão contratual, mas desde que discriminados na nota fiscal, será calculada em percentual estabelecido pelo Artigo 150º, § 1º, Instrução Normativa da Secretaria da Receita Previdenciária, nº 03, 2005. Nos casos indicados nesse dispositivo, a base de cálculo será:

- a) pavimentação asfáltica, 10% sobre o valor bruto da nota fiscal/fatura/recibo;

- b) terraplenagem / aterro sanitário, 15% sobre o valor bruto da nota fiscal/fatura/recibo;
- c) obras de arte (pontes e viadutos), 45% sobre o valor bruto da nota fiscal/fatura/recibo;
- d) drenagem, 50% sobre o valor bruto da nota fiscal/fatura/recibo;
- e) demais serviços com utilização de meios mecânicos, 35% sobre o valor bruto da nota fiscal/fatura/recibo.

Não havendo discriminação dos serviços na nota fiscal, e do contrato não terem os valores caracterizados dos serviços que permitam identificar cada um deles, será utilizado o maior percentual para a determinação da base de cálculo Artigo 150º, § 2º, Instrução Normativa da Secretaria da Receita Previdenciária, nº 03, 2005.

Incentivos do governo em relação ao ramo de construção civil, empreiteiras, ou prestação de serviços:

O governo federal utiliza como modo de incentivo do ramo da construção civil, porém conseqüentemente com a intenção de aumentar o numero de contratações, aumento de financiamento e expandir o mercado econômico do Brasil, ao invés de recolher para a previdência sobre a folha de pagamento o governo vai passar a contribuir somente com % do faturamento. Tendo redução de 20 % para 2% da alíquota do RET (Redução da alíquota do Regime Especial de Tributação), o pacote de incentivo também inclui tributos, como imposto de renda, PIS e Confins.

O governo estimar-se que tudo isso vale a pena, pois é um setor que está em constante crescimento e é responsável por diversos investimentos e desenvolvimento econômico do país, investir no ramo de construção civil e incentivar o mercado é progredir o aumento na econômica como o próprio Guido Mantega diz: “É um setor muito importante, porque é responsável por quase metade dos investimentos que fazemos no país. Portanto, estimular a indústria de construção é estimular o investimento no país” (GUIDO MANTEGA, Jornal da Globo, 04 Dez. 2012).

3.1.1.3 Exigências Jurídicas Legais

É importante ressaltar que qualquer tipo de prestação de serviços seja reparos, instalação, pintura e pequenas restaurações em paredes etc. Para esse tipo de atividades empresariais não são desejados responsabilidade técnica. Ou seja, para o empreendedor da atividade não existe uma obrigação por parte dos sócios para obter registros, autorizações em órgãos ou entidades do meio e até mesmo não é necessário registrar-se em algum conselho normativo de classe fiscalizadora da profissão regulamentada. Porém é indispensável atenção aos serviços em áreas de engenharia e arquitetura como, por exemplo: reformas estruturais, faixadas, serviços de eletricidade, gás, água dentre outros. Já que segundo a BRASIL. Lei Federal nº 6496, de 07 de Dezembro de 1977. Nenhuma obra ou serviço em algumas destas áreas poderão ser iniciados sem que tenha se registrado a Anotação de Responsabilidade Técnica – ART. Exemplo para o caso: um o profissional de engenharia elétrica prestar o serviço apurado é necessário que o mesmo tenha registro como responsável técnico no CREA.

Institui a Anotação de Responsabilidade Técnica na prestação de serviços de engenharia, de arquitetura e agronomia; autoriza a criação, pelo Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CONFEA, de uma Mútua de Assistência Profissional; e dá outras providências. (BRASIL. Lei Federal nº 6496, de 07 de Dezembro de 1977).

3.1.1.4 Código de defesa do consumidor

Todas as empresas que oferecem serviços ou produtos no mercado para o consumidor devem observar regras de amparo aos seus clientes, constituído pelo Código de Defesa do consumidor emitido em 11 de dezembro de 1990, com o objetivo de normalizar ações de empresas fornecedoras em relação aos clientes consumidores.

Encontram-se nos princípios e direitos básicos do consumidor, os incisos V, VI, VI e VIII classificam idéias e asseguram que são direitos do consumidor/ cliente: o abusivo descaso com publicidades falsas, a mudanças de clausuras contratuais sem aditivos, restauração de danos patrimoniais, individuais ou coletivos:

V- A proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - A modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - A efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - O acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos assegurada a proteção jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

(BRASIL. Lei 8078, de 11 de setembro de 1990).

3.1.1.5 Destinação de resíduos

Tabela 3 – Destinação de resíduos

TIPO DE ÁREA	DESCRIÇÃO	CONDIÇÕES PARA UTILIZAÇÃO	OBSERVAÇÕES
Pontos de entrega	Área pública ou viabilizada pela administração pública apta para o recebimento de pequenos volumes de resíduos da construção civil.	Disponibilizada pela administração pública local como parte integrante do Programa Municipal de Gerenciamento de Resíduos da Construção Civil	Restrição ao recebimento de cargas de resíduos de construção civil constituídas predominantemente por resíduos da construção civil perigosos e não-inertes (tintas, solventes, óleos, resíduos provenientes de instalações industriais e outros), enquadrados como Classe I da NBR 10004:2004
Área de Transbordo e Triagem (ATT)	Estabelecimento privado ou público destinado ao recebimento de resíduos da construção civil e resíduos volumosos gerados e coletados por agentes privados, e que deverão ser usadas para a triagem dos resíduos recebidos, eventual transformação e posterior remoção para adequada disposição	Licenciada pela administração pública municipal.	Restrição ao recebimento de cargas predominantemente constituídas por resíduos classe D.
Área de Reciclagem	Estabelecimento privado ou público destinado à transformação dos resíduos classe A em agregados	Licenciada pela administração pública municipal. No âmbito estadual, licenciamento pelo órgão de controle ambiental, expresso nas licenças de Instalação e Operação.	
Aterros de Resíduos da Construção Civil	Estabelecimento privado ou público onde serão empregadas técnicas de disposição de resíduos da construção civil classe A no solo, visando à reservação de materiais segregados de forma a possibilitar seu uso futuro e/ou futura utilização da área, utilizando princípios de engenharia para confiná-los ao menor volume possível, sem causar danos à saúde pública e ao meio ambiente.	Licenciamento municipal de acordo com legislação específica. Licenciamento estadual com possível envolvimento de CETESB, DAIA, DUSM e DEPRN, condicionado ao porte da área, a sua capacidade de recepção de resíduos e localização (condições estabelecidas pela Resolução SMA nº 41).	Os resíduos classe B, C e D poderão apenas transitar pela área para serem, em seguida, transferidos para destinação adequada.

Fonte: Sinduscon SP – Sindicato da Indústria da Construção Civil, 2005

Tabela 4 – Destinação de resíduos (2)

TIPO DE ÁREA	DESCRIÇÃO	CONDIÇÕES PARA UTILIZAÇÃO	OBSERVAÇÕES
Aterros para resíduos industriais	Área licenciada para o recebimento de resíduos industriais classe I e II (conforme antiga versão da NBR 10004:2004).	Licenciamento municipal de acordo com legislação específica. Licenças Estaduais: Licença prévia, em caráter precário, concedida pelo DAIA, mediante apresentação de RAP, consulta ao DEPRN e elaboração de EIA-RIMA (quando necessário). Licenças de Instalação e Operação expedidas pela CETESB.	Caracterização prévia dos resíduos definirá se deverão ser destinados a aterros industriais classe I e II (conforme antiga versão da NBR 10004:2004).
Instalações de empresas que comercializam tambores e bombonas para reutilização	Compram (e vendem) embalagens metálicas ou plásticas destinadas ao acondicionamento de produtos químicos.	No município, Alvará de Funcionamento. No Estado, Licença de Instalação e Operação e Certificado de Aprovação da destinação dos resíduos concedidos pela CETESB.	Esgotamento e captação dos resíduos remanescentes, além da lavagem e captação dos efluentes para destinação conforme certificados de aprovação.
Agentes diversos	Sucateiros, cooperativas, grupos de coleta seletiva e outros agentes que comercializam resíduos recicláveis.	Contrato social ou congêneres, alvará de funcionamento, inscrição municipal.	Em caso de necessidade da utilização de agentes eminentemente informais (condição de baixa atratividade para coleta associada a indisponibilidade de agentes formais), reconhecer o destino a ser dado ao resíduo e registrá-lo da maneira mais segura possível.

Fonte: Sinduscon SP – Sindicato da Indústria da Construção Civil, 2005

É necessário verificar os materiais que serão utilizados em obras e buscar utilizar matérias ecologicamente corretas e destinar adequadamente o descarte dos entulhos gerados, os entulhos mal direcionados podem causar problemas para a sociedade e colaboradores envolvidos com os projetos prestados, outro ponto muito importante são os resíduos contaminantes, por exemplo, tintas, óleo, solvente dentre outros, que se descartados de maneiras inapropriadas podem ser despejados e contaminar lençóis freáticos, por exemplo, gerando problemas gradativos e prejudicando o meio ambiente.

As organizações são obrigadas a ter uma conscientização e utilizar métodos e técnicas de racionalização, reduzir perdas e reaproveitar resíduos através de reciclagem. Seguindo métodos evitando perda de matérias e ganhos na logística da obra e no meio ambiente. As empresas no ramo de construção civil sejam empreiteiras ou pequenas reformas estão procurando certificações nesse âmbito, exemplo: certificação no sistema de gerenciamento de qualidade em conformidade com os requisitos da norma NBR-ISO 9001: 2000 (famílias de sistemas de gestão em qualidade) utilizando meios de atender os clientes com eficácia, demonstrando

produtos com coerência, satisfazendo as necessidades do cliente. O PBQP-H (Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat) desenvolvido pelo ministério das Cidades, através da Secretaria Nacional de Habitação, que tem como propósito organizar o ramo de construção civil, combater a não conformidade, melhoria a qualidade e modernização de habitat, tornando o ramo da construção civil mais produtiva, competitiva, e confiável aos clientes, nível A, conforme a norma do CREA versão 2000, é necessário e avaliado:

- Comunicação interna;
- Ambiente de trabalho;
- Planejamento da elaboração do projeto;
- Entradas de projeto;
- Saídas de projeto;
- Análise crítica de projeto;
- Verificação de projeto;
- Validação de projeto;
- Validação de processos;
- Medição e monitoramento de processos;
- Ações preventivas.

3.1.1.6 Processo de Avaliação para certificação do PBQP-H:



Figura 1 – Processo Certificação

FONTE: <http://www.lrq.com.br/certificacao/qualidade/pbqp-h>.

Tabela 5 – Cuidados com Destinação de Resíduos

TIPOS DE RESÍDUO	CUIDADOS REQUERIDOS	DESTINAÇÃO
Blocos de concreto, blocos cerâmicos, argamassas, outros componentes cerâmicos, concreto, tijolos e assemelhados.	Privilegiar soluções de destinação que envolvam a reciclagem dos resíduos, de modo a permitir seu aproveitamento como agregado.	Áreas de Transbordo e Triagem, Áreas para Reciclagem ou Aterros de resíduos da construção civil licenciadas pelos órgãos competentes; os resíduos classificados como classe A (blocos, telhas, argamassa e concreto em geral) podem ser reciclados para uso em pavimentos e concretos sem função estrutural (FOTOS 10 E 11).
Madeira	Para uso em caldeira, garantir separação da serragem dos demais resíduos de madeira.	Atividades econômicas que possibilitem a reciclagem destes resíduos, a reutilização de peças ou o uso como combustível em fornos ou caldeiras.
Plásticos (embalagens, aparas de tubulações etc.)	Máximo aproveitamento dos materiais contidos e a limpeza da embalagem.	Empresas, cooperativas ou associações de coleta seletiva que comercializam ou reciclam estes resíduos.
Papelão (sacos e caixas de embalagens) e papéis (escritório)	Proteger de intempéries.	Empresas, cooperativas ou associações de coleta seletiva que comercializam ou reciclam estes resíduos.
Metal (ferro, aço, fiação revestida, arames etc.)	Não há.	Empresas, cooperativas ou associações de coleta seletiva que comercializam ou reciclam estes resíduos. (FOTO 13)
Serragem	Ensacar e proteger de intempéries.	Reutilização dos resíduos em superfícies impregnadas com óleo para absorção e secagem, produção de briquetes (geração de energia) ou outros usos.
Gesso em placas acartonadas	Proteger de intempéries.	É possível a reciclagem pelo fabricante ou empresas de reciclagem.
Gesso de revestimento e artefatos	Proteger de intempéries.	É possível o aproveitamento pela indústria gesseira e empresas de reciclagem.
Solo	Examinar a caracterização prévia dos solos para definir destinação.	Desde que não estejam contaminados, destinar a pequenas áreas de aterramento ou em aterros de resíduos da construção civil, ambos devidamente licenciados pelos órgãos competentes.
Telas de fachada e de proteção	Não há.	Possível reaproveitamento para a confecção de bags e sacos ou até mesmo por recicladores de plásticos. (FOTO 12)

Fonte: Sinduscon SP – Sindicato da Indústria da Construção Civil

Tabela 6 – Outros resíduos e sua destinação

TIPOS DE RESÍDUO	CUIDADOS REQUERIDOS	DESTINAÇÃO
EPS (poliestireno expandido - exemplo: isopor)	Confinar, evitando dispersão.	Possível destinação para empresas, cooperativas ou associações de coleta seletiva que comercializam, reciclam ou aproveitam para enchimentos.
Materiais, instrumentos e embalagens contaminados por resíduos perigosos (exemplos: embalagens plásticas e de metal, instrumentos de aplicação como broxas, pincéis, trinchas e outros materiais auxiliares como panos, trapos, estopas etc.)	Maximizar a utilização dos materiais para a redução dos resíduos a descartar.	Encaminhar para aterros licenciados para recepção de resíduos perigosos.

Fonte: Sinduscon SP – Sindicato da Indústria da Construção Civil

3.1.1.7 Normas regulamentadoras de Segurança

Entende-se que equipamento de proteção individual – EPI é considerado todo equipamento, produto, dispositivo de uso individual que deve ser utilizado pelo colaborador durante seu horário de trabalho.

Cabe somente à empresa fornecer o equipamento de segurança gratuito enquadrado ao grau de risco de exposição do colaborador. Este equipamento de segurança deve ter Certificado de Aprovação expedido pelo órgão nacional adequado em objeto de segurança e saúde no trabalho do Ministério do Trabalho e Emprego.

D.O.U.: 08.12.2010 – NR 34 – Construção e meio ambiente de trabalho na indústria da construção e reparação.

Proteção da Cabeça:

- a) capacete para proteção contra impactos de objetos sobre o crânio;
- b) capacete para proteção contra choques elétricos;
- c) capacete para proteção do crânio e face contra agentes térmicos.

Capuz ou bala clava

- a) capuz para proteção do crânio e pescoço contra riscos de origem térmica;
- b) capuz para proteção do crânio, face e pescoço contra respingos de produtos químicos;
- c) capuz para proteção do crânio e pescoço contra agentes abrasivos e escoriantes.

Proteção Olhos e facial

Óculos:

- a) óculos para proteção dos olhos contra impactos de partículas volantes;
- b) óculos para proteção dos olhos contra luminosidade intensa;
- c) óculos para proteção dos olhos contra radiação ultravioleta;
- d) óculos para proteção dos olhos contra radiação infravermelha.

Protetor facial

- a) protetor facial para proteção da face contra impactos de partículas volantes;
- b) protetor facial para proteção da face contra radiação infravermelha;
- c) protetor facial para proteção dos olhos contra luminosidade intensa;
- d) protetor facial para proteção da face contra riscos de origem térmica;
- e) protetor facial para proteção da face contra radiação ultravioleta.

Máscara de Solda

- a) máscara de solda para proteção dos olhos e face contra impactos de partículas volantes, radiação ultravioleta, radiação infravermelha e luminosidade intensa.

Proteção Auditiva- Protetor auditivo

- a) protetor auditivo circum-auricular para proteção do sistema auditivo contra níveis de pressão sonora superiores ao estabelecido na NR-15, Anexos n.º 1 e 2;
- b) protetor auditivo de inserção para proteção do sistema auditivo contra níveis de pressão sonora superiores ao estabelecido na NR-15, Anexos n.º 1 e 2;
- c) protetor auditivo sem-auricular para proteção do sistema auditivo contra níveis de pressão sonora superiores ao estabelecido na NR-15, Anexos n.º 1 e 2.

Proteção respiratória:

Respirador purificador de ar não motorizado:

- a) peça semifacial filtrante (PFF1) para proteção das vias respiratórias contra poeiras e névoas;
- b) peça semifacial filtrante (PFF2) para proteção das vias respiratórias contra poeiras, névoas e fumos;
- c) peça semifacial filtrante (PFF3) para proteção das vias respiratórias contra poeiras, névoas, fumos e radionuclídeos;

d) peça um quarto facial, semifacial ou facial inteira com filtros para material particulado tipo P1 para proteção das vias respiratórias contra poeiras e névoas; e ou P2 para proteção contra poeiras, névoas e fumos; e ou P3 para proteção contra poeiras, névoas, fumos e radionuclídeos;

e) peça um quarto facial, semifacial ou facial inteira com filtros químicos e ou combinados para proteção das vias respiratórias contra gases e vapores e ou material particulado.

Respirador purificador de ar motorizado:

a) sem vedação facial tipo touca de proteção respiratória, capuz ou capacete para proteção das vias respiratórias contra poeiras, névoas, fumos e radionuclídeos e ou contra gases e vapores;

b) com vedação facial tipo peça semifacial ou facial inteira para proteção das vias respiratórias contra poeiras, névoas, fumos e radionuclídeos e ou contra gases e vapores.

Respirador de adução de ar tipo linha de ar comprimido:

a) sem vedação facial de fluxo contínuo tipo capuz ou capacete para proteção das vias respiratórias em atmosferas com concentração de oxigênio maior que 12,5%;

b) sem vedação facial de fluxo contínuo tipo capuz ou capacete para proteção das vias respiratórias em operações de jateamento e em atmosferas com concentração de oxigênio maior que 12,5%;

c) com vedação facial de fluxo contínuo tipo peça semifacial ou facial inteira para proteção das vias respiratórias em atmosferas com concentração de oxigênio maior que 12,5%;

d) de demanda com pressão positiva tipo peça semifacial ou facial inteira para proteção das vias respiratórias em atmosferas com concentração de oxigênio maior que 12,5%;

e) de demanda com pressão positiva tipo peça facial inteira combinado com cilindro auxiliar para proteção das vias respiratórias em atmosferas com concentração de oxigênio

menor ou igual que 12,5%, ou seja, em atmosferas Imediatamente Perigosas à Vida e a Saúde (IPVS).

Respirador de adução de Ar tipo Máscara Autônoma

a) de circuito aberto de demanda com pressão positiva para proteção das vias respiratórias em atmosferas com concentração de oxigênio menor ou igual que 12,5%, ou seja, em atmosferas Imediatamente Perigosas à Vida e a Saúde (IPVS);

b) de circuito fechado de demanda com pressão positiva para proteção das vias respiratórias em atmosferas com concentração de oxigênio menor ou igual que 12,5%, ou seja, em atmosferas Imediatamente Perigosas à Vida e a Saúde (IPVS).

Respirador de fuga

a) respirador de fuga tipo bucal para proteção das vias respiratórias contra gases e vapores e ou material particulado em condições de escape de atmosferas Imediatamente Perigosas à Vida e a Saúde (IPVS).

Proteção do Tronco

Vestimentas:

a) Vestimentas para proteção do tronco contra riscos de origem térmica;

b) vestimentas para proteção do tronco contra riscos de origem mecânica;

c) vestimentas para proteção do tronco contra riscos de origem química;

d) vestimentas para proteção do tronco contra riscos de origem radioativa;

e) vestimentas para proteção do tronco contra riscos de origem meteorológica;

f) vestimentas para proteção do tronco contra umidade proveniente de operações com uso de água.

Membros superiores:

Luvas

- a) luvas para proteção das mãos contra agentes abrasivos e escoriantes;
- b) luvas para proteção das mãos contra agentes cortantes e perfurantes;
- c) luvas para proteção das mãos contra choques elétricos;
- d) luvas para proteção das mãos contra agentes térmicos;
- e) luvas para proteção das mãos contra agentes biológicos;
- f) luvas para proteção das mãos contra agentes químicos;
- g) luvas para proteção das mãos contra vibrações;
- h) luvas para proteção contra umidade proveniente de operações com uso de água;
- i) luvas para proteção das mãos contra radiações ionizantes.

Creme protetor

- a) creme protetor de segurança para proteção dos membros superiores contra agentes químicos.

Manga

- a) manga para proteção do braço e do antebraço contra choques elétricos;
- b) manga para proteção do braço e do antebraço contra agentes abrasivos e escoriantes;
- c) manga para proteção do braço e do antebraço contra agentes cortantes e perfurantes;
- d) manga para proteção do braço e do antebraço contra umidade proveniente de operações com uso de água;
- e) manga para proteção do braço e do antebraço contra agentes térmicos.

Braçadeira

- a) braçadeira para proteção do antebraço contra agentes cortantes;
- b) braçadeira para proteção do antebraço contra agentes escoriantes.

Dedeira

a) dedeira para proteção dos dedos contra agentes abrasivos e escoriantes.

Proteção – Para membros inferiores- Calçado

a) calçado para proteção contra impactos de quedas de objetos sobre os artelhos;

b) calçado para proteção dos pés contra agentes provenientes de energia elétrica;

c) calçado para proteção dos pés contra agentes térmicos;

d) calçado para proteção dos pés contra agentes abrasivos e escoriantes;

e) calçado para proteção dos pés contra agentes cortantes e perfurantes;

f) calçado para proteção dos pés e pernas contra umidade proveniente de operações com uso de água;

g) calçado para proteção dos pés e pernas contra respingos de produtos químicos.

Meia

a) meia para proteção dos pés contra baixas temperaturas.

Perneira

a) perneira para proteção da perna contra agentes abrasivos e escoriantes;

b) perneira para proteção da perna contra agentes térmicos;

c) perneira para proteção da perna contra respingos de produtos químicos;

d) perneira para proteção da perna contra agentes cortantes e perfurantes;

e) perneira para proteção da perna contra umidade proveniente de operações com uso de água.

Calça

a) calça para proteção das pernas contra agentes abrasivos e escoriantes;

b) calça para proteção das pernas contra respingos de produtos químicos;

- c) calça para proteção das pernas contra agentes térmicos;
- d) calça para proteção das pernas contra umidade proveniente de operações com uso de água.

Proteção do corpo inteiro

Macacão

- a) macacão para proteção do tronco e membros superiores e inferiores contra agentes térmicos;
- b) macacão para proteção do tronco e membros superiores e inferiores contra respingos de produtos químicos;
- c) macacão para proteção do tronco e membros superiores e inferiores contra umidade proveniente de operações com uso de água.

Vestimenta de corpo inteiro

- a) vestimenta para proteção de todo o corpo contra respingos de produtos químicos;
- b) vestimenta para proteção de todo o corpo contra umidade proveniente de operações com água;
- c) vestimenta condutiva para proteção de todo o corpo contra choques elétricos.

Proteção contra quedas com diferença de nível

Dispositivo trava-queda

- a) dispositivo trava-queda para proteção do usuário contra quedas em operações com movimentação vertical ou horizontal, quando utilizado com cinturão de segurança para proteção contra quedas.

Cinturão

- a) cinturão de segurança para proteção do usuário contra riscos de queda em trabalhos em altura;
- b) cinturão de segurança para proteção do usuário contra riscos de queda no posicionamento em trabalhos em altura.

(EPI' caracterizados pela portaria SIT/DSST N° 194 de 07 de Dez 2010)

3.1.2 Forças Econômicas

O Brasil esta em constante crescimento e atualmente é integrante do grupo BRIC junto com os países Rússia, China e Índia, esses países se destacam como “países em desenvolvimento” ou “grandes mercados emergentes” o que trás oportunidades e investimentos, além disso, o país irá sediar a copa (campeonato mundial de futebol) em 2014 e Olimpíadas (evento multiesportivo) em 2016. Deste modo, para suportar o crescimento econômico, serão necessários melhorias em estradas, estádios de futebol, hotéis, aeroportos, dentre outros. Há também falta de mão-de-obra em construção civil e cada vez mais as pessoas têm dificuldade na procura de profissionais qualificados.

As Perspectivas dos Investimentos esperados para o Brasil elaborado pela Área de Pesquisa e Acompanhamento Econômico do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social estimam que o investimento no período 2013-2016 serão R\$ 3,80 trilhões, com aumento de 29% em comparação aos R\$ 2,95 trilhões previstos para o quadriênio anterior (2008-2011).

3.1.2.1 Inflação

O Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) é considerado a "inflação oficial" do país. No ano de 2012 a Inflação fechou em 5,84%, o nono ano consecutivo em que a inflação ficou dentro do limite estabelecido pelo Conselho Monetário Nacional. Em janeiro de 2013 a inflação ficou 0,86% e em fevereiro desacelerou para 0,60%. A previsão de inflação no ano de 2013 é de 8,25%.

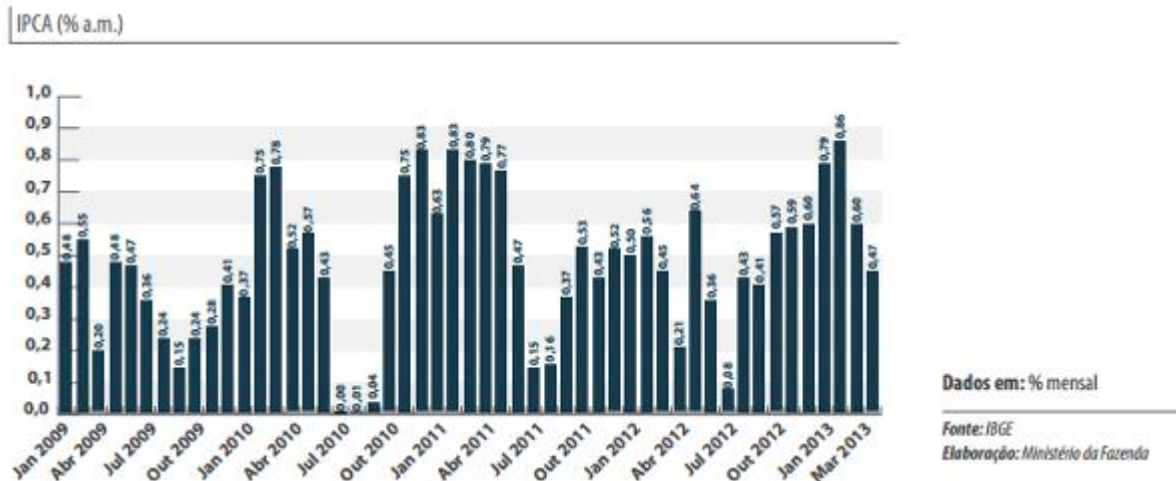


Figura 2 – Gráfico de IPCA (% a.m)

Fonte: IBGE, 2013

A redução do IPCA do mês de janeiro de 2013 que foi de 0,86% a março de 0,47%, se deu por causa das condições mais favoráveis de oferta em alimento e o impacto da tarifa de energia. As menores tarifas de energia elétrica já provocaram impacto direto de -0,61 de custos para as empresas, deverá também contribuir para a acomodação inflacionária nos próximos meses.

Conforme gráficos (Figuras 3 e 4) abaixo, a maior contribuição para a taxa de inflação de 5,84% registrada no IPCA em 2012 se deveu ao grupo “Alimentos e Bebidas”, que registrou inflação de 9,86% e foi responsável por 2,27 p.p. do total. O aumento das commodities (mercadorias em estado bruto ou produtos primários) após a quebra de safra de milho e soja nos Estados Unidos foi decisivo para o salto de 9,86% do grupo alimentação e bebidas no ano, que já havia subido 10,36% em 2011 e 7,18% em 2011

IPCA: Inflação e Impacto, por Grupos (% a.a. e p.p.)

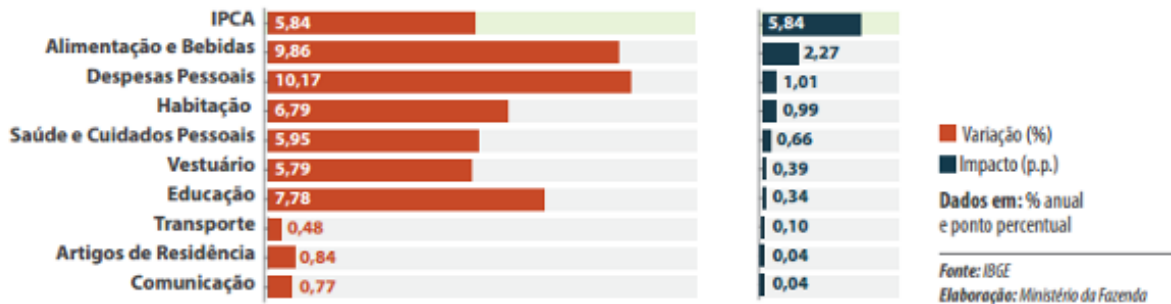


Figura 3 – Gráfico Inflação e impacto, por Grupos

Fonte: IBGE, 2013

IPCA: Contribuição de Alimentos (% a.a. e p.p.)

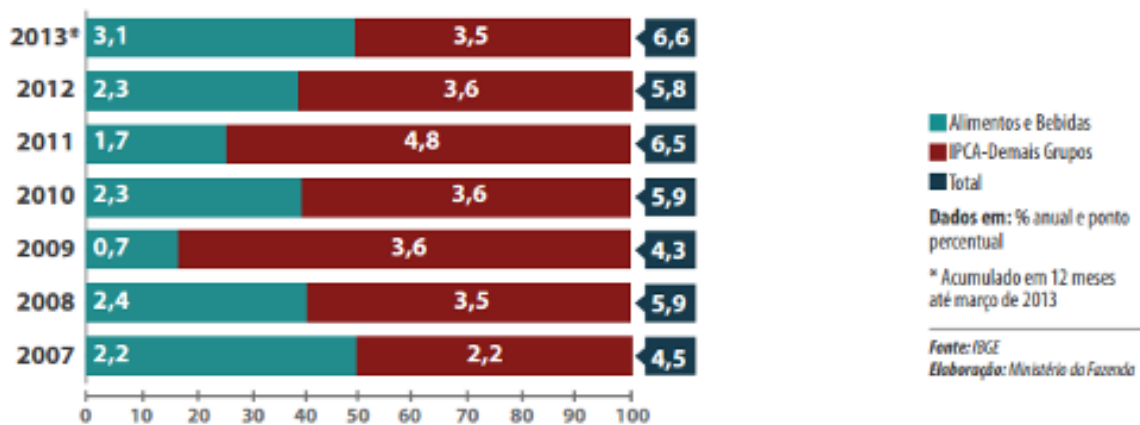


Figura 4 – Gráfico Contribuição de Alimentos

Fonte: IBGE, 2013

O CUB (Custo Unitário Básico) que serve como parâmetro de custos, é um indicador monetário do custo básico na construção civil, nos últimos meses de 2013 a construção civil paulista subiu 0,24% em março em relação a fevereiro esse mês, os custos das construtoras com materiais de construção registraram elevação de 0,19% em comparação a fevereiro. Os custos com mão de obra subiram 0,28% e os salários dos engenheiros permaneceram estáveis.

3.1.2.2 Juros e Crédito

A taxa de juros Selic atingiu seu mínimo histórico de 7,25% a.a. No sistema financeiro, as taxas de juros de crédito e os spreads bancários caíram em 2012. O volume de crédito do Sistema Financeiro Nacional atingiu o montante de R\$ 2.367 bilhões em 2012, com um crescimento de 16,2% em relação ao ano anterior.

A redução na taxa de juros reflete na economia saindo de 9,4% em 2003 para 2,4% em fevereiro de 2013. No ano de 2012 chegamos a 1,4%, o Brasil trouxe os juros mais para o padrão internacional. A pequena elevação no primeiro bimestre de 2013 em relação ao ano de 2012 é motivada pela expectativa de parcela dos agentes de mercado quanto à eventual elevação da taxa básica de juros.

As taxas de juros para pessoas físicas apresentam declínio, inferior das taxas apuradas em 2011 e 2012. A taxa de juros em janeiro de 2013 era de 24,6% e em março de 2011 era de 32% uma redução de 7,4% no valor da taxa.

As taxas de inadimplência no crédito à pessoa física, o índice permanece estabilizado em 5,5%, comportamento similar observado para o segmento pessoa jurídica, com índice próximo a 2,2%. Com o aumento dos níveis de emprego e da renda e a queda das taxas de juros do crédito, criam cenário favorável à queda destes índices.

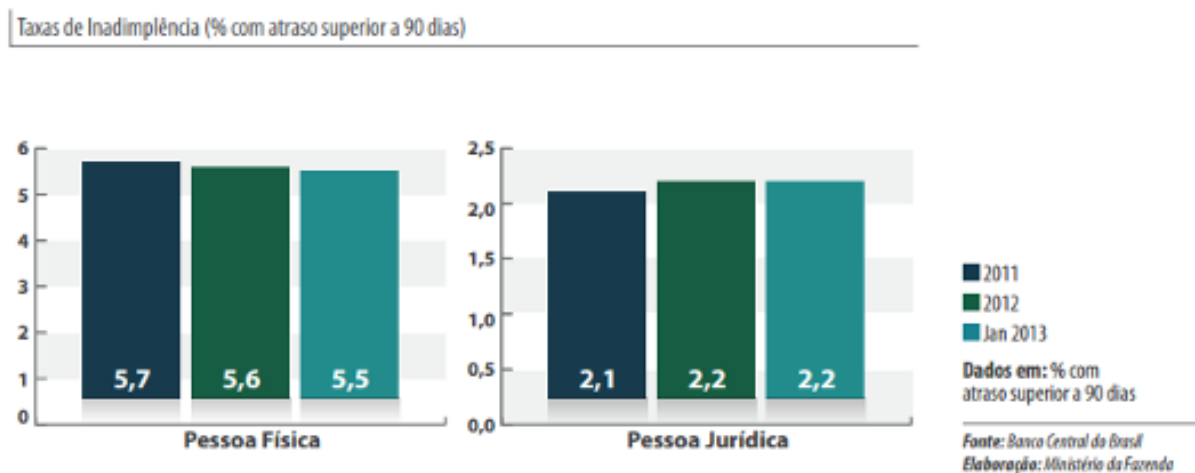


Figura 5 – Gráfico Taxas de Inadimplência

Fonte: IBGE, 2013

O crédito habitacional vem evoluindo de forma significativa. Em 2012, o saldo do crédito habitacional cresceu cerca de 35% em relação ao mesmo período do ano anterior, alcançando o equivalente a 13% da carteira total. O crédito habitacional da Caixa Econômica Federal fechou o primeiro trimestre de 2013 com o recorde de R\$ 28,91 bilhões em contratações, com crescimento de 31,7% em relação ao mesmo período de 2012. Segundo a CAIXA, os motivos que impulsionaram esse aumento foi o aumento da renda da população, a elevação do nível de emprego, a confiança do setor produtivo e a redução do risco bancário. Além disso, houve redução das taxas de juros e ampliação de 20 para 35 anos do prazo dos financiamentos habitacionais.

3.1.2.3 Política Fiscal

No tesouro Nacional os primeiros três meses de 2013, as receitas cresceram 3,9% em relação ao mesmo período em 2012 e as despesas aumentaram 11,5% na mesma base de comparação.

A dívida líquida do setor público chegou a 35,1% do PIB em 2012. O Governo Federal tem promovido amplas desonerações tributárias, como por exemplo, a desoneração da folha de pagamentos, os benefícios já atingiram mais de 40 setores da economia. No ano passado as desonerações tributárias foram superiores a R\$ 40 bilhões e, para 2013, a previsão é que superem os R\$ 70 bilhões, quase 2% do PIB.

Os Superávits primários têm contribuído para uma tendência declinante da Dívida Líquida do Setor Público em proporção do PIB, o qual se reduziu em 24,7% do PIB nos últimos dez anos.

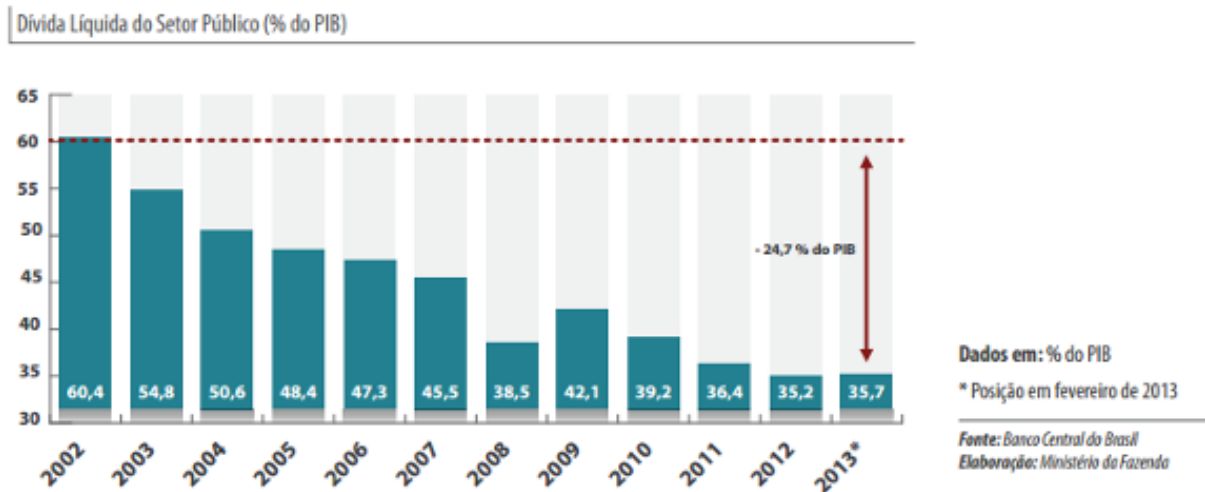


Figura 6 - Gráfico Dívida Líquida do Setor Público

Fonte: IBGE, 2013

3.1.2.4 Atividade Econômica

Segundo o IBGE (Dados, 2013), o Brasil teve um crescimento de 0,9% no ano de 2012, inferior às expansões de 2,7%, em 2011, e 7,5% em 2010. Na Indústria, o destaque foi o crescimento da atividade de Eletricidade e gás, água, esgoto e limpeza urbana (3,6%) e da Construção civil (1,4%), além de a construção civil responder por 18% do PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro. Estimativas do Sinduscon - SP é que em 2013 o crescimento do setor de construção civil cresça entre 3,5% e 4%.

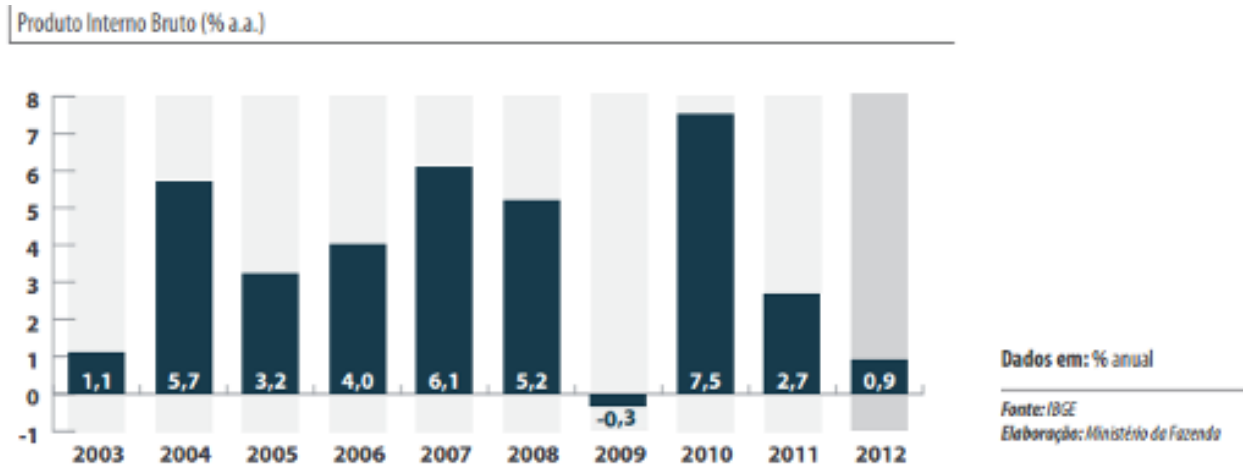


Figura 7 – Gráfico Produto interno Bruto

Fonte: IBGE, 2013

A economia do país vem se recuperando nos últimos trimestres. No gráfico abaixo (Figura 8), podemos ver que o PIB no quarto trimestre de 2012 teve um crescimento de 1,4% em relação ao mesmo período do ano de 2011 e começa a dar sinais de recuperação em comparação aos trimestres anteriores. Também nesse gráfico temos as expectativas do PIB nos próximos trimestres 2013 que mostra que a expansão deve continuar ao longo do ano.

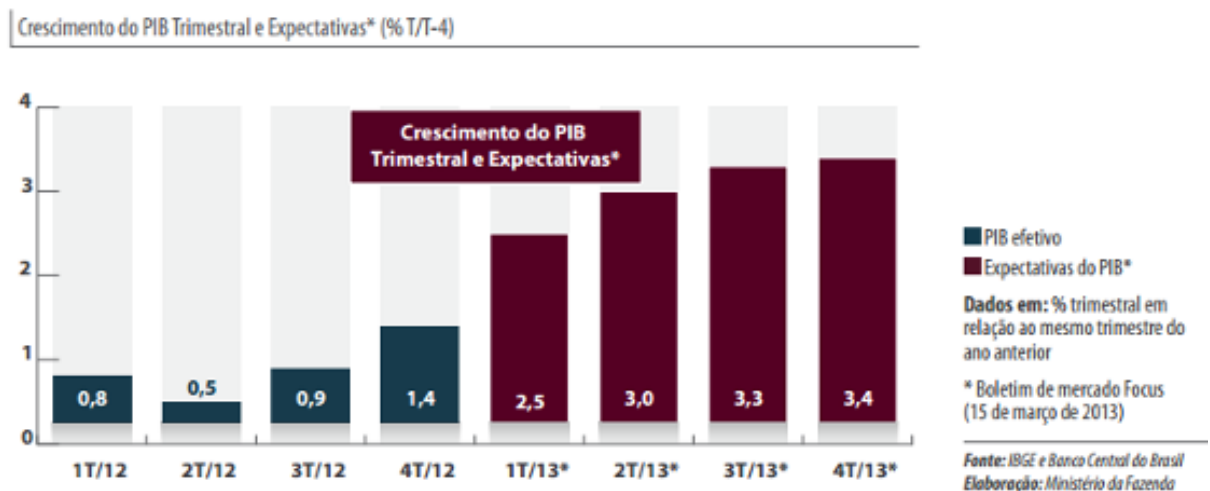


Figura 8 – Gráfico Crescimento do PIB Trimestral e Expectativas

Fonte: IBGE, 2013 e Banco Central do Brasil

O impacto da crise internacional e o processo de ajuste de estoques na indústria foram determinantes para o resultado da economia no ano passado. Para a economia mundial é previsto uma menor dificuldade em 2013 em comparação com o que ocorreu em 2012, mas a recuperação econômica vai ser lenta. O FMI (Fundo Monetário Internacional) prevê um crescimento de 3,5% para o Produto Interno bruto (PIB, soma de todas as riquezas) mundial (Terra, 2013).

Mesmo com dificuldade e o fraco comércio internacional o país volta a crescer e com expectativas positivas para o ano de 2013, o Governo através do programa de Aceleração Crescimento (PAC2) e o programa de concessões tem tomado medidas para incentivar a produção e os investimentos. O PAC promoveu a retomada do planejamento e execução de grandes obras de infraestrutura social, urbana, logística e energética do país, contribuindo para o seu desenvolvimento acelerado e sustentável. Em 2011, o PAC entrou na sua segunda fase.

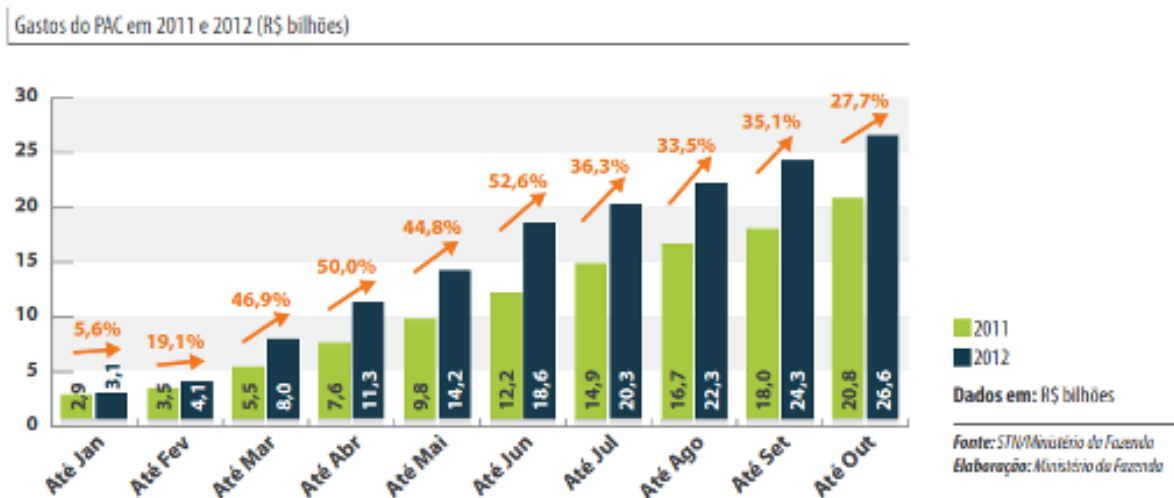


Figura 9 – Gráfico Gastos do PAC em 2011 e 2012

Fonte: Ministério da Fazenda

No gráfico (Figura 9) acima, mostra que o valor dos investimentos vem crescendo no ano de 2012 em comparação ao ano de 2011, os quais apresentaram em 2012 altas de 40,3%. Portanto, podemos dizer que com o aumento do PAC consequentemente teremos um aumento das atividades econômicas e da capacidade produtiva do país. Para 2013, a tendência é que o ritmo de crescimento dos investimentos continue.

O PAC dois já concluiu empreendimentos no montante de R\$ 328,2 bilhões, o que equivale a 46,4 % do valor das ações previstas para o período 2011-2014.



Figura 10 – Principais Realizações do PAC 2

Fonte: Ministério do Planejamento

Nos próximos anos o governo pretende investir na construção de moradias. A previsão é que nos anos de 2012 a 2015, o governo de São Paulo investirá 7,9 bilhões de reais para construir 150 mil novas moradias para atender a famílias e programar ações de urbanização de comunidades.

O governo nos últimos anos tem como prioridade o aumento dos investimentos, desta vez o governo irá focar em programas de infraestrutura. Isto levará crescimento mais intenso na Formação Bruta do Capital Fixo do País, com consequência uma maior participação no PIB nos próximos anos. O gráfico (Figura 11) abaixo mostra a recuperação através do PAC após as crises e a expectativa de crescimento com o programa de infraestrutura.

Formação Bruta de Capital Fixo (% do PIB)

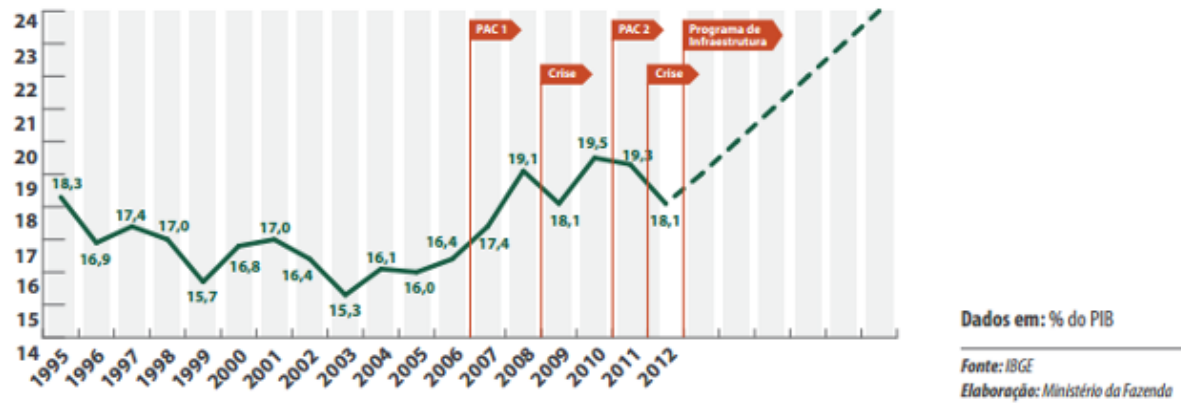


Figura 11 – Gráfico Formação Bruta de Capital Fixo
 Fonte: IBGE, 2013

3.1.2.5 Emprego e Renda

Em janeiro de 2013 a taxa de desemprego registrou uma das menores da história, sendo 4,6% em dezembro de 2012 e 5,4% em janeiro de 2013. Como mostra no gráfico (Figura 12) abaixo, podemos observar a queda da taxa de desemprego ao longo dos últimos anos.

Taxa de Desemprego (% PEA)

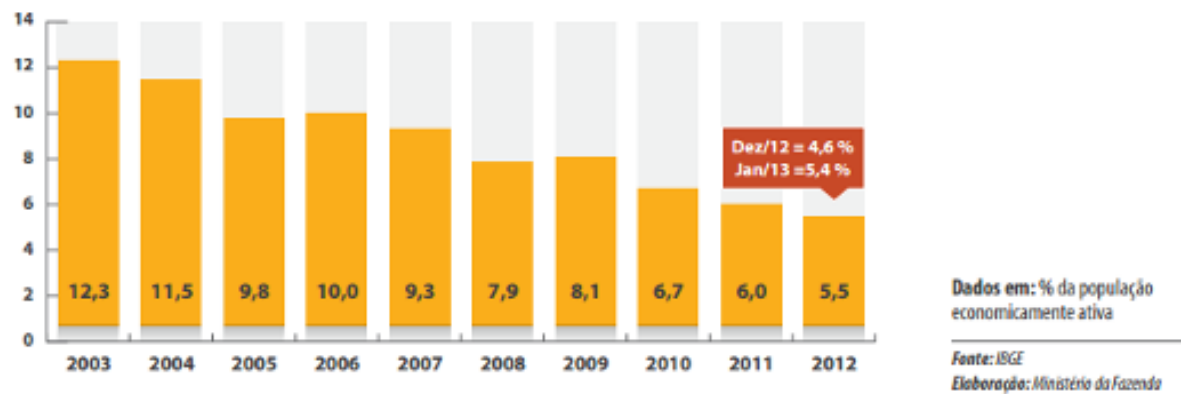


Figura 12 – Gráfico Taxa de Desemprego
 Fonte: IBGE, 2013

Em 2012 atingimos 1,3 milhões de novas vagas de emprego no país, além de novas vagas o salário mínimo aumentou através de programas sociais do Governo em busca da redução da desigualdade do país. O valor do salário mínimo já aumentou 75%, de 2003 a 2012. No último ano, o aumento do salário mínimo teve um aumento de 9%, passando de R\$ 622 para R\$ 678.

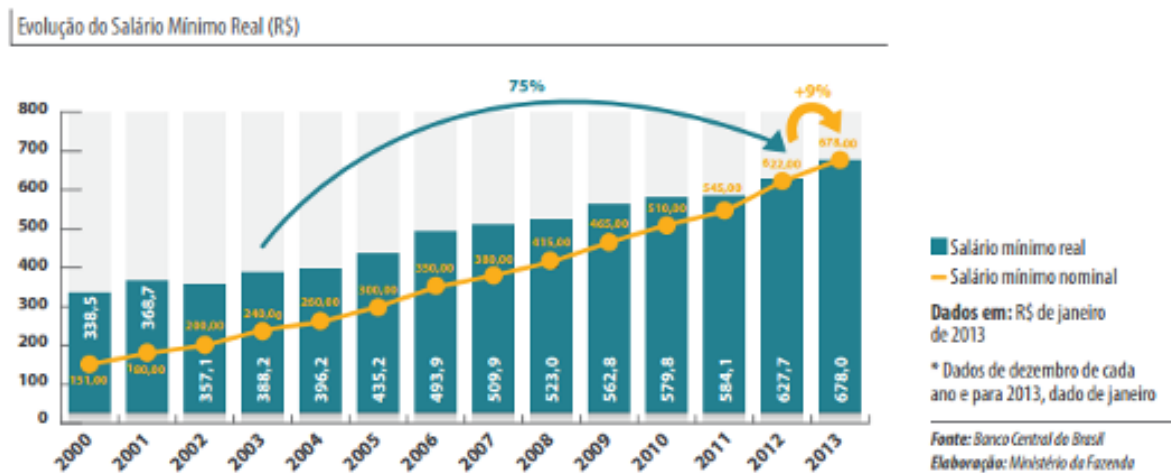


Figura 13 – Gráfico Evolução Salarial Mínimo Real

Fonte: Banco Central do Brasil

O aumento da formalização e do nível de escolaridade dos trabalhadores se reflete no aumento salarial, notamos o aumento de formalização no mercado de trabalho, esse aumento é um dos fatores mais importantes para a redução da desigualdade de renda. Segundo o IBGE o crescimento do rendimento real do Brasil do ano de 2001 a 2011 foi de 23,7%.

De acordo com a pesquisa mensal feita pelo Sinduscon SP e a FGV o número de empregados com carteira assinada na construção atingiu 3,373 milhões em dezembro de 2012. Na comparação com o ano passado, o crescimento do emprego chegou a 5,9%. Em janeiro de 2013 o nível de emprego na construção civil brasileira cresceu 1,07% na comparação com dezembro, o que representou a criação de 36,2 mil vagas no país. Em relação a janeiro de 2012, a alta foi de 2,4%. (Sinduscon SP, 2013).

A redução da pobreza no Brasil vem diminuindo, porem a desigualdade ainda é muito alta. Entre 1999 e 2009, quase 12 milhões de pessoas saíram da pobreza absoluta, reduzindo o percentual de brasileiros vivendo na pobreza de 11,2% para 3,8%, a desigualdade caiu mais de quatro pontos percentuais.

Riqueza e bem-estar

Ranking dos países que fizeram mais progressos na elevação dos padrões de vida, entre 2006 e 2011

Posição	País	Índice de progressos recentes (2006-2011)	Média anual de variação do PIB, entre 2006 e 2011, em %	PIB per capita, em US\$*
1	Brasil	100,0	5,1	11.769
2	Angola	98,0	7,9	5.895
3	Albânia	97,9	5,9	7.741
4	Camboja	97,5	6,4	2.216
5	Uruguai	96,9	7,8	15.112,6
6	Polônia	94,8	6,4	20.334
7	Etiópia	93,9	9,0	1.093
8	Peru	93,6	7,2	10.062
9	Indonésia	92,3	6,4	4.666
10	Laos	92,0	7,9	2.659
11	Ruanda	90,3	7,2	1.341
12	Congo	90,1	3,8	4.589
13	Equador	87,7	4,6	8.492
14	Vietnã	84,4	7,3	3.358,7
15	Suíça	83,7	2,6	43.369,7
16	Cingapura	83,6	4,7	59.710
17	Maláui	82,7	6,7	860
18	Lesoto	82,6	5,8	1.960
19	Coreia do Sul	82,4	5,2	31.714
20	Tanzânia	82,1	6,7	1.514,9

Figura 14 – Gráfico Riqueza e bem-estar

Fonte: IBGE, 2013

Como mostra o gráfico (Figura 14) acima, o Brasil foi o país que teve o maior progresso dos padrões de vida de 2006 a 2011.

Em 2012, o PIB per capita do Brasil foi de US\$ 11.875, e o dos EUA, de US\$ 49.922, segundo o Fundo Monetário Internacional, nos últimos 10 anos o PIB cresceu em media 4,5 ao ano. A presidente Dilma Rousseff apresenta meta de dobrar o PIB per capita até 2022, já para os especialistas a previsão é que a população cresça 0,8% ao ano.

Em operação desde setembro de 2011, o programa “Crescer” de microcrédito visa atender às necessidades financeiras de empreendedores de pequenas atividades produtivas, pretende facilitar o acesso ao crédito orientado para que o público do Brasil Sem Miséria possa ampliar pequenos negócios, incentivando a formalização e a geração de trabalho e renda. O programa é baseado em taxas de juros mais baixas, mais dinheiro disponível e menos burocracia para a tomada de crédito. Do total de beneficiários, cerca de 64% são mulheres e 71% do total encontram-se na região nordeste.

Viver na cidade de São Paulo custa muito caro. Através do site especializado no custo de vida de todas as cidades do país. Observamos diversos tipos de gastos como transporte público, moradia, esporte, lazer e cultura, educação entre outros. Citando um exemplo, o custo de vida em São Paulo tem nota de 9,4 pontos, já cidades como Salvador com 4,6 pontos, o custo de vida para morar em Salvador é metade do de São Paulo.

Na cidade de São Bernardo do campo tem nota de 5,6 pontos, no caso da alimentação, um almoço em um ‘restaurante barato’, sai por volta R\$ 12,09 nas cidades de São Paulo sai por R\$ 13,58, o aluguel de um apartamento de dois quartos (região barata) em São Bernardo do Campo é R\$ 787,50 e em São Paulo R\$ 1.154,84.

Tabela 7 - Levantamento de Custo de Vida

Levantamento de preços*			
Posição	Capital	Estado	Nota
1º	Rio de Janeiro	RJ	10
2º	São Paulo	SP	9,4
3º	Brasília	DF	7,9
4º	Manaus	AM	6,3
5º	Belo Horizonte	MG	6,1
6º	Porto Alegre	RS	5,8
7º	Recife	PE	5,7
8º	Belém	PA	5,2
9º	Porto Velho	RO	5,2
10º	Florianópolis	SC	5,1
11º	São Luís	MA	4,9
12º	Curitiba	PR	4,9
13º	Salvador	BA	4,6
14º	Macapá	AP	4,3
15º	Palmas	TO	4,2
16º	Vitória	ES	4,1
17º	Maceió	AL	3,9
18º	Cuiabá	MT	3,8
19º	Fortaleza	CE	3,7
20º	Goiânia	GO	3,5
21º	João Pessoa	PB	3,2
22º	Natal	RN	3
23º	Aracajú	SE	3
24º	Campo Grande	MS	2,9
25º	Rio Branco	AC	2,7
26º	Boa Vista	RR	2,1
27º	Teresina	PI	2

Fonte: Site Custo de Vida, disponível em <<www.custodevida.com.br>>

3.1.2.6 Setor Externo

Apesar da crise que afetou a demanda pelas exportações brasileiras, o saldo da balança comercial brasileira encerrou 2012 positivamente em US\$ 19,5 bilhões. As exportações e as importações registraram o segundo maior resultado da série

histórica. O resultado do primeiro bimestre de 2013, por sua vez, foi afetado pelo efeito contábil do registro de importações de combustíveis e lubrificantes estabelecido pela Instrução Normativa 1.282/12.

O aumento das exportações para outros destinos contribui para a maior participação do País no comércio mundial e diminui sua vulnerabilidade diante de choques externos. A China já responde por 17% das vendas externas feitas pelo Brasil, ao passo que as participações dos EUA e Europa têm decrescido ao longo dos últimos anos.

Outro ponto importante são os gastos públicos, a previsão é de um aumento do déficit entre 2013 e 2014 a pesquisa realizada pelo Banco Central mostra que as expectativas de saldo negativo na conta corrente este ano subiu de US\$ 62,9 bilhões para US\$ 65,0 bilhões. Para 2014, a previsão de déficit nas contas externas subiu de US\$ 70,0 bilhões para US\$ 70,2 bilhões. O déficit em transações correntes do Brasil encerrou 2012 em US\$ 54,2 bilhões.

Em 2013, o maior déficit comercial e o aumento nas remessas puxaram o déficit em 12 meses para 2,58% do PIB. Mesmo assim, os resultados são estáveis e financiáveis por ingressos de investimentos estrangeiros.

Uma pesquisa realizada pela Price Water House Coopers com 1330 executivos internacionais aponta o Brasil como o 3º País mais citado para a ampliação de novos negócios nos próximos 12 meses. O país fica atrás somente da China e EUA. Sendo dados da Unctad, aponta o Brasil como um dos principais destinos de investimento de estrangeiro direto (IED), em 2010 estava na 7ª colocação com R\$49 bilhões de investimentos para a 4ª posição em 2012 com R\$ 65 bilhões. A cidade de São Paulo e Rio de Janeiro esta entre as principais cidades de IED da América latina.

Destinos de IED na América Latina (US\$)



Figura 15 – Destinos de IED da América latina

Fonte: Revista Exame, 2012

A Agência de classificação de risco Standard & Poor's classificou o risco do Brasil como investimento grade. O País passa a ser considerado como investimento de baixo risco para investidores estrangeiros e tornam-se maiores as chances de atrair mais investimentos.

Veja a evolução da classificação de risco do Brasil, segundo a Standard & Poor's

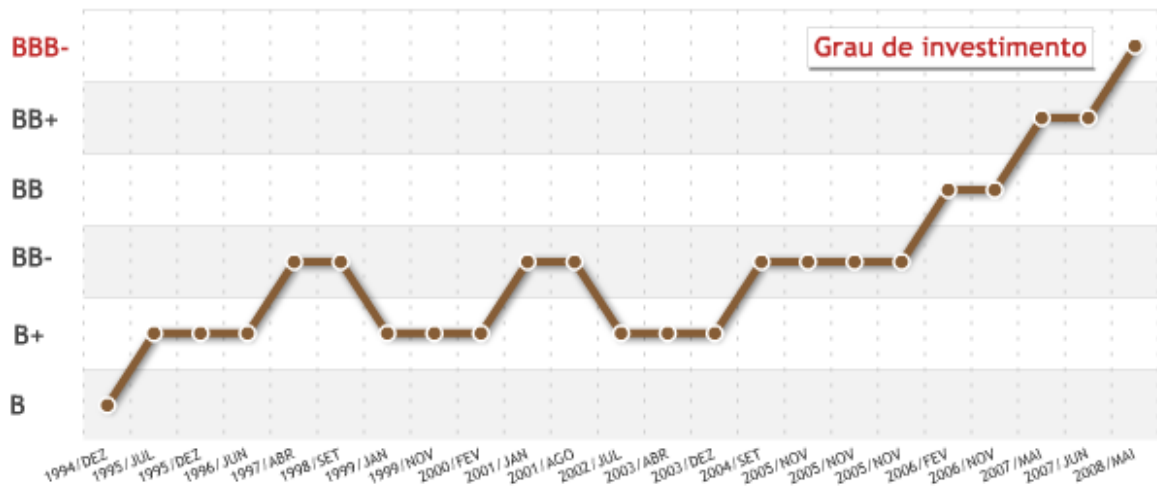


Figura 16 – Classificação Risco Brasil

Fonte: Standard & Poor's

. O volume de reservas em relação ao PIB (20%) está bem acima da proporção da dívida externa (14,0% do PIB) e do déficit em transações correntes.

Indicadores de Vulnerabilidade Externa (% do PIB)

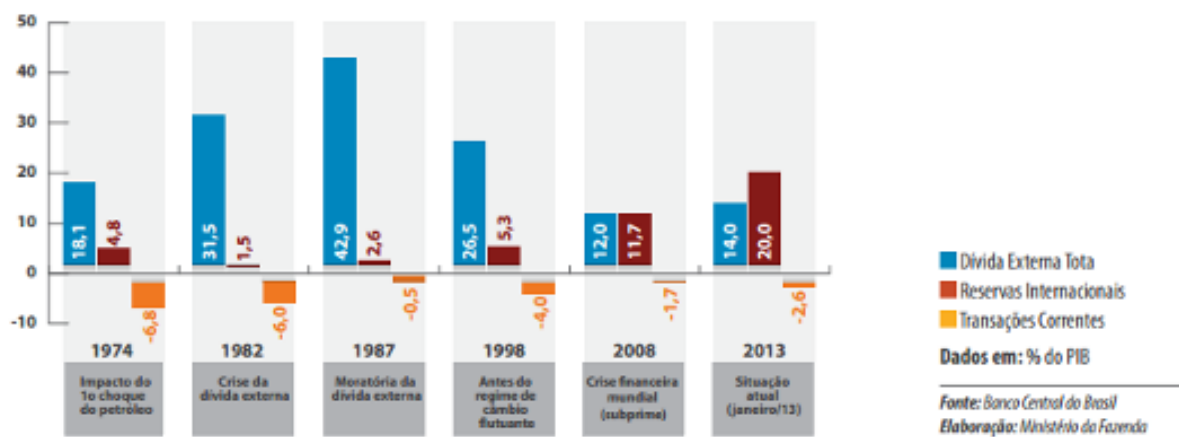


Figura 17 – Gráfica de Indicadores de Vulnerabilidade Externa

Fonte: Banco Central do Brasil

As reservas internacionais totalizaram US\$ 376,5 bilhões até 25 de março de 2013, cobrindo o total da dívida externa no ano (US\$318 bilhões). Isso deixa o País em posição confortável como credor externo líquido e resistente a crises.

3.1.3 Forças Sociais

Abrangendo a dados sociais e demográficos, começaremos analisando a cidade do estado de São Paulo, abrangendo nossa pesquisa para a Zona Sul de São Paulo, onde está localizada a região do Grande ABC, Composta pelas cidades de Santo André, São Bernardo, São Caetano, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra.

Apresentando no consolidado da pesquisa, indicadores importantes para a consolidação do nosso trabalho, bem como informações necessárias para a composição dos nossos clientes e público alvo.

Segundo a Fundação SEADE, em Maio de 2013, a população do Estado de São Paulo esta estimada em 42.261.424 de pessoas, o que representa mais de 21% da população Brasileira e 11% de toda população sul-americana, conforme dados do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

Partindo deste conceito, dos mais de 42 milhões de habitantes do Estado, aproximadamente 95,9% residem nas Cidades, enquanto o outro menor percentual – Aproximado em mais de 4%, reside no Campo.

Abaixo ilustramos informações cruciais da Zona Sul de São Paulo, divididos por Municípios e Bairros, onde a Região do Grande ABC está inserida:

Tabela 8 - Informações gerais São Paulo e Grande ABC (1)

Subprefeituras	Distritos	Área (km ²)	População (1996)	População (2000)	População (2008)	Densidade Demográfica (Hab/km ²)
Butantã	Morumbi	11.47	37,025	34,640	32,508	2,834.02
	Vila Sônia	10.02	85,599	87,354	90,196	8,997.71
Santo Amaro	Americanópolis	-	-	-	-	-
	Brooklin Novo	-	-	-	-	-
	Campo Belo	8.85	71,688	66,756	59,202	6,691.50
	Campo Grande	13.01	87,272	91,298	96,670	7,432.33
	Chácara Santo Antônio	2.5	-	4,906	-	1,966
	Cupecê	-	-	-	-	-
	Granja Julieta	3.66	-	24,619	-	6,728
	Planalto Paulista	-	-	-	-	-
	Santo Amaro	15.94	67,044	60,673	51,549	3,234.11
	Vila Mascote	-	-	-	-	-
	TOTAL	37.8	226,004	218,727	207,421	5,785,98

Fonte: Banco Central do Brasil

Tabela 9 - Informações gerais São Paulo e Grande ABC (2)

Campo Limpo	Campo Limpo	12.51	176,823	191,239	213,197	17,044.89
	Capão Redondo	13.85	218,788	240,353	270,826	19,547.84
	Morumbi Sul	-	-	-	-	-
	Pirajussara	-	-	-	-	-
	Valo Velho	-	-	-	-	-
	Vila Andrade	10.31	57,702	73,293	94,834	9,195.05
	Vila das Belezas	-	-	-	-	-
	TOTAL	36.67	453,313	586,341	578,857	15,269,318
Cidade Ademar	Balneário São Francisco	-	-	-	-	-
	Cidade Ademar	12.19	238,214	243,297	248,886	20,419.26
	Jardim Miriam	-	-	-	-	-
	Pedreira	18.41	107,047	126,989	153,827	8,354.33
	Vila Joaniza	-	-	-	-	-
	TOTAL	30.6	345,261	370,286	402,713	14,386,79
Ipiranga	Cursino	12.05	106,013	102,182	95,122	7,894.50
	Heliópolis	-	-	-	-	-
	Ipiranga	11.01	100,304	98,906	96,325	8,747.43
	Parque Bristol	-	-	-	-	-
	Sacomã	14.59	220,974	228,159	237,852	16,299.46
	São João Clímaco	-	-	-	-	-
	Vila das Mercês	-	-	-	-	-
	Vila Monumento	-	-	-	-	-
	TOTAL	37.65	427,291	429,247	429,299	10,980,46

Fonte: Banco Central do Brasil

Tabela 10 - Informações gerais São Paulo e Grande ABC (3)

Jabaquara	Água Funda	-	-	-	-	-
	Cidade Vargas	-	-	-	-	-
	Jabaquara	14,06	214,734	214,137	213,862	15,206,36
	Vila Guarani	-	-	-	-	-
M'Boi Mirim	Capela	-	-	-	-	-
	Centro Empresarial	-	-	-	-	-
	Jardim Ângela	37,05	213,335	245,125	284,643	7,683,68
	Jardim São Luís	25,69	223,343	238,858	259,803	10,111,35
	Parque Independência	-	-	-	-	-
	TOTAL	62,74	436,678	483,983	544,446	8.897,52
Parelheiros	Embura	-	-	-	-	-
	Engenho Velho	-	-	-	-	-
	Marsilac	208,26	7,238	8,380	9,775	46,94
	Parelheiros	152,34	78,188	102,274	138,464	908,91
	TOTAL	360,6	85,426	110,654	148,239	477,93

Fonte: Banco Central do Brasil

Tabela 11 - Estimativa populacional por Cidade - Ano 2012

Cidades mais populosas de São Paulo (estimativa 2012 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) ⁴							
Posição	Cidade	Microrregião	Pop.	Posição	Cidade	Microrregião	Pop.
1	São Paulo	São Paulo	11 376 685	11	Santos	Santos	419 614
2	Guarulhos	Guarulhos	1 244 518	12	São José do Rio Preto	São José do Rio Preto	415 769
3	Campinas	Campinas	1 098 630	13	Mogi das Cruzes	Mogi das Cruzes	396 468
4	São Bernardo do Campo	São Paulo	774 886	14	Diadema	São Paulo	390 780
5	Santo André	São Paulo	680 496	15	Jundiaí	Jundiaí	377 183
6	Osasco	Osasco	668 877	16	Carapicuíba	Osasco	373 358
7	São José dos Campos	São José dos Campos	643 603	17	Piracicaba	Piracicaba	369 919
8	Ribeirão Preto	Ribeirão Preto	619 746	18	Bauru	Bauru	348 146
9	Sorocaba	Sorocaba	600 692	19	São Vicente	Santos	336 809
10	Mauá	São Paulo	425 169	20	Itaquaquecetuba	Mogi das Cruzes	329 144

Fonte: Banco Central do Brasil

Tabela 12 - Estimativa populacional por Região – Ano 2012

Brasil e Grande Regiões	Projeção da população Total	Taxa de Crescimento anual (1)	Taxa de Urbanização (1)	Razão de Sexo	Razão de Dependência
Norte	12.342.627	2,4	62,4	96,1	69,0
Nordeste	46.995.094	1,1	65,2	98,3	62,6
Sudeste	70.190.565	1,4	89,3	98,1	49,9
Sul	24.546.983	1,2	77,2	97,5	51,6
Centro-Oeste	11.296.224	2,2	84,4	97,7	52,3

Fonte: IBGE/ DPE/ Departamento de População e Indicadores Sociais

3.1.3.1 Crescimento Populacional da Região do Grande ABC

Segundo dados da Agência e Desenvolvimento Econômico do Grande ABC, tivemos um crescimento populacional de 7,6% milhões de pessoas registradas nos último dez anos, o que inclui cerca de 2,5 milhões de pessoas residentes na região do Grande ABC.

Pelos dados, a região possui 2.549.135 de pessoas, situada em Santo André, São Bernardo, São Caetano, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra.

3.1.3.2 Ranking Populacional

Abaixo estão listadas as regiões do grande ABC, com maior aumento populacional, conforme dados de 2011, divulgados pela Agência e Desenvolvimento Econômico do Grande ABC.

Em percentuais, a cidade que mais recebeu moradores em dez anos foi Rio Grande da Serra. No início da década, o município turístico contava com 37.091 habitantes. Agora são 44.084 pessoas que vivem na cidade, considerando um aumento percentual de mais de 15%.

Em seguida aparece Mauá. O município agora tem 417.281 habitantes, ante 363.392 de dez anos atrás. O crescimento foi de 12,9%.

São Bernardo aparece na terceira colocação no ranking de crescimento populacional. Há dez anos, 703.177 pessoas viviam no município. Agora são

765.203 munícipes, fazendo com que São Bernardo continue como a maior cidade, em termos de população, do Grande ABC. O aumento foi de 8,11% ou mais de 62.000 novos moradores.

Em quarto lugar surge Ribeirão Pires. Também considerada um ponto turístico da região, a cidade agora tem 113.043 moradores, com crescimento aproximado em 7,55%.

São Caetano obteve aumento da população de 6,29% ou 9.412 pessoas. No começo desta década, 140.159 moravam no município. Neste ano, o IBGE contabilizou 149.571 munícipes. A Prefeitura, porém, contesta os números do IBGE e solicitou recontagem dos moradores do município.

Santo André foi à cidade do Grande ABC com o menor registro de crescimento populacional em porcentagem, segundo dados do IBGE. O município passou a ter 673.914 moradores. O aumento foi de 3,64% ou 24.583 pessoas.

3.1.3.3 Dados Demográficos – São Bernardo do Campo

Conforme senso de 2010, divulgados pelo IBGE, a Cidade de São Bernardo do Campo, que é uma das mais populosas do Estado de São Paulo registra 765.203 habitantes.

É importante informar que temos 765.203 habitantes, porém os dados que são divulgados abaixo foram realizados com 703.177 habitantes, com moradores a partir dos 10 anos de idade, conforme dados do senso IBGE.

3.1.3.4 Sexo

Tabela 13 - Sexo indivíduos residentes em São Bernardo do Campo

Sexo	Quantidade
Total	584.455
Mulheres	302.460
Homens	282.149

Fonte: IBGE/ DPE/ Departamento de População e Indicadores Sociais

3.1.3.5 Faixa Etária

Tabela 14 - Faixa Etária indivíduos residentes em São Bernardo do Campo

Faixa	Quantidade
0 a 3	47.552
4 anos	11.579
5 e 6 anos	23.327
7 a 9 anos	36.110
10 a 14 anos	63.691
15 a 17 anos	40.618
18 a 19 anos	28.529
20 a 24 anos	68.063
25 a 29 anos	63.407
30 a 39 anos	121.683
40 a 49 anos	94.922
50 a 59 anos	55.274
60 a 64 anos	17.215
65 a 69 anos	12.151
70 a 74 anos	8.973
75 a 79 anos	5.267
80 anos e mais	4.816

Fonte: IBGE/ DPE/ Departamento de População e Indicadores Sociais

3.1.3.6 Renda Nominal Mensal

Tabela 15 - Renda Nominal mensal dos indivíduos residentes em São Bernardo do Campo

Categoria	Habitantes
até 1 salário mínimo	32.239
de 1 a 2 salários mínimos	59.450
de 2 a 3 salários mínimos	50.323
de 3 a 5 salários mínimos	66.217
de 5 a 10 salários mínimos	80.138
de 10 a 20 salários mínimos	38.943
mais de 20 salários mínimos	18.113
sem rendimento	239.186
com rendimento	345.423
Homens com rendimento	200.028
Mulheres com rendimento	145.395

Fonte: IBGE/ DPE/ Departamento de População e Indicadores Sociais

3.1.3.7 Renda Média Mensal

Tabela 16 - Renda Média mensal dos indivíduos residentes em São Bernardo do Campo

Categoria	Valor (reais)
Renda média	1.027,08
Homens	1.240,51
Mulheres	733,46

Fonte: IBGE/ DPE/ Departamento de População e Indicadores Sociais

3.1.3.8 Domicílio

Tabela 17 - Domicílio dos indivíduos residentes em São Bernardo do Campo

Categoria	Quantidade
Domicílios particulares permanentes	197.847
Domicílios particulares permanentes - com rendimento domiciliar	189.726
Famílias residentes - domicílios particulares	206.680

Fonte: IBGE/ DPE/ Departamento de População e Indicadores Sociais

3.1.3.9 Educação

Tabela 18 - Educação dos indivíduos residentes em São Bernardo do Campo

Categoria	Quantidade
freqüência à creche ou escola (inclusive menos que 10 anos de idade)	225.244
sem instrução e menos de 1 ano de estudo	27.688
1 a 3 anos de estudo	61.528
4 a 7 anos de estudo	189.719
8 a 10 anos de estudo	117.736
11 a 14 anos anos de estudo	141.059
15 anos ou mais de estudo	44.882

Fonte: IBGE/ DPE/ Departamento de População e Indicadores Sociais

Visamos como público alvo Famílias das classes B e C na grande São Paulo, que não possuem tempo para realizar reformas ou construções e que possuem um poder aquisitivo para pagar por esse serviço.

3.1.4 Forças Tecnológicas

3.1.4.1 Novas Tecnologias no Mercado

Segundo o SINDUSCON – Sindicato da Indústria da Construção Civil, o mercado civil terá aumentos significativos até o ano de 2015. O crescimento é tão visível neste mercado, que faltam profissionais nesta área, como na região do Paraná, por exemplo.

Centralizando este tema à tecnologia também citamos que o fator tecnológico, como novos projetos sustentáveis, rapidez nas construções para benefício ao consumidor final também acompanha na mesma proporção este aumento.

Hoje temos novas construções que não fazem paredes internas de tijolos, e sim, de placas pré-fabricadas como manta de lã de vidro para isolamento acústico, que gera menos entulho nas obras, bem como cuidados com o meio ambiente. Com essas técnicas utilizadas no Japão e Estados Unidos, a entrega dos apartamentos são mais ágeis, levando de 4 para 3 anos em média.

Em maio de 2012 tivemos em Manaus o Road Show com empresas nacionais do ramo de construção civil, que apresentaram seus trabalhos em prol da tecnologia inovadora voltada a construção. Foram apresentados, por exemplo, projetos de prédios utilizando mantas antitérmicas e impermeáveis, além de paredes de concreto que são baseadas em tecnologias norte-americanas.

“Outra tecnologia bastante nova são as fôrmas de alumínio e aço para montar as paredes de apartamentos e casas. Este novo método tecnológico faz a montagem do ambiente em até 72 horas”, segundo informações de Samanta Costelha – Gerente de Marketing da empresa SH Fôrma – Empresa pioneira em construção civil em Manaus. (INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, 2013)

Abaixo, apresentamos outras novas tecnologias inovadoras no ramo de construção civil:

3.1.4.2 Casa anfíbia com Nanotecnologia (Casas Flutuantes)

Os nano compósitos já são usados pela indústria aeroespacial, mas o grupo teve que desenvolver uma solução mais barata. O material básico é o EPS, ou poliestireno expandido, do mesmo tipo usado em embalagens.

O poliestireno modificado é inserido entre várias camadas de plástico e concreto, o que permite criar grandes estruturas de suporte, tão grossas quanto necessário para suportar a casa que se deseja construir.

Isso não apenas solucionou o problema da limitação do tamanho e peso, como reduziu o custo da casa anfíbia, cuja base flutuante agora é mais barata do que a solução inicial.

3.1.4.3 Prédios com suspensão ativa

Em 2009, engenheiros da Universidade de Stuttgart, na Alemanha, apresentaram um conceito inovador de construção adaptativa, similar ao conceito de suspensão ativa dos automóveis.

Usando elementos estruturais inteligentes, eles propõem construir estruturas que possam se adaptar às condições ambientais. Além disso, a proposta dessas construções inteligentes é obter a capacidade máxima de carga com um consumo mínimo de materiais.

3.1.4.4 Estrutura Adaptativa

Agora, com a colaboração de engenheiros da empresa Bosch, eles demonstraram na prática que seu conceito é viável, construindo uma estrutura que desafia os sonhos dos mais arrojados arquitetos.

Eles construíram uma concha de madeira que é muito mais fina do que qualquer coisa considerada possível até hoje. Com uma espessura de apenas quatro centímetros, a cobertura se estende por uma superfície de mais de 100 metros quadrados. A extrema finura da concha foi possível graças à utilização de uma estrutura adaptativa.

3.1.4.5 Tecnologias Apropriadas na Construção Civil

A técnica tradicional da construção civil continua sendo habitualmente utilizada. Como exemplo, temos a cobertura com uma estrutura de madeira e telhamento com telhas cerâmicas.

Além desta técnica tradicional pode-se também considerar a técnica vernacular. Esta técnica é desenvolvida basicamente em comunidades rurais que pelas suas características de maior isolamento emprega recursos locais tanto em termos de mão-de-obra e equipamentos, como de materiais de construção. Um exemplo são as paredes de taipa desopapo erguidas com uma estrutura de bambu preenchidas com barro.

A mão-de-obra detém o conhecimento técnico, sendo de utilização intensiva; as ferramentas empregadas são simples, o mesmo ocorrendo com os materiais, simples e locais, retirados ou produzidos nas proximidades. Neste tipo de obra utiliza-se pouco ou nenhum capital, sendo ele substituído pela mão-de-obra do usuário.

A grande maioria das comunidades rurais em países em desenvolvimento utiliza esta técnica vernacular como a única forma de resolver seus problemas de abrigo não havendo nenhum apoio institucional, quer técnico, quer financeiro; a técnica empregada é gerada e dispersa por toda a comunidade

baseada principalmente no conhecimento prático transmitido verbalmente e compreende um estoque grande de informações do ambiente físico e como sobreviver nele. Observa-se que a maioria das construções construídas com as técnicas vernaculares e tradicionais apresentam desempenhos hidrotérmicos, acústicos e mecânicos razoáveis e que atendem às necessidades dos moradores. (Angel, 1977) – FONTE PCC USP, 2012)

3.1.4.6 Apoio Financeiro a Tecnologia Civil

Dentre alguns programas de apoio e incentivo a ações e projetos governamentais, que visam o desenvolvimento de causas e idéias para pessoas e empresas Brasileiras, como o BNDES, que é um órgão vinculado ao ministério do desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, para apoiar empreendimentos que contribuam para a economia, questões políticas, social e ambiental, relacionaremos alguns programas de incentivo para o ramo da construção civil, como a Finep.

A Finep, é uma empresa pública vinculada ao Ministério da Ciência e Tecnologia que promove o desenvolvimento econômico e social, com fins públicos à inovação em empresas, universidades, institutos tecnológicos e quaisquer outra instituição pública ou privada do País.

A Instituição foi criada em 1967, a qual já financiou milhares de iniciativas de sucesso, entre elas o desenvolvimento da Embrapa e do agronegócio brasileiro, que foram projetos para exploração de petróleo e o desenvolvimento do avião Tucano da Embraer.

Por meio de seus programas e chamadas públicas, a Finep concede financiamentos reembolsáveis e não-reembolsáveis as instituições públicas e privadas.

Os recursos de apoio listados abaixo são todos promovidos em prol do desenvolvimento da tecnologia do mercado civil, que atualmente é formado e administrado pelo fundo nacional de desenvolvimento científico e tecnológico (FNDCT).

Os financiamentos reembolsáveis são realizados com recursos próprios ou provenientes de repasses de outras fontes. Veja alguns dos principais programas da Finep.

Inova Brasil - Programa de Incentivo à Inovação nas Empresas Brasileiras: financiamento com encargos reduzidos para a realização de projetos de pesquisa, desenvolvimento e inovação nas empresas brasileiras.

Juro Zero - Financiamento ágil, sem exigência de garantias reais, burocracia reduzida para atividades inovadoras de produção e comercialização em pequenas empresas atuantes em setores priorizados pela Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior (PITCE). Com empréstimos sem juros e pagamento dividido em 100 parcelas, o programa oferece condições únicas para o financiamento de micro e pequenas empresas inovadoras (MPE) com faturamento anual de até R\$ 10,5 milhões.

Inovar Semente - Programa de Investimentos à Criação de Empresas de Base Tecnológica que tem como foco pequenas empresas de base tecnológica recém-criadas.

Inovar - Incubadora de Fundos Inovar - Ao apoiar a criação de fundos de capital de risco que apostam em empreendimentos inovadores, a Incubadora exerce papel fundamental na formação das futuras grandes empresas brasileiras.

Subvenção Econômica - Essa modalidade de apoio financeiro permite a aplicação de recursos públicos não-reembolsáveis diretamente em empresas, para compartilhar os custos e riscos das atividades.

Prime - O Programa Primeira Empresa Inovadora apóia empreendimentos nascentes com até dois anos de vida com recursos de subvenção econômica, durante 12 meses. As empresas que atingirem as metas estabelecidas nos planos de negócios poderão candidatar-se posteriormente a um empréstimo do Programa Juro Zero.

Proinfra - Programa apóia os projetos de manutenção, atualização e modernização da infraestrutura de pesquisa das Instituições Científicas e Tecnológicas.

Eventos - Apoio financeiro para a realização de encontros, seminários e congressos de Ciência, Tecnologia e Inovação e feiras tecnológicas. Atualmente, é o CNPq o órgão responsável pela seleção, avaliação e contratação das operações.

Sibratec - O Sistema Brasileiro de Tecnologia compreende ações de apoio à parceria entre o setor produtivo e as instituições de ciência e tecnologia, provendo acesso a serviços tecnológicos, assistência tecnológica especializada e realização de projetos de inovação em parceria com instituições de ciência e tecnologia.

Programa de Tecnologia de Habitação (Habitare) - Dá apoio a projetos na área de tecnologia de habitação, contemplando pesquisas para atendimento das necessidades de modernização do setor de construção civis para a produção de habitações de interesse social – (FONTE CIÊNCIA E TECNOLOGIA FINEP, 2013).

3.1.4.7 Conceitos básicos de tecnologia civil

Para que a tecnologia da construção civil seja considerada apropriada existem alguns critérios, como:

- Integração com o Ecossistema – A tecnologia deve exercer o menor impacto ao meio ambiente e ecossistema;
- Baixo Custo – Toda tecnologia, principalmente as com intenção sustentável devem custar pouco capital;
- Capacitação Acessível – A tecnologia não é passível de especialização aprofundada na mão-de-obra;
- Burocracia – A tecnologia é um domínio público, portanto deve-se ter o menor processo burocrático possível.

(Segundo Viezzer, 1994)

3.1.5 Forças Ambientais

A construção civil é uma das áreas que utiliza mais recursos naturais, por isso é importante utilizar práticas sustentáveis para minimizar problemas globais. Um dos grandes problemas ambientais na construção civil são os resíduos, que hoje geram um volume maior de entulho do que o volume de lixo urbano. Apenas na cidade de São Paulo, por dia são retiradas cerca de 3 mil toneladas de entulho.

Hoje, a Prefeitura do estado de São Paulo permite que cada imóvel gere no máximo 50kg de lixo por dia para ser recolhido pela prefeitura através da coleta domiciliar, se ultrapassado esse valor o gerador é responsável pela remoção do entulho, portanto é necessário a contratação de serviços de transportes de caçambas para recolher os entulhos gerados durante a obra, além disso a empresa de caçambas deve estar legalizada e cadastrada na administração municipal.

Devemos nos preocupar desde o projeto, onde deve-se verificar os materiais que serão utilizados na obra e procurar usar matérias ecologicamente corretos, além de destinar adequadamente os entulhos gerados, o entulho mal direcionado pode causar problemas e até mesmo gerar doenças, outro ponto muito importante são os resíduos contaminantes, por exemplo, tintas, óleo, solvente dentre outros, que se descartados de maneiras inapropriadas podem contaminar o meio ambiente.

A construção civil é uma atividade extremamente poluente e consome muitos recursos naturais. Ceotto (2008) cita alguns impactos do setor ao meio ambiente:

- A operação dos edifícios consome mais de 40% de toda energia produzida no mundo;
- Consome 50% da energia elétrica e 20% do total de energia produzida no Brasil;
- A construção civil gera de 35% a 40% de todo resíduo produzido na atividade humana;
- Na construção e reforma dos edifícios se produzem anualmente perto de 400 kg de entulho por habitante, volume quase igual ao do lixo urbano;
- A produção de cimento gera 8% a 9% de todo o CO₂ emitido no Brasil, sendo 6% somente na descarbonatação do calcário; (Ceotto 2008)

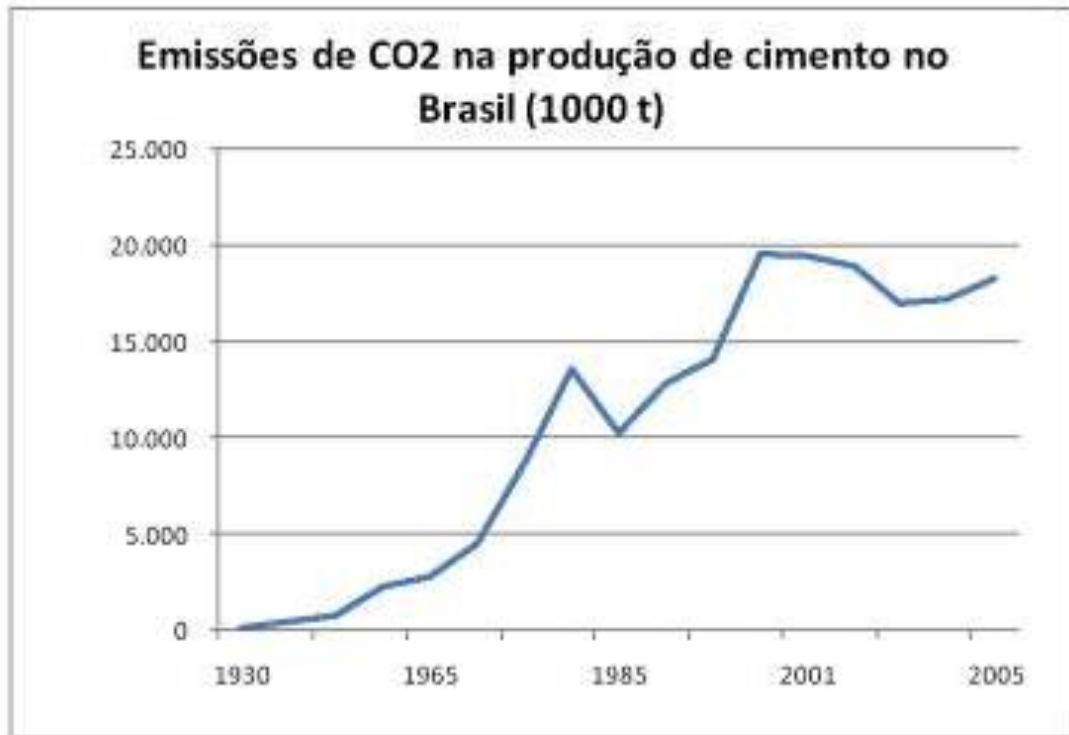


Figura 18 – Gráfico de Emissões de CO²

Fonte: World Resources – Earth Trends

Segundo informações da PCC – USP, para cada tonelada de clínquer produzido, mais de 600 kg de CO₂ são gerados. A medida de produção ambiental de outras indústrias e o crescimento da produção mundial do cimento faz com que a participação do cimento no CO₂ total gerado tenha mais que dobrado no período 30 anos (1950 e 1980).

Assim como o cimento, a maioria dos insumos usados pela construção civil é produzida com alto consumo de energia e grande liberação de CO₂.

Além disso, Hansen (2008) diz que construção civil é responsável pelo consumo de 66% de toda madeira extraída.

Por esses motivos as empresas estão sendo obrigadas a pensar de uma forma diferente e buscar novos métodos e técnicas de racionalização, reduzir perdas e reaproveitar os resíduos através da reciclagem. Seguindo esses métodos evitamos perda de matérias e ganhos na logística da obra e no meio ambiente. Para isso devemos mudar a nossa maneira de pensar e nossa cultura, investir na mudança da cultura dos colaboradores.

As empresas de construção civil estão procurando certificações nesse sentido, uma das construtoras mais conhecidas do mercado, a Goldszteindo, obteve a certificação do seu sistema de gerenciamento de qualidade em conformidade com os requisitos da norma NBR-ISO 9001: 2000 e também do PBQP-H nível A, conforme a norma SIQ-construtores versão 2000.

Não existe uma fórmula pronta em se tratando da minimização dos impactos ambientais, sendo que cada caso deve ser analisado separadamente. Mas invariavelmente as soluções adotadas seguem as seguintes premissas:

- 1- Redução do consumo de energia.
- 2- Redução do consumo de água.
- 3- Aumento da absorção da água de chuva e minimizando seu envio às redes públicas ou vias públicas.
- 4- Redução do volume de lixo ou possibilidade de facilitar a sua reciclagem.
- 5- Facilidade de limpeza e manutenção.
- 6- Utilização de materiais reciclados.
- 7- Aumento da durabilidade do edifício e a possibilidade de modernização e seu reuso após o término de sua vida útil.

(CEOTTO, 2008)

Construir gera resíduo, consome energia, materiais, emite gás carbônico na atmosfera, emprega, gera renda e impostos; uma atividade que utiliza muitos recursos naturais e polui o ambiente, sendo assim, é necessário pensar em construção sustentável que significa reduzir o impacto ambiental, redução do consumo de energia e de água, diminuir o desperdício, reciclar e reutilizar os materiais.

O aproveitamento da energia solar e água de chuva, utilização de ventilação e luz natural são boas praticas sustentáveis. Para reduzir o consumo de energia, devemos buscar soluções que potencializem o uso racional de energia ou de energias renováveis. Sistemas de aquecimento de água e energia solar estão

ficando cada vez mais acessíveis a todos os tipos e níveis de obra, gerando grande economia.



Figura 19 – Sistema de Aproveitamento de Chuva

Fonte: 3p Technik do Brasil Ltda

Ceotto (2008) sugere que para reduzir o consumo de energia, na fase de concepção e projeto deve se buscar o aproveitamento da luz solar, porém com o uso de brises para prevenir a incidência direta do sol.

A diversidade relacionada às condicionantes de uma obra são infinitas e conseqüentemente não existe uma única solução para tornar real a construção sustentável. Muda-se a localidade, condição climática, disponibilidade de materiais, qualidade da mão de obra, situação econômica e deslocamentos de cada obra sem muita dificuldade. Logo a forma de garantir que não haja agressão ao meio ambiente é planejar todas as etapas da construção buscando sempre reduzir os impactos e garantir a justiça social dentro do orçamento disponível (JOHN, 2010).

Durante uma construção ou reforma o volume de água que é devolvida contaminada, absorvida pelo solo ou levada para a rede de esgotos, é inúmero. A utilização de água potável na construção civil é imensa.

Embora a água não seja vista e nem tratada como material de construção, o consumo é bastante elevado, por exemplo, para a confecção de um metro cúbico de concreto, se gasta em média de 160 a 200 litros e, na compactação de um metro cúbico de aterro, podem ser consumidos até 300 litros de água.

Um dos recursos naturais mais importantes para a sobrevivência da humanidade é a água doce. Como mostra o gráfico (Figura 20) abaixo, somente 0,3% da água do planeta esta disponível para consumo humano.

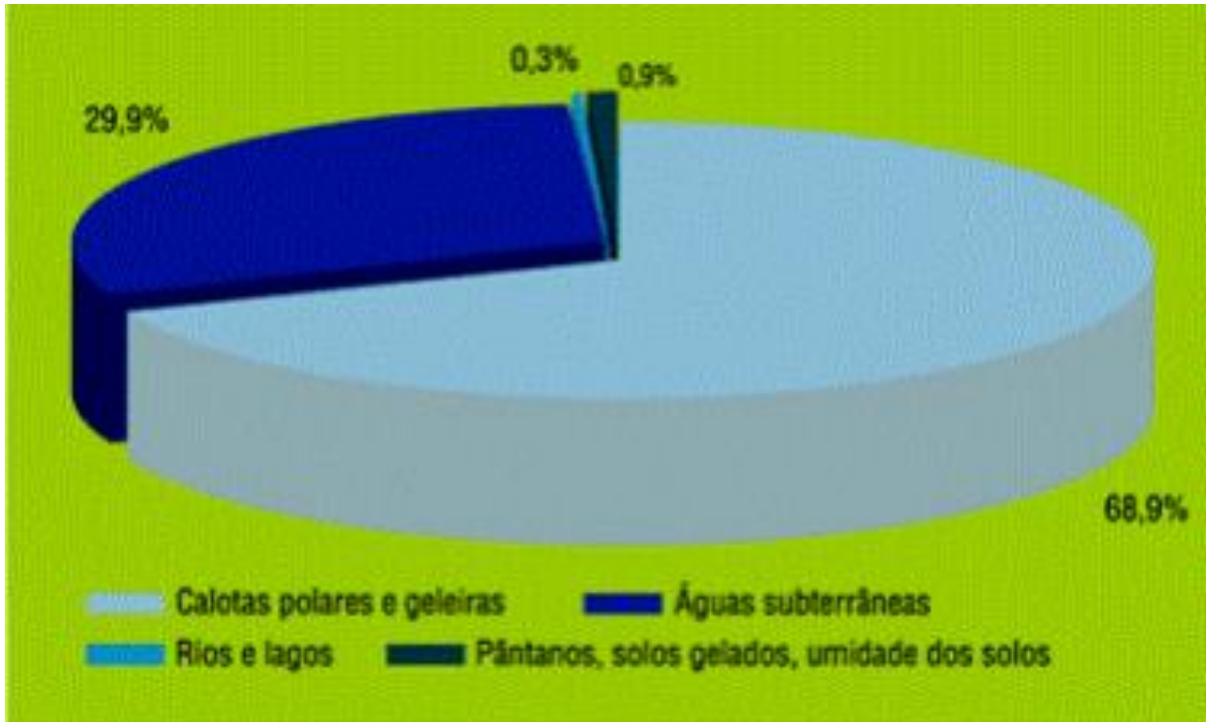


Figura 20 – Distribuição da água doce no planeta

Fonte: Boscardimet al. (2004)

3.1.5.1 Construção Civil Sustentável

Para produzir uma construção sustentável é necessário que todas as áreas, pessoas e que a indústria de materiais de construção e bens também esteja envolvida, produzindo materiais ecológicos que reduzam o impacto gerado na sua produção e utilização.

O desenvolvimento sustentável traz benefícios econômicos, ambientais e sociais fundamentais para o crescimento do país. As práticas sustentáveis têm como objetivo a redução dos impactos ambientais, porém seu desenvolvimento e aplicação envolvem praticas de planejamento e gestão, o que favorece o custo

benefício da obra, tornando-as entre outras coisas, mais produtivas, rentáveis e evoluídas tecnicamente e gerencialmente.

Na certificação ambiental o ganho de uma obra certificada pelo selo *LEED* ou *AQUA*, seja por marketing, redução de custos ou consciência ambiental, é sempre um grande passo na direção do desenvolvimento sustentável. Seja de uma casa ou de edifício, a certificação exige um conjunto de documentos, que vai do projeto até fotos da obra em andamento, além de auditoria em obra. A certificação ambiental de projetos representa o reconhecimento, não só do baixo impacto ambiental e de recursos naturais (água e energia), mas também as baixas manutenções, conforto e saúde dos envolvidos.

A certificação *LEED* foi desenvolvida nos Estados Unidos e por ser de outro país, que tem outra realidade ambiental, social e econômica, pode gerar um desequilíbrio nos itens. Por exemplo, os Estados Unidos tem um grande problema com o consumo de energia, já no Brasil uma grande parte da produção é considerada fonte de energia renovável; com isso, há um grande risco de não se alcançar o resultado desejado com a certificação *LEED*.

A certificação *AQUA* tem seu sistema baseado em desempenho onde todos os critérios devem ser atendidos, não há como conseguir a certificação sem que realmente se esteja praticando sustentabilidade.






	Certificação Aqua		Certificação Leed
<p>São 14 categorias, que avaliam itens como a relação do edifício com o entorno, canteiro de obras com baixo impacto ambiental, gestão da energia e da água, conforto acústico, entre outros</p>	<p>O que avalia</p> 	<p>São sete categorias, que abordam tópicos como implantação do empreendimento, eficiência no uso de água e de energia e inovação de processos.</p>	
<p>As categorias devem ser atendidas em nível Bom, Superior ou Excelente. Deve-se atingir o nível Excelente em três categorias, Superior em quatro e Bom em sete. Os certificados são emitidos em três fases.</p>	<p>Pontuação</p> 	<p>São 69 critérios distribuídos entre essas categorias, e cada um vale um ponto. Com 26 pontos, o prédio recebe o Leed básico. A partir de 52 pontos atinge-se a certificação máxima. A certificação é atribuída após a conclusão da obra.</p>	
<p>Profissionais com curso Aqua são capacitados a avaliar os projetos e adequá-los à lista de exigências para a certificação.</p>	<p>Profissionais qualificados</p> 	<p>Os Leed AP's são projetistas qualificados pelo Green Building Council a prestar consultoria em projetos que desejam obter a certificação.</p>	

Figura 21 – Certificação AQUA e LEED

Fonte: Certificações, disponível em: <http://www.revistaau.com.br/arquitetura-urbanismo/195/exercicio-profissional-175871-1.asp>. Acesso em: 14 de Abril de 2013

As certificações ambientais estão ganhando cada vez mais o mercado, tanto do governo como a sociedade. Importantes meios de garantir que todas as pessoas estejam cada vez mais envolvidos na questão do desenvolvimento ambiental. Com a mudança de hábitos e a certificação sendo praticada cada vez mais, teremos um aumento na conscientização e construções mais sustentáveis.

3.1.6 Forças Culturais

3.1.6.1 Família brasileira e poder de compra

Fatores culturais e o ambiente em que a pessoa está inserida têm total influência na hora de decidir uma compra, por isso é importante verificar as características e necessidades do público-alvo e procurar atendê-las da forma mais completa possível.

De acordo com o Censo, as famílias brasileiras estão diminuindo, os dados mostram uma queda de 3,79 (dados 2000) para 3,39 (dados 2010) na média de pessoas que vivem em cada residência, isso acarreta uma mudança na sociedade do país, pois o número de jovens adultos com idade ativa para trabalhar diminuiu, e isso impacta e causa mudanças em diversos aspectos, e significa que o Brasil está caminhando para um modelo de população de países desenvolvidos, onde o número de filhos por mulher é pequeno e a expectativa de vida grande.

Isso mostra que o governo e a sociedade em si deve se adaptar para este modelo de população vindouro, e garantir que as pessoas no futuro tenham conforto, segurança e prosperidade nas diversas áreas.

Nossa área de atuação também sofre mudanças, as pessoas irão ficar mais idosas e terão necessidades especiais quando se trata de construções e reformas, temos que fazer adaptações para auxiliar e proporcionar mais comodidade a este tipo de público. Infelizmente este tipo de necessidade não é tão bem atendido atualmente.

Estudos demonstram que cerca de 80% das compras realizadas, as crianças e os adolescentes têm influência, com total acesso aos meios digitais como televisão, rádio e principalmente internet, este público fica cada vez mais atualizado às tendências, e adoram seguir as “modas”, em geral são jovens com maior estudo que os pais e que servem como um consultor na hora de escolher produtos e serviços.

3.1.6.2 Características dos brasileiros no ramo de construção

A nossa cultura é clara: 10 entre 10 pessoas têm dentre seus sonhos conquistarem o imóvel próprio e sair do aluguel; diferentemente de outros países onde as pessoas preferem hipotecar imóveis, os brasileiros querem tê-los em seu próprio nome. Isso influencia principalmente na valorização dos imóveis no nosso

país, por estar dentre os nossos sonhos, um imóvel próprio torna-se um bem extremamente valorizado por aqui.

Um estudo da IpsosMarplan com 41.053 pessoas por todo o Brasil aponta que neste ano de 2013, 4% dos entrevistados tinham a intenção de comprar ou trocar o imóvel, e 31% preferem construir ou reformar seu imóvel já adquirido, o estudo ainda aponta que em média 26% pretendem comprar materiais de construção neste ano. E dentre os interessados em adquirir imóveis este ano a maior porcentagem se encontra na capital do estado de São Paulo.

As pessoas em geral garantem que comprar, construir ou reformar um imóvel é um investimento de longo prazo, quase sem prejuízos e que pode trazer retorno como: alugando um imóvel você pode garantir uma renda extra em casa, ou caso futuramente o objetivo seja revender pode ganhar um valor muito bom.

A valorização de um imóvel em bom estado, com uma localização boa vale muito, e isso influencia desde o preço até o valor de materiais de construção e reforma, que compromete em média mais da metade do custo de uma obra. Os preços dos materiais de construção em todo o país aumentaram 0,33% em relação ao ano passado, o estado que teve o maior aumento foi o Mato Grosso do Sul. Infelizmente quando há o aumento, as lojas não conseguem absorver e repassam esse aumento aos clientes. Percebendo este aumento nos preços as pessoas procuram pesquisar cada vez mais antes de comprar.

Com especulações que vivemos a chamada bolha imobiliária o Banco Central liberou um índice com a porcentagem de aumento de 3% nos preços de imóveis no país, o pico de subida de preços ocorreu entre 2005 e 2009 quando o setor de construção civil teve um maior desenvolvimento, este ano, estamos desacelerando e de acordo com o BC chegaremos à estabilidade. De acordo com eles, o aumento dos preços durante estes anos especificamente, deve-se ao aumento de acesso das pessoas às linhas de crédito e financiamento, o que impulsionou a valorização.

Quando a hora é de comprar um imóvel, a melhor opção é sem dúvida comprá-la à vista, mas sabendo que menos da metade da população tem este privilégio, as pessoas preferem optar pelo financiamento de casas e apartamentos, através de diversas opções de bancos, da própria caixa econômica, consórcios, cooperativas habitacionais, leilões e projetos públicos de habitações populares.

3.1.6.3 Acessibilidade nas construções

A BRASIL. Lei n 10.098 de 19 de dezembro de 2000. anuncia regras e critérios específicos para deficientes e portadores de mobilidade reduzida. Esta lei especifica em sumo, que devemos retirar obstáculos e barreiras em espaços de uso coletivo, como edifícios, comunicação de mensagens e relacionamento entre a pessoa com deficiência e meios transporte, qualquer que sejam os obstáculos que impeçam a locomoção de pessoas com características limitadas, deve ser adaptado, garantindo a autonomia dos mesmos.

A lei explica que em edifícios ou construções tanto públicas quanto privadas, feitas para uso público ou coletivo, deve-se respeitar e seguir normas para garantir que pessoas com deficiência possam se locomover sozinhas. As construções privadas devem atender a alguns requisitos mínimos de acessibilidade, tais como:

Art. 13, §1 percurso acessível que una as unidades habitacionais com o exterior e com as dependências de uso comum, §2 percurso acessível que una a edificação à via pública, às edificações e aos serviços anexos de uso comum e aos edifícios vizinhos, §3 cabine do elevador e respectiva porta de entrada acessíveis para pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida. O art. 15 menciona que o órgão responsável pela fiscalização de edifícios adaptados é o federal, que deve levar em consideração a população regional, para garantir que pessoas com deficiência física tenham seu direito de ir e vir cumprido. (BRASIL. Lei n 10.098 de 19 de dezembro de 2000)

Segundo o Censo do IBGE (dados de 2010), cerca de 45 milhões de pessoas ou 24% da população tem algum tipo de deficiência no país, são pessoas que já nasceram ou adquiriram doenças ou sofreram acidentes ao longo da vida. Já a quantidade de idosos que teve seu número dobrado nos últimos 20 anos e continua

crescendo, chega a 14,5 milhões (IBGE dados 2000); e a população de obesos chega a 11% da população adulta.

Mesmo com leis e regulamentos quanto às construções com acessibilidade para cadeirantes, idosos e pessoas obesas, ainda não temos um grande número de novas construções deste tipo no Brasil. Um dos maiores desafios de quem faz projetos é adequá-los a estes usuários, proporcionando mobilidade e autonomia. Qualquer um de nós está sujeito a ficar temporariamente ou perder certos movimentos, ou até mesmo ter dificuldade para executar um. Além de adequar os novos projetos a estas necessidades, as pessoas deveriam também ajustar projetos mais antigos.

De acordo com o site fórum imobiliário, os brasileiros tem certos costumes que também atrapalham as pessoas com necessidades especiais, como por exemplo, construir os quartos sempre nos andares superiores, não prevendo que talvez possam acomodar pessoas que sejam impossibilitadas de subir e descer escadas. O ideal seria que algum dos cômodos do térreo tivesse a possibilidade de ser adaptado para pessoas que não pudessem subir escadas.

Os banheiros, mas principalmente as cozinhas são vilãs neste quesito, pois deve-se pensar em tudo, espaçamento entre móveis, a altura deles, barras e corrimões para sustentação, os móveis que devem ter espaçamento abaixo para acomodar cadeira de rodas se for o caso, e pisos antiderrapantes para evitar acidentes, entre outros cuidados.

No Brasil a população de idosos vem aumentando nos últimos anos de acordo com o Censo e o IBGE, e isso sem dúvida inspira cuidados em inúmeros quesitos da sociedade, teremos que apresentar construções mais acessíveis e seguras, com o objetivo de gerar conforto e segurança.

Em relação ao mercado de construção civil e reforma isso implica em mudanças em projetos e nos tipos de materiais utilizados, como exemplo, transformar degraus em rampas, ou diminuí-los ao máximo possível, os pisos serem de material antiderrapante para evitar acidentes, os banheiros com corrimãos de segurança entre outros cuidados.

No Brasil, ainda não temos esta percepção, ao construir ou reformar dificilmente damos atenção à este tipo de usuários, sem importar-se com o direito de ir e vir que cada indivíduo tem e não como uma legislação à ser cumprida.

3.1.6.4 Construções sustentáveis

Conforme dados do site Inovação Tecnológica, o Brasil está em quarto no ranking mundial em relação às construções sustentáveis, conforme o órgão internacional GBC –Green Building Council, que mede este tipo de empreendimento. Percebe-se um maior interesse dos brasileiros em relação ao Meio Ambiente e projetos que não agridam ainda mais a natureza, com energias renováveis e limpas como a solar e eólica, e sistemas de reutilização de água dentro de casas e condomínios, onde a água descartada do banho volta para as descargas nos vasos sanitários.

No caso de construções sustentáveis, vemos a mudança de pensamentos e atitudes das pessoas perante este assunto, procurando conseguir um *mix* entre sustentabilidade e construções modernas, confortáveis e seguras.

A projeção para o futuro é acontecer uma mudança ainda mais considerável neste quesito, onde as construções feitas serão autossustentáveis, que conseguem deixar de emitir qualquer tipo de carbono na atmosfera e ainda gera a própria energia que consome.

Um dos objetivos da GBC atualmente é inserir este conceito verde para construções populares, com o objetivo de utilizar mais a energia solar, fazer o aproveitamento de água, além de procurar arborizar mais as regiões atendidas.

3.1.6.5 Trabalhadores da Construção civil

A mão de obra da construção civil vem sofrendo uma baixa, é evidente que a falta de profissionais qualificados no mercado, impacta não só nos ramos de construção e reforma, mas também no valor final da obra que fica maior, os profissionais qualificados deste setor sabendo disso, estão cobrando cada vez mais para trabalhar.

De acordo com dados, isso acontece, pois o ramo de construção civil é aquecido e não acompanha o ritmo de formação destes tipos de profissionais no mercado, causando uma grande dificuldade na contratação.

Conforme foi abordado em fatores sociais, o operário da construção civil é visto na maioria das vezes como desqualificado. Em termos mais sutis, são pessoas com defasagem cultural, um dos fatores que impedem que o profissional da construção civil seja qualificado é a má qualidade da educação básica.

Abaixo uma análise do ano de 2009, pelo Instituto RAIS onde aponta que mais de 60% dos funcionários da construção civil tem no máximo ensino fundamental completo.

Tabela 19 – Grau de escolaridade Trabalhadores ramo Civil

TRABALHADORES NA CONSTRUÇÃO CIVIL POR GRAU DE INSTRUÇÃO EM 2009			
GRAU DE INSTRUÇÃO	BRASIL	MINAS GERAIS	RM BELO HORIZONTE
Analfabeto	23.101	2.615	1.598
Até o 5º ano Incompleto do Ensino Fundamental	216.316	25.040	15.644
5º ano Completo do Ensino Fundamental	249.498	40.052	22.948
6º ao 9º ano Incompleto do Ensino Fundamental	394.452	62.352	34.835
Ensino Fundamental Completo	457.733	57.715	30.728
Ensino Médio Incompleto	181.705	22.262	10.215
Ensino Médio Completo	560.939	58.367	33.693
Educação Superior Incompleta	39.386	4.322	2.952
Educação Superior Completa	96.440	10.404	7.211
Mestrado Completo	1.211	66	43
Doutorado Completo	473	21	12
TOTAL	2.221.254	283.216	159.879

Fonte: RAIS 2009 - MTE

Pode-se também associar forças culturais como meio de trabalho aos trabalhadores desta classe.

Abaixo esta uma análise do número de empregos formais nas regiões de Minas Gerais e Belo Horizonte, conforme dados do CGED - Cadastro Geral de Empregados e Desempregados.

Tabela 20 – Evolução empregabilidade ramo Civil

TRABALHADORES NA CONSTRUÇÃO CIVIL POR GRAU DE INSTRUÇÃO EM 2009			
GRAU DE INSTRUÇÃO	BRASIL	MINAS GERAIS	RM BELO HORIZONTE
Analfabeto	23.101	2.615	1.598
Até o 5º ano Incompleto do Ensino Fundamental	216.316	25.040	15.644
5º ano Completo do Ensino Fundamental	249.498	40.052	22.948
6º ao 9º ano Incompleto do Ensino Fundamental	394.452	62.352	34.835
Ensino Fundamental Completo	457.733	57.715	30.728
Ensino Médio Incompleto	181.705	22.262	10.215
Ensino Médio Completo	560.939	58.367	33.693
Educação Superior Incompleta	39.386	4.322	2.952
Educação Superior Completa	96.440	10.404	7.211
Mestrado Completo	1.211	66	43
Doutorado Completo	473	21	12
TOTAL	2.221.254	283.216	159.879

Fonte: Cadastro Geral de empregados e desempregados – CAGED, LEI 4923/65 - MTE

Outro fator que impacta na contratação de trabalhadores, é a alta taxa de mudança de empresas, um trabalhador civil não se mantém muito tempo em uma mesma organização, e procura ir para outra que pague mais e ofereça mais benefícios. Algumas empresas sabendo disto estão oferecendo um bom pacote de salário e benefícios, para atrair e manter estes funcionários na empresa.

A escassez neste setor é sentida desde a parte de início de obras, até a parte de acabamento, neste último a falta é bem maior, pois há casos de profissionais qualificados, mas que não conseguiram acompanhar as novas tendências e estão atrasados.

Houve um crescimento de 65% no número de profissionais femininas neste ramo civil (dados do Ministério de Trabalho e Emprego), antes considerado inteiramente masculino, elas são capacitadas e atuam com igualdade diante dos homens, há projetos como a “Mão na Massa”, que atuam neste ramo para atender e formar mulheres como profissionais da construção, além de receberem o curso e qualificação de graça, também aprendem sobre proteção e ganham um kit de equipamentos de proteção individuais. Os pontos positivos são que as mulheres em geral conseguem se atentar aos detalhes e são caprichosas ao trabalhar, e com esta escassez de mão de obra começam a conquistar seu espaço.

Com um problema deste tipo, a falta de mão de obra dentre outros fatores, é um dos responsáveis pelo crescimento no ramo de construção que poderia ser ainda maior.

3.2 Forças Micro Ambientais

3.2.1 Fornecedores

A relação com os fornecedores é muito importante para empresa, pois são responsáveis pela matéria prima para execução dos nossos serviços. Os principais fornecedores de uma construtora são:

- a) Mão-de-obra;
- b) Equipamentos;
- c) Materiais de construção.

É importante que a Ricardão tenha mais de um fornecedor para os casos em que não for possível a entrega no período do início da obra ou caso o fornecedor não disponibilizar o material solicitado, assim não ficamos “preso” ao fornecedor e diminui o risco de perdermos serviços ou atrasar os nossos prazos.

3.2.1.2 Loja do mecânico

No setor de matérias para a construção civil e ferramentas manuais, cotamos com matérias com a empresa Gurgel Ferramentas mais conhecida como Loja do mecânico que possui ótimos preços, condições de pagamento e qualidade. Em 1998 seu site na Internet era inicialmente para consultas sobre os produtos comercializados e informações. A partir de 2000 o site tornou-se um forte canal de vendas on-line, vendendo máquinas e ferramentas para oficinas, indústrias, Lava Jato, Construção Civil, Casa e Jardim.

Vantagens

- Podemos usar o cartão BNDES pagar de 3 a 48 vezes com juros que variam de 1,00% a 1,10% a.m. Sendo parcela mínima de R\$ 100,00 e pedido mínimo de R\$ 300,00;
- Desconto de 10% a vista;

- Pode comprar através dos cartões; Visa, Mastercard, Diners, Hipercard e American em até 12x sem juros nas compras acima de R\$ 299,99;
- Compra pela internet;
- O site da GURGEL foi desenvolvido com tecnologia de encriptação de dados.

Desvantagens

- A loja física da Gurgel fica localizada em Franca, distante da nossa empresa;
- Pagamento de frete, que varia de acordo com o tamanho, peso e distância do local de entrega.

3.2.1.3 C&C

A C&C Casa e Construção atualmente possui 42 lojas e é líder no varejo de materiais para construção, reforma e decoração nas regiões onde as lojas atuam. A rede possui o maior Centro de Distribuição do Brasil, um no estado de São Paulo e outro no Rio de Janeiro.

Vantagens

- Possui o Canal de Vendas diretas para empresas na internet;
- As lojas são localizadas próximas de onde pretendemos atuar;
- Canal de vendas para empresas;
- Vende produtos ecologicamente corretos;
- C&C oferece cursos gratuitos em suas lojas para auxiliar o cliente na decoração e manutenção da sua casa com dicas para a realização de pequenos reparos, reformas e técnicas para criação de artesanatos;

Desvantagem

- A C&C oferece serviço de Mão de obra, porem a nossa empresa não é credenciada.

3.2.1.4 Copafar

A Copafer esta atuando a mais de 40 anos de mercado, uma das maiores lojas do varejo da construção civil do País. A empresa foi indicada pela indústria como a 10ª melhor varejista, num universo de 138 mil estabelecimentos.

Vantagens

- Frete Grátis para São Bernardo do Campo e ABC;
- A Copafer esta aberta todos os dias, inclusive domingos e feriados;
- Para as compras online, a Copafer possui o Certificação Digital (SSL), tecnologia de segurança indispensável para qualquer loja virtual. O certificado ssl é um sistema que criptografa os dados que serão transmitidos entre seu computador e nosso site;
- Suas lojas estão localizadas em Santo André;
- Aceita todos os cartões e pode realizar a compra em até 5x sem juros;

Desvantagem

- Em comparação com os outros fornecedores na maioria dos produtos analisados os valores praticados são mais elevados.

3.2.1.5 Leroy Merlin

A Leroy Merlin chegou ao Brasil em 1997. A primeira loja da rede no país foi aberta em 1998, em São Paulo, no bairro de Interlagos, zona sul da capital paulista. A empresa busca o desenvolvimento em longo prazo e de forma sustentável, e não apenas o lucro imediato. Hoje é o maior varejista do ramo de construção no país e a sua participação no mercado vem crescendo sistematicamente. A marca Leroy Merlin integra o GROUPE ADEO, que integra outras marcas do segmento de Bricolagem ao redor do mundo, como Bricoman, Bricocenter, Weldom, Aki, DomPró, Zódio e KBane.

Vantagens

- Se encontrarmos um preço menor, do mesmo produto comprado na Leroy Merlin, a Leroy reembolsa a diferença em dobro;
- Realiza diariamente a pesquisa dos preços e garantem o menor preço;

- A Leroy Merlin desenvolveu o seu Programa de Sustentabilidade – Construir e Sustentar Leroy Merlin - e vem implementando diversas ações de impacto positivo na sociedade e no meio ambiente. Estas ações vão desde a comercialização de produtos ecossustentáveis, que visam incentivar atitudes sustentáveis como o consumo consciente e projetos de construções ou reformas sustentáveis, sejam elas residenciais ou empresariais, passando por campanhas beneficentes, até a implantação da primeira loja de varejo Brasileiro certificada.

- Aberta todos os dias da semana;
- Possui loja no grande ABC.

Desvantagens

- Não é possível comprar pelo site;
- Em pesquisa realizada no mercado, encontramos muitas reclamações na demora para entrega dos materiais.

3.2.1.6 Telhanorte

Multiespecialista em construção e reforma, a Telhanorte integra a rede varejista Saint- Gobain Distribuição Brasil. São 37 lojas espalhadas nos estados de Minas Gerais, Paraná e São Paulo, voltadas a oferecer a melhor experiência de compra, com qualidade no atendimento, serviços diferenciados e mix de produtos de 50 mil itens.

Vantagens

- A empresa conta também com um Televendas, de atendimento exclusivo para pessoa jurídica, com duas lojas Pro Telhanorte, destinadas à profissionais da construção, e com a loja Telhanorte Conceito, destinada à arquitetos, designers e decoradores.

- De 2 à 9 parcelas sem juros;
- Possui loja no grande ABC;
- A Telhanorte cobre a oferta da concorrência, na hora, com desconto de 2% sobre o valor.
- Cartão Telhanorte, com aceitação nas lojas Telhanorte e em todos os estabelecimentos que aceitam cartões de crédito no Brasil: farmácias, postos de

gasolina e muitos outros. Parcelamento em até 24 vezes, prazo de até 45 dias para pagamento da compra.

Desvantagem

- Pagamento de frete, que varia de acordo com o tamanho, peso e distância do local de entrega.

3.2.2 Ferramentas

Materiais e ferramentas utilizados nas obras:

Tabela 21 – EPI's utilizados em obra

EPI
Máscara Respirador com válvula PFF1 - PROSAFETY
Luva construtor em lona - CARBOGRAFITE
Óculos de proteção incolor anti-risco - Spectra 2000 - CARBOGRAFITE
Botina de Segurança com Bico de Aço Nº 44 - São Crispim
Protetor Auditivo Copolímero com 3 flanges - ULTRAMASTER
Capacete de Segurança Cinza REF.PROSAFETY-0877

Fonte: Juliana Denleschi, 2013

Tabela 22 – Ferramentas manuais utilizadas nas obras

Ferramentas Manuais
Alisadora de Concreto Lifan 5,5 HP a Gasolina - AC36 REF.CSM-40138009
Balde Metálico para Concreto com Capacidade de 11 Litros REF.ECCOFER-33.15.000.010
Betoneira pratika 120Litros CSM monofásico 220v (Desmontado) REF.CSM-120/220v
Carrinho de mão master com pneu câmara 3,25 x 8" REF.MASTER-201952
Colher Para Pedreiro Canto Reto Com Batente 9 REF.WORKER-144720
Compactador de Percussão 4 Tempos Motor 4HP REF.TOYAMA-TTR80X
Máquina de Cortar Vergalhão Nº 1 REF.METALSUL-MV082
Cortador de Pisos e Porcelanatos de 75 cm REF.CORTAG-HD750
Desempenadeira Metálica com Cabo de Madeira REF.TRAMONTINA-77371115
Desentupidora de Pias e serviços Leves Auto Clean REF.RIDGID-34963
Enxada Canavieira com Cabo Madeira de 150cm REF. TRAMONTINA-77215754
Pá de Bico com Cabo de Madeira 120cm REF. TRAMONTINA-77460534
Cavadeira Articulável com Cabo de Madeira de 110cm REF. TRAMONTINA-77559524
Enxada Larga e Leve com Cabo de Madeira de 150cm REF. TRAMONTINA-77231754
Escala Métrica de Madeira 2 Metros REF.ECCOFER-3555302000
Kit com 3 Espátulas com cabo de Madeira REF.WESTERN-S-03
Estilete Emborrachado 3 Lâminas REF.LEETOOLS-681322F
Guincho de Coluna elétrico H-A 105 300/600kg 220V REF.MOTOMIL-H-A105
Máquina Manual Para Chapisco Textura REF.VONDER-CHAPISCO
Nível à Laser com Tripé e Base Regulável REF.SCHULZ-920.1192-0
Jogo de Pinceis com 5 Peças REF.LEE TOOLS-684682
Rolo Para Pintura Em Lã De Carneiro Com Suporte 5cm VD958 REF.VONDER-ROLO5CM/VD958
Rolo Para Pintura Em Espuma Com Suporte 5cm VD988 REF.6241098800
Serrote Profissional 22 pol. REF.TRAMONTINA-43242022
Saca Pino Jogo Com 5 Peças Longo Gripwell REF.LOYAL
Talha Manual 1 Tonelada Corrente Com 3 Metros REF.CSM-TC10003M
Trena 5m REF. TRAMONTINA- 43156305
Furadeira / Parafusadeira de Impacto 18v 1/2 bivolt DeWalt - DEWALT
Esmerilhadeira angular 4. 1/2 pol. 800W 220V REF.BLACK DECKER -G720
Lixadeira Angular 7 Pol. 2.200 W - 110 V REF.MAKITA-SA7021
Parafusadeira Drywall velocidade variável e reversível 220V REF.DEWALT-DW255
Serra Mármore à Seco 110mm 110V REF.MAKITA-4100NH2Z
Caixa Plástica para Argamassa Preta REF.FUZIL-021692
Mangueira trançada 30m BR FLEX REF.BR FLEX-BJMP30M

Fonte: Juliana Denleschi, 2013

Tabela 23 – Ferramentas manuais utilizadas nas obras (2)

Ferramentas Manuais
Jogo de Chaves Combinada com 24 Peças de 6 à 32mm REF.ROBUST-14B24M
Alicate de pressão com mordentes forjados em Aço Gedore-Vanadium 10 Pol. REF.GEDORE-137/10
Alicate Bomba D'Água de 16 pol. REF.ROBUST-827-400
Alicate crimpador 9 polegadas Tramontina REF.TRAMONTINAPRO-44055101
Jogo de Alicates com Estojo com 7 Peças REF.KINGTONY-4-40207GP
Arco de Serra 305 mm REF.ROBUST-47-305
Caixa de ferramentas sanfonada móvel com rodas e 5 gavetas - Marcon REF.MARCON-550M-MOVEL
chave Allen KIT 30 Peças 0,7 a 10,0(mm) e 0,028 a 3/8 REF.LEETOOLS-685535
Jogo de Chave Fenda/Phillips com 10 peças REF.SATA-ST09304SJ
CHAVE PARA TUBOS (MODELO AMERICANO) 12 REF.ROBUST-GRIFO12
Chave Inglesa 12" com 34mm de abertura REF.ROBUST-191-12
Jogo de chave L tipo Torx com 9 peças T10 a T50 King Tony REF.KINGTONY-20309PR.
Marreta Oitavada 2000g REF.TRAMONTINA-40508004
Martelo de Unha 27mm Cabo De Madeira REF.TRAMONTINA-40370027
Corda Trançada Colorida 10mm x 15m REF.Arteplas-011213286

Fonte: Juliana Denleschi, 2013

3.2.3 Intermediários

Não existem Intermediários para o serviço que prestamos.

3.2.4 Clientes

Estamos focando nossos serviços e atendimento para a região Metropolitana do Estado de São Paulo - Grande ABC, que abrange uma das maiores cidades do Estado de São Paulo, que é São Bernardo do Campo.

Portanto, temos como prioridade atendermos a clientes da cidade de São Bernardo do Campo, onde conta com uma quantidade populacional aproximada em 765.203 mil habitantes, com crescimento populacional registrado em um percentual de mais de 8,11%.

A nossa maior clientela é focada no público feminino, pois apresenta um número de mais de 300 mil mulheres, contra 280 mil homens na região, bem como todo fator sócio-cultural.

A faixa etária desejada é dos 20 aos 80 anos ou mais, o que representa em quantidade mais de 451 mil pessoas, do sexo feminino e masculino.

O público que pretendemos atingir na cidade de São Bernardo do Campo são pessoas das classes B e C, com renda nominal mensal de 3 a 20 salários mínimos, o que representa cerca de 18 mil pessoas.

Nossos clientes enquadram-se dentre as variáveis de Serviço e Pessoal, o que representa ao cliente o compromisso de serviço e profissionais com excelência.

3.2.4.1 Segmentação

3.2.4.2 Aspectos Psicográficos

Atenderemos os públicos das Classes B e C, que atualmente está demonstrando grande poder de compra e interesse em produtos e serviços que antes não tinham acesso.

Consumidores da classe B gostam de obter produtos e serviços para se sentirem como se fossem da classe A, querem ser bem atendidos e ter acesso a produtos e serviços exclusivos. Para este público queremos proporcionar serviços de primeira qualidade, utilizando produtos de ponta para construções e reparos. Sabemos que esta classe não apresenta facilmente uma fidelidade por parte dos produtos que utilizam, e procuram sempre o melhor; por esse motivo queremos ser um diferencial principalmente na parte de atendimento procurando escutar e atender exatamente o que o cliente deseja e se for o caso sugerir novidades que possam gostar.

Pelo grau de escolaridade da classe B, eles procuram atentar-se à empresas que tem uma responsabilidade em relação ao meio ambiente, por isso nos responsabilizaremos pelo descarte seguro de todos os materiais utilizados no serviço prestado.

Queremos oferecer um serviço tão bom quanto o da Classe A, mas com um preço mais acessível, sugerindo materiais de acordo com o que os clientes podem pagar. E para atrair ainda mais este público, pensaremos em fazer descontos e/ou facilitar as formas de pagamento, para dar uma sensação de confiança e facilidade.

3.2.4.3 Aspectos Geográficos

Atenderemos o município de São Bernardo do Campo, além de ser muito populosa, têm um ritmo de comércio e negócios intenso, com uma economia muito aquecida, além da maioria das empresas, indústrias e comércios, o que movimenta a maioria das atividades financeiras do país. Com uma população de aproximadamente 765.203 de pessoas, abriga grande parte das multinacionais e empresas no país, pela própria localização perto do porto de Santos. Consequentemente percebemos a grande densidade demográfica destas.

O clima da região é considerado subtropical, com menor incidência de chuvas no inverno e verões com temperaturas altas agravadas pela poluição.

3.2.4.4 Aspectos demográficos

As famílias que atenderemos serão heterogêneas, sem restrição de idade, cor, e quantidade de membros, o que buscaremos é oferecer um serviço de qualidade para o público alvo determinado.

Como já dito, nosso serviço é mais voltado para as classes B e C, que tem um maior poder de compra neste sentido, além de oferecermos mão de obra especializada, iremos atender exatamente o que os clientes desejam, sugerindo o que possivelmente poderia agradar. Sabemos que condições boas de pagamento, combos e promoções são ferramentas com poder de atrair ainda mais estes clientes.

3.2.4.5 Aspectos Psicográficos

Além de serem mais da metade da população do Brasil, a nova classe C está conquistando um bom poder de compra, boa parte deles não querem produtos da elite, mas desejam produtos e serviços de boa qualidade que valorizem suas origens, além de formadores de opinião os jovens desta classe estão estudando mais e opinando mais nas decisões de compra.

Sabemos que com a globalização e com a tecnologia, cada vez mais as pessoas estão investindo em produtos e serviços que deixem o seu lar o mais agradável e acolhedor possível, isso vai desde a construção e reforma, até a compra de produtos eletrônicos e de entretenimento.

De acordos com estudos e dados da Secretaria de Assuntos Estratégicos essa classe tem aumentado 4% ao ano, e é um público que está comprando e consumindo produtos e serviços que antes não tinham acesso, além da grande massa desta classe estar localizada nas grandes cidades, acreditamos que é um público que tem muito poder de utilizar e ser agradado pelos nossos serviços.

Já em relação à classe B sabemos que é um público potencial com poder de compra, que é exigente, e deseja novidades quanto a serviços adquiridos e que apesar de manterem a renda nos eixos para não se enrolarem estão dispostos a pagar para fazer.

3.2.4.6 Aspectos Comportamentais

Forneceremos serviços que todos precisam, relacionados à reforma, construção e reparos residenciais. Os nossos clientes relacionados à classe C irão preferir serviços mais baratos que caibam dentro do bolso deles, caso contrário não estarão dispostos a pagar por algo que possa ser caro para eles, para atraí-los pensamos em formas de pagamento variadas, com facilidade do crédito para proporcionar tanto uma confiança em relação ao cliente, quanto a satisfação e a garantia que eles possam voltar a nos contratar e indicar para outras pessoas.

Queremos que todos os clientes saiam satisfeitos e saibam que podem contar conosco para realizar os próprios sonhos, por isso ofereceremos diferenciais tal como ter uma garantia em relação ao serviço utilizado.

3.2.5. Concorrência Ampla

Abrangendo concorrência ampla, analisaremos nossos concorrentes indiretos, que são classificados como concorrentes informais para a nossa mesma prestação de serviço.

A nossa maior concorrência ampla são os Trabalhadores Informais, como pedreiros que fazem reparos, serviços elétricos, hidráulicos e de canalização, onde cobram valores muitas vezes não tabelados, onde a precificação dos serviços torna-se muito popular.

Segundo Euclésio Manoel Finatti – Coordenador do Comitê de Combate à Informalidade, fazendo um comparativo entre o total de trabalhadores ocupados na Indústria da Construção (PNAD-IBGE) com os trabalhadores formais (RAIS-MTB) nota-se que o percentual de informalidade aos trabalhadores da construção civil gira em torno de 75% a 85% dentre os período de 2001 a 2004.

Números da informalidade no setor da construção civil no

- Total de 5,3 milhões de pessoas ocupadas (empregados, autônomos, empregadores, auto-construçãoetc) na construção civil;
- 2,6 milhões de pessoas eram autônomos, empregadores e envolvidos com auto-construção;
- 2,7 milhões estavam empregados;
- Apenas 45% das 2,7 milhões de empregados no setor trabalhavam com carteira assinada. Brasil (IBGE, 2004)

O pedreiro informal é um dos nossos maiores concorrentes, com um percentual de até 85% de fatia de mercado.

Acreditamos então que este percentual significativo é devido o valor dos serviços cobrados não incluir as taxas de impostos, o que torna a contratação deste profissional mais confortável, como nossa empresa trabalha sob regime de emissão de contrato para prestação de serviço, tornam-se assegurados por leis, o que demanda direto e deveres entre ambas as partes.

Temos hoje também empresas mais conhecidas como “maridos de aluguel”, que trabalham no mesmo ramo da nossa empresa e representam 15% da nossa concorrência indireta. Partindo deste mesmo princípio, temos as construtoras de médio porte que oferecem também serviços de arquitetura e construção de ambientes.

A Internet é também um dos nossos grandes concorrentes, visto que a procura de profissionais informais é cada vez mais acessado nas redes, também a oferta por estes serviços torna-se mais acessível, prático e rápido via web.

Como última variável de concorrentes, analisamos com um percentual de até 5%, as pessoas que não contratam profissionais informais, como pedreiros, tão pouco, empresas especializadas no mesmo setor. Essas pessoas executam reparos em suas residências por vias próprias, onde denominamos no gráfico X – Chart como “Gatos”.

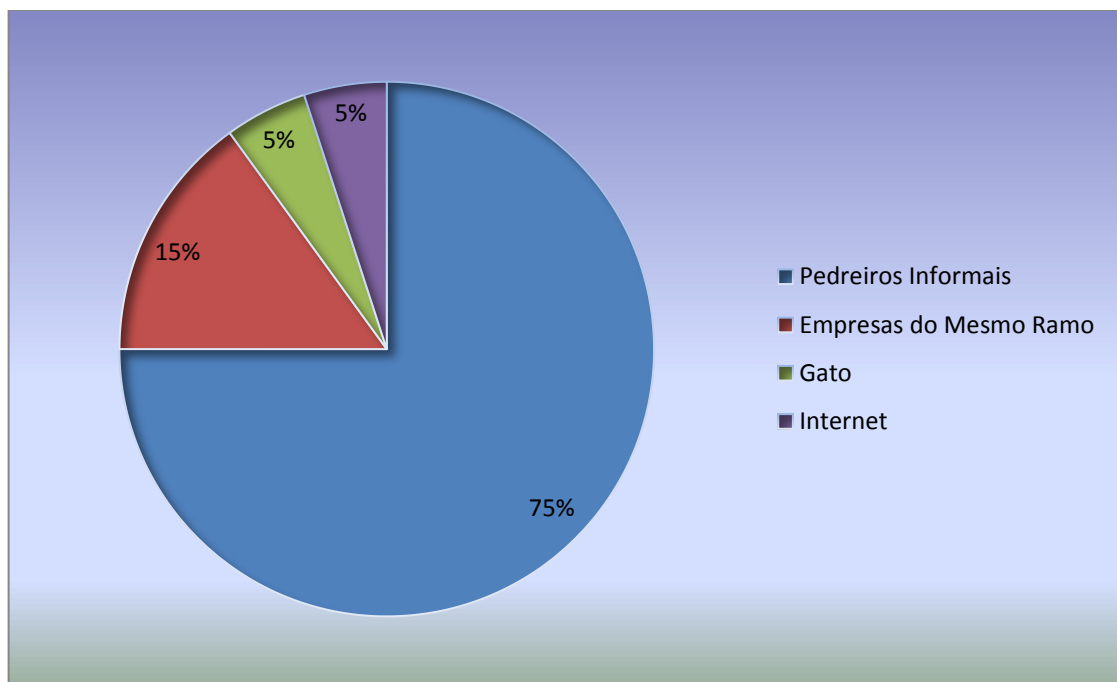


Figura 22 – Gráfico X – Chart – Análise Concorrência Ampla

Fonte: Ligia Ribeiro, 2013

3.2.6.1 Matriz BCG - Nosso Serviço e Concorrentes

Tabela 24 - Classificação das Empresas na Matriz BCG

EMPRESA	PQM Praquemarido	Dr. Tudo	Faz Doutor Resolve	Trabalhadores Informais	Gatos	Ricardão
ZONA	4	2	3	4	4	1
RENTABILIDADE	3	2	3	3	4	1
FLUXO CAIXA	3	2	4	4	3	1
ESTRATEGIA	3	1	3	4	4	4

Fonte: Aline Rodrigues, 2013

3.2.6.1.1 PQM - Praquemarido

Com um portfólio de serviços grande, trata-se de um concorrente que já tem uma boa clientela e conquistou ótimo espaço no mercado, com um Market share muito bom e oferecendo serviços aos clientes com qualidade, mas com um preço consideravelmente alto, já que cobram pelas novidades e sabem que não tem ainda um concorrente à altura. Tem um fluxo de caixa e um movimento financeiro alto, mostrando que são fortes no mercado, o objetivo deste concorrente é barrar qualquer empresa que represente ameaça, o que eles querem e se manter no topo.

3.2.6.1.2 Dr. Faz Tudo

Com muito tempo no mercado, mas sem inovações o Concorrente Dr. Faz Tudo não conseguiu reter os clientes e perdeu muito mercado para as outras empresas, conseqüentemente está com uma situação financeira ruim e precisa se reinventar, tanto no portfólio de serviços pensando no que o cliente quer, quanto no que diz respeito à própria construção civil, acompanhar tendências de materiais e acabamentos, e também contratar pessoas que ajudem a superar esta falta de

inovação. É evidente que caso esta empresa não tome atitudes o mais rápido possível, não conseguirá continuar atuando no mercado, é importante que tome atitudes o quanto antes.

3.2.6.1.3 Trabalhadores informais

Uns dos maiores concorrentes que enfrentamos são os trabalhadores informais, pessoas que trabalham sem preço tabelado, têm uma relação direta com o concorrente, e na maioria das vezes tem um marketing feito pelos próprios clientes. Certos trabalhos são feitos por confiança, em que os clientes conhecem bem a pessoa que está fazendo o serviço. Com a popularização da internet a concorrência direta de 85% é ainda mais influenciada, as pessoas conseguem encontrar estes profissionais com mais facilidade.

3.2.6.1.4 Gatos

Os “gatos”, denominação para as pessoas que fazem os trabalhos de construções e reparos em sua residência ou de outros por vias próprias, são pessoas que, mesmo não demonstrando conhecimento técnico em certos serviços, o fazem do jeito deles, acreditando que, além de economizar dinheiro, poderão ter a oportunidade de fazer da sua própria maneira. Também preenchem uma porcentagem de 5% da fatia, é uma porcentagem considerável, pois neste ramo cheio de opções, devemos considerar qualquer porcentagem como significativa.

3.2.6.1.5 Doutor Resolve

Este concorrente, diferentemente do DR Faz Tudo, se mantém no mercado com certo Market share, mas ainda vive sem muitas novidades quanto aos serviços

oferecidos, por oferecer um bom preço e um bom serviço, e além disso ter conquistado os clientes mais fiéis e antigos, consegue se manter no mercado. Este concorrente também deve se reinventar e procurar oferecer novidades aos clientes, e além disso investir em marketing e na aparência da empresa diante dos clientes que é algo fundamental para aumentar as vendas e o lucro.

3.2.6.1.6 Ricardão

Com o objetivo de conquistar os clientes e oferecer exatamente o que eles desejam e precisam no ramo de construções, reformas e reparos, ainda somos uma criança prodígio, já que temos propensão a conquistar o sucesso, ou fracassarmos. Queremos conquistar e agradar até os clientes mais exigentes, vamos oferecer preços justos e combos que possam atrair clientes que não querem se preocupar, nem tem tempo disponível. Além disso, investir na imagem da empresa diante dos clientes é fundamental, ou seja no marketing direto e de boca-a-boca, que trás muito mais retorno. Pelo fato de não termos conquistado uma gama de clientes, ainda começamos devagar e com o caixa negativo, já que o lucro vem do trabalho e demora certo tempo. Vamos investir muito na nossa empresa, para que ela cresça e venha a dar resultados positivos.

O Gráfico abaixo representa nossos índices de Zona, Rentabilidade, Fluxo de Caixa e Estratégia de âmbito amplo de todos nossos concorrentes.

Os índices apresentados incluem tanto nossos concorrentes diretos, como as empresas PQM, Dr. Faz Tudo e Dr. Resolve, bem como nossos fornecedores informais denominados como Trabalhadores Informais e Gatos a qual simboliza as pessoas que não fazem contratação destes serviços.

Gráfico Bolha
Matriz BCG - Análise de Concorrência

EMPRESAS	NOME	ZONA	RENTABILIDADE	FLUXO DE CAIXA	ESTRATÉGIA
1	PRA QUE MARIDO	4	3%	3	3%
2	DR.FAZ TUDO	2	2%	2	1%
3	DR.RESOLVE	3	3%	4	3%
4	TRABALHADORES INFORMAIS	4	3%	4	4%
5	GATOS	4	4%	3	4%
6	RICARDÃO	1	1%	1	4%

Fonte: Ligia Ribeiro, 2013

Figura 23 – Gráfico BCG Concorrência Ampla



Fonte: Ligia Ribeiro, 2013

3.2.6.1.2 Matriz BCG de Micro Ambiente e Portfólio de Serviços

3.2.6.1.2.1 Produto Estrela – Eletricista

O eletricista é um profissional capacitado para montar estruturas elétricas residenciais e industriais, tais como: renovação de fios e cabos de chuveiros, revisão e adequação de quadros gerais e parciais de força e luz, redimensionamento de circuitos, cabos e disjuntores, etc. São serviços que devem ser realizados por profissionais e a maioria das pessoas não se ariscam ou não devem fazer sem um conhecimento maior, pois é muito perigoso e o risco é muito grande se o local não for bem isolado, deve ser feita a medição correta, além do mais os eletricistas tem cursos de segurança de instalação em serviço de eletricidade e utilizam o equipamento correto com os devidos EPIS's indicados.

A procura por profissionais na área é alta e o número de profissionais qualificados é insuficiente.

3.2.6.1.2.2 Produto Estrela - Instalação/ Manutenção de Ar Condicionado

Executamos a instalação completa de ar condicionado, criação de infraestrutura para instalação e manutenção geral. Com o aquecimento global, as estações climáticas mais quentes estão com temperaturas mais elevadas. As pessoas já não estão suportando tanto calor.

A procura para a instalação e manutenção nas estações climáticas mais quentes está cada vez maior, é um serviço que tende a crescer.

3.2.6.1.2.3 Produto Abacaxi - Chaveiro

Com a necessidade de um segurança cada vez melhor, criou essa profissão para as pessoas se sentirem cada vez mais seguras ou restringir o acesso de seu bem para outros, mas a tecnologia esta cada vez mais invadindo essa profissão. Hoje vemos fechaduras residências e comerciais com acesso não por chave, mais sim por senhas, leitura de cartões e até por digitais (biométricas). Podemos também abrir e fechar as portas de um veículo simplesmente com um toque em um botão.

3.2.6.1.2.4 Produto Vaca Leiteira – Pintor

Especialistas em pinturas de ambientes internos e externos. Com certeza é um dos serviços mais solicitados, pois a pintura é um dos tipos de acabamentos que precisa de manutenção constantemente. Além disso, as pessoas estão cada vez mais preocupadas com a decoração, em que os ambientes são pintados de cores e formas diferentes de acordo com os móveis e outras preferências.

3.2.6.1.2.5 Produto Criança Prodígio - Serviços Básicos

Realizamos serviços básicos como: Instalação de varal de teto, metais sanitários, espelhos, quadros na parede, limpeza de calhas e instalações diversas.

Foi-se o tempo, dos maridos ou familiares realizar esse tipo de serviço. Criamos esse serviço, pois como as pessoas passam muito tempo no trabalho e chegam cansadas, e para mulheres solteiras que não conseguem realizar serviço que utilize força física. A procura por esses serviços tem aumentado, à falta de tempo das pessoas e ao aumento de poder aquisitivo das classes B e C também.

3.2.6.1.2.6 Produto Maturidade- Pedreiro

O profissional que constrói ou reveste muros, paredes, escadas, vigas, lajes, telhados e etc. A procura por profissionais dessa área é cada vez maior e mais difícil de encontrar.

3.2.6.1.2.7 Produto Criança Prodígio – Montador

O montador é responsável pelo andamento de atividades para permitir a execução de trabalhos. O serviço de montagem engloba: conferência de mercadorias, habilidade e cuidados quanto a desenhos técnicos mecânicos, assim como manejo com ferramentas, conhecimento com plataformas, módulos e acessórios, armazenagem e separação de produtos, análise detalhada de peças antes da entrega para o cliente, avaliação do local e espaço necessário para instalação, correções ou manutenção de moveis, informar ao cliente final os cuidados necessários com a peça ou manuseio correto antes de utilizar o produto adquirido. Esta prestação de serviço é algo comum, que não necessita de treinamento periódico, porem é indispensável.

3.2.6.1.2.8 Produto Vaca Leiteira- Encanador/ Hidráulica

O encanador atua em atividades relacionadas à operação. Nossa empresa atua no mercado com a captação fluvial, limpeza de canos, instalação de tubulações, abertura de estruturas, fixação de suportes e acomodação de válvulas,

ralos e registros, torneiras, canos, aparelhos sanitários, projeto e preparo de instalações manuais, cortes, dobramentos, emendas de fontes, verificação de vazamentos, entupimentos. Porém para efetuar essas ações corretivas, preventivas e de manutenção, é necessário conhecimento, experiência e estudo de projeção, dimensão e especificação de materiais, pois é necessário utilizar instrumentos de medição, pressão, régua e nível, marcam a posição, grau de tubulações como, por exemplo: água, esgoto, redes fluviais, bocas-de-lobo, bueiros, canos, torneiras, instalação sanitária, entre outros.

Esse tipo de serviço pode ser considerado vaca leiteira, pois é bem requisitado no mercado, sempre está em alta, exige grandes investimentos quando a treinamentos, produtos e apetrechos, no entanto, as pessoas sempre precisam de ajudas com esses tipos de serviços.

3.2.6.1.2.9 Produto Abacaxi – Gesseiro

O profissional gesseiro confecciona e compõem peças em gesso, peças delicadas e sofisticadas conforme o ambiente e pedido de decoração do cliente, revestimentos de paredes e tetos com placas pequenas ou painéis grandiosos com gesso, montagem de divisórias com blocos de gesso, moldagem e aplicação de peças diferentes, orientando-se por desenhos específicos das peças, utilizando instrumentos e ferramentas apropriados. Ele rebaixa, decora paredes, tetos, edifícios ou construções, verifica a qualidade das peças e gravuras para estabelecer a ordem correta de aplicação. Utilizamos placas misturando com camadas finas de pasta em gesso, quantidade adequada de água e moldes. Rejuntando com auxílio de arames as placa para obter um acabamento final.

Serviço considerado abacaxi, baixa quota de mercado, rentabilidade pouca, devido a empresas especializadas somente nesse tipo de serviço, produto caro em relação ao lucro, é cobrado em relação à matéria prima, mão de obra difícil.

3.2.6.1.2.1.0 Produto Estrela - Azulejista/ Especialidade em azulejo.

Esse profissional está cada vez mais escasso no mercado, oferece à prestação de serviços tais como: execução de tarefas em ambientes com revestimentos, pisos, porcelanatos, ladrilhos, pastilhas, mosaicos, assoalhos, cerâmicas e outros materiais, acabamentos. No entanto, para a instalação das peças é necessário conhecimentos específicos, por exemplo: principais características de azulejos, formas geométricas, composto da matéria prima de fabricação, tipos de aplicações e técnicas diferenciadas para cada produto em específico, justamente, por isso a nossa empresa conta com profissionais qualificados e experientes por isso é considerado Estrela, exige alta especificidade, pois existem placas especiais que exigem técnicas diferenciadas, hoje existe muita personalização em decoração nesse ramo, que é tendência no mercado.

3.2.6.1.2.11 Produto Vaca Leiteira - Carpinteiro/ Especiais com Madeira, forrados

O trabalho de carpintaria é mais amplo do que imaginamos. Nossa empresa oferece confecção de estruturas e formas de madeira, andaimes, móveis, peças, forros de laje, painéis, proteção de madeira, montagem de portas e esquadrias, limpeza, manutenção, recuperação, lubrificação de formas metálicas ou amadeiradas, criação de objetos em madeiras conforme a necessidade do cliente. É um serviço do tipo vaca leiteira, pois os lucros são altos, os consumidores gostam de produtos específicos com detalhes planejados, personalizados ou até mesmo a reforma de produtos em madeira antigos. Porém o crescimento de mercado é baixo, não é necessário grande investimentos por parte da nossa empresa.

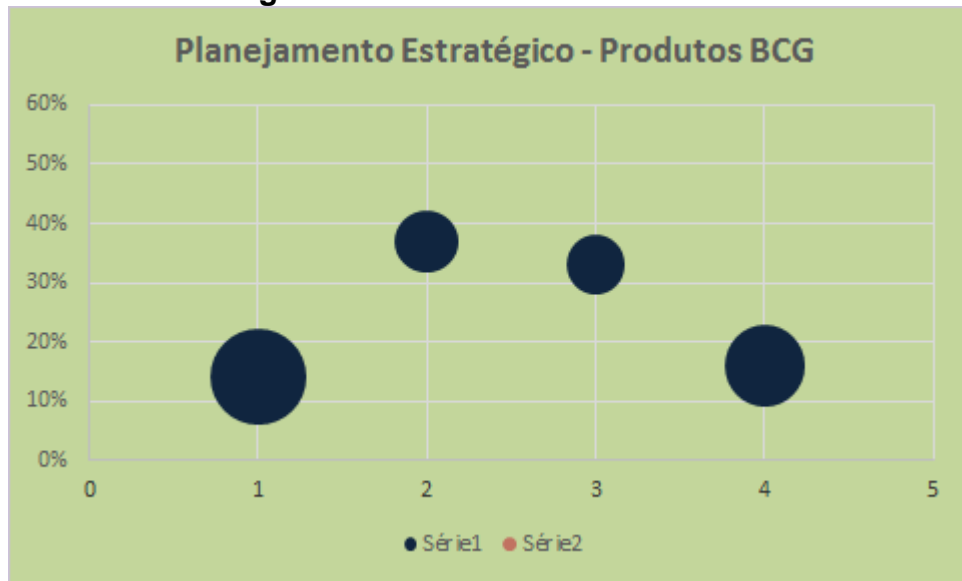
3.2.6.1.2.12 Gráfico bolhas

Tabela 25 - Classificação dos Serviços na Matriz BCG

EMPRESAS	TIPO DE SERVIÇO	CRESCIMENTO	PARTICIPAÇÃO	RENTABILIDADE	INVESTIMENTO	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
1ª	Instalação de Registro de chuveiro	14%	37%	33%	16%	VACA LEITEIRA
2ª	Instalação de Ar condicionado	40%	17%	15%	28%	CRIANÇA PRODÍGIO
3ª	Instalação de caixa d'água	47%	22%	14%	17%	ESTRELA
4ª	Troca ou Conserto de Torneiras	0%	0%	0%	0%	ABACAXI

Fonte: Ligia Ribeiro, 2013

Figura 24 – Gráfico BCG Produtos



Fonte: Ligia Ribeiro, 2013

3.2.6.1.3.1 Análise SWOT

Tabela 25 - SWOT Oportunidades

OPORTUNIDADES

Ambiente Externo

- Empresa com muita vontade de inovar, trabalhar e satisfazer os clientes, atender necessidades ainda não vistas pelos concorrentes;
- Facilidade para fazer mudanças e melhorar em projetos, processos e em outros aspectos;
- Com o pagamento de impostos pelo Simples Nacional conseguimos economizar e de certa forma ter um lucro maior;
- Voltada especialmente à atender as necessidades dos clientes;
- Com a formação parcial de profissionais, conseguimos suprir parte da necessidade de mão-de-obra especializada e capacitada;
- Podemos atrair os clientes que tem uma preocupação maior com o meio-ambiente, pois fazemos o descarte seguro dos resíduos de construção, reformas e reparos;
- Podemos criar uma parceria com os fornecedores, afim de ganhar descontos, obter crédito e criar parcerias;
- Podemos investir em recursos tecnológicos ainda não explorados;
- A terceirização de serviços como serviços jurídicos, contabilidade e marketing da empresa, devem trazer um custo menor para a empresa;
- Podemos construir um marketing voltado ao público-alvo, utilizando ferramentas de baixo custo e grande alcance, como a internet.

Fonte: Aline Rodrigues, 2013

Tabela

26

-

SWOT

Ameaças

AMEAÇAS

Ambiente Externo

- Concorrência muito grande e agressiva na área atuante, com anos de experiência, além de existir muita mão-de-obra informal, nossa maior concorrente;
- Concorrência informal com preços não tabelados e difíceis de competir;
- Com a internet, os trabalhadores informais ganham ainda mais força;
- Se cometermos erros e uma má administração corremos risco de falir;
- Podemos enfrentar problemas para conseguir crédito de bancos, por falta de crédito;
- Dificuldades para encontrar profissionais capacitados no mercado;
- Podemos ser altamente prejudicados por decisões do governo, movimentos da economia, em que os preços de mão-de-obra e de materiais aumentarem mais que o esperado, além de mudança nas leis;
- Sem conseguir parceria com fornecedores pagamos mais caro pelos materiais;
- Os preços dos materiais de construção, que estão altos, podem prejudicar-nos na hora de repassar os preços aos clientes;

Fonte: Aline Rodrigues, 2013

Tabela 27 - SWOT Forças

Ambiente Interno	FORÇAS
	<ul style="list-style-type: none"> • Equipe engajada nos trabalhos e projetos; • Grande leque de serviços que atendem exatamente o que o cliente quer e precisa; • Profissionais qualificados e atualizados quanto a tendências do mercado; • Os juros bateram um índice muito baixo em muito tempo, incentivando os empréstimos a prazo; • A quantidade de mulheres na região em que atenderemos (um fator do nosso público alvo) chega a ser maior que a quantidade de homens; • Sem intermediários, conseguimos ter uma relação melhor e mais direta com os clientes; • Com o aumento do salário e poder de compra dos brasileiros, consideramos que as pessoas consumirão mais e contratarão serviços que antes podiam pagar antes; • O Brasil está numa fase de incentivar e ajudar micro e pequenas empresas, podemos tirar resultados bons deste fato; • Com bom marketing e promoções podemos conquistar clientes que se sentem insatisfeitos com as concorrentes; • Nossa marca por ser nova no mercado não possui associação com imagens negativas.

Fonte: Criado por Aline Rodrigues, 2013

Tabela 28 - SWOT Fraquezas

Ambiente Interno	FRAQUEZAS
	<ul style="list-style-type: none"> • Equipe de trabalho ainda pequena, nossa empresa terá grande necessidade de contratação; • Concorrentes já possuem solidez do ramo, conhecimento do mercado e os clientes que já conhecem a marca; • As experiências dos concorrentes no mercado contribuem para eles manterem os preços estáveis • Teremos que contratar mão-de-obra terceirizada, quanto a Engenheiros e Arquitetos, pois ainda não temos capacidade de absorver estas contratações; • Será muito difícil combater nosso maior concorrente, a mão-de-obra informal ou “gatos”; • Com objetivos de marketing bem definidos os concorrentes tem a oportunidade maior de reter os clientes.

Fonte: Aline Rodrigues, 2013

4.1 Análises da Concorrência

Procuramos identificar concorrentes existentes no local que a empresa será instalada, que será em São Bernardo do Campo, em um raio de 25 km. Verificamos a existência de negócios semelhantes, tais como: prestadores de serviços, empreiteiros e profissionais liberais.

Concorremos com grandes empresas que funcionam no formato de franquias e estão presentes em diversas regiões do país. Essas empresas já são bem conhecidas no mercado, temos também os clientes que consideram esses serviços dispensáveis e que podem ser realizados por membros da família.

A concorrência entre as empresas geralmente assume a forma de disputas em publicidade, preços, produtos diferenciados, aumento da quantidade e qualidade de serviços ao cliente. Essa rivalidade que ocorre na indústria é fruto da percepção da empresa de possíveis oportunidades para melhorar a posição existente (PORTER, 1989).

Tabela 29 – Análises de critérios

Critérios	Empresas		
	1	2	3
Experiência	3	3	3
Força da marca	4	5	5
Qualidade do produto/serviço	4	3	4
Localização de 25m ² da Ricardão	5	5	5
Atendimento ao Cliente	4	2	4

Fonte: Criado por Juliana Denleschi, 2013 - baseado em pesquisa junto aos empreendimentos citados. Critérios Avaliados de 0 a 5

4.1.2 Empresas Analisadas

1. PQM - Praquemarido
2. Dr. Resolve
3. Dr. Faz Tudo

A análise de concorrência foi realizada através de uma pesquisa junto às empresas citadas na Tabela 29 – Análises de critérios. As concorrentes analisadas são novas em atuação, possuem 3e entraram no mercado quando estava aquecido e com amplo crescimento, com isso identificaram a oportunidade e cresceram de forma rápida. Todas receberam pontuação três na experiência, pois são novas no mercado.

No ramo de construção e reformas as empresas analisadas são as mais conhecidas no mercado, pela força da marca e quantidade de franquias espalhadas pelo Brasil, o que faz as empresas ganharem a confiança do cliente, no critério força da Marca às empresas Dr. Resolve e Dr. Faz tudo receberam pontuação cinco, pois possuem muitas franquias e o nome já é bem conhecida, a empresa PQM recebeu pontuação quatro por não ser tão conhecida nacionalmente como as demais.

Na busca para identificar qualidade nos serviços realizados tentamos saber a opinião dos clientes sobre essas empresas, em sites onde as pessoas comentam sobre o bom atendimento e até mesmo no “Reclame aqui”, a PQM e Dr. Faz Tudo receberam quatro, pois o numero de reclamações é muito menor do que a Dr. Resolve, que não atende nem responde todas as reclamações dos clientes.

Solicitamos algumas informações das empresas como estudantes e nenhuma empresa respondeu nossas questões, após isso solicitamos orçamento para a colocação de piso em 40m² nas três empresas acima indicadas, a Franquia Doutor Faz Tudo e PQM respondeu os e-mails, além disso, as Franquias já encaminharam minha solicitação diretamente para franquia mais próxima da residência indicada, o motivo da Dr. Resolve ficar com dois pontos abaixo no critério atendimento ao cliente seria porque a empresa não entrou em contato após minhas tentativas por telefone e e-mail.

4.1.2.1 PQM - Praquemarido

A Praquemarido, empresa ligada à holding de franquias multissetoriais SMZTO Participações. Criada há 10 anos com o objetivo de atender às necessidades do mercado de manutenção e reformas, já conta com mais de 130 franquias comercializadas em 18 Estados brasileiros, com três anos de atuação no mercado de franquias.

A Praquemarido é a empresa pioneira em Franquias de Manutenção Predial e Reformas. Em 2011, a rede Praquemarido faturou R\$ 16,8 milhões, e a estimativa é que no ano de 2013 esse valor dobre, trabalhando com margem de lucro de 18% a 34%.



Figura 25 – Fachada da Empresa Pra que Marido

Fonte: Praquemarido de Santo André

Depoimento do cliente Elk David (Gerente de TI) de São Paulo encontrado no site da empresa: "Não tinha tempo de executar as manutenções que a minha casa demandava. Encontrei na PQM e tudo se resolveu!", porém no site Reclame Aqui,

encontramos diversas reclamações, tais como: “ Falta de atenção com o cliente”, “Serviço mal executado, os funcionários não chegaram no horário combinado, estavam irritados e nervosos. Realizaram um péssimo serviço e sequer finalizaram a obra”, “Pegaram meu dinheiro e depois fecharam a loja” entre outras reclamações, outro ponto importante é que apenas 50% das reclamações foram resolvidas.

4.1.2.2 Doutor Resolve

A franquia Doutor Resolve foi fundada em 2010, e ganhou um grande impulso inicial com o crescimento da construção civil. No ano de 2012, a rede de franquias teve um crescimento de 30%, com o total de 600 unidades e a expectativa é que no ano de 2013 mais 150 lojas de reformas e reparos sejam abertas, além de iniciar a expansão na América latina.

No site “Reclame Aqui” foram encontradas diversas reclamações, desde serviços mal executados á não cumprimento dos serviços combinados no contrato, porém como mostra abaixo, todas as reclamações foram atendidas.

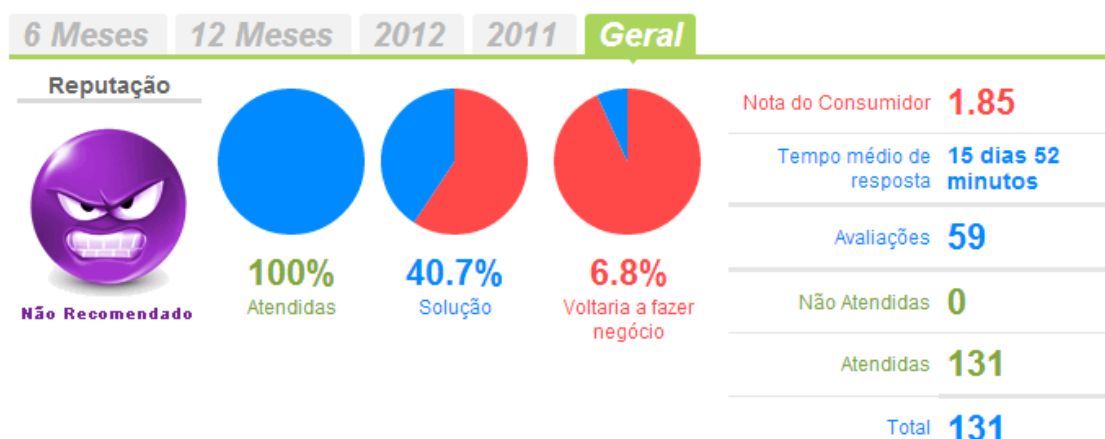


Figura 26 – Índice de reclamações da empresa “Doutor Resolve”

Fonte: Site Reclame aqui, 2013

Os profissionais contratados realizam desde reparos emergenciais e até reformas que são planejadas. Os preços dos serviços variam de região para região.



Figura 27 – Fachada da Empresa “Doutor Resolve”

Fonte: Site DR resolve

Segundo o fundador do Doutor Resolve, Paulo Pinto, “Reparos elétricos e hidráulicos são os mais solicitados. O cliente compra o material e nós fazemos a instalação. Em alguns casos, os franqueados auxiliam o cliente nessa aquisição”.

4.1.2.3 Doutor Faz Tudo

A Dr. Faz tudo líder nacional em sua área de atuação com mais de 1.200 franqueados e 500.000 alunos no Brasil e no exterior. A Franquia Doutor Faz Tudo existe desde 2009 com rede em franquias de construção e reformas.

“É a única franquia brasileira parceira dos Doutores da Construção, um aglomerado de indústrias que capacita profissionais da construção civil para utilizarem com mais eficácia e qualidade seus produtos”. (Franchisekey, 08 de maio de 2013).

Além disso, das três empresas analisadas a única que mostrou interesse sobre o ambiente mais sustentável, a Dr. Faz tudo tem um blog que dá várias dicas sobre formas para economia dos recursos e matérias ecologicamente corretos.



Figura 28 – Fachada da Empresa “Doutor Faz Tudo”

Fonte: Site Dr. Faz Tudo, disponível em:[http:// www.drfaztudo.com.br](http://www.drfaztudo.com.br)

4.2 Seleção de Mercado Alvo

4.2.1 Mapas de Percepção

4.2.1.1 Aspecto Analisado: Ambiente

Tabela 30 –Preços X Qualidade

Marca	Ricardão	PQM (Pra quê Marido)	Dr Resolve	Dr Faz Tudo
Preço	1	-1	-2	0
Qualidade	0	0	1	2

Fonte: Autora Aline Rodrigues, 2013 baseado nos dados de Análise de Concorrência

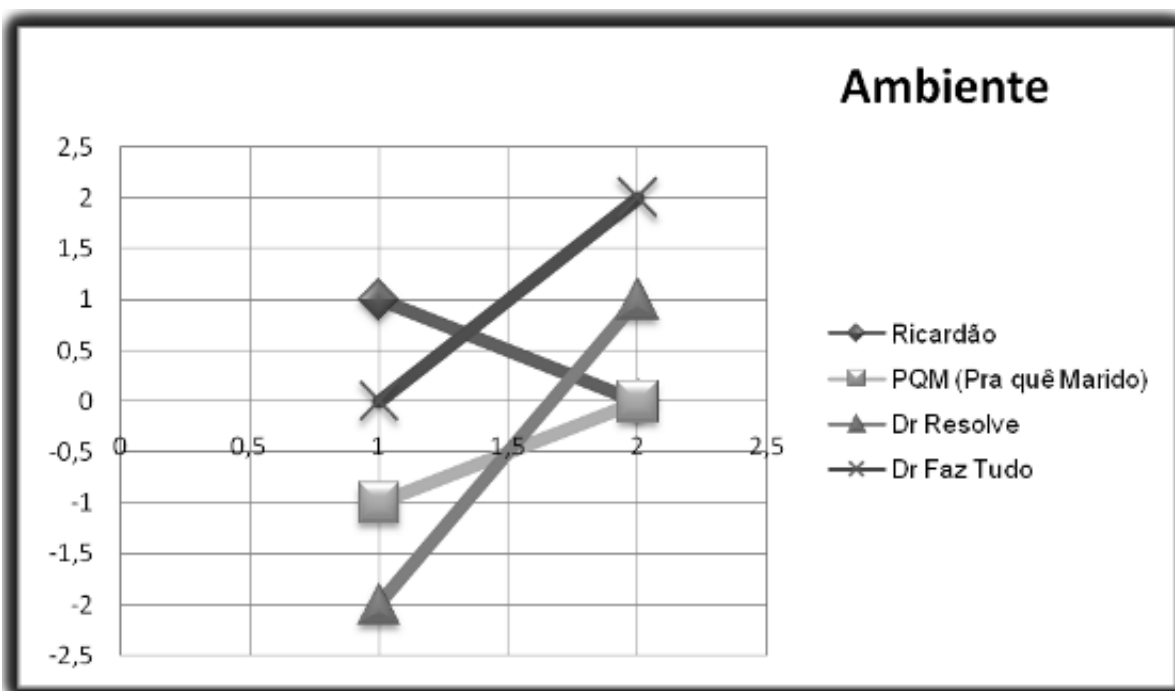


Figura 29 – Gráfico de Percepção Análise de Ambiente

Fonte: Criado pela autora Aline Rodrigues, 2013

Tabela 31– Escala de Classificação - Ambientes

Escala	
Péssimo	-2
Regular	-1
Médio	0
Bom	1
Excelente	2

Fonte: Criado pela autora Aline Rodrigues, 2013 baseado nos dados de Análise de Concorrência

A Ricardão oferece um bom preço para os clientes, a qualidade é considerada média, visto que muitos clientes ainda não conhecem a marca; já a empresa PQM tem um preço considerado caro, por ter franquias os preços são tabelados e não se consegue facilmente descontos, tem qualidade na prestação de serviços mediana, consegue reter os clientes pelo conhecimento da marca somente, mas deve ter cuidado com os clientes que saem insatisfeitos.

A empresa Dr. Resolve possui uma cartilha de serviços ampla, com empresas espalhadas em muitos lugares, é uma marca conhecida e considerada de boa qualidade nas prestações dos seus serviços, mas o preço é considerado caro em comparado com as outras empresas, se o cliente fizer uma breve pesquisa de preços preferirá optar por um serviço menos custoso. A empresa Dr. Faz Tudo está bem cotada no mercado, além de oferecer serviços de excelente qualidade e ter uma marca forte, tem um preço dentro das medias em relação às outras empresas.

4.2.1.2 Aspecto Analisado Market Share

Tabela 32 – Construção X Reparos e Reformas

Marca	Ricardão	PQM (Pra quê Marido)	Dr Resolve	Dr Faz Tudo
Construção	-1	1	0	2
Reparos e Reformas	0	2	2	1

Fonte: Criado pela autora Aline Rodrigues, 2013 baseado nos dados de Análise de Concorrência

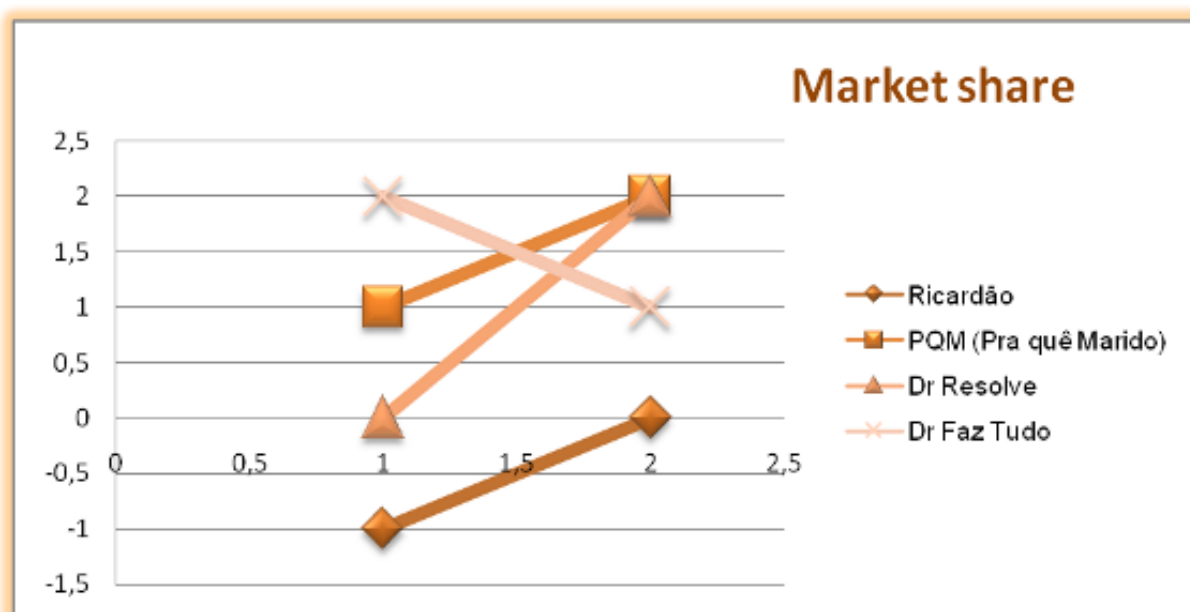


Figura 30 – Gráfico de Percepção Market Share

Fonte: Criado pela autora Aline Rodrigues, 2013

Tabela 33 – Escala de Classificação – Market Share

Escala	
Péssima demanda	-2
Demanda regular	-1
Média Demanda	0
Boa demanda	1
Excelente demanda	2

Fonte: Criado pela autora Aline Rodrigues, 2013 baseado nos dados de Análise de Concorrência

A Ricardão possuirá uma maior demanda em reparos e reformas em relação a construção, por ainda termos uma sede pequena e dispormos de poucos funcionários, o ideal é que comecemos atendendo à esse tipo de demanda, reformas e reparos além de serem muitos, podem ajudar a espalhar o conhecimento da nossa marca à propensos clientes.

A empresa PQM que possui uma gama de clientes ampla e também está no mercado a alguns anos, possui mão-de-obra disponível para atender as demandas tanto de construção quanto de reforma, mas concentra maior parte de suas atividades em reformas e reparos onde obtém maior parte dos serviços e lucro, além disso consegue alguns grandes clientes na área de construção.

A empresa Dr. Resolve também concentra suas atividades em construção e reforma, obtendo a demanda de serviços de construção mediana, tem uma mão-de-obra em quantidade desejável e consegue atender os clientes com serviços rápidos. Já a empresa Faz Tudo, tem sua demanda em construção um pouco maior do que a de reformas e reparos, conhecida no mercado pela qualidade, consegue um bom *Market share* neste segmento.

4.2.1.3 Aspecto Analisado Relação da marca com os funcionários

Tabela 34 – Atração e Retenção X Comprometimento do funcionário

Marca	Ricardão	PQM (Pra quê Marido)	Dr Resolve	Dr Faz Tudo
Atração e Retenção	0	1	1	2
Comprometimento do funcionário	1	-2	-1	1

Fonte: Criado pela autora Aline Rodrigues, 2013 baseado nos dados de Análise de Concorrência

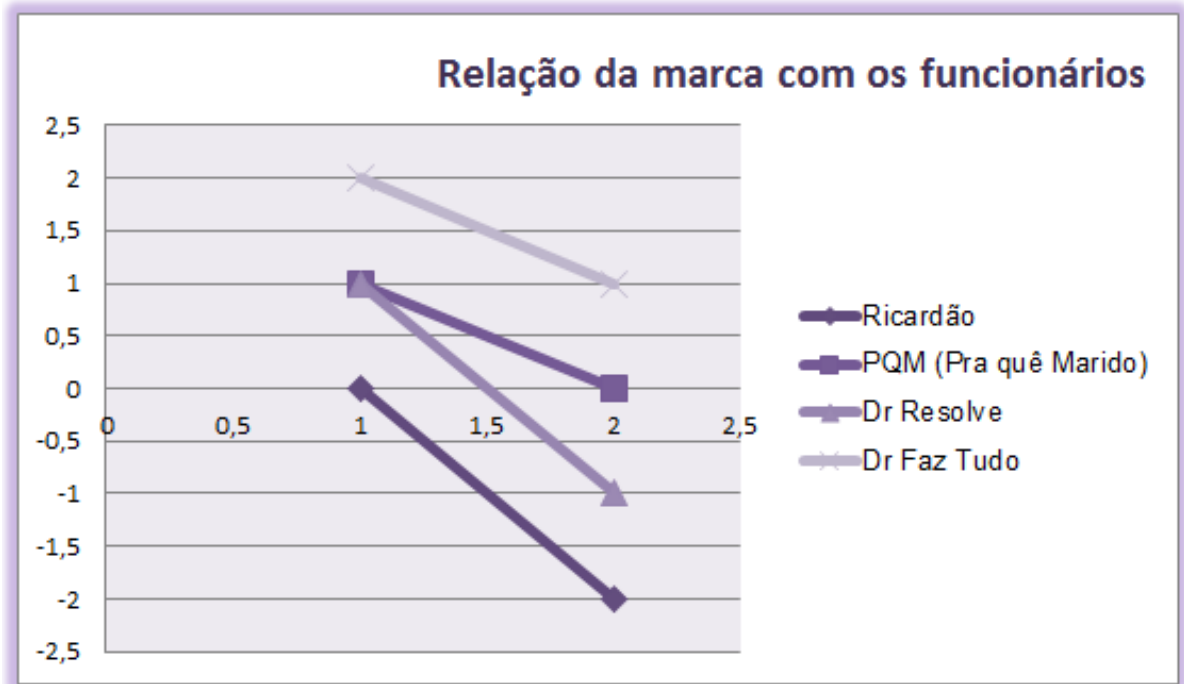


Figura 31 – Gráfico de Percepção Relação da marca com os funcionários

Fonte: criado pela autora Aline Rodrigues, 2013

Tabela 35 – Escala de Classificação – Relação da marca com os funcionários

Situação	
Péssima	-2
Regular	-1
Média	0
Boa	1
Excelente	2

Fonte: Criado pela autora Aline Rodrigues, 2013 baseado nos dados de Análise de Concorrência

Nossa empresa tem um nível de atração e seleção mediano, pois ajudamos a formar profissionais, isto de certa forma atrai as pessoas, mas por trabalhamos com uma mão de obra que requer atenção, deste modo temos que trabalhar motivando os profissionais, afim de retê-los.

A PQM possui um nível de atração e retenção boa se comparado a empresas deste ramo onde o desafio é encontrar mão de obra especializada, porém o comprometimento dos profissionais é considerado péssimo, são profissionais pouco

engajados, que não entendem que representam não só a prestação de serviço individual quanto o nome da empresa.

O Dr. Resolve consegue formar os profissionais na área, porém os profissionais também cometem os mesmos erros que os da PQM: chegam atrasados na obra, fazem o serviço mal feito e conseqüentemente, acabam por prejudicar a imagem da empresa.

A Dr. Faz tudo tem uma grande vantagem em relação a profissionais além de formarem da base, conseguem agregar aspectos de responsabilidade aos funcionários, com bons benefícios e salários isso ajuda a reter os profissionais durante certo tempo.

As pessoas que escolherão nossa marca são aquelas que precisam fazer desde reformas consideráveis, até pequenos reparos elétricos, hidráulicos ou de acabamento. Com um leque de serviços amplo, queremos atingir os variados tipos de necessidades dos nossos clientes. Nos preocuparemos principalmente com o bem-estar e comodidade, oferecendo desde o combo completo incluindo a mão de obra e os materiais, para os clientes que gostam de pagar pelo melhor sem precisar se preocupar com absolutamente nada. Também há aqueles que preferem escolher e comprar os materiais, nos consultando apenas para a mão-de-obra especializada e de qualidade.

Entendemos que os nossos clientes serão pessoas adultas, mulheres mais do que homens e com um poder aquisitivo médio, moradores da região metropolitana do ABC e São Paulo, que se preocupam com o bem-estar familiar e com a aparência da sua residência. Nossos serviços são indicados para aqueles que não têm prática com trabalhos específicos como reparos hidráulicos e elétricos em uma construção. Nossos clientes preferem em resumo contratar a fazer eles mesmos, tanto pela questão de segurança, quanto comodidade e garantia de serviço bem feito. Para nossos clientes, é importante investir no imóvel da família, pensando no médio e longo prazo, uma das características deste público também é fazer reparos e reformas corretivas e não preventivas.

4.3 Diferenciação

Somos referência de diferenciação no mercado de construção civil, devido à praticidade e agilidade dos nossos serviços em pequenas e médias construções.

A nossa referência de diferenciação no mercado está atrelada principalmente ao tempo de espera das pessoas e empresas na conclusão do serviço, e disponibilidade de profissionais ligados ao mercado da construção civil.

Trabalhamos com uma equipe tecnicamente preparada e com habilidades específicas para atendimento e resolução dos seus problemas de Arquitetura, Canalização, Elétricos e Hidráulicos.

A nossa empresa é estabelecida em fórum legal, pois acreditamos que é de suma importância que os clientes saibam da idoneidade dos nossos serviços, bem como da responsabilidade sócio - ambiental que sempre fez e faz parte do nosso comprometimento a você, cliente.

Dentre os Sete tipos de Diferenciação que são disponíveis hoje, como: Importância, Distintividade, Superioridade, Comunicabilidade, Previsibilidade, Disponibilidade e Rentabilidade; destacamos dois, como sendo nosso marco de diferenciação.

1º Importância – Os nossos serviços prestados são de suma importância ao consumidor moderno, onde o seu trabalho ocupa uma grande parcela do seu tempo diário, bem como pessoas que não são aptas a solucionar pequenos problemas decorrentes de manutenção e consertos em geral.

2º Superioridade – Somos superiores a concorrência, devido à praticidade e comodidade dos nossos serviços. Como um dos exemplos destacados, citamos a compra de toda linha de materiais necessários para construção ou reparo. É necessária apenas uma avaliação dos nossos profissionais, o cliente paga apenas por um percentual de acréscimo que é considerado no valor fechado da obra ou reparo.

4.3.1 Variável de Diferenciação

Nossa empresa enquadra-se dentre as variáveis de Serviço e Pessoal, pois temos como foco principal, a prestação de serviços a pessoas físicas e jurídicas,

com o intuito de construções de pequeno e médio porte, bem como reparos de Canalização, Elétrico e Hidráulico.

Nossa prestação de serviço é efetuada mediante análise das necessidades, e nossos profissionais estimulam um prazo seguro para o final de cada reparo e obra, assim nosso cliente tem exatamente a data início e data fim do serviço prestado.

O cliente pode monitorar a quantidade de dias em que o serviço esta sendo prestado, e caso nossa equipe ultrapasse o dia de conclusão do trabalho, ao qual é mantida em contrato, oferecemos um brinde, que pode ser manutenções extras ou produtos com finalidades domésticas.

Contamos com profissionais altamente treinados, capazes de atender nossos clientes em quaisquer atividades, seja reparo ou construção.

Nossos profissionais são treinados periodicamente, para que ofereçam serviços de alto padrão e alto grau de credibilidade e confiabilidade, somos uma empresa com foco em orientação para nossos funcionários e clientes, com o intuito de comunicar facilmente orientar e facilitar a vida dos nossos clientes.

4.4 Posicionamento da Oferta de Marketing

“Posicionamento é o ato de desenvolver a oferta e a imagem da empresa, de maneira competitiva distintiva e significativa nas mentes dos consumidores-alvos”. (Administração de marketing, Philip Kotler, 2005 – Altas).

Nossos serviços são executados da melhor maneira agilidade e referencia do mercado. Vamos oferecer para nossa clientela a prestação dos serviços de concertos de hidráulica, elétrica, canalização, alvenaria, marcenaria, de pequenas construções e reparos na área de micro e pequenas empresas ou residências com mais agilidade e referência do mercado.

Nossos serviços serão com mais comodidade, pois, os clientes não precisam ir até a loja de materiais de construção para comprar todos os utensílios necessários

para a obra, já que a nossa empresa fornece a compra dos produtos necessários, além disso, fornecemos uma consultoria onde nossos profissionais vão até o local para avaliação do que realmente necessitada de ser comprado e utilizado no projeto, desenvolvendo uma prospecção de valores e custos da obra, assim evitamos desperdícios, e o cliente pagará somente um percentual de acréscimo, mas os clientes não precisam se preocupar com nossos preços serão acessíveis a todo mercado, uma vez que, oferecemos um amplo portfólio de opções e preços disponíveis para consulta.

Nossos contratos serão melhores que dos nossos concorrentes. A Ricardão trabalha com mais facilidade nos pedidos, e entrega no prazo estabelecido conforme acordos e cláusulas. Nossos especialistas recebem treinamentos periódicos e específicos o que proporciona ainda mais qualidade na manutenção e concertos. Os colaboradores têm competência possuem experiências e conhecimento exigidos pela área, são amigáveis respeitosos dignos de créditos. Nós empenhamos no quesito confiabilidade, pois nossos serviços têm consistência e cuidados mandatórios. Nós esforçamos para entender as solicitações e problemas nos nossos consumidores, nós comunicamos claramente e atendemos todos os nossos clientes desde o pedido inicial, projeto e entrega.

“É uma empresa que está ligada com as necessidades dos clientes, que pensa na agilidade das obras, e que dá total confiança e atenção a nós clientes, isso é o diferencial do Ricardão.”

Utilizamos métodos de desenvolvimento de estratégia, em que a nossa marca é trabalhada anúncios, assim divulgamos a personalidade, diferença, a superioridade e outras variáveis para obter o mesmo benefício das concorrentes. Os nossos anúncios mostram qual é a nossa distintividade e desempenho em folhetos e catálogos. Vamos participar de eventos e feiras na área de construção, arquitetura e engenharia civil.

Tabela 36 – Valor ao Cliente

Empresa	Consumidores Alvos	Benefícios	Preço	Perspeção de Valor
Produto	Empresas pequenas,	Segurança, transparência	(Portifólio amplo)	Estratégia por qualidade
Prestação de serviços, Construções pequenas e reparos.	Residências; famílias; Pequenas empresas; {lidar c/ reformas ou reparos}	Praticidade, comodidade e agilidade	Diversificação, negociamos e fazemos análise de custo da obra	{ compromisso c/ o cliente - caso ultrapasse o prazo estabelecido de término da obra, oferecemos brindes. Profissionais qualificado, comunicação fácil.

Fonte: Criado por Jacira de Araújo, 2013

4.4.1 As Sete Estratégias de Marketing

4.4.1.1 Importância

Nos dias de hoje, as pessoas tem uma grande dificuldade em conseguir profissionais adequados para concertos, reparos e reformas. Contudo também verificamos a necessidade, pois, existem pessoas que não sabem como lidar com reformas, como: donas de casa, casais que trabalham e ficam fora durante o dia inteiro, jovens que moram sozinho, entre outros. É fundamental para o tipo de serviços apetrechos certos, ferramentas e conhecimentos técnicos específicos para a área, além de participar de treinamentos.

4.4.1.2 Distintividade

Temos como diferencial, para economia de tempo, material e dinheiro, nosso profissional averigua o local de projeto e faz uma avaliação de custos antes do início das obras evitando desperdícios.

Oferecemos a opção de praticidade, comodidade comprando todo material necessário, por isso o cliente não precisa se preocupar com mais nada. Além do mais caso a conclusão da obra ultrapasse a data estipulada nas cláusulas de acordo com o contrato, nós temos a responsabilidade de oferecer brindes, descontos ou serviços de manutenção mais simples.

5. DADOS DO EMPREENDIMENTO.

5.1 Perfil dos Empreendedores

Pelo presente instrumento particular, **Aline Rodrigues das Neves**, Brasileira, Solteira, Graduada em Administração de Empresas pela Universidade Metodista de São Paulo, Inglês Fluente, Residente na Rua Afonso Braz, 758 – Apto 67 – Vila Nova Conceição, Moema – São Paulo, CPF 354.035.764-66 . Aline Rodrigues é a Gerente Financeira do empreendimento, responsável por gerenciar as atividades de contas a pagar e a receber, tesouraria e custos visando assegurar o cumprimento das obrigações financeiras e recebimento dos créditos da empresa. Tem um perfil altamente analítico, sério e focado em resultados de médio e longo prazo. Contribui de forma excepcional para que a sustentabilidade financeira do nosso empreendimento.

Jacira Sousa de Araújo, Brasileira, Solteira, Graduada em Administração de Empresas, pela Universidade Metodista de São Paulo, Inglês Fluente, Residente na Rua Domiciano Rossi,74 – Apto 32, Chácara Inglesa– São Bernardo do Campo - São Paulo, CPF 335.457.963-58. Jacira Araújo é a Gerente de Relacionamento com Clientes, seu trabalho é focado na base de nossos clientes, a fim de garantir que cada um receba atendimento excepcional com a nossa empresa, ouve nossos clientes para sugestões e melhoria para avaliar situações e fornecer soluções. Tem um perfil bastante empreendedor, gosta de atividades que interaja com pessoas de todos os níveis hierárquica, bastante persuasiva e forte senso colaborativo.

Juliana Denleschi Fernandes Luis, Brasileira, Solteira, Graduada em Administração de Empresas pela Universidade Metodista de São Paulo, Inglês Fluente, Residente na Avenida Cordeiro, 2143 - Brooklin Novo– São Paulo, CPF 381.695.398-03. Juliana Denleschi é a Gerente de Vendas do empreendimento. Seu trabalho tem foco total em desenvolver estudos sobre potencial de vendas por região, visando à ampliação do volume de negócios, bem como acompanhar as

atividades dos concorrentes para recomendar alterações dos objetivos, programas e políticas de venda. Tem um perfil bastante centrado, com foco exclusivo na captação de novos e clientes. Contribui de forma exemplar a nossa empresa, devido seu comprometimento assíduo a organização, bem como sua missão visionária dos negócios.

Ligia Ribeiro de Araújo, Brasileira, Solteira, Graduada em Administração de Empresas pela Universidade Metodista de São Paulo, Inglês Fluente, Residente na Alameda Araguaia, 23 –Barueri, Alphaville– São Paulo, CPF 399.786.357.23. Ligia Ribeiro é Gerente de Suprimentos do empreendimento. Portanto, é a responsável por planejar e supervisionar as atividades de compras dos produtos comercializados pela empresa, visando os melhores custos de aquisição dos produtos para repasse aos seus clientes, bem como controla toda a entrada e saída destes produtos. Ligia tem um perfil altamente comunicativo e focado em redução de custos para o negócio. Contribui de forma eficaz ao nosso plano, pois extrai da nossa base de suprimentos os melhores produtos, aos melhores preços e condições, fazendo com que a prestação dos nossos serviços seja exemplar.

Caio Gonçalves Jardim, Brasileiro, Solteiro, Graduada em Administração de Empresas, pela Universidade Metodista de São Paulo, Inglês Fluente, Residente na Rua Av. Martim Francisco, 463 – Santo André -São Paulo, CPF 325.897.124.88. Caio Jardim, é Gerente de Operações, seu trabalho é o planejamento dos objetivos estratégicos de produção e serviço. Ou seja, é responsável pelas visitas as obras, medição dos espaços a serem trabalhados, controle operacional e vistoria das obras já em execução, bem como responsável pelos orçamentos aos clientes. Tem um perfil agitado, imperativo e gosta de atividades que faça interação com obras e planejamento, sendo assim, o mesmo contribui de forma eficaz ao nosso empreendimento devido a sua grande disponibilidade e paixão pela atividade exercida.

Portanto, os sócios acima têm a constituição entre si de uma sociedade de sócios limitada que se regerá pelas disposições da Lei Nº 8.906 de 04 de Julho de 1.994.

6 COMPOSTO DE MARKETING E BRANDING

6.1 Produto

A empresa realiza serviços de construções e reparos na área de micro e pequenas empresas ou residências.

Para atender nosso cliente vamos estar localizados no endereço, Avenida Senador Vergueiro, 506 – Rudge Ramos, CEP 09600-000. O local tem 60m² divididos em Escritório 1, Escritório 2, Recepção, Sala de Reuniões, Cozinha e WC, além disso, possuímos um depósito para guardar material de construção e ferramentas, o local possui 73,45m².

O cliente pode chegar até a loja e realizar um pré-orçamento, informando o tipo de material que deseja e o serviço que precisa, depois disso, é agendado uma data com cliente para ir até o local, fazer as medidas e verificar o que realmente será necessário realizar.

Após o levantamento das informações, vamos verificar as etapas da obra, a quantidade de funcionários que irão trabalhar na obra e se os mesmos estarão disponíveis na data agendada, fazer o levantamento de materiais que deverão ser comprados para realizar o serviço (a compra é de acordo com o solicitado pelo cliente) levando em conta as medidas e o que será realizado. Ao concluir essa etapa, informamos o cliente sobre os valores, data disponível para agendamento e a quantidade de dias ou horas que a obra ou reforma ficará concluída. O cliente aceitando todas as condições, o contrato é assinado.

Pensamos no conforto do cliente, por isso, realizamos todo o serviço, além de comprar os materiais para a reforma ou construção de acordo com o gosto do cliente.

Intangibilidade: Para usar artifícios para tornar o serviço de alguma forma tangível. Em serviços de reformas e construção entregaremos uma "planta" de como ficará o local após a conclusão do serviço. Para o cliente ter uma ideia de como vai ficar e se basear na planta.

Os serviços prestados são:

Alvenaria: construção, demolição ou reformas em estruturas, paredes, colocação de pisos e azulejos, gesso, madeira, serviços em geral;

Chaveiro: instalação de fechaduras em residências, troca de segredo e cópias de chaves;

Elétrica: instalação de disjuntores, fusíveis, tomadas, interruptores, lâmpadas e quadros de luz; extensões para novas ligações elétricas, instalação e manutenção de chuveiros, torneiras elétricas, ventiladores, condicionadores de ar e de aparelhos eletrônicos (home theater, computador, interfone, antenas, internet, extensões de telefone, etc.); reparos elétricos em geral;

Hidráulica: eliminação de goteiras e vazamentos em geral; limpeza de caixa de água, desentupimentos de canos e calhas, reparos hidráulicos em válvulas, torneiras, sifões e caixas acopladas; instalação de vaso sanitário, ducha higiênica e filtro de cozinha;

Pintura: pintura em fachadas e ambientes internos; pequenos reparos em paredes, portas e janelas;

Diversos: montagem e desmontagem de móveis para mudança; troca de puxadores e dobradiças de armários, estantes e roupeiros; reposição de vidros e telhas; instalação de cortinas e persianas;

Para manter a reforma ou construção sempre com a melhor qualidade possível, além de entregar o local limpo e organizado. Iremos manter um padrão pré-estipulado, dentro de características de qualidade estipuladas para o ramo, onde existira uma pessoa para controle de qualidade com atuação constante, que fica responsável de visitar todas as obras diariamente e inspecionar o local antes da entrega final.

Os serviços realizados possuem garantia de 90 dias. As manutenções realizadas por mau serviço prestado, não haverá cobrança de nenhum valor, não sendo aplicada no caso de mau uso e/ou interferência por terceiros.

A nosso projeto futuro é criar parcerias com lojas de construção que indique nossos serviços para seus clientes.

6.1.1 História da Marca

A marca Ricardão Reformas e Construção esta alinhada com o publico alvo escolhido que foram mulheres, além disso, na análise dos concorrentes percebemos que sua maioria tem marcas voltadas ao seu publico, como por exemplo, as empresas Pra que Marido, Super Marido e Dr. Faz tudo.

A palavra "Ricardão" já está registrada em alguns dos principais dicionários da língua portuguesa, como por exemplo, o dicionário Aurélio. O termo "Ricardão" já é usado pela população brasileira há muito tempo.

A origem do "Ricardão" (palavra) veio do programa Balança Mas Não Cai. No quadro "Primo Rico, Primo Pobre", o Primo Rico sempre se referia ao amante da mulher dele como "Ricardão".

O nome foi escolhido para a marca com a intenção de ajudar mulheres solteiras ou ate mesmo casadas que não tem conhecimento e forca para realizar o serviço e seus maridos não têm tempo ou também conhecimento. A marca não se refere Ricardão como amante, mas como uma pessoa além de seu marido que poderá ajudar em serviços de construção e reformas.

Consideramos o nome Ricardão como de fácil fixação para as pessoas pela origem e motivo do termo, por isso acreditamos que o nome Ricardão Reformas e Construções chamaram muita atenção do nosso publico alvo e também temos conhecimento que as pessoas podem deixar de utilizar o serviço por “ligar” o termo amante com a marca.

Logotipo



6.2 Preço

A atribuição e classificação dos nossos preços são tabuladas levando em consideração algumas variáveis, conforme abaixo:

- Local onde o serviço será prestado – O fator localidade é importante na composição dos nossos preços, pois somos uma empresa brasileira, sediada na cidade de São Bernardo do Campo, onde nosso público de atendimento preferencial são clientes das regiões do Grande ABC – São Bernardo, Santo André, Diadema, São Caetano do Sul e Ribeirão Pires. Clientes que estão alocados em um destes municípios são os de atendimento preferencial, pois alocamos nossos profissionais dentro a região do ABC, bem como podemos absorver outros serviços na mesma região. Clientes cujo a prestação do serviço é em outros pontos ou cidades, como por exemplo Centro de São Paulo, Zona Leste, Zona Norte ou Zona Oeste, cobramos um percentual de 2,5% de frete que é diluído no preço bruto (final) do serviço.
- Mão de Obra Especializada – Nossos profissionais são todos categorizados mediante especialização. Portanto, o tipo e experiência do profissional que o cliente necessita para seu conserto, reforma ou construção é determinante para o preço do seu serviço.
- Margem de Lucro – Conforme nosso estudo de viabilidade econômica, a nossa empresa não apresentaria resultado financeiro atrativo se nossos percentuais de lucro fossem inferiores a uma margem de contribuição de 20%. Entretanto, todo tipo de serviço esta atrelado a um percentual de lucro mínimo de 20%. Este percentual de lucro é passível de negociação apenas para percentuais superiores, não inferiores.
- Margem de Desconto – Nosso percentual de desconto é passível de negociação apenas para obras, reformas e construção, cujo valor final seja superior a R\$ 6.500,00. Serviços categorizados neste valor são beneficiados com desconto mínimo de 1,5%, e valores superiores, conforme tabela abaixo

Tabela 37- Percentual de Desconto

Valor Total Serviço	Percentual Desconto
R\$ 6.500,00	1,5
R\$ 7.500,00	2
R\$ 8.700,00	2,2
R\$ 9.500,00	2,5
R\$ 10.000,00	2,7
R\$ + 10.500,00	3

Fonte: Feito pela própria autora Ligia R Araujo, 2013

Valores de serviços inferiores a R\$ 6.500,00 não sofrem abatimento em seus valores. Os clientes podem ser beneficiados com brindes ou reparos simples como forma de cortesia.

- **Condição de Pagamento** – Pagamentos deverão ser condicionados a prazos de 15, 30 ou 60 dias, não sendo aceitos pagamentos com prazo superior a 60 dias. Trabalhamos com todas as bandeiras bancárias, bem como toda e qualquer forma de pagamento, seja via débito (a vista), crédito (a prazo/ parcelamento), cheques pré-datados para 30 e 60, bem como envio de boletos bancários.
- **Pacotes de benefícios** – Nosso pacote de benefícios esta atrelado ao valor final do serviço, respeitando a margem percentual de desconto mínimo de 1,5 % para obras com valores de R\$ 6.500, e desconto máximo de 3% para obras com valores superiores a R\$ 10.500,00. Para clientes a qual suas obras, reformas ou construção não chega ao valor mínimo de R\$ 6.500,00, nós oferecemos brindes como utensílios domésticos, ou até mesmo pequenos reparos gratuitos na sua residência, desde que o cliente seja nosso parceiro fidelizado a nossa rede no prazo mínimo de 8 meses.
- **Fidelização e Manutenção do Cliente** – Nossos clientes são todos cadastrados em um sistema de fidelização. Os dados principais do cliente, como nome completo, endereço, cônjuge, data de aniversário, estilo da residência (se apartamento, república ou casa) e número de

filhos são informações que fazem parte da nossa base de dados para conhecimento do perfil dos nossos clientes, sabendo dessas informações enviamos no seu aniversário mensagens de parabéns, mensagens de agradecimento pela sua parceria conosco, além de cards promocionais.

6.3 Praça

As nossas instalações contam com atributos de aparência simples, porém confortável inclusive, com design de interior e equipamentos modernos. Todos os nossos colaboradores são de boa índole e aparências, são obrigatoriamente uniformizados, com cartões de visitas que constam dados para disponibilidade a qualquer momento indispensável, sendo assim esbanjamos confiabilidade e habilidade de efetuar os serviços de forma correta e que se precisa.

Escolhemos a Av. Vergueiro, pois é um lugar de fácil acesso e propositalmente proporciona segurança, próximo a pontos de referencias como a igreja do Rudge Ramos ou próximo a Universidade Metodista de São Bernardo do Campo, e apesar de ser uma avenida muito movimentada oferece também mais segurança uma vez que o local é próximo do posto de policia civil e porque existem diversas paradas de ônibus municipais quanto intermunicipais para cômodo dos clientes que vem de outras cidades vizinhas, por exemplo.

Tabela 38 – Endereços

Endereço escritório: Av. Vergueiro, 506 - CEP 09600-000		
Bairro: Rudge Ramos	Cidade: São Bernardo do Campo	Estado: São Paulo
Fone 1: 11 4125-8566	Fone 02: 11 98399-4402	Fax: 098146-25
Endereço depósito: Rua David Pinto - CEP 09750-260		
Bairro: Rudge Ramos	Cidade: São Bernardo do Campo	Estado: São Paulo
Fone 1: 11 4125-8566	Fone 02: 11 98399-4402	Fax: 098146-25

Fonte: Jacira Araújo, 2013

Com o nosso espaço cômodo e pequeno visamos:

- Evitar desperdício de tempo e retrabalho para isso possuímos os arranjos físicos simples de fácil acesso para todos.
- Melhor Progresso de comunicação entre os outros setores;

- Local de trabalho organizado, confortável e limpo.

6.4 Promoção

Nossa empresa vai investir em promoção de vendas, com a distribuição de brindes em eventos relacionados a construção civil, exemplo, as edições da construction Expo 2013 realizada anualmente na cidade de São Paulo no centro de exposições imigrantes que reúne agentes de cadeia de construção como fornecedores de serviço, tecnologias, construtoras, materiais e equipamentos para construção. A feira compõe 05 pavilhões internacionais, salões temáticos. A nossa marca vai ser representada no mercado com credibilidade, segurança e qualidade para os nossos clientes, identificando ainda mais a nossa marca. Vamos também promover nossa empresa através de material promocional como panfletos, distribuição de brindes.. Também iniciaremos campanhas publicitárias, com classificados no Jornal do Diário do Grande ABC e anúncios na Tele lista.

Temos o projeto de promoção de inauguração da nossa empresa justamente com parcerias em lojas de materiais de construção, por exemplo, na compra de determinado produto, o cliente ganha um cupom da nossa empresa como vale desconto para a prestação do serviço. Exemplo: na compra de um chuveiro, o cliente ganha um cupom de desconto para a instalação com a nossa empresa. Ou na compra de determinada marca de tinta (a escolha da loja de materiais de construção) o cliente ganha desconto na prestação de pintura com a nossa empresa. Dessa maneira vamos promover a nossa marca no mercado em parceria com as lojas de materiais de construção em prol de benefícios para ambos. As frequências das nossas campanhas serão 01 vez ao mês e vamos distribuir panfletos 10x14, frente e verso 4x4 em papel couche confeccionado pelo fornecedor Impresso gráfica.

DIÁRIO DO GRANDE ABC

****Anúncio em linhas****

Título mais 2 linhas (3 cm)
Título 16 espaços / Cada linha do texto aprox. 21 espaços.

1 dia útil	R\$ 45,00
1 domingo	R\$ 51,00 cortesia 2ª feira
1 dia útil + 1 domingo	R\$ 86,40 cortesia 2ª e 3ª feira
Cada linha dia útil R\$ 15,00	Cada linha Domingo R\$17,00

Título mais 2 linhas (6 cm) (Somente empregos)
Título 30 espaços / Cada linha do texto aprox. 42 espaços.

1 dia útil	R\$ 84,00
1 domingo	R\$ 99,00 cortesia 2ª feira
1 dia útil + 1 domingo	R\$ 164,70 cortesia 2ª e 3ª feira
Cada linha dia útil R\$ 28,00	Cada linha Domingo R\$33,00

Para sair 7 dias on line R\$ 9,90

Formas de pagamentos:

- Cartão de crédito. (2 x s/ juros).
- Depósito/Transferência bancária
- Boleto bancário se o cadastro for do ABC

Figura 32 - Valor do classificado – Diário do Grande ABC

Solicitado via telefonema colaboradora Vanessa – 11 4435- 8000 - enviado por e-mail: classifacil@dgabc.com.br.

Cotação panfleto: Panfleto de 10x14 cms - couche 90 grs - impressão frente e verso 4x4 cores – 5.000 unidades Valor: 280,00. – Impresso gráfica – Campo Belo / São Paulo.

Cotação Imã de geladeira (justamente por causa do nosso mercado que beneficia donas de casa) Imã - 500 Unidades Com Calendário. Valor: 199,00.

Faremos também a criação de uma pagina no facebook com o nosso da nossa empresa promovendo a nossa marca, publicando diariamente e

compartilhando informações, fotos e para isso, não precisaremos agregar nenhum valor contábil;

Outra forma de promoção é a criação de um site personalizado com informações básicas e divulgação da nossa empresa. O pacote que optamos é básico contratado por uma empresa especializada é editado por web designer, contendo 10 paginas internas incluindo uma homepage, menu contendo: quem somos, valores, serviços, localização, fale conosco, etc. Para essa prestação de serviço iremos desembolsar os seguintes valores:

Tabela de valores - Criação do site	
	Criação e registro: 1X R\$: 380,00
Valor mensal da Hospedagem do site: 19,00 (o primeiro mês é grátis)	
Mensal - Valor mensal da hospedagem do site em 11 meses:	19,00*11 meses = 209,00
Valor mensal da Manutenção do conteúdo do site: 10,00	
Mensal - Valor da manutenção total site em 12 meses:	10,00*12 meses = 120,00
Valor ANUAL do registro de domínio: 30,00	
Anual - valor do registro de domínio do site anual:	30,00
Totalizando Anual = 19,00 (11 MESES hospedagem) + 10,00 (manutenção) + 30,00 (reg. Domínio anual) =	
TOTAL MENSAL R\$: 29,00	
Totalizando ANUAL = 209,00 (hospedagem 19*11meses) + 120,00 (manutenção 10*12 meses) + 30,00 (reg. Domínio anual) =	
TOTAL ANUAL: 359,00	

Fonte: <http://www.inweb.com.br/desenvolvimento/>

A nossa marca tem a identidade visual formalizada por elementos gráficos representados por imagem fotográfica no padrão da nossa empresa, modelo de uniforme industrial.

Camisa operacional:

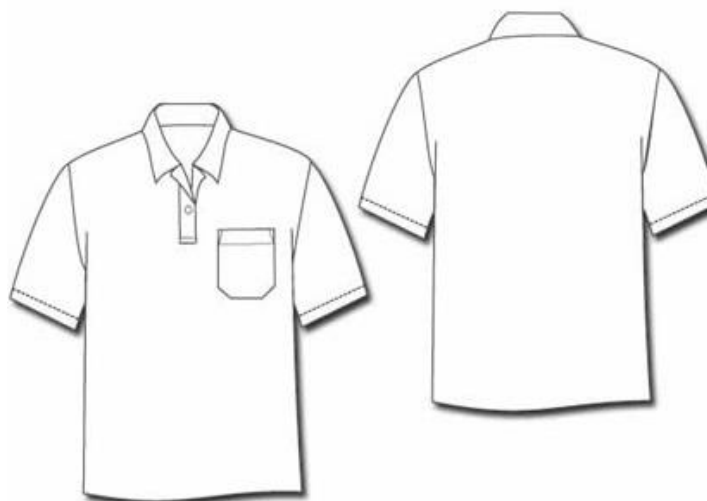


Figura 33 – Uniforme – Camisas.

Características: camisa na cor vermelho, modelo polo em tecido Brin (resistente composto por algodão, linho e fibra sintética confortável, com gola, e um bolso do lado direito, personalizada com o logotipo da empresa bordado;

Calça operacional:

Características: calça ½ elástico, cinturada, em tecido Brin, na cor vermelha, com um zíper no lado frontal, dois bolsos largos na frente e dois bolsos dianteiros.



Figura 34 – Uniforme completo

Varejo acima de 10 peças, valor: 65,00.

Cor vermelha - Polybrin:

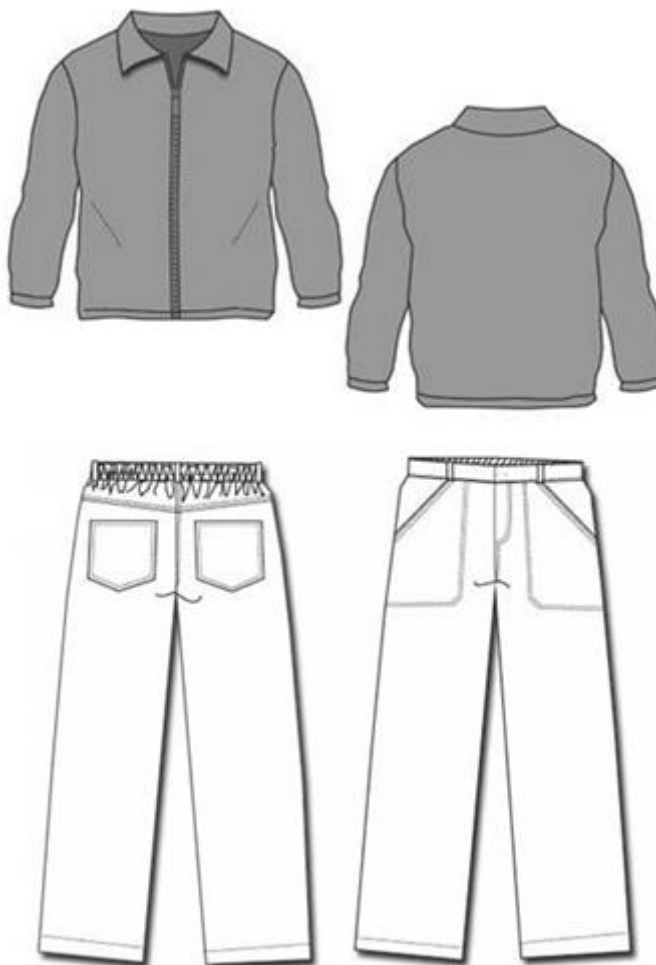


Figura 35 - Uniforme para inverno

Jaqueta de frio, em tecido nylon, na cor vermelha personalizada com o logotipo bordado da nossa empresa.

Valor atacado, acima de 10 peças: 35,00.

Fornecedora: ACM Uniformes

6.5 Perceptíveis

O escritório do Ricardo Reformas e Construções ficará localizada no endereço Avenida Senador Vergueiro, 506 – São Bernardo do Campo/ São Paulo, escolhemos esse local, pois fica na área central da cidade de São Bernardo do Campo, além de ser uma rua movimentada é de fácil acesso, o que possibilitaria maior circulação de pessoas, facilitando o fator de locomoção aos que não possuem veículos, aumenta as chances dos nossos clientes fazerem consultas ou contratarem o nosso serviço no escritório, além de atender o nosso público alvo de menor poder aquisitivo.

O ambiente do escritório será sinalizado com fotos das construções e reformas já realizadas, um ambiente limpo com mesas, cadeiras para atendimentos e computador, onde as pessoas informarão o serviço que precisa, e iremos projetar do jeito que o cliente solicitou, após isso vamos verificar a estrutura da propriedade e se será necessário realizar outros serviços para chegar ao combinado.

No escritório será necessário possuir água, energia elétrica e telefone e os materiais nas obras serão comprados conforme o serviço contratado.

O tempo de prestação de serviço e o valor vai depender da cada construção ou reforma, vamos analisar o tamanho do local (por m²), o serviço executado, os materiais utilizados que pode mudar o valor como por exemplo o tipo de piso que será utilizado ou até mesmo a complexidade, a mão-de-obra e as condições do local pois alguns locais será necessário demolir para depois poder construir.

Pensando no conforto de nosso cliente, iremos atender também diretamente na residência ou obra, o cliente deverá entrar em contato e marcar data e horário com um de nossos atendentes.

O nosso verdadeiro ambiente de trabalho será nas obras ou residências que nosso serviço for contrato, vamos possuir um veículo para levar o material e ferramentas, o funcionário irá possuir equipamentos de proteção individual (EPI'S) e protetor solar.

Todos os funcionários possuirão uniformes da empresa, com identificação de nome da empresa e o logo, além de possuir o crachá da empresa e o veículo estar adesivado. Os funcionários somente irão trabalhar na obra ou residência devidamente uniformizados, o uso do uniforme é obrigatório, já o uso de boné só

será permitido se for com logo da empresa, importante lembrar que em alguns casos será necessário o uso de capacetes.

O uniforme será um macacão básico de gola polo e manga curta, tecido leve, confortável e resistente. Abertura frontal, fechamento com botão ou zíper. Nessa área de atuação é difícil manter o uniforme limpo, sendo assim, disponibilizaremos um número maior de uniformes, assim o funcionário terá sempre um uniforme limpo.

O responsável das obras deverá passar em todas às obras (quando houver mais de uma) diariamente e verificar se o serviço e o cronograma estão sendo realizados conforme o combinado com o cliente, o mesmo deverá conversar com o cliente (no local da obra ou por telefone) diariamente e passar informações do andamento ou complicações, essa ação trará mais confiança e segurança do cliente, além de evitar complicações com as informações contidas em contrato. Os atrasos somente serão tolerados em casos de força maior.

A Ricardo Reformas e Construções utilizará matérias de construção de boa qualidade que não prejudique o meio ambiente, os funcionários terão os cursos necessários para realizar sua profissão, como por exemplo, o curso de NR10 (Norma regulamentadora 10 – Segurança em instalações e serviços em eletricidade) para os eletricitista e a NR35 (Trabalho nas alturas) para pedreiros que irão realizar qualquer atividade acima de 2 (dois) metros de altura.

Garantimos a qualidade dos serviços executados, ocorrendo qualquer problema proveniente da execução dos serviços prestados, comprometemos a resolvê-lo imediatamente, reparando ou refazendo os trabalhos, se necessários, sem ônus para a cliente.

A obra muitas vezes pode ser um local perigoso. Se o local for muito grande as pessoas podem acabar ficando confusas e colocar a segurança em risco, por esse motivo é necessário o uso de placas de sinalização, além de placa de sinalização na obra, a loja irá possuir placas informando onde é o banheiro e extintor, placa de proibido fumar em local fechado e de sala de espera.

6.6 Processos

6.6.1 Fluxo de atendimento ao cliente

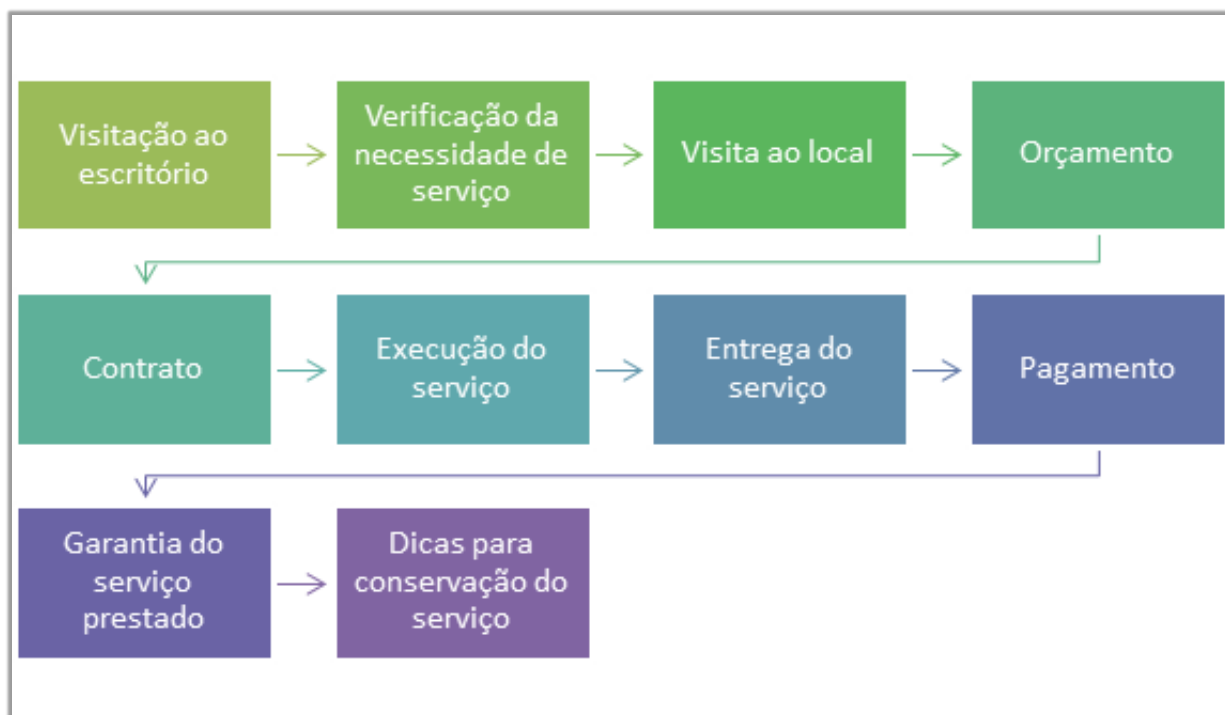


Figura 36 – Atendimento ao cliente.

Fonte: Desenvolvida pela autora Aline Rodrigues, 2013

6.6.2 Passo a passo para contratar um serviço

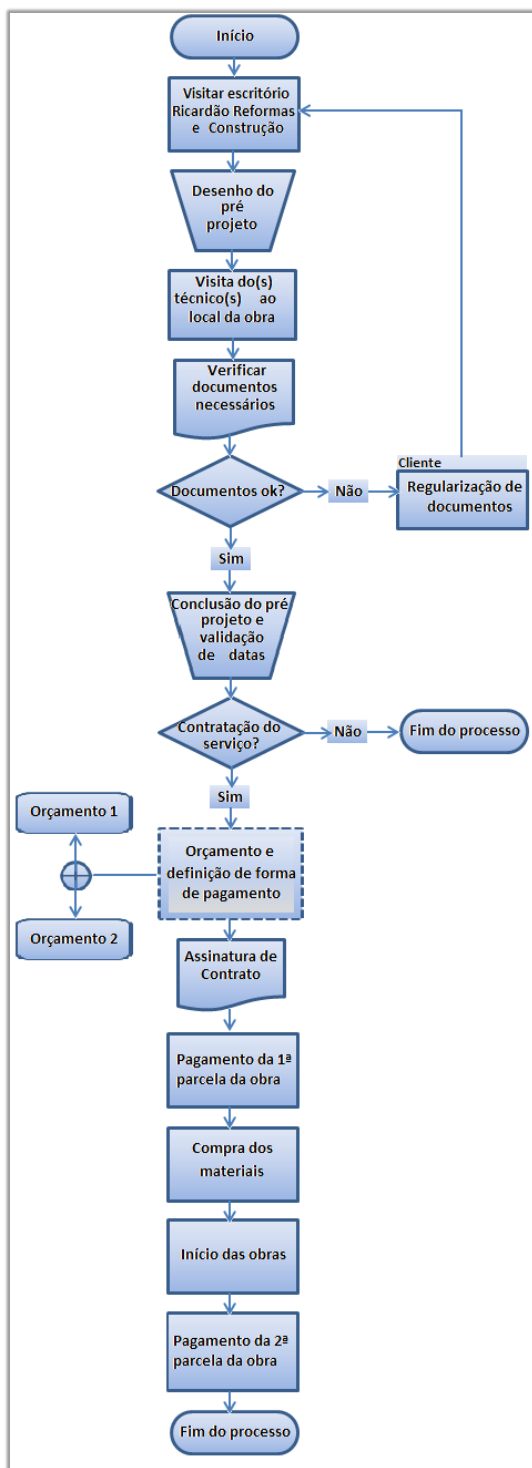


Figura 37 – Processo do atendimento.

6.6.3 Orçamentos

Temos dois tipos de orçamentos que oferecemos ao cliente assim que o projeto é aprovado, antes de fazê-lo, fornecemos uma visita cortesia no local para sabermos as condições do terreno ou do problema e assim pré-avaliar gastos e prazos para realização do serviço.

6.6.3.1 Tipo de Orçamento 1

Neste orçamento, toda parte de compra de materiais e ferramentas, assim como demais gastos são absorvidos pela empresa, e repassado no preço final ao cliente. Neste caso, oferecemos essa opção para que o cliente não precise se preocupar com a compra de materiais, fluxo de entrega, pagamento. Além disso, por comprarmos em quantidade diferenciada e termos os fornecedores parceiros, frequentemente conseguimos descontos que o cliente tem menos possibilidade de obter. Também oferecemos a garantia cobrindo tanto a prestação de serviço, quanto o material utilizado na obra. Nesta opção não apresentamos os preço dos materiais e somente o preço final (serviço + materiais).

6.6.3.2 Tipo de Orçamento 2

Neste segundo orçamento, só é cobrada a mão-de-obra da prestação do serviço, e algumas ferramentas mais específicas. Os demais gastos e compra de materiais são feitos pelo cliente, assim que o projeto é aprovado. Neste orçamento o cliente tem a possibilidade de fazer sua própria pesquisa de preços, porém, acrescentamos que é perigoso comprar materiais de baixa qualidade, pois isso pode influenciar na obra, tanto no fator tempo para execução, quanto no fator durabilidade. Por isso deixamos claro ao assinar o contrato que, apesar de darmos a garantia, nós garantimos os serviços prestados, e não os materiais que por ventura forem de baixa qualidade. Neste orçamento o cliente deve se preocupar com vários fatores para garantir que sua obra saia do jeito pretendido.

6.6.4 Pontos a serem melhorados na prestação de serviço

Ainda temos certos procedimentos a serem adequados, no que diz respeito a medição na satisfação dos clientes, precisamos avaliar o quão bom o serviço foi executado para que o cliente volte a nos procurar.

Outro ponto facultativo na prestação do serviço é a distância do profissional que está executando a obra, é evidente que todos os serviços serão executados na residência do cliente, o que significa a distância dos chefes para liderar a obra. O ideal seria passar aos funcionários a importância de se executar um bom serviço que pode trazer benefícios para todos os lados, principalmente para a imagem da empresa.

É importante a atenção quanto aos preços dos nossos serviços, para que não seja barato demais, que traz um prejuízo para a empresa, em que os clientes também vão pensar que o serviço será mal executado e/ou os materiais utilizados serão de baixa qualidade prejudicando toda a obra. E também não podemos cobrar altos preços para que sejamos competitivos no mercado. Por isso a importância de manter “a balança do preço” bem equilibrada.

A Ricardão quer deixar uma marca clara no mercado, cliente tem sempre a razão.

Nós sabermos que uma construção depende de bons profissionais a Ricardão reformas e construção tem isso.

6.7 Pessoas

Acreditamos em pessoas, por isso temos um rígido processo de seleção, investimos em treinamentos e motivação dos nossos colaboradores. A prova real dito são os encontros e relações diretas entre os nossos colaboradores e consumidores no caso clientes, são essas situações mostram a qualidade nos nossos serviços prestados para o mercado em questão. A nossa empresa possui profissionalismo somos todos uniformizados, possuímos capacidade, competência, compromisso com os nossos clientes, pois, temos colaboradores bem treinados, habilitados e tecnicamente bem preparados com conhecimentos necessários e

exigidos pela área para efetuar qualquer tipo de trabalhos seja com reformas ou reparos. Além do mais, nossos colaboradores são comprometidos dignos de créditos uma vez que nos esforçamos para atender todas as solicitações, problemas e a demanda no tempo necessário e também estipulado conforme contratos em cláusulas assinados pelos nossos clientes, pois usufruímos de respeito. Somos dispostos de uma ótima comunicação, o nosso escritório está sempre à disposição dos clientes para reclamações, dúvidas, sugestões, nos comunicamos claramente desde o pedido inicial com um amplo portfólio de opções e preços disponíveis para consulta. Todos nossos profissionais trabalham com nitidez, não temos somente a aparência amigável, já que contamos com uma equipe que se esforça em prol da empresa e clientela, agimos com total compreensão, educação com o cliente nos esforçamos para que nosso trabalho supere as expectativas dos nossos clientes assim ampliando a nossa moral e perfil dentro do nosso mercado. Oferecemos também Presteza, ou seja, todos da empresa estamos de alguma forma relacionados à prontidão e disponibilidade de produzir o serviço necessário para os nossos clientes. Inspiramos confiabilidade, uma habilidade forte de inspirar segurança de modo adequado e sem erros posteriores. Oferecemos a empatia, agimos com cortesia e educação, compartilhamos a ideia de que nossos clientes são inigualáveis, portanto cada cliente tem a sua atenção e respeito individuais, abrangemos a visão das necessidades dos clientes e cuidados indispensáveis únicos.

Para funcionamento do negócio/ organização fizemos uma real projeção onde está inclusa a necessidade de pessoas:

6.8 Produtividade

Nosso projeto compõe a prestação de serviço voltado ao mercado de construção civil em reformas e construções de pequeno e médio porte, haja vista as decorrentes mudanças na conjuntura social e financeira dos consumidores do século XXI, sendo nossa essência de trabalho voltado à comodidade e praticidade destes novos consumidores.

O nosso compromisso é exceder as expectativas dos nossos clientes em relação aos nossos serviços prestados, fazendo com que eles sempre nos procurem e que a nossa parceria (Empresa X Cliente) traga-nos mais novos consumidores.

Nossa empresa é sob regime de quotas limitadas por até 5 sócios, onde toda administração é gerida por nós, sócios e administradores, bem como temos nossos funcionários e parceiros que trabalham na prestação dos serviços de obra, reformas e construção, formados por Eletricistas, Encanadores, Engenheiros, Pedreiros, Serventes, Ajudantes de Manutenção e serviços Hidráulicos.

Nossa empresa é de estrutura de pequeno porte, brasileira e de cotas limitadas, como já exposto.

Nossa produtividade equivale aproximadamente a 3 serviços prestados ao dia, o que nos totaliza 90 serviços ao mês, e uma produtividade anual de mais de 1.000 prestações de serviços, com uma margem de alteração de 2% para mais ou para menos, devido as constantes alterações na economia, o que afeta no poder de compra das pessoas e de contratação de serviços.

A disponibilidade da prestação dos nossos serviços é administrada por um profissional que fica alocado na nossa sede. Este profissional tem a função de marcar as vistorias dos nossos profissionais nas residências e pontos indicados pelos nossos clientes, bem como administrar todo percurso de viagem e vistoria, além de conciliar as agendas destes profissionais para que nossa produtividade anual mantenha sua excelência de estabilidade e crescimento.

Nossa tecnologia usada e desenvolvida para a realização dos nossos serviços são tecnologias nacionais, o que possibilita a nossa empresa a realização de ótimos resultados, além de propiciar aos nossos clientes a adesão de alguns custos tecnológicos mais em conta e que não afetam em níveis consideráveis o valor do serviço prestado.

6.9 8P²

6.9.1 Serviço

Formatar – Prestação de serviço de qualidade, com preço justo e preocupação com a satisfação do cliente;

Valorizar – Serviço com garantia e utilização de materiais de qualidade e durabilidade;

Comunicar – Serviço de construção, reformas e reparos de primeira qualidade, o cliente poderá se sentir despreocupado com o problema do imóvel, pois nós garantimos a solução;

Disponibilizar – Serviço prestado de acordo com a necessidade, preferência e capacidade de pagamento do cliente, visando a qualidade em primeiro lugar.

6.9.2 Preço

Formatar – Preço Justo e Respeito ao Consumidor;

Valorizar – Economia de Mercado;

Comunicar – Pacotes Promocionais de venda;

Disponibilizar – Pagamentos Pré de 30 a 60 dias ou boletos bancários, além de sermos credenciados com todas as bandeiras dos principais bancos nacionais.

6.9.3 Praça

Formatar – Entrega Ágil, conforme pedido, conforme contrato;

Valorizar – Nossos clientes têm necessidades diferentes, para isso nós temos as soluções circunstanciais;

Comunicar – Processos rápidos, entregas rápidas;

Disponibilizar – Localização mais segura, por isso acesso ainda mais fácil.

6.9.4 Promoção

Formatar – A Ricardão tem uma Boa imagem e repercussão;

Valorizar – Temos Ótimos serviços, ótimas pessoas;

Comunicar – Fazemos com Qualidade, valor e clareza e transparência;

Disponibilizar – Você precisou, o Ricardão pode te ajudar! É só chamar!

6.9.5 Perceptíveis

Tangível - Para usar artifícios para tornar o serviço de alguma forma tangível. Em serviços de reformas e construção entregaremos uma "planta" de como ficará o local após a conclusão do serviço. Para o cliente ter uma ideia de como vai ficar e se basear na planta.

Expectativa - Bom atendimento, preço acessível ao nosso público-alvo, entrega no prazo, serviços de qualidade e, acima de tudo, superar a expectativa do cliente.

Qualidade Visual - O ambiente do escritório será sinalizado com fotos das construções e reformas já realizadas, um ambiente limpo e organizado.

Imagem - A empresa utiliza matérias de construção de boa qualidade e que não prejudicam o meio ambiente, os profissionais sempre uniformizados e pontuais.

6.9.6 Processos

Entendemos que cada etapa é importante, e cada fluxo deve ser medido. Adequamos nossos valores para o cliente conforme as necessidades.

A nossa empresa é completa e por isso atendemos a disponibilidade para o mercado.

Os Processos de entrega de valor para a nossa empresa são relacionados à organização.

6.9.7 Pessoas

Nosso trabalho é elaborado com experiência e profissionalismo.

Confiança, respeito ao cliente e suas necessidades.

Somos amigáveis por isso não se engane com outros

Sim, nos comprometemos com o resultado final!

Respeito, boa comunicação, treinamento e responsabilidade é cultura do Ricardão.

6.9.8 Produtividade

Formatar – Nós entregamos o que prometemos;
Valorizar - Excelência em Resultados;
Comunicar – Atendimento eficaz;
Disponibilizar – Execução de serviços conforme prévia de contrato.

7. PLANO OPERACIONAL

7.1 Layout

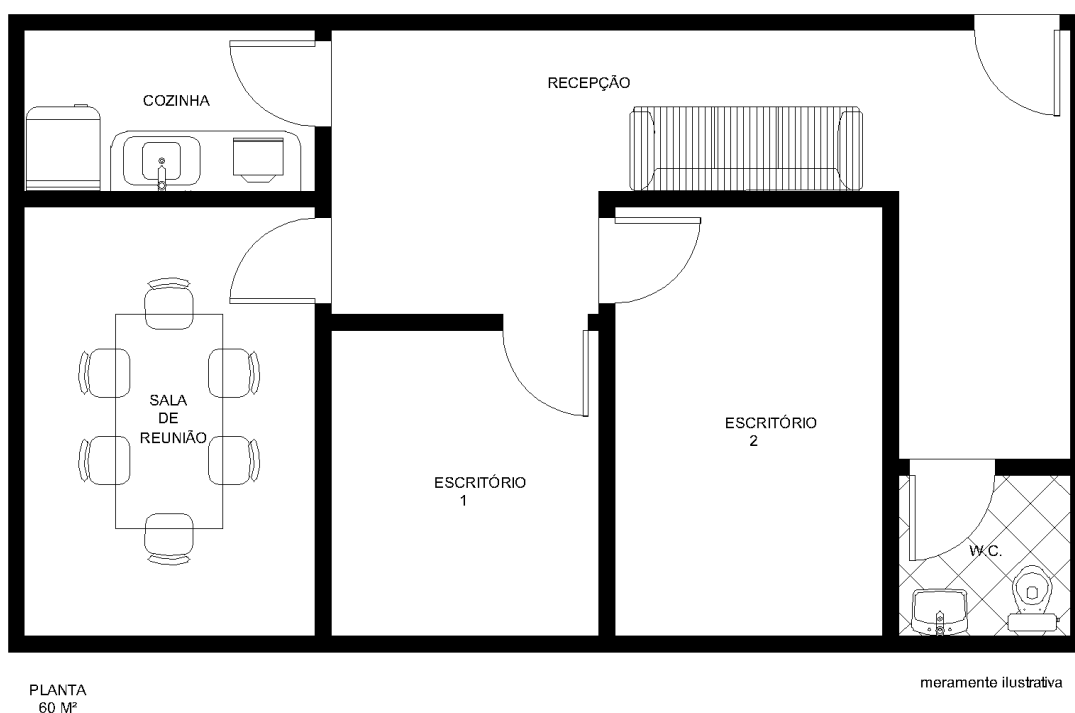


Figura 38 – Layout do escritório

Fonte: Aline Rodrigues, 2013

São 60m² divididos em Escritório 1, Escritório 2, Recepção, Sala de Reuniões, Cozinha e WC.

Arranjo físico:

A nossas instalações São 60m, e estão dividas por uma sala de recepção central, onde está a recepcionista, um sofá confortável que ocupa espaço para quatro pessoas. Possuímos também, uma sala de reunião, espaço amplo com uma mesa com quatro cadeiras e dispõe de decoração simples, um escritório que comporta suprimentos com dois armários, um para arquivos e outro armário para mantimentos de escritório que estão guardados folha sulfite, caneta, papel rascunho, tintas para impressora, clipes, organizadores, grampeadores, etc; A cozinha para mantimentos particulares dos colaboradores proporciona uma pia, mesa pequena e uma pequena geladeira.

O setor da contabilidade está próximo no escritório dois, onde temos duas colaboradoras que estarão cuidando do setor financeiro e compras, um banheiro pequeno, porém, extremamente limpo para visitas, clientes e colaboradores;

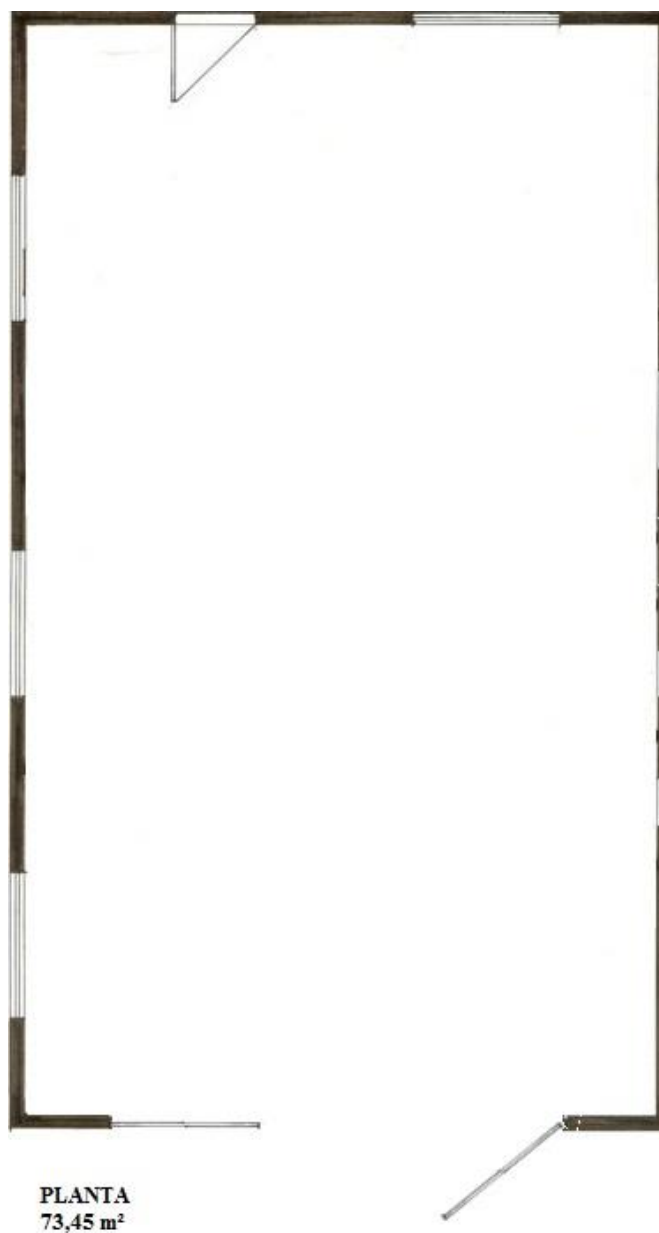


Figura 39 – Layout do depósito.

Fonte: Aline Rodrigues, 2013

Importante ressaltar que o depósito foi alugado através do fornecedor Viva Real, é constituído por 73,45 m² divididos em uma área ampla, onde podemos guardar os materiais de trabalho e ferramentas, e equipamentos.

7.2 Capacidade Produtiva

Estamos considerando nossa capacidade interna de produção, levando em consideração algumas importantes variáveis:

	Quantidades	Margem de alteração +2%	Margem de alteração -2%
Qnt de serviços por dia	9	9	0
Qnt de serviços por mês	216	220	212
Qntd de serviços por ano	2.592	2.644	2.540

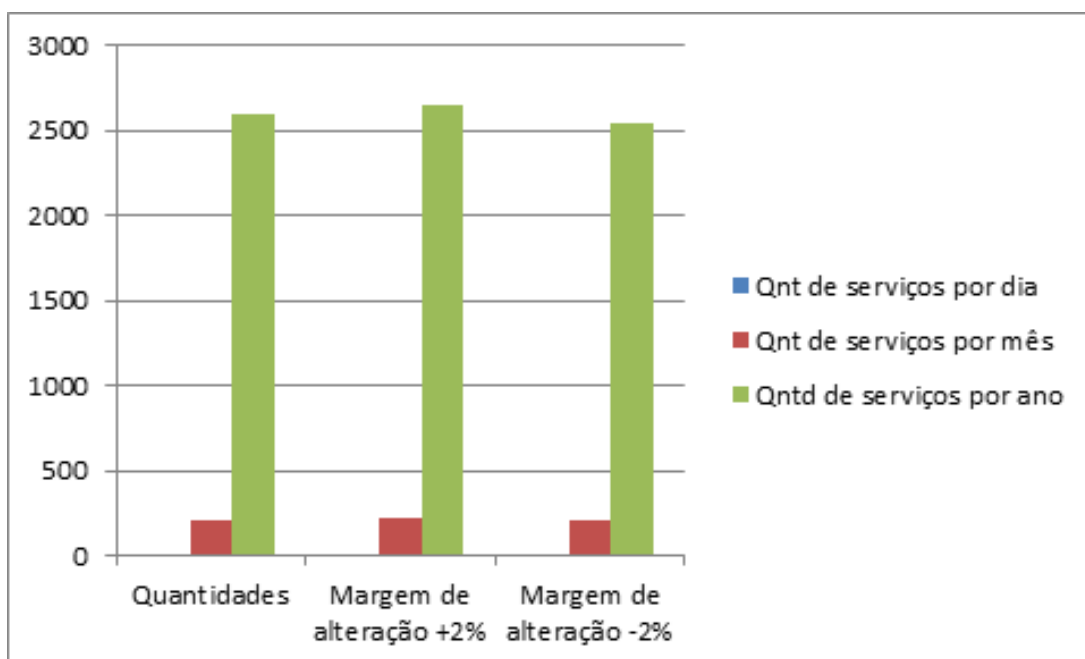


Figura 40 - Número de Serviços Diários

Fonte: Ligia Ribeiro, 2013

Nossa capacidade interna equivale aproximadamente 9 serviços diários, o que nos totaliza 220 serviços ao mês, com um produtividade anual de 2.644 prestações de serviço, com uma margem de alteração de 2% mais ou menos, devido as constantes alterações da economia, o que afeta o poder de compra das pessoas e de contratação de serviços.

7.2.1 Número de Funcionários disponíveis na Companhia

A nossa capacidade de produção, depende exclusivamente dos nossos colaboradores disponíveis para execução dos serviços e obras. Portanto, abaixo segue relação dos nossos colaboradores, tanto produtivos, quanto sócios administrativos, para que as atividades não sejam além da nossa capacidade interna a fim de eliminarmos sobrecargas de trabalho, bem como manter a excelência de atendimento dos nossos serviços.

- ✓ 1 Ajudante Geral;
- ✓ 1 Encanador de Manutenção;
- ✓ 1 Pedreiro de Construção;
- ✓ 1 Pintor de Manutenção;
- ✓ 1 Gesseiro
- ✓ 5 Sócios; que são responsáveis por toda coordenação administrativa do empreendimento;

7.2.2 Regime de Tributação

Somos uma Sociedade Empresarial Limitada, pois nos enquadrados na sociedade por quotas com responsabilidade limitada.

Nossa atividade empresarial é de regime tributário diferenciado, simplificado (Simples Nacional) e favorecido previsto pela Lei Complementar nº 123, de 14 de Dezembro de 2006. Portanto, nossa receita bruta total anual está enquadrada entre R\$ 2.400.000,01 (dois milhões, quatrocentos mil reais e um centavo) e R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais). Portanto, continuamos automaticamente incluídos no Simples Nacional com efeitos a partir de 1º de janeiro de 2012, ressalvado o direito de exclusão por comunicação da optante (Portal Tributário, Simples Nacional 2013).

Nossa capacidade produtiva sofre bastante impacto neste fator, pois os faturamentos brutos anuais não devem ultrapassar os valores mencionados, para que a arrecadação de impostos e encargos não atinja nosso propósito de empreendimento.

7.2.3 Demanda e Público Alvo

Um dos fatores de maior influência está relacionado à nossa demanda de mercado, bem como o número de pessoas que visamos atender, visto que nosso público alvo é a Cidade de São Bernardo do Campo, conforme os dados de demanda já explorados.

7.3 Processos Operacionais

A primeira momento, vamos demonstrar de forma simples e sucinta como funciona os processos operacionais da nossa empresa;

01 – Início. Visita escritório Ricardão Reformas e construção: O cliente visita a nossa unidade que está localizada conforme informado anteriormente no bairro Rudge Ramos onde é recepcionado pela equipe administrativa demonstrando o portfólio de serviços e benefícios oferecidos pela Organização.

02 – Desenho do pré Projeto: Após a visita do cliente demonstrando a sua necessidade é feito então um estudo pelos engenheiros da empresa conforme a obra ou reforma e então é elaborado um desenho do “pré-projeto”.

03. Visita dos técnicos ao local da obra: Nessa etapa é feita averiguação da estrutura do local pelos técnicos da nossa empresa para contabilizar e entender os problemas e materiais necessários para o andamento do processo. Importante ressaltar que nessa fase de fluxo o cliente tem a oportunidade de estar no local na visita técnica, dar sugestões do que deseja receber e feedback de técnicos capacitados no ato. Disponibilizamos orientações expressas para nossos colaboradores, para atender o cliente da forma mais personalizada, afim de mostrar o comprometimento da marca com a satisfação total do cliente.

04. Verificar documentos necessários: É feita então, a verificação de todos os processos burocráticos e administrativos iniciando o projeto.

05. Documentos Ok? - Se tudo estiver correto (documentação do local, se o cliente concorda com as necessidades averiguadas pelos técnicos e se está de

acordo com o projeto dos engenheiros, etc) para continuidade do processo é dada a largada para próxima etapa caso contrario, devemos contatar novamente o cliente para uma nova visita;

06. Conclusão do pré-projeto e validação de datas: Conforme acima caso esteja correto é feita a conclusão das demais etapas posteriores e é estipulada uma data médica para inicio e final da prestação de serviço.

07. Contratação do Serviço: É mostrado claramente para o cliente as etapas, e serviços necessários para contratação da empresa e caso o cliente aceite os termos e projeto imposto pela empresa é dado o inicio de um novo processo, casos contrários, é o fim de todos os processos acima.

08. Orçamento e definição de forma de pagamento: Neste caso é feito a necessidade de todos os gastos custos, e lucro para empresa e cliente é demonstrado também as opções de pagamento;

07. Assinatura do contrato: Após o cliente concordar com todas as medidas da empresa e do projeto é confeccionado o contrato com todas as clausulas e opções de pagamentos de total concordância e responsabilidade do cliente e empresa;

08. Pagamento da primeira parcela da obra: Para inicio de obras é feito o pagamento conforme estipulado e concordado pelo cliente no contrato.

09. Compra dos materiais: Após a confirmação da primeira parcela da obra a empresa arca com o trabalho de comprar todos os materiais necessários para o projeto, conforme o desenho do plano.

10. Inicio das obras: Com o contrato assinado, pagamento confirmado, compra dos materiais necessários é feito então a inicialização da prestação de serviço conforme as datas alternadas e estipuladas em clausulas contratuais.

11. Pagamento da segunda parcela da Obra: Após 50% de conclusão das obras é feito então pelo cliente o pagamento da segunda parcela do projeto.

12. Fim de processos: Finalização da obra e cliente satisfeito.

7.4 Necessidade de Pessoal

Tabela 39 – Projeção de Colaboradores

PROJEÇÃO DE COLABORADORES:								
Cargos funções:	Salário base em R\$	INSS	Desconto INSS	Valor	Transporte 6%	Vale Refeição 10%	Plano de saúde titular cortesia	Qualificações necessárias
Ajudante geral	631,86	0,08		50,5488	63,19	63,186	0	Curso técnico
Eletricista	1485,15	0,09		133,6635	69,109	148,515	0	Curso técnico
Encanador de manutenção	1619,2	0,11		178,112	97,152	161,92	0	Curso técnico
Pedreiros construção	2152,01	0,11		236,7211	129,1206	215,201	0	Curso técnico + experiência de 06 meses na área.
Pintor manutenção	1280,4	0,09		115,236	76,824	128,04	0	Curso técnico
Gesseiro	1500	0,09		135	90	150	0	Curso técnico
Total	8668,62							Curso técnico

Terceirização:		
Cargo	Custo total para a empresa p/ hora	Qualificação necessária:
Arquiteto	32,58	Graduação + experiência de 06 meses na área+ N° DE CREA.
Engenheiro civil júnior	27,12	
Engenheiro civil pleno	37,1	
Engenheiro civil sênior	69,05	

Tabela 39 – Projeção de Colaboradores

Fonte: Jacira Araujo, 2013

É importante ressaltar que cabe aos colaboradores seguirem o código de conduta da empresa, contamos com um ajudante geral responsável pelos serviços gerais nas obras para auxílio do pedreiro. Contamos também com um eletricista que vai cuidar de toda a parte elétrica e de instalação/ reparos em residências como instalação de fios condutores, chuveiros, troca de lâmpadas em geral; O encanador de manutenção é responsável pela captação de redes fluviais, hidráulica, tubulações, tubos e conexões etc. O pedreiro de construção vai realizar todas as tarefas ligadas a construção, reparo ou acabamento. O pintor ira fazer todas as tarefas ligadas a pintura, arte etc. O gesseiro como bom profissional ira fazer a confecção dos gessos e moldes nas paredes. Todos os colaboradores terão acesso e direito obrigatoriamente ao uniforme disponibilizado pela empresa que é composto pela camisa, calça e agasalho de frio com o logotipo personalizado.

Os demais profissionais tais eles: Arquiteto, Engenheiros, e colaboradores que estarão de prontidão no escritório serão administrativos.

Todos colaboradores terão direito a uma hora de almoço conforme necessidade, com o vale refeição de 10% de desconto em folha de pagamento, vale transporte desconto de 6%, INSS e salário base são conformes folha de pagamento

e mercado. Por enquanto a empresa não vai dispor convenio medico para nenhum dos colaboradores tanto operacionais quanto administrativos.

8. METAS E OBJETIVOS

Para conquistar excelência no atendimento aos clientes, no período de até um ano, construir processos bem elaborados e claros, com facilidade no acesso as informações e consultas dos clientes, avaliando as variáveis de atendimento no escritório, de prestação do serviço e de pós-serviço.

Surpreender o cliente, com algum serviço simples cortesia, ou um agradecimento da empresa, ajuda a fixar a marca. Com os poucos recursos que temos e soluções inteligentes podemos atingir o que desejamos, através de práticas simples, como exemplo, fazer um atendimento pós-prestação de serviço, ligando para o cliente e descobrindo no que devemos melhorar, esta ação evita que reclamações sejam feitas. Devemos deixar claro aos colaboradores que nossa prioridade é o cliente, alcançar resultados financeiros com estas práticas, entre outras envolvidas, é apenas uma consequência.

No prazo de um ano queremos chegar a excelência em atendimento ao cliente. Com isso, queremos conquistar Market Share, ampliar os serviços atendidos, conquistar mais clientes valorizar a marca.

Para conquistar e reter funcionários que agreguem no crescimento da empresa e acompanhe a nossa visão, no prazo de dois a cinco anos, devemos estabelecer um plano profissional dentro da empresa, é um desafio grande, visto que a mão-de-obra do ramo é escassa e pouco qualificada.

Queremos criar um programa de qualificação internamente. O incentivo ao estudo e a ideias que agreguem nos processos e prestações de serviços, também é uma forma de motivar o funcionário. Como uma empresa ligada nas tendências futuras, queremos valorizar nossa mão-de-obra que é o impulso para o crescimento.

Para buscar uma eficácia operacional, queremos, em longo prazo, sistematizar processos, melhorar a relação e quais fornecedores que atendem exatamente o que precisamos, quanto a custo, prazo, formas de pagamento, entre outras variáveis. Isso nos trará uma gestão mais estratégica e competitiva, com um mercado em expansão, nos traz vantagem competitiva.

8.1 Entendendo demanda

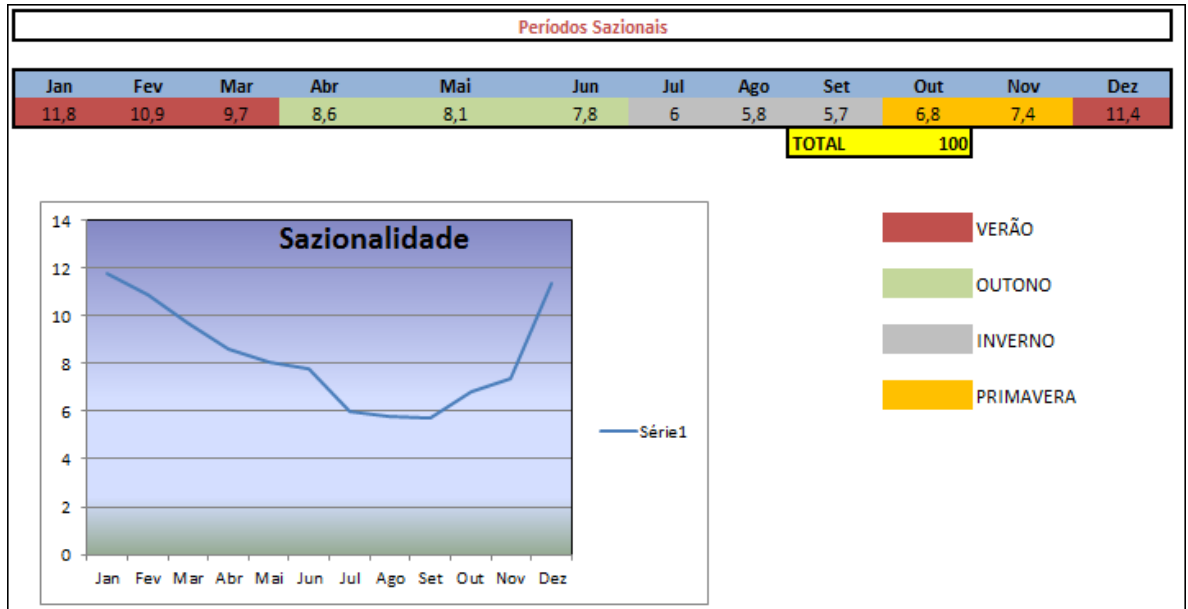


Figura 41 – Sazonalidade

Fonte: Ligia Ribeiro, 2013

Estamos considerando nossos períodos sazonais de acordo com as estações do ano. A análise por estações é a mais acertada para o ramo de construção civil, haja vista que as demandas variam em números consideráveis entre os períodos de Verão a Primavera. Portanto:

VERÃO: Período de Dezembro a Março –Maior Demanda, com 43,8%;

OUTONO: Período de Abril a Junho –Demanda Aquecida, com 24,5%;

INVERNO: Período de Julho a Setembro – Demanda em queda, com 17,5%;

PRIMAVERA: Período de Outubro a Novembro – Menor Demanda, com 14,2%

8.1.1 Demanda

Iniciaremos nosso estudo explicando o surgimento destes valores e suas variáveis.

1º Variável - Demanda Mercado		
Descrição	QTD	Percentual
Total de Habitantes São Bernardo do Campo (Dados IBGE, 2013)	765.203	-
Classe B (Nosso Público Alvo) Dados ACISBEC - Associação Comercial e Industrial de SBCampo, 2013	433.104,90	56,60%
Classe C (Nosso Público Alvo) Dados ACISBEC - Associação Comercial e Industrial de SBCampo, 2013	263.229,83	34%
SOMA PÚBLICO A + B	696.334,73	

Figura 42 - 1º Variável – Demanda de Mercado Total da Cidade de São Bernardo do Campo.

Fonte: Ligia Ribeiro, 2013

Segundos dados do IBGE - Senso 2013, o número de habitantes da Cidade de São Bernardo do Campo, é de aproximadamente 765.203 moradores, onde representa 2,78 do PIB Brasileiro, sendo a 3º maior mercado consumidor do país (Fonte: SEADE/2012).

Dividimos estes dados entre as variáveis de Classe B e C, o que totaliza 696.334.73 habitantes, sendo:

Classe B- Renda de R\$ 7.475 à R\$ 9.475 – Representada por 56,6% dos habitantes;

Classe C – Renda de R\$ R\$ 1.734 à R\$ 7.475 – Representada por 34,4% dos habitantes, segundo dados da USCS - Universidade de São Caetano do Sul, com margem de erro de até 3 pontos percentuais. Estudo foi realizado com 1.500 famílias da cidade.

2ª Variável - Moradia Fixa e Classe Social B e C		
Descrição	QTD	
Residentes Domicílios Particulares	206.680	
Renda Mensal De 10 a 20 Salários Mínimos (Classe B) R\$ 7.475 - R\$ 9.475	38.943	
Renda Mensal De 2 a 3 Mínimos (Classe C) R\$ 1.734 - R\$ 7.475	50.323	
SOMA		
PÚBLICO A + B	89.266	
SALÁRIO MÍNIMO		
2013 R\$	678,00	

Figura 43 - 2ª Variável – Moradias Fixas entre Classes B e C.

Fonte: Ligia Ribeiro, 2013.

Número de moradias particulares em São Bernardo do Campo é de aproximadamente de 206.680 domicílios, segundo dados SENSO IBGE, 2013.

Restringindo mais a nossa pesquisa, partimos do fator de quantas pessoas dentre as 206.680, fazem parte da classe social B e C, o que nos totaliza 38.943 pessoas inclusas na classe B, e 50.323 na classe C, restringindo mais o nosso público para 89.266 habitantes.

3ª Variável - Perfis de Consumidor - A partir de 24 anos			
Descrição	QTD	Percentual	Total
Mulheres Com Rendimento de 3 a 20 SM	89.266	5,10%	4.553
Homens Com Rendimento de 3 a 20 SM	89.266	14,30%	12.765
	TOTAL	100,00%	17.318

Figura 44 - 3ª Variável – Perfil de Consumidores.

Fonte: Ligia Ribeiro, 2013.

Nosso perfil de consumidores são homens e mulheres a partir de 24 anos, com residências particulares fixas, com rendimento mínimo de 3 (Classe C) e Máximo de 20 (Classe B) salários mínimos.

Mulheres que se enquadram neste perfil representam 5,1% da classe, totalizando 4.553;

Homens que se enquadram neste perfil representam 14,30% da classe, totalizando 12.765, restringindo mais o nosso público para **17.318** consumidores em potencial.

4º Variável - Capacidade Interna de Produção	
Descrição	QTD
Capacidade Diária	9
Capacidade Mensal	220
Capacidade Anual	2.644

Figura 45 - 4º Variável – Capacidade Interna de Produção

Fonte: Ligia Ribeiro, 2013.

Pelo nosso estudo de demanda é notório que temos um vasto público de atendimento. Entretanto, a nossa capacidade interna de produção não nos permite atender a todo este público em potencial, devido a fatores como número de funcionários, enquadramento tributário e porte do empreendimento. Portanto, temos 17.318 clientes em potencial, representado por 100% de participação, mas atenderemos apenas 15,26% deste público.

Tabela 40 - Demanda

DEMANDA	PARTICIPAÇÃO
17.318	100%
2.644	15,26%

Fonte: Ligia Ribeiro, 2013

8.1.2 Participação de Mercado

Abaixo, trazemos nosso número exato de participação de mercado sendo representado pelo gráfico de bolha a seguir:

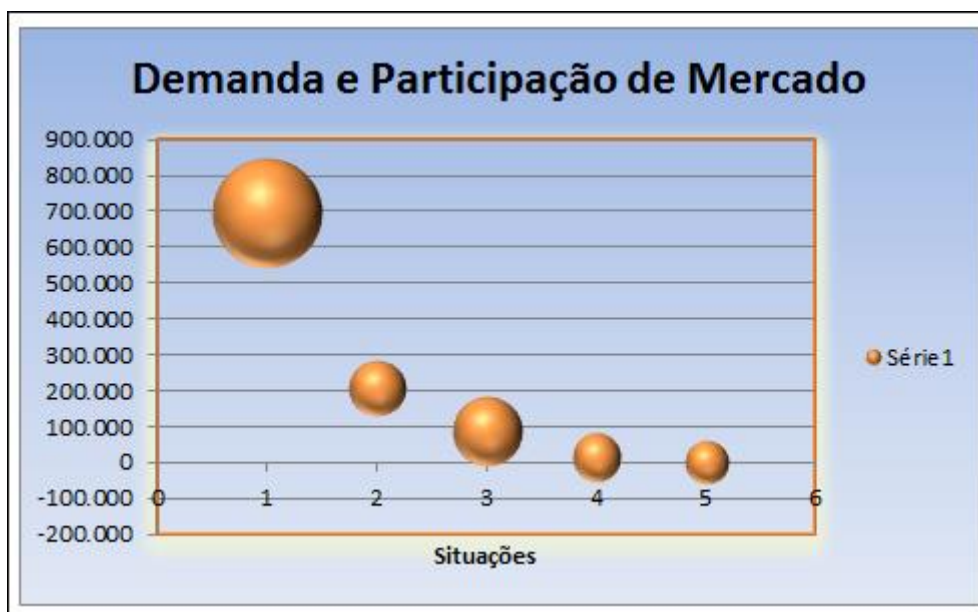


Figura 46 – Gráfico de Participação de mercado.

Fonte: Ligia Ribeiro, 2013.

Tabela 41- Participação de mercado.

SITUAÇÃO	DEMANDA MERCADO	PARTICIPAÇÃO DE MERCADO Ricardão Reformas e Construção
1	696.335	100%
2	206.680	25,68%
3	89.266	39,66%
4	17.318	19,40%
5	2.644	15,26%

Fonte: Ligia Ribeiro, 2013.

Atribuimos a este estudo 5 situações:

Situação 1 – Demanda de 696.335 (Soma de Classe B e C, da cidade de SBC), com representação de 100% de mercado;

Situação 2 – Demanda de 206.680 (Número de pessoas com moradias particulares fixas),o que representa 25,68% de mercado;

Situação 3 - Demanda de 89.266 (Número de pessoas com moradia fixa e com classe social B ou C), o que representa 39,66% de mercado;

Situação 4 – Demanda de 17.318 (Número de pessoas com moradia fixa – Mulheres e Homens a partir de 24 anos, com rendimento de 3 á 20 salários mínimos) representados por 19,40 % de mercado;

Situação 5 – Nossa real participação de mercado com fatia de 15,26%

Serviços mais requisitados pelos clientes.

Nossa empresa trabalha hoje com a prática de 35 serviços a fim de atender os nossos clientes em todos os âmbitos de necessidade.

Abaixo, listamos os 17 serviços mais procurados.

Tabela 42 – Descrição Serviço mais requisitados.

Mais Requisitados	Descrição Serviço	Preço Unit
1	Instalacao de Registro de chuveiro	R\$ 94,13
2	Instalacao de Ar condicionado	R\$ 2.338,70
3	Instalação de caixa d'agua	R\$ 805,16
4	Troca ou Conserto de Chuveiro	R\$ 125,22
5	Instalacao de Portas, Gavetas e Armários (sob consulta)	R\$ 20,00
6	Conserto de Vazamentos R\$ (sob consulta)	R\$ 13,26
7	Instalação de suportes para Tv's/ microondas/ dvd's entre outros aparelhos	R\$ 141,39
8	Instalação de Torneira Elétrica R\$ 25,00	R\$ 226,89
9	Troca de Disjuntor	R\$ 39,42
10	Troca de Fechadura	R\$ 93,60
11	Troca ou Conserto de Interruptores	R\$ 19,11
12	Troca ou Conserto de Tomadas	R\$ 22,97
13	Troca ou Conserto de Descarga	R\$ 262,34
14	Troca ou Conserto de Antena	R\$ 319,05
15	Instalação de acessórios para áreas frias (banheiros, lavanderias, áreas de	R\$ 22,01
16	Colocação de porta sanfonada	R\$ 220,99
17	Troca ou Conserto de Torneiras	R\$ 53,04

Fonte: Juliana Denleschi, 2013.

9. PLANO DE AÇÃO

9.1 Gráfico de Gantt

Tabela 43 – Cronograma do projeto.

CRONOGRAMA DO PROJETO			
TAREFAS	DATA INICIAL	PERÍODO (DIAS)	DATA FINAL
Documentação	01/09/2013	60	31/10/2013
IPTU	01/10/2013	120	29/01/2014
Empréstimos bancários	01/09/2013	120	30/12/2013
Financiamento de 2 Veículos	01/09/2013	120	30/12/2013
Pagamento Alugueis	01/10/2013	30	31/10/2013
Decoracao e Paisagismo/faixas e banners	01/11/2013	30	01/12/2013
Combustíveis	01/11/2013	30	01/12/2013
Compra de uniformes	01/11/2013	15	16/11/2013
Compra dos equipamentos	01/11/2013	5	06/11/2013
Compra dos materiais de escritório	01/11/2013	1	02/11/2013
Elaboração e Manutenção do Site	01/11/2013	60	31/12/2013
Confecção dos Brindes	01/11/2013	15	16/11/2013
Pagamento da energia elétrica	02/11/2013	60	01/01/2014
Pagamento da telefonia e Internet	02/11/2013	60	01/01/2014
Folha de pagamento colaboradores	01/12/2013	30	31/12/2013
Retiradas sócios (Pro-labore)	01/12/2013	30	31/12/2013
Férias colaboradores	01/12/2013	30	31/12/2013
13º salário colaboradores	01/12/2013	30	31/12/2013
Pagamento do contador	01/12/2013	30	31/12/2013
Treinamento de Pessoal	01/12/2013	30	31/12/2013
Pagamento da Agência de Comunicação	01/12/2013	30	31/12/2013
Panfletos	01/12/2013	30	31/12/2013
Contratação do Anuncio do Jornal	01/12/2013	3	04/12/2013

Fonte: Jacira Araújo, 2013.

Tabela 44 - Gráfico de Gantt.

Fonte: Jacira Araújo, 2013

9.2 Detalhamento de Ações e Investimentos

QTD	TIPO	MATERIAL	FORNECEDOR	VALOR R\$	CUSTO FIXO	CUSTO VARIÁVEL	INVESTIMENTO
2	Material de escritório	Cadeira Giratória Home Office Soho com Regulagem de altura à Gás - Branco - Importado	Casas Bahia	R\$ 179,90			X
2	Material de escritório	Estação de trabalho Dیتالیا Office DL-244 - Wengue	Casas Bahia	R\$ 499,90			X
1	Material de escritório	Armário Multiuso Santos andirá Star - Branco	Casas Bahia	R\$ 265,90			X
1	Material de escritório	Gaveteiro Mauá 3 Gavetas - Politorno	Magazine Luiza	R\$ 265,90			X
1	Material de escritório	Armário Escritório Extrema Baixo 2 portas - Somopar	Magazine Luiza	R\$ 265,90			X
4	Material de escritório	Cadeira Pull Giratória Concha, Regulagem Altura Gás - Branca	Casas Bahia	R\$ 329,00			X
3	Material de escritório	Poltrona Fixa Diretor Maiorca - Cinza - Designflex	Lojas Americanas	R\$ 259,00			X
2	Material de escritório	Notebook Samsung ativ Book 2 Intel® Core i3 - 4GB 500GB Windows 8 Led HD 14 HDMI Bluetooth	Magazine Luiza	R\$ 1.799,00			X
1	Material de escritório	Multifuncional Jato de Tinta HP Deskjet 3526 Wi-fi e-All-in-One	Magazine Luiza	R\$ 299,00			X
7	Equipamento de Proteção Individual	Máscara Respirador com válvula PFFI	Prosafaty	R\$ 0,90		X	
7	Equipamento de Proteção Individual	Luva construtor em Iona	Carbografitte	R\$ 8,33		X	
7	Equipamento de Proteção Individual	Óculos de proteção incolor anti-risco - Spectra 2000	Carbografitte	R\$ 2,43			X
7	Equipamento de Proteção Individual	Botina de Segurança com Bico de Aço	São Crispim	R\$ 24,76			X
10	Equipamento de Proteção Individual	Protetor Auditivo Copolimero com 3 flanges	Ultimaster	R\$ 0,40		X	
7	Equipamento de Proteção Individual	Capacete de Segurança Cinza 0877	Prosafaty	R\$ 6,24			X
1	Ferramentas de trabalho	Alisadora de Concreto Lifan 5,5 HP a Gasolina - AC36 - Ref40138009	CSM	R\$ 4.733,08			X
3	Ferramentas de trabalho	Balde Metálico para Concreto com Capacidade de 11 litros	Ecofer	R\$ 13,32			X
1	Ferramentas de trabalho	Betoneira pratica 120 litros monofásico 220v (Desmontado)	CSM	R\$ 855,45			X
2	Ferramentas de trabalho	Carrinho de mão master com pneu câmara 3,25 x 8	Master	R\$ 71,93			X
5	Ferramentas de trabalho	Colher para Pedreiro Canto Reto com Batente 9	Worker	R\$ 9,21			X
1	Ferramentas de trabalho	Compactador de Percussão 4 Tempos Motor 4HP	Toyama	R\$ 5.118,28			X
1	Ferramentas de trabalho	Máquina de Cortar vergalhão nº1	Metalsul	R\$ 144,02			X
2	Ferramentas de trabalho	Cortador de Pisos e Porcelanatos de 75 cm	Cortag	R\$ 121,73			X
3	Ferramentas de trabalho	Despenadeira Metálica com cabo de madeira	Tramontina	R\$ 9,21			X
1	Ferramentas de trabalho	Desentupidora de Pias e serviços Leves Auto Clean	Ridgid	R\$ 551,61			X
3	Ferramentas de trabalho	Enxada Canavieira com Cabo de madeira de 150cm	Tramontina	R\$ 15,99			X
3	Ferramentas de trabalho	Pá de bico com Cabo de Madeira 120cm	Tramontina	R\$ 21,22			X
3	Ferramentas de trabalho	Cavadeira Articulável com Cabo de madeira de 110cm	Tramontina	R\$ 18,23			X
3	Ferramentas de trabalho	Enxada largo e leve com cabo de madeira de 150cm	Tramontina	R\$ 17,41			X
3	Ferramentas de trabalho	Escala Métrica de Madeira 2 mts	Ecofer	R\$ 9,43			X
4	Ferramentas de trabalho	Kit com 3 espátulas com cabo de madeira	Western	R\$ 3,25			X
4	Ferramentas de trabalho	Estilete Emborracado 3 lâminas	Leetools	R\$ 4,18		X	
1	Ferramentas de trabalho	Guincho de coluna elétrico H-A.105.300/600kg 220v	Motomil	R\$ 479,74			X

Fonte: Juliana Denleschi, 2013

QTD	TIPO	MATERIAL	FORNECEDOR	VALOR R\$	CUSTO FIXO	CUSTO VARIÁVEL	INVESTIMENTO
1	Ferramentas de trabalho	Máquina Manual para chapisco textura	Vonder-chapisco	R\$ 54,86			X
2	Ferramentas de trabalho	Nível à laser com tripé e base Regulável	Schulz	R\$ 76,12			X
4	Ferramentas de trabalho	Jogo de pincéis com 5 peças	Leetools	R\$ 6,14		X	
3	Ferramentas de trabalho	Rolo para pintura em lâ de Carneiro com Suporte 5cm	Vonder-rolos	R\$ 5,40		X	
3	Ferramentas de trabalho	Rolo para pintura em espuma com suporte 5cm	Vonder-rolos	R\$ 2,78		X	
3	Ferramentas de trabalho	Serrote profissional 22 pol.	Tramontina	R\$ 41,39			X
2	Ferramentas de trabalho	Saca Pino jogo c/ 5 pçs Longo Gripwell	Loyal	R\$ 35,55			X
2	Ferramentas de trabalho	Talha Manual 1 Tonelada corrente com 3 Metros	CSM	R\$ 370,93			X
3	Ferramentas de trabalho	Trena 5m	Tramontina	R\$ 9,16			X
1	Ferramentas de trabalho	Furadeira / Parafusadeira de Impacto 18v 1/2 bivolt	DeWalt	R\$ 1.079,69			X
1	Ferramentas de trabalho	Esmerilhadeira angular 4,1/2 pol. 880 W 220V	Black Decker	R\$ 96,91			X
1	Ferramentas de trabalho	Lixadeira Angular 7 Pol. 2.200 W - 100	Makita	R\$ 310,50			X
1	Ferramentas de trabalho	Parafusadeira Drywall velocidade variável e reversível 220v	DeWalt	R\$ 381,56			X
1	Ferramentas de trabalho	Serra mármore à seco 110mm 110v	Makita	R\$ 169,98			X
4	Ferramentas de trabalho	Caixa plástica para argamassa Preta	Fuzil	R\$ 6,90		X	
3	Ferramentas de trabalho	Mangureira trançada 30m	BRFlex	R\$ 35,84			X
2	Ferramentas de trabalho manuais	Jogo de Chaves Combinada com 24 pçs de 6 a 32mm	Robust	R\$ 311,63			X
3	Ferramentas de trabalho manuais	Alicate de pressão com mordentes forjados em Aço Gedore-Valladium	Gedore	R\$ 25,29			X
2	Ferramentas de trabalho manuais	Alicate Bomba d'água de 16 polegadas	Robust	R\$ 69,22			X
2	Ferramentas de trabalho manuais	Alicate crimpador 9 polegadas	Tramontina	R\$ 223,19			X
1	Ferramentas de trabalho manuais	Jogo de alicates com estojo c/ 7 pçs	Kingtony	R\$ 213,39			X
2	Ferramentas de trabalho manuais	Arco de Serra 305mm	Robust	R\$ 31,36			X
2	Ferramentas de trabalho manuais	Caixa de ferramentas sanfonada móvel de rodas e 5 gavetas	Marcon	R\$ 95,03			X
2	Ferramentas de trabalho manuais	Chave Allen Kit 30 peças 0,7 a 10,0 0,028 a 3/8	Leetools	R\$ 33,96			X
2	Ferramentas de trabalho manuais	Jogo de chave Fenda/Philips c/ 10 pçs	SATA	R\$ 111,89			X
2	Ferramentas de trabalho manuais	Chave para tubos (Modelo americano) 12	Robust	R\$ 28,39			X
2	Ferramentas de trabalho manuais	Chave Inglesa 12" c/ 34mm de abertura	Robust	R\$ 44,14			X
2	Ferramentas de trabalho manuais	Jogo de chave tipo L tipo Torx c/ 9 pçs T10 a T50	King Tony	R\$ 41,89			X
3	Ferramentas de trabalho manuais	Marreta oitavada 2000g	Tramontina	R\$ 31,12			X
4	Ferramentas de trabalho manuais	Martelo de Unha 27mm Cabo de madeira	Tramontina	R\$ 18,00			X
5	Ferramentas de trabalho manuais	Corda trançada Colorida 10mm x 15m	Arteplas	R\$ 12,78			X
1	Mensal	Escritório Representação Ricardão Reformas e Construção	OLX	R\$ 1.500,00	X		
1	Mensal	Depósito/Armazém para guardar Ferramentas e Materiais	Viva Real	R\$ 1.200,00	X		

Fonte: Juliana Denleschi, 2013

QTD	TIPO	MATERIAL	FORNECEDOR	VALOR R\$	CUSTO FIXO	CUSTO VARIÁVEL	INVESTIMENTO
1	Mensal	Água	Sabesp	R\$ 100,00	X		
1	Mensal	Água Depósito	Sabesp	R\$ 100,00	X		
1	Mensal	Energia Depósito	AES Eletropaulo	R\$ 350,00	X		
8	Mensal	Limpeza e conservação	Autônoma (diária)	R\$ 75,00	X		
2	Transporte	Fiat Fiorino1.3 MPI Furgão 8V Flex 2 portas Branco	Webmotors	R\$ 21.890,00			X
2	Impostos	IPVA	Prefeitura	R\$ 875,00		X	
1	Mão-de-Obra	Ajudante geral	Agência empregos	R\$ 1.213,82	X		
1	Mão-de-Obra	Eletricista	Agência empregos	R\$ 2.255,52	X		
1	Mão-de-Obra	Encanador de manutenção	Agência empregos	R\$ 3.069	X		
1	Mão-de-Obra	Pedreiro construção	Agência empregos	R\$ 2.006,09	X		
1	Mão-de-Obra	Pintor manutenção	Agência empregos	R\$ 2.085,04	X		
1	Mão-de-Obra	Gesseiro	Agência empregos	R\$ 2.274	X		
3	Publicidade e Propaganda	Panfleto de 10x14 cms - couche 90 grs - impressão frente e verso 4x4 cores	Impresso gráfica - Campo Belo / São Paulo	R\$ 280,00	X		
1	Publicidade e Propaganda	Imã de geladeira (justamente por causa do nosso mercado que beneficia donas de casa) 500 Unidades Com Calendário	Panfletos.org	R\$ 199,00	X		
1	Publicidade e Propaganda	Manutenção de site da internet		R\$ 40,00	X		
1	Publicidade e Propaganda	Criação de site da internet: Instalação do CMS, Programação do design e layout do site (cores e disposição dos objetos)		R\$ 200,00			X
1	Publicidade e Propaganda	Inserção do material no site (textos e imagens)		R\$ 50,00		X	
1	Publicidade e Propaganda	Taxa de hospedagem do site		R\$ 20,00			X
1	Publicidade e Propaganda	Registro de domínio (.com.br / .com) (Domínio é o endereço que identifica sua empresa na web)		R\$ 30,00			X
1	Identidade visual	Cordão para crachá personalizado 25 unid cód 8166	Globo copiadora	R\$ 28,00			X
4	Publicidade e Propaganda	Anúncio Diário do Grande ABC 7 dias on-line	Diário do Grande ABC	R\$ 9,90	X		
25	Identidade visual	Uniformes diversos tamanhos Inverno	ACM	R\$ 65,00		X	
25	Identidade visual	Uniformes diversos tamanhos Verão	ACM	R\$ 35,00		X	
1	Material de escritório	Cartucho HP Preto 60	Kalunga	R\$ 43,10		X	
1	Material de escritório	Cartucho HP Color	Kalunga	R\$ 52,70		X	
25	Identidade visual	Crachá - Frente e Verso Coloridos Dimensões: 54 mm x 86 mm x 0,76 mm cód 9	Avansite	R\$ 5,50		X	
1	Impostos (cobrança mensal)	IPTU Escritório	Prefeitura	R\$ 186,10	X		
1	Impostos (cobrança mensal)	IPTU Depósito	Prefeitura	R\$ 90,00	X		

Fonte: Juliana Denleschi, 2013

Valor total

Custos fixos

R\$ 19.364,33

Custos variáveis

R\$ 4.695,33

Investimentos

R\$ 70.900,08

Fonte: Juliana Denleschi, 2013

10. VIABILIDADE FINANCEIRA

10.1 Fluxo de Caixa

PLANILHA DE FLUXO DE CAIXA - ANO 0						
Numero de Meses	Outubro	Novembro	Dezembro	Total		
	1	2	3	3		
ENTRADAS						
Previsão de recebimento vendas	-	-	-	0,00		
Outros recebimentos	250.000,00	-	-	250.000,00		
Impostos	-	-	-	0,00		
TOTAL DAS ENTRADAS	250.000,00	-	-	250.000,00		
SAÍDAS						
Estrutura	1.711,00	8.369,80	3.369,80	13.450,60		
Água (Deposito + Escritorio)	-	200,00	200,00	400,00		
Aluguéis (Deposito + Escritorio)	-	2.700,00	2.700,00	5.400,00		
Decoracao e Paisagismo/faixas e banner	-	5.000,00	-	5.000,00		
Documentacao	1.711,00	-	-	1.711,00		
Energia elétrica (Deposito + Escritorio)	-	350,00	350,00	700,00		
Telefone e Internet	-	119,80	119,80	239,60		
Departamento Pessoal	-	-	17.287,15	17.287,15		
Folha de pagamento	-	-	13.273,85	13.273,85		
Retiradas sócios (Pro-labore)	-	-	-	0,00		
Férias/13º salário	-	-	2.157,30	2.157,30		
Contador	-	-	1.356,00	1.356,00		
Treinamento de Pessoal	-	-	500,00	500,00		
Agencia de Comunicacao	-	-	-	0,00		
Materiais e Manutencao	-	600,00	34.766,01	35.366,01		
Limpeza e conservacao	-	600,00	600,00	1.200,00		
Combustiveis	-	-	1.115,40	1.115,40		
Uniformes	-	-	6.345,50	6.345,50		
Equipamentos	-	-	18.856,81	18.856,81		
Materiais Escritorio	-	-	7.848,30	7.848,30		
Materiais de Construciao	-	-	-	0,00		
Manut. de veiculos	-	-	-	0,00		
Publicidade e Propaganda	-	500,00	1.118,60	1.618,60		
Elaboracao e Manutencao do Site	-	500,00	40,00	540,00		
Elaboracao de Brindes	-	-	199,00	199,00		
Outdoor	-	-	-	0,00		
Panfletos	-	-	840,00	840,00		
Anuncio em Revista	-	-	-	0,00		
Anuncios de Jornal	-	-	39,60	39,60		
Obrigaçoes	12.027,64	2.027,64	2.027,64	16.082,92		
IPU	276,10	276,10	276,10	828,30		
IPVA	-	-	-	0,00		
Empréstimos bancários	-	-	-	0,00		
Financiamento de 2 Veiculos	11.751,54	1.751,54	1.751,54	15.254,62		
Despesas diversas	-	-	-	0,00		
TOTAL DAS SAÍDAS	13.738,64	11.497,44	58.569,20	83.805,28		
1 [ENTRADAS - SAÍDAS]	236.261,36	-11.497,44	-58.569,20	166.194,72		
2 SALDO ANTERIOR	236.261,36	236.261,36	224.763,92	166.194,72		
3 SALDO ACUMULADO [1 + 2]	236.261,36	224.763,92	166.194,72			

Fonte: Juliana Denleschi, 2013

PLANILHA DE FLUXO DE CAIXA - ANO 1

Numero de Meses	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Entradas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12
Previsão de recebimento vendas	RS 109.481,16	RS 101.130,90	RS 89.997,22	RS 79.791,35	RS 75.152,32	RS 72.368,90	RS 55.668,38	RS 53.812,77	RS 52.884,96	RS 63.090,84	RS 68.657,67	RS 105.769,93	927806,40
Outros recebimentos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Impostos	4.379,25	4.045,24	3.589,89	3.191,65	3.006,09	2.894,76	2.226,74	2.152,51	2.115,40	2.523,63	2.746,31	4.230,80	37111,26
TOTAL DAS ENTRADAS	105.101,91	97.085,66	86.397,33	76.599,70	72.146,23	69.474,14	53.441,65	51.660,26	50.769,57	60.567,20	65.911,37	101.539,13	890694,14
SÁLIAS													0,00
Estrutura	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	45437,60
Água (Deposito + Escritorio)	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2400,00
Aluguel (Deposito + Escritorio)	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	32400,00
Decoracao e Paisagismo/faixas e banner	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5000,00
Documentacao	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Energia elétrica	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4200,00
Telefone e Internet	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	1437,60
Departamento Pessoal	37.287,15	37.287,15	37.287,15	37.287,15	37.287,15	37.287,15	37.287,15	37.287,15	37.287,15	37.287,15	37.287,15	37.287,15	447445,80
Folha de pagamento	13.273,85	13.273,85	13.273,85	13.273,85	13.273,85	13.273,85	13.273,85	13.273,85	13.273,85	13.273,85	13.273,85	13.273,85	159286,20
Retiradas sócios (Pro-labore)	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	180000,00
Férias/13º salário	2.157,30	2.157,30	2.157,30	2.157,30	2.157,30	2.157,30	2.157,30	2.157,30	2.157,30	2.157,30	2.157,30	2.157,30	25887,60
Contador	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	16272,00
Treinamento de Pessoal	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6000,00
Agencia de Comunicacao	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	60000,00
Materiais e Manutencao	28.435,96	26.405,26	23.697,66	21.387,69	20.087,52	19.410,62	15.865,22	14.897,95	14.672,32	17.618,28	18.508,09	27.533,43	248520,00
Limpeza e conservacao	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7200,00
Combustiveis	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	13381,80
Uniformes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Equipamentos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Materiais Escritorio	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	1149,60
Materiais de Construcão	26624,76	24594,06	21886,46	19404,49	18276,32	17599,42	13638,02	13086,75	12861,12	15343,08	16696,89	25722,23	225633,60
Manut. de veiculos	-	-	-	172,00	-	-	516,00	-	-	464,00	-	-	1151,00
Publicidade e Propaganda	6.118,60	5.919,60	6.118,60	919,60	1.118,60	919,60	6.118,60	5.919,60	6.118,60	919,60	1.118,60	919,60	42229,20
Elaboracao e Manutencao do Site	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	480,00
Elaboracao de Brindes	199,00	-	199,00	-	199,00	-	199,00	-	199,00	-	199,00	-	1194,00
Outdoor/busdoor	5.000,00	5.000,00	5.000,00	-	-	-	5.000,00	5.000,00	5.000,00	-	-	-	30000,00
Panfletos	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	10080,00
Anuncio em Revista	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Anuncios de Jornal	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	475,20
Obrigaçoes	2.611,37	2.611,37	2.611,37	2.027,64	2.027,64	2.027,64	2.027,64	2.027,64	2.027,64	2.027,64	2.027,64	2.027,64	26083,87
IPU	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	3312,00
IPVA	583,73	583,73	583,73	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1751,19
Empréstimos bancários	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Financiamento de 2 Veiculos	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	21018,48
Despesas diversas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
TOTAL DAS SAÍDAS	77.822,88	75.593,18	73.084,58	64.991,88	63.890,71	68.014,81	64.668,41	63.502,14	63.475,51	61.222,47	62.311,28	71.137,62	809.715,47
1 (ENTRADAS - SAÍDAS)	27.279,02	21.492,48	13.312,75	11.607,82	8.255,51	1.459,33	-11.226,76	-11.841,88	-12.705,94	-655,27	3.600,09	30.401,51	80.978,67
2 SALDO ANTERIOR	166.194,72	193.473,74	214.966,22	228.278,98	239.886,79	248.142,31	249.601,64	238.374,88	226.533,00	213.827,06	213.171,79	216.771,88	247.173,39
3 SALDO ACUMULADO [1 + 2]	193.473,74	214.966,22	228.278,98	239.886,79	248.142,31	249.601,64	238.374,88	226.533,00	213.827,06	213.171,79	216.771,88	247.173,39	

PLANILHA DE FLUXO DE CAIXA - ANO 2

Numero de Meses	Janerio	Fevereiro	Marco	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12
ENTRADAS													
Previsão de recebimento vendas	RS 145.974,87	RS 134.841,20	RS 119.996,29	RS 106.388,47	RS 100.203,09	RS 96.491,87	RS 74.224,51	RS 71.750,36	RS 70.513,29	RS 84.111,11	RS 91.543,56	RS 141.026,57	1237075,20
Outros recebimentos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Impostos	5.838,99	5.393,65	4.799,85	4.255,54	4.008,12	3.859,67	2.968,98	2.870,01	2.820,53	3.364,84	3.661,74	5.641,06	49483,01
TOTAL DAS ENTRADAS	140.135,88	129.447,55	115.196,44	102.132,93	96.194,97	92.632,19	71.152,53	68.880,35	67.692,75	80.756,27	87.881,82	135.385,51	1187592,19
SALIDAS													
Estrutura	8.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	50437,60
Água (Deposito + Escritorio)	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2400,00
Aluguel (Deposito + Escritorio)	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	32400,00
Decoracao e Paisagismo/taixas e bannes	5.000,00	-	-	-	-	-	-	5.000,00	-	-	-	-	10000,00
Documentacao	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Energia elétrica	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4200,00
Telefone e Internet	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	1437,60
Departamento Pessoal	47.726,63	47.726,63	47.726,63	47.726,63	47.726,63	47.726,63	47.726,63	47.726,63	47.726,63	47.726,63	47.726,63	47.726,63	572719,56
Folha de pagamento	17520,67	17520,67	17520,67	17520,67	17520,67	17520,67	17520,67	17520,67	17520,67	17520,67	17520,67	17520,67	210248,04
Retiradas sócios (Pro-labore)	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	240000,00
Férias/13º salário	2.849,96	2.849,96	2.849,96	2.849,96	2.849,96	2.849,96	2.849,96	2.849,96	2.849,96	2.849,96	2.849,96	2.849,96	34199,52
Contador	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	16272,00
Treinamento de Pessoal	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12000,00
Agencia de Comunicacao	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	60000,00
Materiais e Manutencao	49.573,00	40.068,63	35.856,80	32.459,96	30.241,03	29.188,08	23.334,34	21.168,36	21.817,38	26.142,22	27.784,13	41.823,56	380457,50
Limpeza e conservacao	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7200,00
Combustiveis	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	13384,80
Uniformes	6.345,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6345,50
Equipamentos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Materiais Escritorio	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	1149,60
Materiais de Construcão	RS 41.416,30	RS 38.257,43	RS 34.045,60	RS 30.184,76	RS 28.429,83	RS 27.376,88	RS 21.059,14	RS 20.357,16	RS 20.006,18	RS 23.867,02	RS 25.972,93	RS 40.012,36	350985,60
Manut. de veiculos	-	-	-	464,00	-	-	464,00	-	-	464,00	-	-	1392,00
Publicidade e Propaganda	5.558,60	5.359,60	5.558,60	359,60	558,60	359,60	5.558,60	5.359,60	5.558,60	359,60	558,60	359,60	35509,20
Elaboracao e Manutencao do Site	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	480,00
Elaboracao de Brindes	199,00	-	199,00	-	199,00	-	199,00	-	199,00	-	199,00	-	1194,00
Outdoor/Busdoor	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	30000,00
Panfletos	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	3360,00
Anuncio em Revista	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Anuncios de Jornal	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	475,20
Obrigaçoes	2.611,37	2.611,37	2.611,37	2.027,64	2.027,64	2.027,64	2.027,64	2.027,64	2.027,64	2.027,64	2.027,64	2.027,64	20828,25
IPTU	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	3313,20
IPVA	583,73	583,73	583,73	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1751,19
Empréstimos bancários	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Financiamento de 2 Veiculos	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	1.751,54	15763,86
Despesas diversas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
TOTAL DAS SALIDAS	113.839,40	99.136,03	95.123,20	85.943,63	83.923,70	82.671,75	82.017,01	85.652,03	80.500,05	77.874,35	79.715,36	93.555,69	1.059.952,11
1 ENTRADAS - SALIDAS	26.296,48	30.311,52	20.073,24	16.189,30	12.271,26	9.960,44	-10.761,47	-16.771,69	-12.807,29	2.881,92	8.166,56	41.829,82	127.640,08
2 SALDO ANTERIOR	247.173,39	273.469,87	303.781,39	323.854,63	340.043,93	352.315,19	362.275,63	351.514,16	334.742,47	321.935,18	324.817,10	332.983,65	374.813,48
3 SALDO ACUMULADO (1 + 2)	273.469,87	303.781,39	323.854,63	340.043,93	352.315,19	362.275,63	351.514,16	334.742,47	321.935,18	324.817,10	332.983,65	374.813,48	

PLANILHA DE FLUXO DE CAIXA - ANO 3													
Numero de Meses	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
	Janerio	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	
ENTRADAS													
Revisão de recebimento vendas	R\$ 170.302,96	R\$ 157.313,75	R\$ 139.994,80	R\$ 124.119,10	R\$ 116.902,88	R\$ 112.573,14	R\$ 86.594,72	R\$ 83.708,23	R\$ 81.264,99	R\$ 98.140,69	R\$ 106.800,16	R\$ 164.529,98	1443245,40
Outros recebimentos													0,00
Impostos	6.812,12	6.292,55	5.599,79	4.964,76	4.676,12	4.502,93	3.463,79	3.348,33	3.250,60	3.925,63	4.272,01	6.581,20	57729,82
TOTAL DAS ENTRADAS	163.490,84	151.021,20	134.395,01	119.154,34	112.226,76	108.070,22	83.130,94	80.359,90	78.974,59	94.215,06	102.528,15	157.948,78	1385515,58
SÁLDAS													
Estrutura	3.369,80	3.369,80	8.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	3.369,80	8.369,80	3.369,80	3.369,80	50437,60
Água (Deposito + Escritorio)	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2400,00
Aluguel (Deposito + Escritorio)	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	32400,00
Decoracao e Paisagismo/faixas e banners			5.000,00							5.000,00			10000,00
Documentacao													0,00
Energia elétrica	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4200,00
Telefone e Internet	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	119,80	1437,60
Departamento Pessoal	54.347,50	54.347,50	54.347,50	54.347,50	54.347,50	54.347,50	54.347,50	54.347,50	54.347,50	54.347,50	54.347,50	54.347,50	652170,00
Folha de pagamento	18.734,49	18.734,49	18.734,49	18.734,49	18.734,49	18.734,49	18.734,49	18.734,49	18.734,49	18.734,49	18.734,49	18.734,49	224813,88
Retiradas sócios (Pro-labore)	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	300000,00
Férias/13º salário	3.007,01	3.007,01	3.007,01	3.007,01	3.007,01	3.007,01	3.007,01	3.007,01	3.007,01	3.007,01	3.007,01	3.007,01	36084,12
Contador	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	1.356,00	16272,00
Treinamento de Pessoal	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	15000,00
Agencia de Comunicacao	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	60000,00
Materiais e Manutencao	59.465,40	40.068,63	35.856,80	32.459,96	30.241,03	29.188,08	23.334,34	22.168,36	21.817,38	26.142,22	27.784,13	41.823,56	390349,90
Limpeza e conservacao	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7200,00
Combustiveis	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	1.115,40	13384,80
Uniformes	6.345,50												6345,50
Equipamentos	9.428,40												9428,40
Materiais Escritorio	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	95,80	1149,60
Materiais de Construcão	41.416,30	38.257,43	34.045,60	30.184,76	28.429,83	27.376,88	21.059,14	20.357,16	20.006,18	23.867,02	25.972,93	40.012,36	350285,60
Manut. de veiculos	464,00			464,00			464,00			464,00			1856,00
Publicidade e Propaganda	5.558,60	5.359,60	5.558,60	359,60	558,60	359,60	5.558,60	5.359,60	5.558,60	359,60	558,60	359,60	35509,20
Elaboracao e Manutencao do Site	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	480,00
Elaboracao de Brindes	199,00		199,00		199,00		199,00		199,00		199,00		1194,00
Outdoor/busdoor	5.000,00	5.000,00	5.000,00				5.000,00	5.000,00	5.000,00				30000,00
Panfletos	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	3360,00
Anuncio em Revista													0,00
Anuncios de Jornal	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	475,20
Obrigaçoes	859,83	859,83	859,83	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	5064,39
IPVA	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	276,10	3313,20
IPVA	583,73	583,73	583,73										1751,19
Empréstimos bancários													0,00
Financiamento de 2 Veiculos													0,00
Despesas diversas													0,00
TOTAL DAS SAÍDAS	123.601,13	104.005,36	104.992,53	90.812,96	88.793,03	87.541,08	86.886,34	85.521,36	85.369,38	89.495,22	86.336,13	100.176,56	1.133.531,09
1 (ENTRADAS - SAÍDAS)	39.889,71	47.015,84	29.402,48	28.341,38	23.433,73	20.529,14	-3.755,40	-5.161,46	-6.394,59	4.719,84	16.192,02	57.772,22	251.984,49
2 SALDO ANTERIOR	374.813,48	414.703,18	461.719,02	491.121,50	519.462,88	542.896,61	563.425,75	559.670,35	554.508,89	548.113,89	552.833,73	569.025,75	626.797,97
3 SALDO ACUMULADO (1 + 2)	414.703,18	461.719,02	491.121,50	519.462,88	542.896,61	563.425,75	559.670,35	554.508,89	548.113,89	552.833,73	569.025,75	626.797,97	

10.2 Explicando o Fluxo de Caixa

O ano O (zero) que começou no mês de outubro é o início da abertura da empresa, para iniciar é necessário abrir uma firma e realizar as seguintes ações:

1º - Vá a um cartório de registro civil, para registrar sua assinatura, e leve todos seus documentos pessoais (RG, CPF, Certidões), com cópias autenticadas.

2º - Depois de abrir firma, vá à junta comercial do seu estado ou ao órgão de registro de empresas, para registrar que sua empresa existe oficialmente. E para realizar esse procedimento, é necessário o Contrato Social *, os Documentos pessoais de cada sócio (autenticados), e a cópia do comprovante de endereço da empresa.

* Contrato Social: é o documento mais importante no processo de abertura, e é feito com a ajuda de um advogado e um contador. Precisa conter os seguintes itens: interesse das partes; objetivo da empresa; descrição do aspecto societário e a maneira de integralização das cotas. Ao ir à junta comercial, o empresário obterá o NIRE (Número de Identificação do Registro de Empresa). Há sempre um preço e um prazo para abertura, que varia a cada local. Consulte o site da Junta Comercial do seu estado para obter mais informações.

3º - Com o NIRE, já é possível ter o CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas), e o DECA (Declaração Cadastral), ou seja, sua empresa já está apta a pagar impostos, é um registro de contribuinte.

* CNPJ: é um número para identificação de uma pessoa jurídica perante a Receita Federal. Sem o CNPJ não há como fazer contratos, transações, abrir processos, entre outros. Através do CNPJ é informado a data de abertura, nome da empresa, nome fantasia, código e descrição da natureza jurídica, código e descrição da atividade econômica principal (CNAE), código e descrição das atividades econômicas secundárias, situação cadastral do contribuinte e endereço.

* DECA: é um cadastro no sistema tributário do seu estado, feito junto à Secretaria Estadual da Fazenda.

Ao fazer o cadastro no CNPJ, é preciso saber se o tipo de empresa faz parte do SIMPLES (Sistema Integrado de Imposto e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte), para que essa classificação seja usada na tributação, e na fiscalização das atividades da empresa. Sendo assim, antes de fazer seu cadastro, faça uma consulta para saber em que tipo sua empresa é classificada.

4º - O próximo passo é fazer o cadastro na prefeitura, para receber o alvará de funcionamento, que é uma licença que permite o funcionamento e a localização da empresa. O alvará pode ser obtido pela internet, ou na secretaria de finanças de sua cidade. Não deixe de retirar o alvará, para que a empresa não seja considerada ilegal, não corra o risco de ser fechada e do empresário ser punido.

5º - Para a contratação de funcionários, é necessário fazer um cadastro da empresa e de seus responsáveis, na Previdência Social, e agir corretamente de acordo com as obrigações trabalhistas. Após o funcionamento da empresa, o prazo para esse cadastro é de 30 dias.

Segundo o Firjan, o custo para abertura da empresa em São Paulo é 1711,00.

Gráfico 1 – Custo de abertura de empresas no Brasil

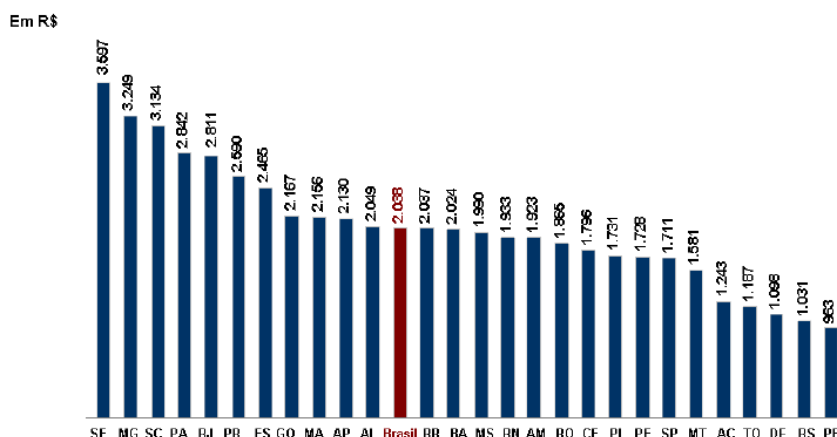


Figura 47 – Custo de abertura de empresas no Brasil.

Fonte: http://como-abrir-uma-empresa.info/mos/view/Passo_a_Passo_-_Documenta%C3%A7%C3%A3o/

Além da documentação, na aba estrutura, temos as seguintes informações:

Tabela 45 – Despesas escritório

Água (Deposito + Escritório)	200,00
Alugueis (Deposito + Escritório)	2.700,00
Decoração e Paisagismo/faixas e banners	5.000,00
Energia elétrica (Deposito + Escritório)	350,00
Telefone e Internet	119,80

Fonte: Jacira Araújo, 2013

No item Decoração e Paisagismo/Faixas e Banner o grupo estipulou uma quantia a ser gasta a cada 6(seis) meses, que foi o valor de R\$5.000,00.

Foi realizado uma pesquisa e o valor dos honorarios de um contador para os servicos realizados e o tamanho da empresa é de R\$1.356,00.

Av. Washington Luiz n. 550
 São Paulo - SP - Cep 04662-000
 FONES (11) 5521-3063 / 5686-6792 FAX 5687-6015
 E-mail ctbscattaregi@terra.com.br / dpscattaregi@terra.com.br

Cliente	Ricardao	FATURA n.

Data	Conta	Descrição	Valor
30/09/2013	1	HONORARIOS 09/2013	1.356,00

Figura 48 – Orçamento contador.

Fonte: Juliana Denleschi, 2013.

O grupo definiu que é necessário duas limpezas semanais. Em pesquisa com faxineiras que realizam esse serviços e empresas que oferecem a mão de obra o valor médio da limpeza é de R\$75,00, que por mês seria 8 limpezas, sendo assim, o total de R\$600,00.

Como vamos realizar serviços no ABC acreditamos que os veículos iram rodar uma quantidade menor que 200km por dia. O tanque de uma Fiorino de 55litros e o veiculo roda no mínimo 400km com um tanque cheio. O valor do litro do álcool em São Bernardo do Campo é de R\$ 1,69, sendo assim, o valor de um tanque cheio é de R\$92,95. Contando que os dois veículos rodem 6 dias por semana, serão

3 tanques por semana. Calculando o valor gasto por mês com combustíveis descrita nesta situação é de R\$1115,40.

Os uniformes serão comprados uma vez ao ano, sendo 25 uniformes para o verão, 25 para o inverno e 25 botinas que serão distribuídos 3 peças de cada item para cada funcionário. O total dos custos anual é de R\$6345,50.

Os equipamentos foram caracterizados como as ferramentas de trabalho e equipamento de proteção, esses equipamentos foram comprados no ano 0 e fazem parte de nosso investimento. A relação desses equipamentos esta na parte de detalhamento de ações e investimentos, descritos com o tipo “Ferramenta de trabalho”, “Ferramenta de trabalho manual” e “Equipamentos de proteção”, o valor total desses equipamentos é de R\$ 18.856,81.

Os materiais de escritório também estão inseridos na parte de detalhamento de ações e investimentos. No ano 0 temos os moveis, computadores e impressoras, os demais anos inserimos os valores de cartuchos de impressão.

Como os veículos foram comprados novos, verificamos no site da Fiat os períodos que devemos realizar as manutenções. A primeira manutenção é com 7.500km, com a quantidade calculada de km rodados será necessário realizar a manutenção no 4º mês do ano 1 no valor de R\$172,00, a próxima é com 15.000km no 7º mês do ano 1 no valor de R\$516,00. Os valores foram retirados do site conforme o exemplo abaixo:

REVISÕES PROGRAMADAS

Verifique no MANUAL DE USO E MANUTENÇÃO qual a periodicidade da revisão do seu Fiat.

Seu carro

Modelo	Motor	KM	Itens inclusos*	O valor da sua revisão é:
Fiorino	1.3 FIRE 8V	15.000	Lubrificante Selênia**, Filtro de Óleo, Filtro de Combustível, Filtro de Ar, Mão de Obra Gratuita.	4x R\$43,00/mês sem juros vir. Total - R\$172,00 à vista R\$172,00

* Consulte também os itens Verificados nas Revisão programada Fiat em nosso Plano de Revisão.
 ** Consulte no Manual de Uso e Manutenção a correta especificação do Lubrificante Selênia.

Agende sua Revisão Programada

Clique no botão abaixo para entrar em contato com uma de nossas concessionárias e agendar sua revisão.

[LOCALIZE UMA CONCESSIONÁRIA](#)

Você sabe o que a revisão vai checar no seu carro?

Confira nosso [plano de revisão](#).

Figura 49 – Revisões Programadas.

Fonte: Site Fiat.

Os valores de manutenção e elaboração do site foram inseridos conforme cotação abaixo realizada:

Tabela 46 – Criação e manutenção do site.

TIPO	MATERIAL	VALOR (R\$)	CUSTO FIXO	CUSTO VARIÁVEL	INVESTIMENTO
Publicidade e Propaganda	Panfleto de 10x14 cms - couche 90 grs - impressão frente e verso 4x4 cores	R\$ 280,00	X		
Publicidade e Propaganda	Imã de geladeira (justamente por causa do nosso mercado que beneficia donas de casa) 500 Unidades Com Calendário	R\$ 199,00	X		
Publicidade e Propaganda	Manutenção de site da internet	R\$ 40,00	X		
Publicidade e Propaganda	Criação de site da internet: Instalação do CMS, Programação do design e layout do site (cores e disposição dos objetos)	R\$ 200,00			X
Publicidade e Propaganda	Inserção do material no site (textos e imagens)	R\$ 50,00		X	
Publicidade e Propaganda	Taxa de hospedagem do site	R\$ 20,00			X
Publicidade e Propaganda	Registro de domínio (.com.br / .com) (Domínio é o endereço que identifica sua empresa na web)	R\$ 30,00			X

Fonte: Juliana Denleschi, 2013

Escolhemos o imã de geladeira como brinde, o imã vem com calendário e o valor é de R\$ 199,00 a cada 500 peças. Como a empresa atende menos de 250 clientes por mês, pensamos em comprar um mês sim e o outro não.

A publicidade no jornal com anúncio no Diário do Grande ABC 7 dias on-line tem o valor de R\$9,90, sendo assim, no mês pagaremos o valor de R\$39,60.

A Cotação de panfletos (10x14 cms - couche 90 grs - impressão frente e verso 4x4 cores – 5.000 unidades) Valor: 280,00. No ano 1 decidimos solicitar 15 mil unidades por mês, pois o numero de cliente ainda é muito baixo; nos demais anos mudamos para somente 5mil unidades mês.

O valor do veículo é de R\$21.890,00 e o IPVA de São Paulo é de 4% do valor, que é de R\$573,73 cobrados nos 3 primeiros meses de cada ano.

Os dois veículos foram financiados, com entrada de R\$11751,54 e 24 parcelas R\$1751,54. Os dados do financiamento são;

Valor líquido emprestado = R\$ 43.780,00

Total Pago ao final do período: R\$ 54.293,13
 Total de Juros ao final do período: R\$ 9.811,04
 Juros + IOF = R\$ 10.513,13

No ano 1 serão contratos 6 funcionários, conforme tabela abaixo:

Tabela 47- Cargos e salários.

Cargo	Salário base em R\$	Custo total para a empresa
Eletricista	R\$ 1.485,15	R\$ 2.255,52
Encanador de manutenção	R\$ 1.619,20	R\$ 2.419,42
Pedreiros construção	R\$ 2.152,01	R\$ 3.069,00
Pintor manutenção	R\$ 1.280,40	R\$ 2.006,09
Gesseiro	R\$ 1.500,00	R\$ 2.274,00
Ajudante geral	R\$ 631,86	R\$ 1.213,82
Total	R\$ 8.668,62	R\$ 13.237,85

Fonte: Juliana Denleschi, 2013.

Nos próximos anos com o aumento de serviço o número de profissionais contratados também irá aumentar, no ano 2 serão contratados mais 2 funcionários, um pedreiro e o outro ajudante geral e no ano 3 mais um ajudante geral.

Tabela 48 - Custos com fornecedores e faturamento mensal.

ANO1	nº	Margem de alteração +2%	Margem de alteração -2%
Quantidade de serviços por dia	9	9	9
Quantidade de serviços por mês	216	220	212
Quantidade de serviços por ano	2592	2640	2544
ANO2	nº	Margem de alteração +2%	Margem de alteração -2%
Quantidade de serviços por dia	12	12	12
Quantidade de serviços por mês	288	294	282
Quantidade de serviços por ano	3456	3528	3384
ANO3	nº	Margem de alteração +2%	Margem de alteração -2%
Quantidade de serviços por dia	14	14	14
Quantidade de serviços por mês	336	343	329
Quantidade de serviços por ano	4032	4116	3948

Fonte: Juliana Denleschi, 2013.

Através de pesquisa com nossos concorrentes sobre a quantidade de serviços realizados por dia, chegamos aos números de serviços realizados em cada ano, conforme imagem:

Após isso, calculamos a media ponderada do valor pago pelo cliente em cada serviço e a media dos custos gastos.

Tabela 49 – Média ponderada de faturamento e custos com fornecedor.

Média Ponderada por serviço prestado				
R\$	357,95			
FATURAMENTO	ANO1	ANO2	ANO3	
Faturamento diário previsto	R\$ 3.221,55	R\$ 4.295,40	R\$ 5.011,30	
Faturamento mensal	R\$ 77.317,20	R\$ 103.089,60	R\$ 120.271,20	
Faturamento Annual	R\$ 927.806,40	R\$ 1.237.075,20	R\$ 1.443.254,40	
Média Ponderada dos custos				
R\$	87,05			
CUSTO DE MATERIAIS	ANO1	ANO2	ANO3	
Custo diário previsto	R\$ 783,45	R\$ 1.044,60	R\$ 1.218,70	
Custo Mensal	R\$ 18.802,80	R\$ 25.070,40	R\$ 29.248,80	
Custo Anual	R\$ 225.633,60	R\$ 300.844,80	R\$ 350.985,60	

Fonte: Juliana Denleschi, 2013.

Para calcular os preços dos serviços prestados foi necessário buscar os materiais que são cobrados e utilizados em cada serviço, o valor da hora do técnico, os custos foram rateados entre os serviços e embutido essa valor no preço final, além de também embutir o valor de imposto de 4 % para a empresa simples nacional.

10.2.1 Depreciação

Para calcular os preços dos serviços prestados foi necessário buscar os materiais que são cobrados e utilizados em cada serviço, o valor da hora do técnico, os custos foram rateados entre os serviços e embutido essa valor no preço final, além de também embutir o valor de imposto de 4 % para a empresa simples nacional.

Cálculo de depreciação de imobilizado								
Data do cálculo	01/10/2013	FONTE: http://www.youtube.com/watch?v=w2yyLGHQ-pc						
ATIVO	COMPRA		DEPRECIÇÃO					
	Data	Valor	Depreciação Acumulada	Saldo	Vida útil (anos)	R\$ Anual	Apropriação Mensal	Qntd meses
Edifícios								
-	01/07/2013	R\$ -	R\$ -	R\$ -	20	R\$ 0,00	R\$ 0,00	3
Máquinas e equipamentos								
Máscara Respirador com válvula PFFI	01/07/2013	R\$ 0,90	R\$ 0,02	R\$ 0,88	10	R\$ 0,09	R\$ 0,01	3
Máscara Respirador com válvula PFFI	01/07/2013	R\$ 0,90	R\$ 0,02	R\$ 0,88	10	R\$ 0,09	R\$ 0,01	3
Máscara Respirador com válvula PFFI	01/07/2013	R\$ 0,90	R\$ 0,02	R\$ 0,88	10	R\$ 0,09	R\$ 0,01	3
Máscara Respirador com válvula PFFI	01/07/2013	R\$ 0,90	R\$ 0,02	R\$ 0,88	10	R\$ 0,09	R\$ 0,01	3
Máscara Respirador com válvula PFFI	01/07/2013	R\$ 0,90	R\$ 0,02	R\$ 0,88	10	R\$ 0,09	R\$ 0,01	3
Máscara Respirador com válvula PFFI	01/07/2013	R\$ 0,90	R\$ 0,02	R\$ 0,88	10	R\$ 0,09	R\$ 0,01	3
Máscara Respirador com válvula PFFI	01/07/2013	R\$ 0,90	R\$ 0,02	R\$ 0,88	10	R\$ 0,09	R\$ 0,01	3
Máscara Respirador com válvula PFFI	01/07/2013	R\$ 0,90	R\$ 0,02	R\$ 0,88	10	R\$ 0,09	R\$ 0,01	3
Luva construtor em lona	01/07/2013	R\$ 8,33	R\$ 0,21	R\$ 8,12	10	R\$ 0,83	R\$ 0,07	3
Luva construtor em lona	01/07/2013	R\$ 8,33	R\$ 0,21	R\$ 8,12	10	R\$ 0,83	R\$ 0,07	3
Luva construtor em lona	01/07/2013	R\$ 8,33	R\$ 0,21	R\$ 8,12	10	R\$ 0,83	R\$ 0,07	3
Luva construtor em lona	01/07/2013	R\$ 8,33	R\$ 0,21	R\$ 8,12	10	R\$ 0,83	R\$ 0,07	3
Luva construtor em lona	01/07/2013	R\$ 8,33	R\$ 0,21	R\$ 8,12	10	R\$ 0,83	R\$ 0,07	3
Luva construtor em lona	01/07/2013	R\$ 8,33	R\$ 0,21	R\$ 8,12	10	R\$ 0,83	R\$ 0,07	3
Luva construtor em lona	01/07/2013	R\$ 8,33	R\$ 0,21	R\$ 8,12	10	R\$ 0,83	R\$ 0,07	3
Protetor Auditivo Copolímero com 3 flanges	01/07/2013	R\$ 0,40	R\$ 0,01	R\$ 0,39	10	R\$ 0,04	R\$ 0,00	3
Protetor Auditivo Copolímero com 3 flanges	01/07/2013	R\$ 0,40	R\$ 0,01	R\$ 0,39	10	R\$ 0,04	R\$ 0,00	3
Protetor Auditivo Copolímero com 3 flanges	01/07/2013	R\$ 0,40	R\$ 0,01	R\$ 0,39	10	R\$ 0,04	R\$ 0,00	3

Fonte: Aline Rodrigues, 2013.

Fizemos a depreciação através do excel, da função “DPD”, ela calcula a perda do bem durante o tempo, classificando à partir da sua vida útil (medida em anos). O cálculo foi feito à partir da classificação de Investimentos, e classificada de acordo com sua categoria, como Edifícios, Máquinas e Equipamentos, Veículos, Instalações, Móveis e Utensílios e Computadores e Periféricos.

Ao final, consideramos o valor de Apropriação Mensal, que é a depreciação de todos os bens da empresa durante o mês, a Depreciação Acumulada é contada como 12 meses de depreciação.

10.3 DRE

Tabela 50 - DRE

DRE	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3
RECEITA BRUTA	R\$ -	R\$ 927.806,40	R\$ 1.237.075,20	R\$ 1.443.245,40
(-) CUSTO DOS BENS VENDIDOS	-R\$ 51.124,33	R\$ 353.920,07	R\$ 472.537,41	R\$ 466.665,99
(=) LUCRO BRUTO	-R\$ 51.124,33	R\$ 573.886,33	R\$ 764.537,79	R\$ 976.579,41
(-) DESPESAS ADMINISTRATIVAS E GERAIS	-R\$ 32.680,95	R\$ 455.795,40	R\$ 587.414,66	R\$ 666.865,10
(=) LUCRO OPERACIONAL	-R\$ 83.805,28	R\$ 118.090,93	R\$ 177.123,13	R\$ 309.714,31
(-) IMPOSTOS	R\$ -	R\$ 37.112,26	R\$ 49.483,01	R\$ 57.729,82
LUCRO LÍQUIDO FINAL	-R\$ 83.805,28	R\$ 80.978,67	R\$ 127.640,12	R\$ 251.984,49
Crescimento Anual (%)	0	8,73	10,32	17,46

Fonte: Juliana Denleschi, 2013

Tabela 51 – Outros índices do investimento.

Investimento Inicial	R\$ 70.900,08
Payback	3º mês
Retorno sobre investimento	R\$ 389.703,20
Retorno médio sobre os investimento	R\$ 129.901,07
TIR	146,07%
ROI	5,50
VPL	R\$ 301.431,260
VP	R\$ 54.001,31

Fonte: Juliana Denleschi, 2013.

Tabela 52- Payback simples.

Ano	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Fluxo	-70900,1	27279,02	21492,48	13312,75	11607,82	8255,51	1459,33	-11226,8	-11841,9	-12705,9	-655,27	3600,09	30401,51
Somatorio	-70900,1	-43621,1	-22128,6	-8815,83	2791,99	11047,5	12506,83	1280,07	-10561,8	-23267,8	-23923	-20322,9	10078,58

Tabela 53 - Payback descontado.

Ano	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Fluxo	-70900,1	27279,02	21492,48	13312,75	11607,82	8255,51	1459,33	-11226,8	-11841,9	-12705,9	-655,27	3600,09
Valor desc.		27075,95	21173,7	13017,65	11266,02	7952,77	1395,35	-11798,9	-12529	-13532,3	-702,45	3316
Somatorio	-70900,1	-43824,1	-22650,4	-9632,78	1633,24	9586,01	10981,36	-817,51	-13346,5	-26878,8	-27581,3	-24265,3

12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
30401,51	26296,48	30311,53	20073,24	16189,3	12271,26	9960,44	-10761,5	-16771,7	-12807,3	2881,92	8166,56	41829,83
27794,22	23862,27	27300,9	17944,9	14365,05	10807,44	8706,97	-12185,5	-19100,4	-14667,6	2445,06	6877,06	34962,68
3528,97	27391,24	54692,14	72637,04	87002,09	97809,53	106516,5	94331	75230,6	60563	63008,06	69885,12	104847,8

Fonte: Juliana Denleschi, 2013.

11. CONTROLES

11.1 Pós Plano

11.1.1 Diversificação do nosso portfólio de Serviços

Terminamos o quarto ano de atuação no mercado, com caixa positivo, nossa idéia é investir no negócio para que ele cresça e se desenvolva.

Avaliamos a possibilidade de atender outros tipos de público-alvo, queremos criar novos tipos de serviço, e obter uma relação mais estreita com o cliente. Não ficaremos limitados em oferecer apenas os serviços prestados que já existentes, conseguiremos trazer novidades e poderemos vender os produtos e serviços complementares ao que já fazemos, trazendo mais atrativos a nossa prestação de serviços.

Antes, devemos avaliar se o serviço completar ou produto teria uma boa aceitação por parte do cliente, se seria rentável ou não. Uma ideia relevante é fazer testes em determinadas épocas do ano com o produto ou serviço que pretendemos agregar ao nosso portfólio e assim, avaliar a aceitação do cliente.

11.1.2 Parcerias

Queremos constituir parcerias com empresas de negócios relacionados com o nosso, como distribuidoras de materiais de construção, assim poderemos aumentar o *Market Share* e ter uma divulgação da marca, através de parcerias.

É uma opção estratégica, que vai nos ajudar a abranger outros tipos de público, e nos proporcionar crescimento e competitividade neste mercado agressivo. Vamos analisar os objetivos assim prejudicar-nos.

Algumas vantagens desta opção, é que não vamos comprometer muito nosso capital e, além disso, teremos riscos menores e mais fáceis de calcular. Poderemos aperfeiçoar processos, reduzir custos, compartilhar ideias e nos tornar mais sólidos

no mercado. Vamos agregar valor aos nossos produtos através de parcerias, o que cria diferencial competitivo aos clientes.

11.1.3 Franquias

Uma ótima opção de expansão que temos é a abertura de franquias, nossas concorrentes já estão demonstrando grande retorno com esse tipo de expansão, e é uma ótima opção para nossa empresa. É comum existir franquias no setor de alimentação, mas vimos em nossas pesquisas que a franquia está dando muito certo no nosso modelo de prestação de serviços.

Um dos maiores benefícios é não precisar investir do capital da empresa, pois o dinheiro vem do franqueado (investidor), nós temos apenas que oferecer o modelo de negócio, dar suporte e ajudar a superar dificuldades que nós mesmos enfrentamos ao longo do tempo.

Dentre as variáveis que devemos analisar, está a força da marca, o público alvo da região, se a demanda existe e é atrativa, e também a concorrência da região. E desenvolver um bom plano de marketing.

Com a franquia, conseguimos captar recursos cobrando por:

- Taxa da franquia:

Taxa que cobramos pela utilização da marca, e do modelo de gestão.

- Taxa de Publicidade e Propaganda;

Taxa cobrada para manutenção de um fundo de Publicidade e Propaganda, com o objetivo de desenvolver as campanhas de divulgação da marca, incluindo todas as franquias da marca.

- Royalties:

Demais taxas cobradas, relacionada a modelos de serviços, marcas registradas, mas porcentagem sobre os lucros, pré-determinada por nossa empresa.

O propenso franquiado terá algumas vantagens ao abrir um negócio já testado como o nosso, com uma demanda aquecida, e teria o total suporte da “franqueadora” na hora de avaliar riscos, evitar cometer os mesmos erros, enfrentar os mesmos problemas e já teria uma marca conhecida no mercado.

11.1.4 Licitações do Governo

Uma ótima opção para expandir o negócio será participar de Licitações públicas e prestar serviços ao Governo, além de ser um cliente com garantia de pagamento e alta demanda, conseguiremos tornar a marca muito mais forte no ramo de atividade.

Depois das novas leis que incentivam a participação de pequenas e médias empresas em licitações, conseguiremos crescer ainda mais, em quantidade de serviços prestados e exposição da nossa marca. Para isso teremos que redesenhar alguns tipos de serviços, e dependendo do tamanho do serviço a ser prestado, contratar funcionários, melhorar em processos.

Podemos ser convidadas a prestação de serviços através de cartas-convite, que é o tipo de prestação de serviços de menor proporção, ou através de pregão, que é uma nova forma do governo de escolher seus fornecedores, evitar fraudes e privilégios de certas empresas.

É evidente que construções, reformas e reparos, têm uma chance maior de prestar serviços através de licitações públicas, o Governo sempre tem demanda para construções, e com o Programa PAC esta demanda aumentou consideravelmente nos últimos anos, vemos uma ótima opção para expandir, porém, temos que buscar uma administração limpa, práticas mais sustentáveis que mostrem resultados, e nos destacar através de certificações de qualidade se possível.

11.2 Plano de Contingência

Neste plano de contingência abordamos algumas formas de como agir em casos extremos em que o funcionário ou pessoa próxima não saiba como proceder, aqui abordaremos seis situações:

- Incêndio;
- Falta de energia (apagão);
- Furto ou roubo;
- Inundações ou enchentes;
- Vazamento de gás;

- Acidente de trabalho

Destacamos que este manual deve permanecer em local visível ou de fácil acesso, abordamos as situações de forma simples para facilitar as tomadas de decisão em casos extremos.

Comitê de Contingência

Item 1 - Comitentes
Integrante 1: Aline Rodrigues das Neves Papel: Presidente comitê Telefone de Contato: 11 96725-6063
Integrante 2: Jacira Araújo Papel: Vice presidente comitê Telefone de Contato: 11 98425-6143
Integrante 3: Caio Jardim Papel: Técnico 1 Telefone de Contato: 11 97528-9416
Integrante 4: Juliana Denleschi Papel: Técnico 2 Telefone de Contato: 11 96467-8525
Integrante 5: Lígia Ribeiro Papel: Técnico 3 Telefone de Contato: 11 99845-6123

Fonte: Aline Rodrigues, 2013.

11.2.1 Importância do Comitê de Contingência

O comitê é composto por pessoas treinadas para identificar o risco iminente no ambiente de trabalho, com o objetivo de minimizar danos ao patrimônio da empresa e as pessoas. Os integrantes sabem proceder em caso de ameaças listadas neste plano, bem como outras funções, como abandono de área, organização junto ao prédio de simulações de evacuação (junto com os brigadistas presentes), conhecimento total do local de trabalho e auxílio no isolamento da área, listagem de produtos químicos e inflamáveis no ambiente de trabalho, contato com todas as autoridades envolvidas, de acordo com cada ameaça que venha a acontecer, os representantes também tomam as ações emergenciais em caso de ocorrência de alguma ameaça.

11.2.3 Mapa de risco

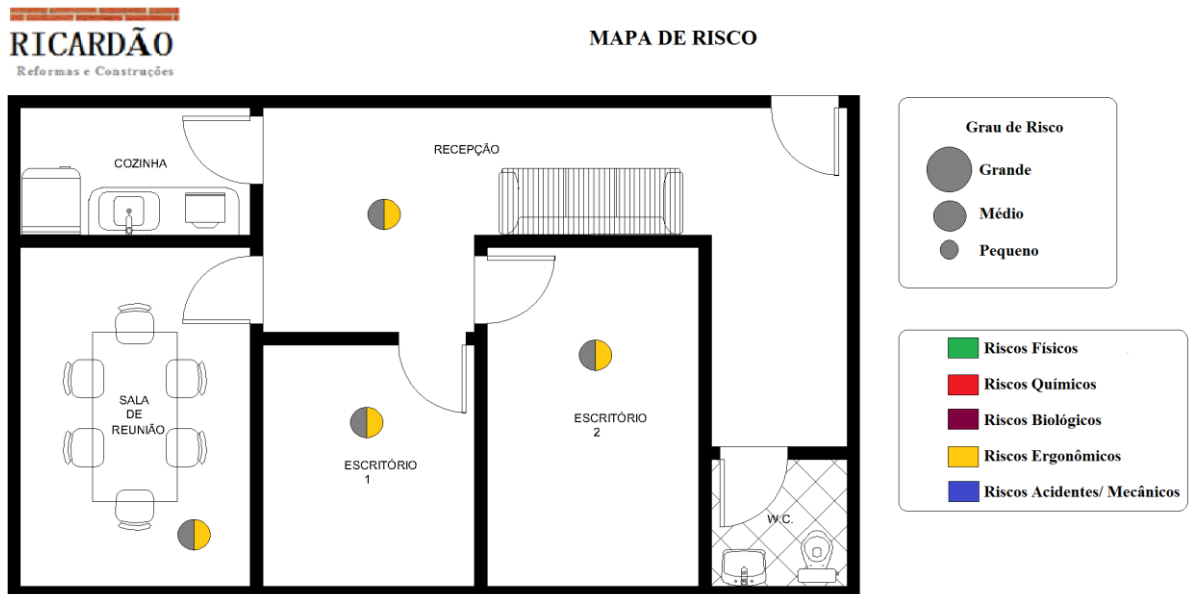


Figura 50 – Mapa de risco.

Fonte: Aline Rodrigues, 2013.

Riscos ergonômicos são os fatores que podem afetar a integridade física ou mental do trabalhador, proporcionando-lhe desconforto ou doença.

“São considerados riscos ergonômicos: esforço físico, levantamento de peso, postura inadequada, controle rígido de produtividade, situação de estresse, trabalhos em período noturno, jornada de trabalho prolongada, monotonia e repetitividade, imposição de rotina intensa.” (Biossegurança em Laboratórios de Saúde Pública. Oda, Leila, Ávila, Suzana. Et al. Brasília. Ministério da Saúde, 1998.)

Como podemos verificar no Mapa de Risco, o escritório apresenta riscos ergonômicos, estes por sua vez, podem provocar nos trabalhadores stress, lesões musculares, as mais graves classificadas como LER/DORT, hipertensão, diabetes, taquicardia, gastrite e úlcera, entre outros males. Podemos melhorar a qualidade de vida dos funcionários, melhorando o espaço físico, e modernizando os equipamentos e processos de trabalho.

Quanto aos funcionários que prestam serviços nas residências dos clientes, não podemos elaborar um mapa de risco mais específico, pois o ambiente pode

apresentar diversos tipos de riscos para o trabalhador, porém sabemos que eles estão expostos a:

- Riscos físicos;
- Riscos Químicos;
- Riscos Biológicos;
- Riscos Ergonômicos;
- Riscos de Acidentes


11.2.4 Plano de contingência

Ricardão Reformas e Construção

Título: Planos de Contingência - 6

Capítulo: Modelos - 1

Seção: Incêndio – 1

 Reformas e Construções		Plano de Contingência 01 Incêndio	
1. Identificação do Plano			
a) Empresa	Ricardão Reformas e Construção		
2. Dados Gerais do Plano			
a) Plano testado?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	Data: ____/____/____	
b) Objetivo Geral: <i>Orientar as pessoas em como agir em casos de emergência, e evitar perda de pessoas ou patrimônio da empresa.</i>			
c) Responsáveis pela elaboração deste Plano		Comitê de Contingência da empresa Ricardão Reformas e Construção	
d) Tipos de testes aplicados:			
e) Escala de tempo (tempo estimado para executar as ações) _____ minutos, horas ou dias.			
f) Tempo estimado para retornar as atividades normais _____ minutos, horas ou dias.			
g) Equipamentos necessários para execução deste Plano:			
<ul style="list-style-type: none"> • Telefone de fácil acesso; • Extintor, caso as chamas forem de pouca proporção. 			
h) Informações Gerais:			
<ul style="list-style-type: none"> • Mantenha a calma; 			

- Jamais utilize os elevadores para se locomover;
- Tente identificar a proporção do incêndio, e se for considerada de média ou alta proporção (gravidade) DEIXE O LOCAL IMEDIATAMENTE!

3. Procedimentos para controlar a contingência

	Procedimen to	Quando?	Quem?	Como?	Por que fazer?	Onde?
1	Identificar a existência de foco de incêndio.	Assim que perceber algum sinal anormal, como fumaça ou cheiro forte.	O funcionário ou pessoa que localizou o foco.	Verificar o local do incidente (dentro ou fora do ambiente de trabalho).	Para tentar controlar o foco e evitar propagação das chamas.	No ambiente de trabalho, escritório ou local de prestação do serviço.
2	Informar os brigadistas do prédio e síndico da ocorrência de um incêndio.	Quando confirmar o foco de incêndio.	O funcionário ou pessoa que constatou o início do incêndio.	Entrando em contato através do ramal 741.	Para alertar o perigo e os responsáveis tomar as devidas providências (evacuação do prédio entre outros).	No ambiente de trabalho, escritório ou local de prestação do serviço.
3	Comunicar integrante mais próximo do Comitê de Contingência	O mais rápido possível, para que ele possa tomar as providências de acordo com a circunstância.	O brigadista, síndico ou integrante do Comitê de Contingência.	Acionando o alarme de incêndio encontrado próximo a escada, e dentro dos escritórios, para dar andamento às providências de evacuação do prédio e combate ao incêndio.	Evitar maiores danos nas pessoas presentes no horário do incidente, no patrimônio da empresa entre outros.	Informar de um local seguro.
4	Dar andamento na evacuação do local.	Assim que possível, para evitar acidentes e danos nas pessoas que estiverem no local.	Integrante do Comitê de Contingência ou brigadista presente.	Indicando a saída mais próxima (Rota de fuga do prédio), para os demais colaboradores e pessoas que estejam visitando o escritório e o prédio, indo aos locais que estejam mais comprometidos com o incidente.	Para garantir a segurança das pessoas presentes no local.	No ambiente de trabalho, escritório ou local de prestação do serviço em que está ocorrendo o incêndio.

5	Acionar o Corpo de Bombeiros.	Assim que verificar que o incêndio não pode ser controlado facilmente.	Integrante do Comitê de Contingência ou brigadista presente.	Ligar para o telefone de emergência 193.	Controlar o incêndio, e manter o local isolado.	No ambiente de trabalho, escritório ou local de prestação do serviço em que está ocorrendo o incêndio.
6	Isolar o local do incidente.	Quando for feita a evacuação do local, para que o Corpo de bombeiros e brigadistas possam controlar a situação.	Corpo de Bombeiros, brigadista ou integrante do Comitê de Contingência.	Verificar se o local foi totalmente evacuado e isolar, com fitas, cones ou outros objetos.	Alertas as pessoas para não se aproximarem do local, evitando outros acidentes ou danos.	Local em que esteja ocorrendo o incêndio.
7	Alertar as pessoas para não se aproximarem do local, evitando outros acidentes ou danos.	Depois da evacuação do local do incêndio.	Corpo de Bombeiros, brigadista, integrante do Comitê de Contingência ou Síndico do prédio.	Indicar o local e organizar o deslocamento manter-se atento a ordens superior do que fazer a seguir.	Manter os funcionários seguros e informados.	Em um ambiente seguro.
8	Aguardar controle do Incêndio pelo Corpo de Bombeiros, e resgate as possíveis vítimas.	Depois da evacuação do local do incêndio.	Corpo de Bombeiros.	Permanecer e manter os demais em local seguro.	Para evitar outros acidentes.	Em um ambiente seguro.
9	Informar Diretores da empresa.	Assim que possível.	O brigadista, síndico ou integrante do Comitê de Contingência.	Entrar em contato através dos telefones: (11) XXXXX-XXXX.	Para os responsáveis pela empresa ficarem cientes do fato ocorrido, e possa decidir se é possível voltar ao trabalho.	Em um local fora de perigo.
10	Acionar a Polícia.	Depois que o fogo for controlado.	Corpo de Bombeiros ou Integrante do Comitê de Contingência.	Verificar antes a necessidade, e acionar a Polícia através do telefone 190, para dar andamento aos procedimentos legais cabíveis.	Auxiliar, orientar e registrar ocorrência junto aos órgãos públicos.	Em um local fora de perigo.

11	Avaliar a possibilidade de retorno às atividades.	Depois que a situação for resolvida	Diretores ou integrantes do Comitê de Contingência.	Verificar se é possível retornar as atividades, e informar aos funcionários tal decisão.	Restaurar as atividades da empresa.	Em um local fora de perigo.
----	---	-------------------------------------	---	--	-------------------------------------	-----------------------------

4. Comentários sobre a execução do Plano


5. Aprovação do Plano
Plano aprovado em ____/____/____.

6. Revisão do Plano
Data: ____/____/____.

Título: Planos de Contingência - 6

Capítulo: Modelos - 1

Seção: Falta de Energia ou Apagão – 2

		Plano de Contingência 02 Falta de Energia ou Apagão			
1. Identificação do Plano					
Empresa	Ricardão Reformas e Construção				
2. Dados Gerais do Plano					
a) Plano testado? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	Data: ____/____/____				
b) Objetivo Geral: <i>Orientar as pessoas em como agir em casos de emergência, e evitar perda de pessoas ou patrimônio da empresa.</i>					
c) Responsáveis pela elaboração deste Plano:	Comitê de Contingência da empresa Ricardão Reformas e Construção				
d) Tipos de testes aplicados:					
e) Escala de tempo (tempo estimado para executar as ações) _____ minutos, horas ou dias.					
f) Tempo estimado para retornar as atividades normais _____ minutos, horas ou dias.					
g) Equipamentos necessários para execução deste Plano:					
<ul style="list-style-type: none"> Localizar a lanterna dentro do armário do escritório 1. 					
h) Informações Gerais:					
<ul style="list-style-type: none"> Mantenha a calma; Jamais utilize os elevadores para se locomover; Orientar clientes para que retornem em outro momento; Se possível desligar os aparelhos eletrônicos da tomada; Verificar se a chave de energia está caída. 					
3. Procedimentos para controlar a contingência					
Procedimento	Quando?	Quem?	Como?	Por que fazer?	Onde?

1	Identifica a falta de energia ou o apagão e aciona o serviço do prédio.	Quando os aparelhos desligarem e equipamentos pararem de funcionar.	O funcionário que identificou a falta de energia nas estações de trabalho.	Verifica se o apagão foi geral, ou somente no prédio, ligando para o ramal do síndico 741.	Procurar que a energia retorne o quanto antes.	No escritório, ou local da prestação do serviço.
2	Acionar o integrante do Comitê de Contingência.	Assim que verificar que a falta de energia irá durar mais do que 5 minutos.	O funcionário que identificou a falta de energia nas estações de trabalho.	Por meio dos telefones móveis indicados nos dados cadastrais dos integrantes (Vide Item 1. Comitê de Contingência).	Para que o integrante tome as devidas providências e fique ciente do problema.	No escritório, ou local da prestação do serviço.
3	Acionar o gerador de energia de emergência (se houver).	Quando a energia não voltar em mais do que 5 minutos.	Integrante do Comitê de Contingência ou síndico responsável pelo prédio.	Localizar o gerador e seguir os passos para acioná-lo.	Para retorno das estações de trabalho e fazer backup de arquivos importantes.	Localizando o gerador do prédio no térreo.
4	Depois de acionar o gerador (se houver), providenciar o fechamento do escritório até que a situação se normalize.	Assim que verificar que a energia não retornou, e se houver gerador não se pode sobrecarregá-lo.	Integrante do Comitê de Contingência.	Orientar os funcionários para salvar os trabalhos importantes, e recolher os pertences pessoais para aguardar a normalização do fornecimento de energia em outro local.	Para evitar danos, ou acidentes aos funcionários e pessoas que se encontrarem dentro do prédio.	No escritório de representação.
5	Informar à companhia de energia sobre o ocorrido.	Quando verificar que a situação não se normalizou rapidamente.	Integrante do Comitê de Contingência, Síndico do prédio, ou outro representante do prédio.	Entrar em contato através dos telefones: (11) XXXXX-XXXX	Para que a situação se normalize rapidamente e todos possam voltar a suas funções	Ligar do escritório, ou de telefone móvel, se possível.
6	Informar Diretores da empresa.	Assim que for possível.	Integrante do Comitê de Contingência.	Entrar em contato através dos telefones: (11) XXXXX-XXXX.	Para os responsáveis pela empresa ficarem cientes do fato ocorrido.	Ligar do escritório, ou de telefone móvel, se possível.

7	Pedir orientações à empresa de energia elétrica sobre a previsão de retorno do fornecimento de energia.	Quando a companhia elétrica chegar ao local e puder avaliar a situação.	Integrante do Comitê de Contingência ou Diretores da empresa.	Entrar em contato através dos telefones: (11) XXXXX-XXXX ou com o próprio representante que estiver no local resolvendo o problema.	Para se informar sobre a causa da falta de energia e determinar as ações a seguir.	Do local em que aconteceu a falta de energia.
8	Informar os funcionários sobre a causa da falta de energia e dar orientações para voltarem ao local de trabalho, ou não.	Quando a companhia der as orientações sobre a situação, e uma previsão de retorno da energia.	Integrante do Comitê de Contingência ou Diretores da empresa.	Conversar com os funcionários e orientá-los para os procedimentos adotados.	Para que os funcionários não se percam nas informações e possam voltar para seu ambiente de trabalho, aguardar o retorno de energia, ou irem para suas casas.	Do local em que aconteceu a falta de energia.

4. Comentários sobre a execução do Plano

--

5. Aprovação do Plano

Plano aprovado em ____/____/____.


6. Revisão do Plano

Data: ____/____/____.

Título: Planos de Contingência - 6

Capítulo: Modelos - 1

Seção: Furto ou roubo – 3

		Plano de Contingência 03 Furto ou Roubo
1. Identificação do Plano		
Empresa	Ricardão Reformas e Construção	
2. Dados Gerais do Plano		
a) Plano testado? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	Data: ____/____/____	
b) Objetivo Geral: <i>Orientar as pessoas em como agir em casos de emergência, e evitar perda de pessoas ou patrimônio da empresa.</i>		
c) Responsáveis pela elaboração deste Plano: Comitê de Contingência da empresa Ricardão Reformas e Construção		

d) Tipos de testes aplicados:
e) Escala de tempo (tempo estimado para executar as ações) _____ minutos, horas ou dias.
f) Tempo estimado para retornar as atividades normais _____ minutos, horas ou dias.
g) Equipamentos necessários para execução deste Plano: • N/A
h) Informações Gerais: • Mantenha a calma; • Jamais reaja à reação dos criminosos, evitando agressão; • Não faça movimentos bruscos e procurar fazer o que os criminosos disserem; • Não tentar fazer justiça com as próprias mãos; • Evitar olhar fixamente aos criminosos e jamais revidar a violência.

3. Procedimentos para controlar a contingência						
	Procedimento	Quando?	Quem?	Como?	Por que fazer?	Onde?
1	Percebe a ocorrência do furto ou roubo	Ao anúncio dos assaltantes, ou percepção que o local está desordenado	Funcionário ou qualquer outra pessoa presente no local no momento do furto ou roubo.	Depois do anúncio do roubo, ou da percepção do furto.	Para dar andamento às providências necessárias.	No escritório, ou local de prestação do serviço.
2	Manter o controle da situação para evitar danos maiores.	Diante do anúncio do assalto.	Pessoas presentes no local, no momento do roubo, ou depois da constatação do furto.	Manter a calma, e aguardar que o perigo iminente termine.	Para evitar que alguém seja ferido, ou que seja vítima dos ladrões.	No escritório, ou local de prestação do serviço.
3	Aguardar a saída dos ladrões do local.	Depois que os criminosos forem embora.	Pessoas presentes no local, no momento do roubo, ou depois da constatação do furto.	Manter a calma, e aguardar que o perigo iminente termine.	Para evitar que alguém seja ferido, ou que seja vítima dos ladrões.	No escritório, ou local de prestação do serviço.
4	Verificar se todos estão bem, se há vítimas no local e/ ou pessoas que precisem de atendimento.	Depois que os criminosos forem embora e a situação estiver fora de perigo.	Pessoas presentes no local, no momento do roubo, ou depois da constatação do furto.	Ligar para o SAMU ou outro serviço de atendimento médico de urgência, através do telefone 192.	Para evitar que pessoas feridas tenham sua situação agravada, ou entrem em óbito e garantir que todos permaneçam bem.	No escritório, ou local de prestação do serviço.

5	Informar a Polícia.	Depois que os criminosos forem embora e a situação estiver fora de perigo.	Funcionário ou qualquer outra pessoa presente no local no momento do furto ou roubo.	Entrar em contato com a Polícia através do telefone 190.	Para que as autoridades e responsáveis pelo local tomem as devidas providências.	De um local seguro e anônimo, de preferência.
6	Informar o setor de segurança patrimonial.	Assim que possível, para reforço da segurança no prédio.	Funcionário ou qualquer outra pessoa presente no local no momento do furto ou roubo.	Entrar em contato com o setor de segurança patrimonial do prédio através do Ramal 742.	Para que o setor de segurança patrimonial possa proteger e ajudar a isolar a área do fato ocorrido.	De um local seguro e anônimo, de preferência.
7	Informar o membro do Comitê de Contingência que estiver mais próximo.	Quando a situação estiver mais estável.	Funcionário ou qualquer outra pessoa presente no local no momento do furto ou roubo.	Por meio dos telefones móveis indicados nos dados cadastrais dos integrantes (Vide Item 1. Comitê de Contingência).	Para que o integrante tome as devidas providências e fique ciente do problema.	No escritório, ou local de prestação do serviço.
8	Isolamento da área para perícia.	Assim que a polícia chegar ao local.	Polícia, integrante do Comitê de contingência e membros da segurança patrimonial.	Seguindo os procedimentos padrões adotados no caso.	Manter as pessoas envolvidas no acontecimento em segurança e auxiliar na investigação do roubo ou furto.	Onde houve o assalto, furto ou roubo.
9	Informar Diretores da empresa.	Quando a situação estiver mais estável.	Integrante do Comitê de Contingência.	Entrar em contato através dos telefones: (11) XXXXX-XXXX.	Para os responsáveis pela empresa ficarem cientes do fato ocorrido.	Do escritório, ou local de prestação do serviço.
10	Acionar a seguradora da empresa se houver.	Quando a polícia estiver concluído seus procedimentos de trabalho, e a situação estiver estável.	Integrante do Comitê de Contingência ou Diretores da empresa.	Entrar em contato através do telefone indicado na apólice do seguro.	Para que o seguro possa avaliar os danos e prejuízos e providenciar o amparo necessário à empresa.	No escritório, ou local de prestação do serviço.

11	Avaliar a possibilidade de retorno às atividades.	Quando a situação se normalizar.	Diretores ou integrantes do Comitê de Contingência.	Verificar se é possível retornar as atividades, e informar aos funcionários tal decisão.	Restaurar as atividades da empresa.	No escritório de representação.
----	---	----------------------------------	---	--	-------------------------------------	---------------------------------

4. Comentários sobre a execução do Plano

--


5. Aprovação do Plano

Plano aprovado em ____/____/_____.

6. Revisão do Plano

Data: ____/____/_____.

Título: Planos de Contingência - 6
 Capítulo: Modelos - 1
 Seção: Inundações e Enchentes – 4

		Plano de Contingência 04 Inundações e Enchentes				
1. Identificação do Plano						
a) Empresa	Ricardão Reformas e Construção					
2. Dados Gerais do Plano						
b) Plano testado? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	Data: ____/____/_____					
c) Objetivo Geral: <i>Orientar as pessoas em como agir em casos de emergência, e evitar perda de pessoas ou patrimônio da empresa.</i>						
d) Responsáveis pela elaboração deste Plano:		Comitê de Contingência da empresa Ricardão Reformas e Construção				
e) Tipos de testes aplicados:						
f) Escala de tempo (tempo estimado para executar as ações) _____ minutos, horas ou dias.						
g) Tempo estimado para retornar as atividades normais _____ minutos, horas ou dias.						
h) Equipamentos necessários para execução deste Plano:						
• N/A.						
i) Informações Gerais:						
• Mantenha a calma;						
• Verifique se é possível procurar outro local para segurança de outros, caso não for, mantenha-se dentro do local em que está.						
3. Procedimentos para controlar a contingência						
	Procedimento	Quando?	Quem?	Como?	Por que fazer?	Onde?

1	Identifica a inundação/ enchente ou grande indício que aconteça.	Ao indício de nível de água acima do normal, em caso de chuvas fortes.	O funcionário ou pessoa que estiver no local.	Através da observação do fato e constatação.	Para tomar as providências cabíveis, evitar danos e acidentes.	No local de prestação do serviço, ou escritório.
2	Informar o membro do Comitê de Contingência que estiver mais próximo.	Assim que detectar que o nível da água está acima do normal.	O funcionário ou pessoa que estiver no local.	Por meio dos telefones móveis indicados nos dados cadastrais dos integrantes (Vide Item 1. Comitê de Contingência).	Para que o integrante tome as devidas providências e fique ciente do problema.	No local em que está ocorrendo a inundação/ enchente.
3	Integrante verifica a situação do problema identificado e toma a decisão de deixar ou não o local.	Antes que a inundação ou enchente tome altas proporções.	Integrante do Comitê de Contingência.	Através da análise e busca de informações com as pessoas próximas, imprensa, entre outros.	Para que a decisão tomada seja a mais assertiva, deixar ou não o local.	No local em que está ocorrendo a inundação/ enchente.
4	Decide a evacuação do local e indica um local seguro para que as pessoas aguardem se houver esta possibilidade.	Antes que a inundação ou enchente tome altas proporções.	Integrante do Comitê de Contingência.	Indicando a melhor rota de fuga, e localizando um lugar onde as pessoas possam permanecer seguras até que a situação se normalize.	Para assegurar que as pessoas se mantenham protegidas e calmas.	No local em que está ocorrendo a inundação/ enchente.
5	Informa o Corpo de Bombeiros e Defesa Civil.	Assim que o nível da água ficar alto de mais, ou que pessoas estejam em lugares de risco.	Integrante do Comitê de Contingência.	Informar a Polícia pelo telefone 193 e a Defesa Civil pelo telefone 199.	Para que as autoridades e responsáveis tomem as devidas cabíveis à situação.	No local em que está ocorrendo a inundação/ enchente.
6	Identifica itens que possam ser salvos e fazer o backup dos arquivos importantes	Quando e se a água estiver em nível baixo.	Os funcionários da empresa	Acessando as estações de trabalho	Garantir que informações preciosas para a empresa não sejam perdidas	No escritório de representação, ou depósito de materiais.

7	Se for necessário desligar a energia e manter-se em um local seguro (caso não possam abandonar a área).	Quando o nível da água aumentar e demonstrar risco para as instalações.	Os funcionários ou pessoas que estiverem no local	Localizar o quadro de energia atrás da porta principal e desligar as chaves.	Evitar que o patrimônio da empresa (incluindo os eletrônicos) possa ser danificado ou provoque outros problemas, como curto circuito.	No escritório de representação, ou depósito de materiais.
8	Informar Diretores da empresa.	Assim que possível.	Integrante do Comitê de Contingência.	Entrar em contato através dos telefones: (11) XXXXX-XXXX.	Para os responsáveis pela empresa ficarem cientes do fato ocorrido.	De algum telefone móvel e de lugar seguro.
9	Identificar e transportar itens e documentos que possam ser salvos do escritório da empresa e colocá-los em local seguro.	Quando e se a água estiver em nível baixo.	Os funcionários da empresa e Integrante do Comitê de Contingência.	Localizar um local seguro, onde os itens possam ser levados e mantidos em segurança.	Evitar danos ao patrimônio da empresa.	No escritório de representação.
10	Isolamento do local para evitar maiores danos ou acidentes.	Quando houver a evacuação do local.	Integrante do Comitê de Contingência, Defesa Civil ou Corpo de Bombeiros.	Sinalizar e informar as pessoas sobre o perigo no local.	Evitar que aconteçam prejuízos maiores ao patrimônio, ou acidentes com pessoas.	No local da enchente/inundação.
11	Acompanhamento da situação e dos equipamentos da empresa, até que a situação se normalize.	Quando a situação estiver sob controle e se os equipamentos forem transferidos de local.	Os funcionários da empresa e Integrante do Comitê de Contingência.	Ficar atento as informações fornecidas pelos órgãos públicos presentes.	Para diminuir perdas no patrimônio da empresa.	No local para onde os equipamentos forem levados.

4. Comentários sobre a execução do Plano

--

5. Aprovação do Plano

Plano aprovado em ____/____/____.


6. Revisão do Plano

Data: ____/____/____.

Título: Planos de Contingência - 6

Capítulo: Modelos - 1

Seção: Vazamento de Gás – 5

 Plano de Contingência 05 Vazamento de Gás						
1. Identificação do Plano						
a) Empresa		Ricardão Reformas e Construção				
2. Dados Gerais do Plano						
b) Plano testado? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não				Data: ____/____/____		
c) Objetivo Geral: <i>Orientar as pessoas em como agir em casos de emergência, e evitar perda de pessoas ou patrimônio da empresa.</i>						
d) Responsáveis pela elaboração deste Plano:				Comitê de Contingência da empresa Ricardão Reformas e Construção		
e) Tipos de testes aplicados:						
f) Escala de tempo (tempo estimado para executar as ações) _____ minutos, horas ou dias.						
g) Tempo estimado para retornar as atividades normais _____ minutos, horas ou dias.						
h) Equipamentos necessários para execução deste Plano:						
<ul style="list-style-type: none"> • N/A. 						
i) Informações Gerais:						
<ul style="list-style-type: none"> • Mantenha a calma; • Não acenda de forma nenhuma objetos tais como: isqueiros, fósforos, luz, evitar ao máximo ficar em contato com algo que possa transmitir calor e provocar explosões; • Caso permaneça muito tempo no local, mantenha-se deitado no chão, e evite inalar o gás que pode levar a pessoa ficar inconsciente. 						
3. Procedimentos para controlar a contingência						
	Procedimento	Quando?	Quem?	Como?	Por que fazer?	Onde?
1	Identificação de vazamento de gás nas dependências do prédio, ou do escritório.	Com a identificação de odor diferente.	O funcionário ou pessoa que estiver no local.	Analisando a situação e verificando a anormalidade.	Evitar que as pessoas que estão no local possam ser prejudicadas.	No local da prestação do serviço, ou escritório de representação.
2	Informar o membro do Comitê de Contingência que estiver mais próximo.	Assim que possível.	O funcionário ou pessoa que estiver no local.	Por meio dos telefones móveis indicados nos dados cadastrais dos integrantes (Vide Item 1. Comitê de Contingência).	Para que o membro do comitê possa tomar as providências mais prudentes.	De preferencia de um local seguro.

3	Evacuar o local o mais rápido possível, através da rota de fuga indicada pelo membro do Comitê de Contingência.	Assim que comprovar o vazamento.	Integrante do Comitê de Contingência.	Seguindo as indicações de placas no prédio, e não utilizando os elevadores para se locomover.	Garantir a segurança das pessoas presentes no local no momento do vazamento.	No local onde está havendo o vazamento.
4	Indicar um local seguro para a permanência das pessoas.	Depois da evacuação da área.	Integrante do Comitê de Contingência.	Verificar na região um local livre de riscos para as pessoas.	Evitar danos ou acidentes as pessoas, e mantê-las seguras.	Deslocar as pessoas do local onde está havendo o vazamento.
5	Informar a Companhia de Gás e Companhia de Bombeiros sobre o vazamento.	Assim que detectar o vazamento de gás.	Integrante do Comitê de Contingência.	Ligar no telefone de emergência da Companhia de Gás COMGÁS 08000 110 197 e ao corpo de Bombeiros, através do telefone 193, para que eles evitem possível incêndio no local.	Evitar que pessoas sofram acidentes, e que o patrimônio da empresa não seja prejudicado em maiores proporções.	De preferencia de um local seguro.
6	Verificar pessoas que precisem de atendimento médico, devido à exposição ao gás.	Depois da evacuação do local do vazamento.	Integrante do Comitê de Contingência e outras pessoas que estiverem no local.	Ligar para o SAMU ou outro serviço de atendimento médico de urgência, através do telefone 192.	Evitar que pessoas tenham sua situação agravada devido a falta de socorro, e que todos permaneçam bem.	De um local seguro.
7	Evitar que pessoas tenham sua situação agravada devido à falta de socorro, e que todos permaneçam bem.	Depois da evacuação do local do vazamento.	Integrante do Comitê de Contingência.	Entrar em contato através dos telefones: (11) XXXXX-XXXX.	Para os responsáveis pela empresa ficarem cientes do fato ocorrido.	De um local seguro.
8	Manter-se informado sobre a situação e aguardar a normalidade.	Depois que a situação estiver sob controle.	Integrante do Comitê de Contingência e Diretores da empresa.	Seguir as informações dadas pela empresa responsável pela companhia de gás.	Para analisar possível dispensa dos funcionários.	De um local seguro, longe do vazamento.

9	Avaliar a possibilidade de retorno às atividades.	Depois do parecer positivo da Companhia de Gás.	Diretores ou integrantes do Comitê de Contingência	Verificar se é possível retornar as atividades, e informar aos funcionários tal decisão.	Restaurar as atividades da empresa	De um local seguro, longe do vazamento.
---	---	---	--	--	------------------------------------	---

4. Comentários sobre a execução do Plano


5. Aprovação do Plano
Plano aprovado em ____/____/____.

6. Revisão do Plano
Data: ____/____/____.

Título: Planos de Contingência - 6

Capítulo: Modelos - 1

Seção: Acidente de Trabalho – 6

		Plano de Contingência 06 Acidente de Trabalho	
1. Identificação do Plano			
a) Empresa	Ricardão Reformas e Construção		
2. Dados Gerais do Plano			
b) Plano testado? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	Data: ____/____/____		
c) Objetivo Geral: <i>Orientar as pessoas em como agir em casos de emergência, e evitar perda de pessoas ou patrimônio da empresa.</i>			
d) Responsáveis pela elaboração deste Plano:	Comitê de Contingência da empresa Ricardão Reformas e Construção		
e) Tipos de testes aplicados:			
f) Escala de tempo (tempo estimado para executar as ações) _____ minutos, horas ou dias.			
g) Tempo estimado para retornar as atividades normais _____ minutos, horas ou dias.			
h) Equipamentos necessários para execução deste Plano:			
<ul style="list-style-type: none"> • N/A. 			
i) Informações Gerais:			
<ul style="list-style-type: none"> • Mantenha a calma; • Mantenha a vítima isolada e tranquila; • Afaste os curiosos e evite aproximação de pessoas; • Se possível, não toque na vítima, para evitar maiores danos; • Procure socorro o mais rápido possível. 			

3. Procedimentos para controlar a contingência					
Procedimento	Quando?	Quem?	Como?	Por que fazer?	Onde?

1	Atesta a ocorrência de acidente de trabalho com colaborador da empresa e procura o socorro adequado.	Assim que o acidente ocorrer.	O funcionário ou pessoa que estiver próxima na hora do ocorrido.	Ligar para o Pronto Socorro, ou Samu, através do telefone 192, o quanto antes, procurar não tocar na vítima, mantê-la calma e afastar os curiosos.	Para que o acidentado tenha o devido atendimento, o mais rápido possível.	No local em que o acidente ocorreu.
2	Informar membro do plano de contingência do fato.	Assim que possível.	O funcionário ou pessoa que estiver próxima na hora do ocorrido.	Por meio dos telefones móveis indicados nos dados cadastrais dos integrantes (Vide Item 1. Comitê de Contingência).	Para que o membro do comitê possa tomar as providências mais prudentes e ser um representante da empresa.	Do local em que o acidente de trabalho ocorreu.
3	Informar os Diretores da empresa.	Assim que possível, após prestar socorro à vítima.	Integrante do Comitê de Contingência.	Entrar em contato através dos telefones: (11) XXXXX-XXXX.	Para os responsáveis pela empresa ficarem cientes do fato ocorrido.	Do local em que o acidente de trabalho ocorreu.
4	Após o atendimento médico, buscar informações tais como: gravidade do acidente, tratamento, tempo de afastamento, se houver data provável de retorno ao trabalho.	Após o socorro e atendimento o médico da vítima.	Chefia imediata do funcionário acidentado ou Diretores da empresa.	Conversando com o médico, e acompanhando o caso do funcionário, para dar o suporte necessário e seguir procedimentos padrões.	Para garantir os direitos do funcionário, como afastamentos, auxílio doença, seguro de vida, dentre outros.	No hospital, ou local em que a vítima foi atendida.
5	Informar o acidente de trabalho através da SESMT(Serviço Especializado em Segurança e Medicina do Trabalho) para fins de investigação.	Depois do parecer do médico que atendeu a vítima.	Chefia imediata do funcionário acidentado ou Diretores da empresa.	Através de telefone ou pessoalmente comparecendo na sede.	Para que a SESMT possa comprovar o acidente de trabalho, fazer registro, emitir documentação.	Do escritório de representação, ou indo a sede do SESMT – São Bernardo do Campo.
6	Abonar faltas do funcionário analisando o caso.	Depois do lançamento e registro do acidente de trabalho.	Chefia imediata do funcionário acidentado ou Diretores da empresa.	Abonando a falta da folha de pagamento.	Cumprir a lei e garantir o direito do funcionário.	Do escritório de representação.

4. Comentários sobre a execução do Plano
5. Aprovação do Plano
Plano aprovado em ____/____/____.
6. Revisão do Plano
Data: ____/____/____.

Fonte: Aline Rodrigues, 2013.

12. CONTRATO SOCIAL

RICARDÃO REFORMAS E CONTRUÇÕES

1. Aline Rodrigues das Neves, Brasileira, Solteira, Graduada em Administração de Empresas pela Universidade Metodista de São Paulo, Inglês Fluente, Residente na Rua Afonso Braz, 758 – Apto 67 – Vila Nova Conceição, Moema – São Paulo, CPF 354.035.764-66;
2. Caio Jardim Gonçalves, Brasileiro, Solteiro, Graduado em Administração de Empresas pela Universidade Metodista de São Paulo, Inglês Fluente, Residente na Av. Martin Francisco, 349 – Santo André -São Paulo, CPF 393.694.847-62;
3. Jacira Sousa de Araújo, Brasileira, Solteira, Graduada em Administração de Empresas, pela Universidade Metodista de São Paulo, Inglês Fluente, Residente na Rua Domiciano Rossi, 74 – Apto 32, Chácara Inglesa– São Bernardo do Campo -São Paulo, CPF 325.857.963-58;
4. Juliana Denleschi Fernandes Luis, Brasileira, Solteira, Graduada em Administração de Empresas pela Universidade Metodista de São Paulo, Inglês Fluente, Residente na AvenidaCordeiro, 2143 -Brooklin Novo– São Paulo, CPF 381.695.398-03;

5. Ligia Ribeiro de Araújo, Brasileira, Solteira, Graduada em Administração de Empresas pela Universidade Metodista de São Paulo, Inglês Fluente, Residente na Alameda Araguaia, 23 –Barueri, Alphaville– São Paulo, CPF 399.786.357.23, resolvem por este instrumento particular de contrato, constituir uma sociedade simples limitada, mediante as seguintes cláusulas:

DA DENOMINAÇÃO, SEDE, OBJETO E PRAZO

CLÁUSULA PRIMEIRA: A sociedade girará sob a denominação social de **RICARDÃO REFORMAS E CONTRUÇÕES** e terão sede e foro em São Bernardo do Campo - SP, na AV. Vergueiro, 560 – Rudge Ramos.

CLÁUSULA SEGUNDA: A sociedade iniciará suas atividades em 01 de outubro de 2013 e seu prazo de duração é indeterminado.

DO CAPITAL SOCIAL E QUOTAS

CLÁUSULA TERCEIRA: O capital social será de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais), dividido em 250.000 (duzentos e cinquenta mil) quotas, no valor de R\$ 1,00 (um real) cada uma, inteiramente subscrito e integralizado pelos sócios em moeda corrente do País, ficando distribuído nas seguintes proporções:

- 1) **Aline Rodrigues das Neves**, já qualificado, subscreve 50.000,00 (cinquenta mil reais) quotas, de R\$ 50.000,00, que serão neste ato em moeda corrente do país;
- 2) **Caio Jardim Gonçalves**, já qualificado, subscreve 50.000,00 (cinquenta mil reais) quotas, de R\$ 50.000,00, que serão neste ato em moeda corrente do país;

- 3) **Jacira Sousa de Araújo**, já qualificado, subscreve 50.000,00 (cinquenta mil reais) quotas, de R\$ 50.000,00, que serão neste ato em moeda corrente do país;
- 4) **Juliana Denleschi Fernandes Luis**, já qualificado, subscreve 50.000,00 (cinquenta mil reais) quotas, de R\$ 50.000,00, que serão neste ato em moeda corrente do país;
- 5) **Ligia Ribeiro de Araújo**, já qualificado, subscreve já qualificado, subscreve 50.000,00 (cinquenta mil reais) quotas, de R\$ 50.000,00, que serão neste ato em moeda corrente do país;

CLÁUSULA QUARTA: As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço, o direito de preferência para a sua aquisição se postas á venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

CLÁUSULA QUINTA: A responsabilidade dos sócios é limitada ao valor de suas quotas, mas todos responderão solidariamente pela integralização do capital social.

DA ADMINISTRAÇÃO DA SOCIEDADE

CLÁUSULA SEXTA: Ficam designados administradores todos os sócios, cabendo-lhes praticar os atos referentes à gestão social, representar a sociedade judicial e extrajudicialmente, sendo que o uso da denominação social será por, no mínimo, dois administradores, sempre em conjunto, vedado o seu emprego para fins estranhos ao objeto social, tais como, abonos, avais, fianças, seja a favor dos sócios, seja a favor de terceiros.

CLÁUSULA SÉTIMA Os administradores farão jus a uma retirada mensal, a título de pró-labore, em valores pelos mesmos estabelecidos, independentemente de alteração deste contrato.

DA RESPONSABILIDADE TÉCNICA

CLÁUSULA OITAVA: A responsabilidade técnica pela execução dos serviços profissionais prestados pela sociedade, de acordo com os objetivos sociais, estará assim distribuída entre os sócios:

- a) Luiz Henrique GuglielmiBarizon, engenheiro civil com registro no CREA-SP 12546, responderá pelos serviços de engenharia previstos no art. 25, exceto os enumerados na sua alínea “c”, do Decreto-Lei 9.295 de 1.946;
- b) Caio Jardim Gonçalves, CREA-SP 15547, responderá por todos os serviços da área civil previstos no art. 25 do mencionado Decreto-Lei;

PARÁGRAFO ÚNICO: A sociedade não poderá outorgar responsabilidades técnicas a terceiros, inclusive da mesma categoria dos sócios, visto que as mesmas são indelegáveis.

DO EXERCÍCIO

CLÁUSULA NONA: O exercício social será encerrado no dia 31 de dezembro de cada ano, quando serão levantados o Balanço Patrimonial, a Demonstração do Resultado do Exercício, e demais demonstrações e relatórios exigidos pelas normas e pela legislação, cabendo aos sócios na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas.

DA TRANSFERÊNCIA

CLÁUSULA DÉCIMA: A sociedade não se dissolverá pelo falecimento ou interdição de um dos sócios, mas continuará com os sócios remanescentes, sendo que o

meeiro e os herdeiros do sócio falecido, ou representante do sócio que for declarado interdito somente poderão ingressar na sociedade observando-se o que dispõe o presente contrato sobre a substituição e admissão de novos sócios.

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios e que sejam estas identificadas.

CLÁUSULA DECIMA SEGUNDA: Os administradores declaram, sob as penas da lei, que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra sistema financeiro nacional, contra as normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade.

E, por se acharem assim, justos e contratados, assinam o presente instrumento juntamente com as testemunhas abaixo, em 3 (três) vias de igual teor, datilografadas e rubricadas apenas no anverso, devendo ser arquivado no Registro Público das Sociedades Mercantis (Junta Comercial) e no(s) órgão(s) de registro e fiscalização profissional.

São Bernardo do Campo, ____ de _____ de _____.

ALINE RODRIGUES DAS NEVES

CAIO JARDIM GONÇALVES

JACIRA SOUSA DE ARAÚJO

JULIANA DENLESCHI FERNANDES
LUIS

LIGIA RIBEIRO DE ARAÚJO

Visto do Advogado

TESTEMUNHAS:

Nome e C.I.

Nome e C.I.

CONCLUSÃO

Como demonstrado no Plano de Negócios acima, nossa empresa de reparos, reformas e construção é viável, no ano 0 (zero) não tivemos lucro, como era esperado, porém nos anos seguintes demonstrou-se um crescimento que chegou a 17,46% no terceiro ano.

Porém empresas que tem pouco tempo de atuação, tem chances grandes de fracassar até o quinto ano, acreditamos que temos que continuar investindo, só para depois termos o retorno de todo o investimento feito pelos sócios.

REFERÊNCIAS

SOCIEDADE LIMITADA. Diferenças entre tipos de empresas. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/empreendedor/abra-sua-empresa/diferencas-entre-tipos-de-empresas>>. Acesso em: 03 Abr.2013.

MINISTÉRIO DA FAZENDA. Disponível em: <http://www.fazenda.gov.br/portugues/docs/perspectiva-economia-brasileira/edicoes/Economia-Brasileira-EmPerspectiva-Jan-Mar-19-04-13.pdf>. Acesso em: Março de 2013

MINISTÉRIO DA FAZENDA. Disponível em: <http://www.fazenda.gov.br/portugues/docs/perspectiva-economia-brasileira/edicoes/Economia-Brasileira-EmPerspectiva-Jan-Mar-19-04-13.pdf> Acesso em: Março de 2013

MINISTÉRIO DA FAZENDA. Disponível em: <http://www.fazenda.gov.br/portugues/docs/perspectiva-economia-brasileira/edicoes/Economia-Brasileira-EmPerspectiva-Jan-Mar-19-04-13.pdf> Acesso em: Março de 2013

Santucci, Jô. Resíduos da Construção civil: Para onde vão? Disponível em <http://www.crea-rs.org.br/crea/pags/revista/46/CR46_materias-tecnicas-1.pdf> Acesso em: 14 de Abril de 2013

Revista Sustentabilidade Eficiência Energética Nossa Segunda Dependência <http://revistasustentabilidade.com.br/category/arquivo-de-artigos/page/5/> > Acesso em: 24 de março de 2008

BRASIL. Lei n 10.098 de 19 de dezembro de 2000 <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l10098.htm> Acesso em: 02/05 Leroy Merlin. <<http://www.leroymerlin.com.br/historia>> Acesso em: 27 de Maio de 2013)

AQUA. Alta Qualidade Ambiental, em Niterói. Leroy Merlin
<<http://www.leroymerlin.com.br/sustentabilidade>> Acesso em: 27 de Maio de 2013)

Telhanorte. Nossas Lojas <<http://www.telhanorte.com.br/nossaslojas>> Acesso em:
27 de maio de 2013)

Secretaria de Assuntos Estratégicos. Nova Classe Média
<http://www.sae.gov.br/novaclassemedia/?page_id=580> Acesso em: 25 de Maio
2013

Uniformes <<http://www.acmuniformes.com.br/index.html>> Acesso em: 10 de Outubro
2013.

Vídeo Depreciação < FONTE: <http://www.youtube.com/watch?v=w2yyLGHQ-pc>>
Acesso em 09 de Outubro de 2013.

Abertura de empresa < FONTE:(http://como-abrir-uma-empresa.info/mos/view/Passo_a_Passo_-_Documenta%C3%A7%C3%A3o/)>
Acesso em 01 de Novembro de 2013.

Pesquisa panfletos <PANFLETOS
<http://panfletos.org/produtos.php#19>>Acesso em 14 de Outubro de 2013.

Acesso em 20/09/13 - Guia do MEI
<<http://www.sebrae.com.br/customizado/microempreendedor-individual//Guia%20Declaracao%20EI.PDF>>

Acesso em 30/09/13 - Plano Financeiro <http://plano-de-negocio.info/mos/view/Plano_Financeiro/>

Acesso em 10/10/13 - Fluxo de Caixa <https://docs.google.com/file/d/0B4t5iv-wqJ-iQWJvZWxqZ2IYNFU/edit?usp=drive_web>

Acesso em 20/10/13 - Capital de Giro como calcular
<<http://www.fiemg.org.br/admin/BibliotecaDeArquivos/Image.aspx?ImgId=29544&TabId=13118&portalid=130&mid=30253>>

Acesso em 10/10/13 - Tabela de Preços
<http://www.contabilmaster.com.br/tabela_contabilmaster.htm>