



**ECO PACKING BRASIL LTDA**

**Belo Horizonte**  
**2016**

**CLAUDINAN SOARES DOS SANTOS  
FABRICIO DE OLIVEIRA LUCAS  
GABRIEL RODRIGUES DE MOURA**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS - FAMIG**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito para obtenção de nota para a disciplina de Elaboração de Projetos, do curso de Administração da Faculdade Minas Gerais – FAMIG, sob orientação do Prof. Maximiliano.

**Belo Horizonte  
2016**

## LISTA DE ABREVIATURA

IRPJ - Imposto de renda da pessoa jurídica

CSLL - Contribuição social sobre o lucro

PIS - Programa de integração social

COFINS - Contribuição para o financiamento da seguridade social

ICMS - Imposto sobre circulação de mercadorias e serviços

INSS - Contribuição para a Seguridade Social relativa à parte patronal

DRE – Demonstração do Resultado do Exercício

FAMIG – Faculdade Minas Gerais

R\$ - Unidade Monetária (Real)

ADM – Administração

Atend – Atendimento

Entrev – Entrevista

Etc – Etcetera

DRE – Demonstração do Resultado do Exercício

TIR –Taxa Interna de Retorno

VPL – Valor Presente Líquido

SIM – Sistema Integrado de Marketing

CRM – CustomerRelationship Management (Gestão de Relacionamento com o cliente)

M<sup>2</sup> - Metro quadrado

SWOT – Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças)

FOFA – Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças

CM – Centímetros

LTDA – Sociedade Limitada

PET – Politereftalato de Etileno

BSC – Balanced Scorecard

## Lista de Gráficos

|   |    |
|---|----|
| Gráfico 1 Produção .....  | 16 |
| Gráfico 2 Valor da Produção .....                                   | 19 |
| Gráfico 3 Produção Física de Embalagem .....                        | 20 |
| Gráfico 4 Importações e exportações de transformados Plásticos..... | 23 |
| Gráfico 5 Sexo.....   | 24 |
| Gráfico 6 Faixa etária .....  | 24 |
| Gráfico 7 Ocupação .....  | 25 |
| Gráfico 8 Grau de Escolaridade .....                                | 25 |
| Gráfico 9 Renda Mensal.....   | 26 |
| Gráfico 10 Impacto da sacolinha .....                               | 26 |
| Gráfico 11 Separação dos Recicláveis.....                           | 27 |
| Gráfico 12 Sacolas/ bolsas.....                                     | 27 |
| Gráfico 13 Utilização de sacolas .....                              | 28 |
| Gráfico 14 Seleção de local.....                                    | 28 |
| Gráfico 15 Pagar ou não por sacolas .....                           | 28 |
| Gráfico 16 Sacola retornável ou convencional .....                  | 29 |
| Gráfico 17 Prol do meio ambiente .....                              | 29 |
| Gráfico 18 Assuntos meio ambiente.....                              | 30 |
| Gráfico 19 Cidade/ verde .....                                      | 30 |
| Gráfico 20 Coleta seletiva .....                                    | 31 |
| Gráfico 21 Demanda/Oferta .....                                     | 50 |

## LISTA DE QUADROS

|  |     |
|--|-----|
| Quadro 1 Consolidação das sacolas biodegradável, redução de custos. .... | 15  |
| Quadro 2 Produção por máquina (anual) .....                              | 51  |
| Quadro 3 Pontos fortes/Fracos .....                                      | 52  |
| Quadro 4 Cargos e salários.....  | 64  |
| Quadro 5 Férias e 1/3 de Férias.....                                     | 65  |
| Quadro 6 Cargos da Empresa.....  | 67  |
| Quadro 7 Modalidade da Técnica de Recrutamento .....                     | 68  |
| Quadro 8 Técnica e Custo para Seleção dos Cargos .....                   | 68  |
| Quadro 9 Processo de Recrutamento e Seleção .....                        | 69  |
| Quadro 10 Requisitos para os cargos .....                                | 70  |
| Quadro 11 Avaliação de Desenvolvimento .....                             | 71  |
| Quadro 12 PayBack e VPL.....   | 79  |
| Quadro 13 TIR.....   | 80  |
| Quadro 14 DRE .....  | 82  |
| Quadro 15 Local/ m <sup>2</sup> .....                                    | 92  |
| Quadro 16 Recursos Patrimoniais.....                                     | 94  |
| Quadro 17 Investimento .....   | 100 |
| Quadro 18 Custos Fixos Direto .....                                      | 100 |
| Quadro 19 Custos Fixos Indireto.....                                     | 100 |
| Quadro 20 Custos Variáveis Direto .....                                  | 101 |
| Quadro 21 Custos Variáveis Indireto.....                                 | 101 |
| Quadro 22 Despesas Pré Operacionais.....                                 | 101 |
| Quadro 23 Despesas Fixas Diretas.....                                    | 101 |
| Quadro 24 Despesas Variáveis Indiretas .....                             | 102 |
| Quadro 25 Custos Direto.....   | 102 |
| Quadro 26 Custos Direto/Mão de Obra Direta .....                         | 102 |
| Quadro 27 Custos Indireto/Mão de Obra Indireta.....                      | 102 |
| Quadro 28 Custo/Produção.....  | 103 |
| Quadro 29 Preço de venda .....   | 103 |
| Quadro 30 Margem de Contribuição .....                                   | 104 |
| Quadro 31 Ponto de Equilíbrio .....                                      | 104 |

## Lista de Tabela

|   |    |
|---|----|
| Tabela 1 – Capital Social .....         | 14 |
| Tabela 2 Faturamento da Industria ..... | 19 |

## **Lista de Figura**

|  |    |
|--|----|
| Figura 1 Estrutura Organizacional..... | 53 |
| Figura 2 Fluxograma .....              | 55 |
| Figura 3 Método de liderança.....      | 57 |
| Figura 4 Layout .....                  | 91 |
| Figura 5 Fluxograma .....              | 95 |

## Conteúdo

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 1.    | SUMÁRIO EXECUTIVO.....   | 10 |
| 1.1   | A Idéia.....   | 10 |
| 1.2   | Descrição produto ou serviço.....                                      | 11 |
| 1.3   | Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições ..... | 12 |
| 1.4   | Dados do empreendimento .....  | 13 |
| 1.5   | Visão .....  | 13 |
| 1.6   | Missão.....  | 13 |
| 1.7   | Forma Jurídica .....   | 14 |
| 1.8   | Enquadramento Tributário.....  | 14 |
| 1.9   | Capital Social .....   | 14 |
| 1.10  | Fonte de Recursos.....   | 14 |
| 2.    | ANÁLISE DO CENÁRIO MACRO AMBIENTE.....                                 | 15 |
| 2.1   | Macro Ambiente .....   | 15 |
| 2.2   | MercadoPotencial .....   | 16 |
| 2.2.1 | Plásticos biodegradáveis .....   | 17 |
| 2.3   | Indicadores Macroeconômicos.....                                       | 17 |
| 2.3.1 | Valor Bruto da produção.....   | 18 |
| 2.3.2 | Produção Física.....   | 20 |
| 2.4   | FORTALEZAS E FRAQUEZAS .....   | 20 |
| 2.4.1 | Matriz Swot ou Fofa.....   | 20 |
| 2.4.2 | Ambiente interno.....  | 21 |
| 2.4.3 | Força .....  | 21 |
| 2.4.4 | Fraqueza .....   | 21 |
| 2.4.5 | Ambiente externo.....  | 22 |
| 2.4.6 | Ameaças.....   | 22 |
| 2.4.7 | Oportunidades .....  | 22 |
| 2.5   | Análise da Concorrência .....  | 23 |
| 2.6   | Clientes .....   | 23 |
| 2.6.1 | Análise dos dados .....  | 31 |
| 2.7   | Identificação dos fornecedores em potencial .....                      | 32 |
| 3.    | ASPECTOS LEGAIS.....   | 33 |
| 3.1   | Ramo de Atividade do Negócio.....                                      | 33 |
| 3.2   | Regime Jurídico .....  | 33 |

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 3.3   | Contrato Social.....                                    | 34 |
| 3.4   | Legislação Específica.....                              | 37 |
| 3.5   | Análise da relação consumerista .....                   | 38 |
| 3.6   | Riscos ambientais .....                                 | 38 |
| 3.7   | Programa de responsabilidade ambiental .....            | 39 |
| 4.    | ESTRUTURA GERENCIAL.....                                | 40 |
| 4.1   | Definição do plano de contas. ....                      | 40 |
| 5.    | ANÁLISE DO MICRO AMBIENTE .....                         | 50 |
| 5.1   | Demanda relacionada ao negócio.....                     | 50 |
| 5.2   | Curva de oferta e demanda.....                          | 50 |
| 5.3   | Estrutura de preços da concorrência.....                | 50 |
| 5.4   | Curva de possibilidade de produção .....                | 51 |
| 5.5   | Custo de oportunidade .....                             | 51 |
| 6.    | ESTRUTURA OPERACIONAL .....                             | 53 |
| 6.1   | Estrutura organizacional.....                           | 53 |
| 6.1.1 | Diretor Executivo .....                                 | 53 |
| 6.1.2 | Gerente Executivo .....                                 | 54 |
| 6.1.3 | Assistente Administrativo/Financeiro .....              | 54 |
| 6.1.4 | Assistente Comercial/Marketing .....                    | 54 |
| 6.1.5 | Assistente Produção/Operacional.....                    | 54 |
| 6.1.6 | Recepcionista .....                                     | 55 |
| 6.1.7 | Auxiliar de Serviços Gerais.....                        | 55 |
| 6.2   | Processos internos e representação por fluxograma ..... | 55 |
| 6.3   | Missão, visão, valores e política do negócio .....      | 56 |
| 6.3.1 | Visão.....  | 56 |
| 6.3.2 | Missão .....  | 56 |
| 6.3.3 | Valores .....   | 56 |
| 6.3.4 | Política do Negócio (Cultura) .....                     | 56 |
| 6.4   | Modelo de liderança .....                               | 57 |
| 6.5   | Programa QVT .....                                      | 58 |
| 6.5.1 | Medidas de controle .....                               | 58 |
| 6.5.2 | Medidas de Controle Administrativo .....                | 58 |
| 6.5.3 | Medidas de controle coletivo .....                      | 58 |
| 6.5.4 | Medidas de Controle Individual.....                     | 58 |

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 6.6    | Modelo motivacional.....  | 58 |
| 6.7    | Programa de Responsabilidade Social .....                                   | 60 |
| 7.     | PLANO DE MARKETING.....   | 61 |
| 7.1    | Público-alvo.....   | 61 |
| 7.2    | Principais produtos e serviços.....   | 61 |
| 7.3    | Estratégia de preço .....   | 62 |
| 7.4    | Estratégia de comunicação e promoção .....                                  | 62 |
| 7.5    | Estratégia de distribuição e venda .....                                    | 63 |
| 7.6    | Previsão de demanda / vendas.....   | 63 |
| 8.     | PLANO DE PESSOAL .....  | 64 |
| 8.1    | Cargos, salários e benefícios .....   | 64 |
| 8.2    | Plano de carreira .....   | 64 |
| 8.3    | Encargos sociais incidentes sobre a remuneração .....                       | 65 |
| 8.4    | Formas de Recrutamento.....   | 66 |
| 8.5    | Seleção de pessoal.....   | 67 |
| 8.6    | Programa de Avaliação de Desempenho.....                                    | 69 |
| 8.6.1  | Método de avaliação “escala gráfica” .....                                  | 70 |
| 8.7    | Programa de Treinamento e Desenvolvimento de Pessoal .....                  | 72 |
| 9.     | PLANO FINANCEIRO.....   | 77 |
| 9.1    | Investimento inicial .....  | 77 |
| 9.2    | Capital de giro .....   | 77 |
| 9.3    | Projeção de vendas.....   | 77 |
| 9.4    | Fluxo de caixa .....  | 78 |
|        | Fonte: Elaborados por autores .....   | 79 |
| 9.5    | Orçamentos.....   | 81 |
| 9.6    | DRE – Demonstração do Resultado do Exercício.....                           | 82 |
| 9.7    | Projeção Tributária.....  | 82 |
| 9.8    | Análise do Investimento .....   | 83 |
| 10.    | PLANO ESTRATÉGICO.....  | 84 |
| 10.1   | SIM – Sistemas Integrado de Marketing .....                                 | 84 |
| 10.2   | Matriz Swot .....   | 84 |
| 10.2.1 | Ambiente interno .....  | 84 |
| 10.2.2 | Ambiente Externo.....   | 85 |
| 10.2.3 | Ações minimizar ameaças e fraquezas e maximizar oportunidades e forças..... | 86 |

|        |  |     |
|--------|--|-----|
| 10.2.4 | Metas e estratégias .....  | 86  |
| 10.3   | Estratégias de Posicionamento de Mercado.....                              | 86  |
| 10.4   | Estratégia de Balanced Scorecard.....                                      | 87  |
| 11.    | PLANO DE PRODUÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO .....                                    | 89  |
| 11.1   | Estrutura, sistemas e características de produção .....                    | 89  |
| 11.2   | Planejamento e controle da produção .....                                  | 89  |
| 11.3   | Layout .....   | 90  |
| 11.4   | Lista de fornecedores .....  | 92  |
| 11.5   | Processos de recebimento e controle de matérias .....                      | 93  |
| 11.6   | Indicadores de estoque (segurança, médio e máximo) .....                   | 93  |
| 11.7   | Ferramentas de TI de planejamento e controle da logística e produção ..... | 93  |
| 11.8   | Recursos patrimoniais e formas de controle do patrimônio (inventário) ...  | 94  |
| 11.9   | Fluxograma do processo logístico .....                                     | 94  |
| 11.10  | Modais de transporte para distribuição .....                               | 95  |
| 11.11  | Processo de logística verde reversa, logística verde e sustentabilidade    | 96  |
| 11.12  | Processo de atendimento ao cliente .....                                   | 96  |
| 12.    | PROJEÇÕES DE CURSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇO .....                             | 100 |
| 12.1   | Gastos, custos, despesas, investimentos e perdas .....                     | 100 |
|        | Investimento .....   | 100 |
| 12.2   | Método de rateio de custos.....  | 102 |
| 12.3   | Sistema de Custeio de Estoque.....   | 102 |
| 12.4   | Custo do produto .....   | 103 |
| 12.5.  | Preço de venda.....  | 103 |
| 12.6   | Margem de contribuição.....  | 104 |
| 12.7   | Ponto de equilíbrio .....  | 104 |
| 13.    | CONSIDERAÇÕES FINAIS.....  | 105 |
| 14.    | REFERÊNCIAS .....  | 106 |
| 15.    | APENDICE .....   | 112 |

## **1. SUMÁRIO EXECUTIVO**

A Eco Packing Brasil é uma empresa mineira especializada em sacolas ecológicas e biodegradáveis. O objetivo da organização é atender clientes em toda região metropolitana de Belo Horizonte, com um processo de produção semi artesanal, o que nos proporciona um diferencial para atendermos as especificidades de cada cliente através da produção tanto em larga escala, como também atender a pedidos de sacolas personalizadas, sob encomenda. A empresa foi idealizada em 2013, com o objetivo de diminuir gradativamente o uso de sacolas plásticas de polietileno no mercado e aumentar o uso de sacolas biodegradáveis, 100% ecológicas. Além de conscientizar a população que o uso das mesmas trará um retorno positivo as futuras gerações e a todo o meio ambiente, consolidando o nosso ideal, que é ser uma empresa modelo em consciência ecológica na vanguarda do século XXI. O presente trabalho trata da elaboração do Plano de Negócios de uma empresa de sacolas biodegradáveis, trazendo uma proposta diferenciada e inovadora neste tipo de negócio, com uma decomposição rápida proporcionando a sustentabilidade, trará ao público serviços diferenciados, em um ambiente industrial. Este Plano de Negócios visa mostrar a viabilidade de seu desenvolvimento e aplicação no mercado, mostrando novas alternativas para o público-alvo, com designers aprimorados sem perder a qualidade do produto. A escolha do produto à ser demonstrado neste Plano de Negócios foi realizada com base em pesquisas sobre as utilidades e necessidades das empresas, supermercados, lojas e outros. Através do presente trabalho se procura identificar uma necessidade por parte tanto do segmento quanto pelo seu público-alvo de novidades quanto preço e qualidade, uma vez que as empresas atuantes neste segmento já são tradicionais e conhecidas pelo seu público-alvo.

### **1.1 A Ideia**

Trata-se de uma empresa voltada para o segmento de sacolas ecológicas retornáveis e biodegradáveis, com visão sustentável, além de apoiar projetos comunitários, ministra palestras educativas nas escolas, entre outros projetos significativos em prol do meio ambiente.

A empresa ECO PACKING BRASIL LTDA será instalada no município de Betim-MG, às margens da rodovia BR 262, a menos de 15 km do centro desta cidade e 38 km de Belo Horizonte, para facilitar o acesso, transporte de matéria-prima e do produto acabado. A previsão de funcionamento da empresa será no horário comercial, de segunda à sexta-feira conforme regime da CLT. No quesito recursos humanos, inicialmente, a empresa contará com a mão de obra qualificada dos sócios proprietários, que se encarregarão da administração geral do negócio, como direção e gerências. Além do recurso de mão de obra contratada para ocupar cargos de vendas/representante externo, administrativos e operacionais.

O conceito da empresa será baseado em segurança, higiene e bem-estar de todos os colaboradores e clientes e sustentabilidade, como o uso de recursos de captação para reuso de água de chuva, utilização de energia solar, etc. A empresa será instalada em um galpão pré-moldado alugado, de 572m<sup>2</sup>, que passará por algumas adaptações para adequar-se à área administrativa, área de produção, almoxarifado e expedição. Serão construídos: escritório, banheiros, cozinha com refeitório, área de recreação, jardim e guarita. A área do terreno será de 1500m<sup>2</sup>, que abrigará estacionamento de veículos de pequeno porte.

Nesse espaço está prevista expansão futura das instalações industriais, a fim de aumentar a capacidade produtiva. A escolha do negócio se dá num momento que a ECO PACKING BRASIL assume papel decisivo e relevante no cenário econômico, tendo em vista a responsabilidade com o meio em que vivemos. E, como o segmento de embalagens, especificamente de sacolas, gera grande volume do que podemos considerar como lixo, eis uma oportunidade de ganhar um mercado com um produto verde, reutilizável e produzido com materiais 100% recicláveis como o plástico reciclado, granulados plásticos, dentre outras matérias primas provenientes de reuso.

## **1.2 Descrição produto ou serviço**

A empresa terá no mercado a oferta de sacolas e embalagens recicláveis e retornáveis, feitas com material biodegradável que contribuirá e muito nas questões sócio ambientais tão importantes e necessárias para diminuição da degradação de nosso meio ambiente.

Com produtos elaborados a partir de matéria prima composta em sua maior parte por materiais coletados e reciclados, através de coleta seletiva e beneficiados por nossos fornecedores dentro das normas ambientais vigentes para geração de nossos insumos.

Nossos produtos têm por objetivo não só a responsabilidade ambiental, mas também difundir em nossos parceiros e seus clientes cada vez mais que todos somos responsáveis por nosso planeta e como podemos atuar e contribuir para sua preservação e auto sustentação, garantindo qualidade de vida para nossas futuras gerações.

Além é claro de ser um mercado ainda em franca expansão, o de produtos eco sustentáveis, que torna o empreendimento ainda mais atrativo em relação a sua aceitação e consolidação perante nossos clientes.

### **1.3 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições**

Claudinan Soares dos Santos, brasileiro, natural do Belo Horizonte, solteiro, Diretor Geral, nascido em 01 de Julho de 1978, CPF nº 333.333.333-33, RG M33.333.333, órgão expedidor SSP/MG, carteira de trabalho nº 33333, carteira Nacional de Habilitação 33333. Residente a Rua Um, 2010 – Bairro Jaraguá – Belo Horizonte/MG. Cep.: 31.940-540; **(art. 997, I, CC/2002)**.

Formação acadêmica, formado em administração de empresas conclusão 2012, pós graduado em gestão de pessoas, conclusão 2014, experiência de 10 anos na área de gestão em uma instituição financeira.

Fabrcício de Oliveira Lucas, brasileira, natural de Contagem, solteiro, Gerente Geral, nascido em 14 de Fevereiro de 1982, CPF nº 444.444.444-44, RG MG 4.444.444, órgão expedidor SSP/MG. Carteira de Reservista 44444, carteira de trabalho nº 44444, carteira Nacional de Habilitação 44444. Residente a Rua Araguari, 1150 – Bairro Eldorado - Contagem/MG. Cep.: 32.400-700; **(art. 997, I, CC/2002)**.

Formação acadêmica, formado em administração de empresas conclusão 2011, pós graduado em gestão financeira, conclusão 2013, experiência de 5 anos na área financeira em uma instituição hospitalar.

Gabriel Rodrigues de Moura, brasileiro, natural de Belo Horizonte, solteiro, Gerente Geral, nascido em 05 de Maio de 1980, CPF nº 555.666.777-88, RG MG5.555.555, órgão expedidor SSP/MG. Carteira de Reservista 44444, carteira de trabalho nº

44444, carteira Nacional de Habilitação 44444. Residente a Rua Eli Seabra, 215 – Bairro Buritis – Belo Horizonte/MG. Cep.: 32.400-700; (**art. 997, I, CC/2002**).

Formação acadêmica, formado em administração de empresas conclusão 2012, pós graduado em gestão financeira, conclusão 2014, experiência de 7 anos na área contábil em uma instituição comercial.

#### **1.4 Dados do empreendimento**

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial ECO PACKING BRASIL LTDA, e terá sede e domicílio na Rod. BR 262, Km, 16 – B. Sarzedo – Cidade de Betim, Estado de Minas Gerais – Brasil – CEP: 31000-000). (**art. 997, II, CC/2002**)

2ª O capital social será R\$ 1.500.000,00 (Um milhão e quinhentos mil reais), dividido em 500.000 quotas de valor nominal R\$ 500.000,00 (Quinhentos mil reais) cada, integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

Claudinan Soares dos Santos, nº de quotas 500.000, R\$ 500.000,00; Fabrício de Oliveira Lucas, nº de quotas 500.000, R\$ 500.000,00; Gabriel Rodrigues de Moura, nº de quotas 500.000, R\$ 500.000,00; (**art. 997, III, CC/2002**) (**art. 1.055, CC/2002**)

3ª O objeto será a fabricação e comercialização de sacolas ecológicas biodegradáveis.

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 01 de Dezembro, do corrente ano, e seu prazo de duração é indeterminado. (**art. 997, II, CC/2002**)

#### **1.5 Visão**

Temos como visão de ampliar o negócio, com meta definida desta conquista para um futuro próximo, trazendo novos produtos para o mercado com qualidade e preço, atingindo todas as classes sociais e segmentos. Ser referência na capital e região metropolitana de Belo Horizonte, com uma base sólida e um grande crescimento sustentável.

#### **1.6 Missão**

Produção e comercialização de sacolas ecológicas, com materiais 100% reciclados. Contribuindo assim, para a preservação do meio ambiente. Consolidando seu

principal objetivo de crescimento e sustentabilidade perante seus clientes e parceiros.

### 1.7 Forma Jurídica

Sociedade Empresária

### 1.8 Enquadramento Tributário

O segmento de Fábrica de Sacolas Plásticas Biodegradáveis, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 2222-6/00 como a atividade de exploração de fabricação de embalagens de material plástico (caixas, sacos, garrafas, frascos, tampas, etc.), poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte).

### 1.9 Capital Social

**Tabela 1 – Capital Social**

| <b>Sócio</b>                | <b>Valor (\$)</b>   | <b>% de Participação</b> |
|-----------------------------|---------------------|--------------------------|
| Claudinan Soares dos Santos | 500.000,00          | 33,34%                   |
| Fabricio de Oliveira Lucas  | 500.000,00          | 33,33%                   |
| Gabriel Rodrigues de Moura  | 500.000,00          | 33,33%                   |
| <b>Total</b>                | <b>1.500.000,00</b> | <b>100%</b>              |

Fonte: Elaborado pelos autores

### 1.10 Fonte de Recursos

O recurso será o capital social que os sócios irão compartilhar juntamente no valor de R\$ 1.500.000,00 (Um milhão e quinhentos mil reais), dividido em 1.500.000 quotas de valor nominal R\$ 1,00 (Um real) cada, integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios.

## 2. ANÁLISE DO CENÁRIO MACRO AMBIENTE

### 2.1 Macro Ambiente

Reciclado, 100% renovável, biodegradável, compostável e hidrossolúvel. Estas são algumas das opções de "sacos de lixo ecológicos" que já estão sendo oferecidas no mercado pelos fabricantes, que tentam se adaptar às mudanças que programas de eliminação das sacolas plásticas em supermercados começam a provocar nos hábitos de consumo em estados como São Paulo e Minas Gerais. As principais empresas de embalagens plásticas do país apostam que o fim das sacolas fará crescer as vendas de sacos de lixo e estão incluindo produtos mais sustentáveis em seus portfólios. O fenômeno já é observado em cidades que baniram as sacolas descartáveis, como Belo Horizonte (MG) e Jundiaí (SP). Durante a Apas 2011, feira da Associação Paulista de Supermercados, as linhas ecológicas foram o destaque entre os lançamentos dos fabricantes de sacos plásticos. A Embalixo começou a distribuir no país um saco de lixo feito a partir de etanol de cana-de-açúcar no lugar de petróleo, resultado de uma parceria com a Braskem, que desenvolveu o 'plástico verde'. "Utilizamos matéria-prima 100% renovável, de origem vegetal e é um produto 100% reciclável", afirma o diretor industrial Ronaldo Costa. O produto custa o dobro do saco de lixo convencional, mas a empresa aposta que até 2012 ele passará a ser o mais vendido do seu portfólio. "Por enquanto, esse produto representa menos de 20% da nossa produção, mas a tendência é crescer exponencialmente, principalmente nas cidades que estão abolindo as sacolas de supermercado.

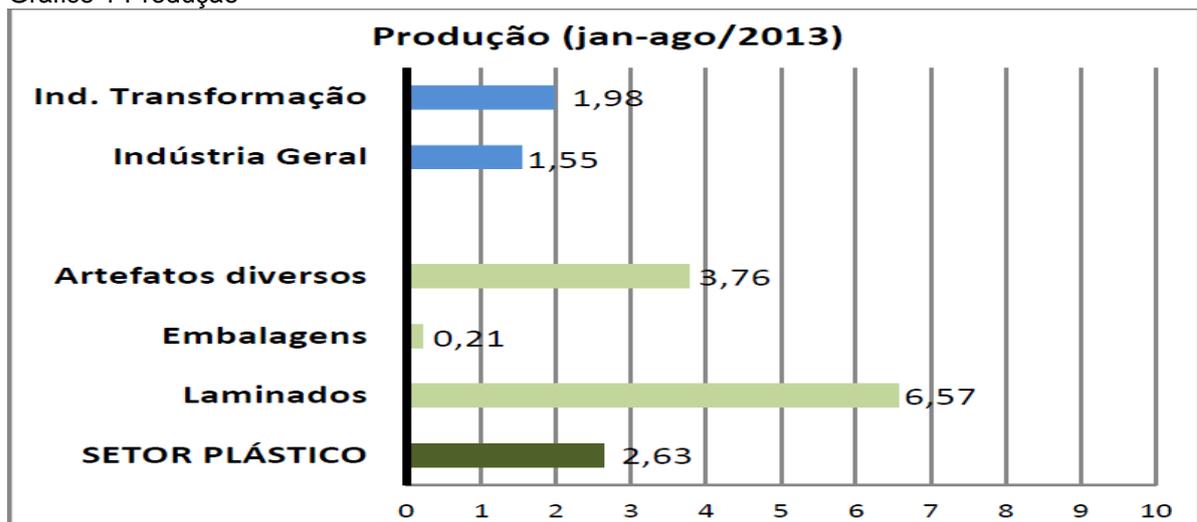
Quadro 1 Consolidação das sacolas biodegradável, redução de custos.

|                           | variação %               |                        |                              |
|---------------------------|--------------------------|------------------------|------------------------------|
|                           | jan/ago12 -<br>jan/ago13 | mensal<br>(jul-ago/13) | acumulado<br>(ago/12-ago/13) |
| <b>SETOR PLÁSTICO</b>     | 2,63                     | 0,39                   | 2,42                         |
| <b>Laminados</b>          | 6,57                     | -5,42                  | 1,81                         |
| <b>Embalagens</b>         | 0,21                     | -2,25                  | 0,94                         |
| <b>Artefatos diversos</b> | 3,76                     | 5,19                   | 4,81                         |
| <b>Indústria Geral</b>    | 1,55                     | 2,73                   | 0,65                         |
| <b>Ind. Transformação</b> | 1,98                     | 2,87                   | 0,92                         |

Fonte: PIM-PF - IBGE

O desempenho da produção física em agosto/13 permaneceu nos mesmos patamares do mês anterior. Houve queda na produção de laminados e embalagens. E a estabilidade foi sustentada pelo desempenho dos “artefatos diversos”. Na indústria brasileira de transformação, observou-se crescimento na produção de alimentos (2,5%), e de peças automotivas (1,7%), máquinas e equipamentos (1,2%), o que pode ter sustentado o desempenho de “artefatos diversos” e colaborado para a estabilidade do setor em relação a julho. Por outro lado, 11 atividades industriais reduziram a produção, como a indústria farmacêutica, que recuou 5,6% em agosto, houve quedas também nos setores de bebidas (-3,1%), de outros equipamentos de transporte (-3,7%), de perfumaria, sabões, detergentes e produtos de limpeza (-5,1%) e de fumo (-7,7%).

Gráfico 1 Produção



Fonte: PIM-PF - IBGE

## 2.2 Mercado Potencial

Com o fim das sacolinhas vai crescer a procura por materiais mais sustentáveis e estamos vendo os biodegradáveis e compostáveis como uma alternativa para salvar um pouco o nosso negócio”, afirma Gisele Barbin, gerente comercial da Extrusa-pack, que passou a fabricar também sacolas plásticas retornáveis.

Na fábrica da empresa em Guarulhos, a linha de plásticos biodegradáveis e compostáveis representam hoje 10% da produção. “Com o estado de São Paulo

aderindo ao programa de eliminação das sacolinhas, a fatia dessa produção deve subir para 50%”, prevê a gerente. João Paulo Mignot, diretor-executivo da EcoVetures também vê como “altamente promissor” o mercado de plásticos compostáveis. A empresa representa no Brasil a tecnologia desenvolvida pela australiana Cardia, que também usa amido de milho na composição. “Queremos num futuro breve montar uma fábrica para fazer a resina aqui no Brasil e não precisar importar”, afirma.

### **2.2.1 Plásticos biodegradáveis**

Outra tendência no mercado, principalmente entre as empresas que utilizam derivados de petróleo como matéria-prima principal, é produção de sacos de lixo oxibiodegradáveis, cuja decomposição é acelerada em razão de um aditivo adicionado à resina plástica durante a fabricação, que quebra a cadeia molecular do polímero plástico em cadeias moleculares menores. Estes plásticos custam em geral cerca de 10% a mais que o tradicional. O tempo de decomposição depende muito do ambiente em que ele é descartado, mas ele chega a se degradar 200 vezes mais rápido que o comum que chega a levar até 300 anos. E é um material que pode ser reciclado junto com outros plásticos”, afirma Eduardo Van Roost, diretor da Res Brasil, empresa que oferece a matéria-prima com tecnologia inglesa para 300 fabricantes no país. Além do plástico oxibiodegradável, a empresa também distribui no Brasil embalagens compostáveis, feitas com uma tecnologia desenvolvida pela italiana Novamont, que também usa amido de milho na composição. Rosst considera, porém, o oxibiodegradável é a opção mais adequado às condições brasileiras. “O compostável é caro e não pode ser reciclado junto com plástico convencional, nem feito a partir de plástico reciclado. Só faz sentido se existe coleta seletiva, destino adequado e usina de compostagem. Do contrário, é comida jogada no lixo porque usa amido que é fonte de alimento”, afirma. “Nem nos países detentores da tecnologia e matéria prima, como Alemanha e Itália, utilizam este produto em locais onde não existe coleta separada e destino para compostagem”.

### **2.3 Indicadores Macroeconômicos**

Macroeconomia é o estudo do comportamento agregado de uma economia, ou seja, das principais tendências (a partir de processos microeconômicos) da economia no que diz respeito principalmente à produção, à geração de renda, ao uso de recursos,

ao comportamento dos preços, e ao comércio exterior. Os objetivos da macroeconomia são principalmente: o crescimento da produção e consumo, o pleno emprego, a estabilidade de preços, o controle inflacionário e uma balança comercial favorável. Dentre os principais indicadores macroeconômicos temos:

PIB – Produto Interno Bruto

Relação Dívida/PIB

PNB – Produto Nacional Bruto

PIB per capita

PNB per capita

Crescimento Econômico

Investimentos Estrangeiros

Inflação

Reservas Internacionais

Taxa Dólar

Taxa de juros

Balança Comercial

Risco País

Produção Industrial (mensal)

Pesquisa Mensal Do Comércio

Taxa De Desemprego

Força de Trabalho

Outros Indicadores: Salário Mínimo, Índice De Gini, Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)

### **2.3.1 Valor Bruto da produção**

O estudo exclusivo macroeconômico da indústria brasileira de embalagem, realizado pelo IBRE (Instituto Brasileiro de Economia) / FGV (Fundação Getúlio Vargas) há dezoito anos para a ABRE, demonstra que o valor bruto da produção física de embalagens atingiu R\$ 55,1 bilhões, um aumento de aproximadamente 6,17% em relação aos R\$ 51,9 bilhões de 2013.

Tabela 2 Faturamento da Indústria

**Faturamento da indústria de embalagem  
(em bilhões de R\$)**

| Ano    | Valor Bruto da Produção |
|--------|-------------------------|
| 2009   | 35,0                    |
| 2010   | 42,8                    |
| 2011   | 45,0                    |
| 2012   | 47,1                    |
| 2013** | 51,9                    |
| 2014** | 55,1                    |

Fonte: IBGE

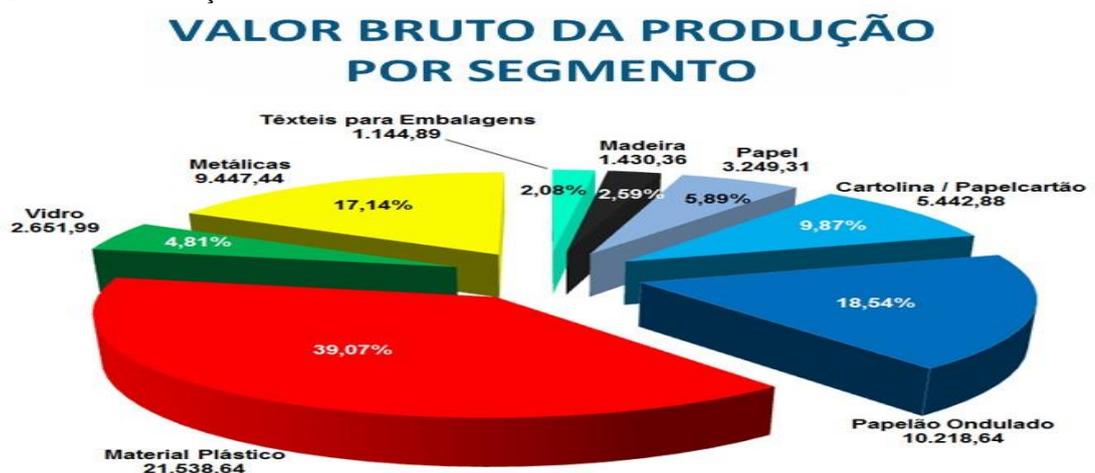
Pesquisa Industrial Anual – PIA – Produto

\*\* Dados estimados

Elaboração: FGV

Os plásticos representam a maior participação no valor da produção correspondendo a 39,07% do total, seguido pelo setor de embalagens celulósicas com 34,30% (somados os setores de papelão ondulado com 18,54%, cartolina e papel cartão com 9,87% e papel com 5,89%), metálicas com 17,14%, vidro com 4,81% e madeira com 2,59%.

Gráfico 2 Valor da Produção



Fonte: IBGE – PIA – Produto (UL) – 2012

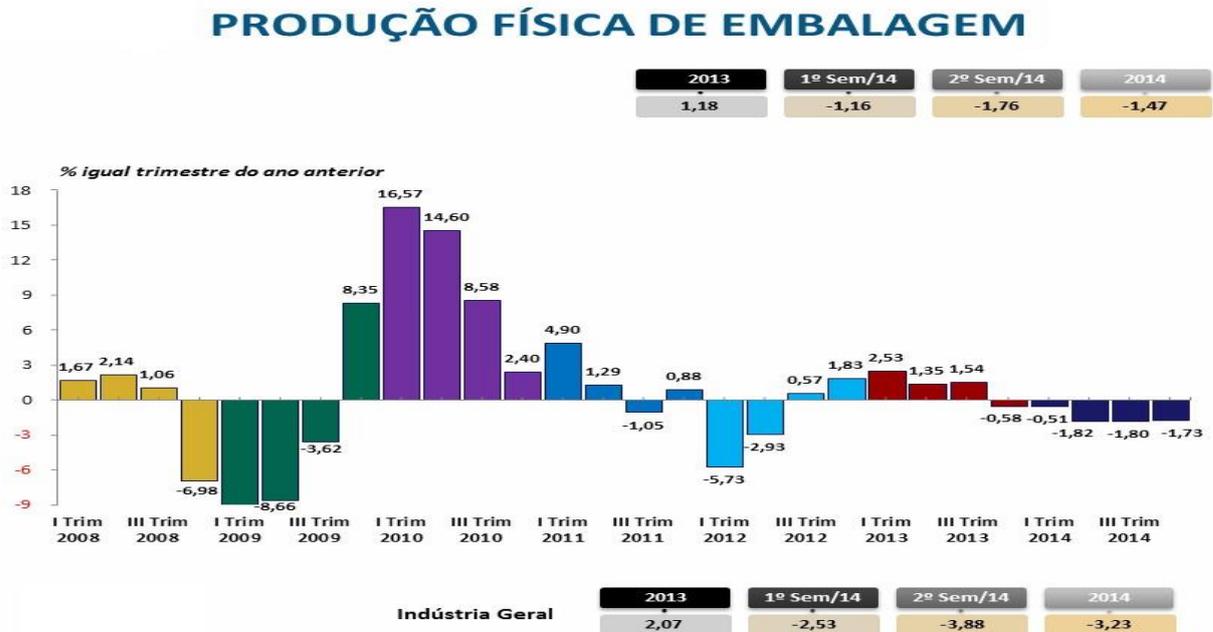
Nota: Valores em milhares de reais atualizados para 2014

Elaboração: FGV

### 2.3.2 Produção Física

A produção da indústria de embalagem apresentou uma retração de -1,47% em 2014.

Gráfico 3 Produção Física de Embalagem



Fonte: IBGE

De acordo com o estudo, o resultado foi influenciado pelo desempenho econômico do país, além de uma retração do consumo e de produção de bens não duráveis. Para o ano de 2015, o cenário mais provável é de uma retração de -0,5% na produção física de embalagem devido às dificuldades econômicas do país. Entretanto, a produção realizada deverá corresponder a R\$ 58,2 bilhões devido, principalmente, aos aumentos de custos que serão repassados para os preços. Na análise por setor, somente as embalagens de vidro apresentaram um resultado positivo com incremento de 1,86% na produção em relação ao ano anterior. Todos os outros tipos de embalagens apresentaram retração, sendo que a madeira teve a maior queda (-18,25%), seguida por plástico (-2,90%), metal (-1,04) e papel/papelão/cartão (-0,70%).

## 2.4 FORTALEZAS E FRAQUEZAS

### 2.4.1 Matriz Swot ou Fofa

“É uma análise feita por meio da listagem dos pontos fortes e fracos (ambiente interno), das oportunidades e ameaças (ambiente externo) presentes no dia a dia da empresa”, segundo Silveira (2001 p.213). O termo SWOT é uma sigla composta de Strengths.

#### **2.4.2 Ambiente interno**

Segundo (KOTLER, 2012, p. 111). O sistema de informação mais básico, usado pelos administradores de marketing é o sistema de registros internos. São os relatórios sobre pedidos, vendas, preço, níveis de estoque, contas a receber, contas a pagar e assim por diante. Ao analisar essas informações, os administradores de marketing podem detectar oportunidades e problemas importantes.

#### **2.4.3 Força**

Produtos personalizados, tamanhos variados, vantagem tecnológica: dispositivos móveis da empresa, com todas as informações, modelos de sacolas podendo efetivar compras pelo site da loja. Preços competitivos - A três principal, a Extrusa Pack de São Paulo com mais de 30 anos de experiência no mercado, possui um grande know-how no universo das embalagens plásticas flexíveis ecologicamente e com tecnologia, o preço das sacolas de 31x55 cm está no valor de R\$0,45. A PersonalitéEcobag de Belo Horizonte está no mercado há 6 anos uma das sacolas que foi pesquisada no tamanho de 40x55 cm no valor de R\$0,90 Guangzhou GangchangPackage LTDA essa empresa da China é uma das exportadoras por muitos anos os principais produtos de saco de plástico, eco amigável com o preço de R\$0,38 no tamanho de 30x45 cm. O menor preço é o da China um dos mais fortes concorrentes, pois oferece baixo custo nas sacolas e mais unidades.

#### **2.4.4 Fraqueza**

Empresa ser nova no mercado: não ter a experiência necessária, dificuldades de lidar com situações que nunca foram vivenciadas. Contingência: a ação que a empresa vai fazer para suprir isso vai ser as pesquisas de mercado, se mantendo

atualizados. Pouca experiência dos funcionários por não ter um gap superior ao dos concorrentes do mercado. Investir em propagandas para atrair clientes, suprimindo o gasto inicial, fazendo com que os clientes se tornem fieis a empresa Eco Packing Brasil, tendo um retorno esperado.

#### **2.4.5 Ambiente externo**

Kotler (2012, p.87) “Um importante propósito da análise ambiental é detectar novas oportunidades de marketing”.

#### **2.4.6 Ameaças**

Como principal ameaça para o seguimento de produção e comercialização das sacolas biodegradáveis, a concorrência muitas vezes desleal, principalmente em relação às sacolas importadas do mercado chinês, que possuem o custo muito baixo. A taxa de juros do mercado e outro fator que pode prejudicar os negócios, diminuindo o crédito e com isso diminuindo também o consumo.

Mudanças regulatórias: seria as leis sobre as sacolas biodegradáveis, ser substituídas por sacolas convencionais. A empresa tem um produto de qualidade e personalizado em relação aos concorrentes vai obter informações para que possa suprir as ameaças, a empresa deve ficar atenta às informações para estar preparada perante as taxas de juros que podem ser alteradas, uma estratégia de marketing para atrair os clientes mesmo com as devidas alterações. As mudanças regulatórias a empresa vai tentar negociações e se adequar ao que se mudar.

#### **2.4.7 Oportunidades**

O diferencial da marca: É a parceria com os clientes, a proximidade, e procurando está a todo o momento criando novas ideias, levando novas possibilidades. A reutilização de sacolas pelos consumidores nas suas residências para colocar lixos.

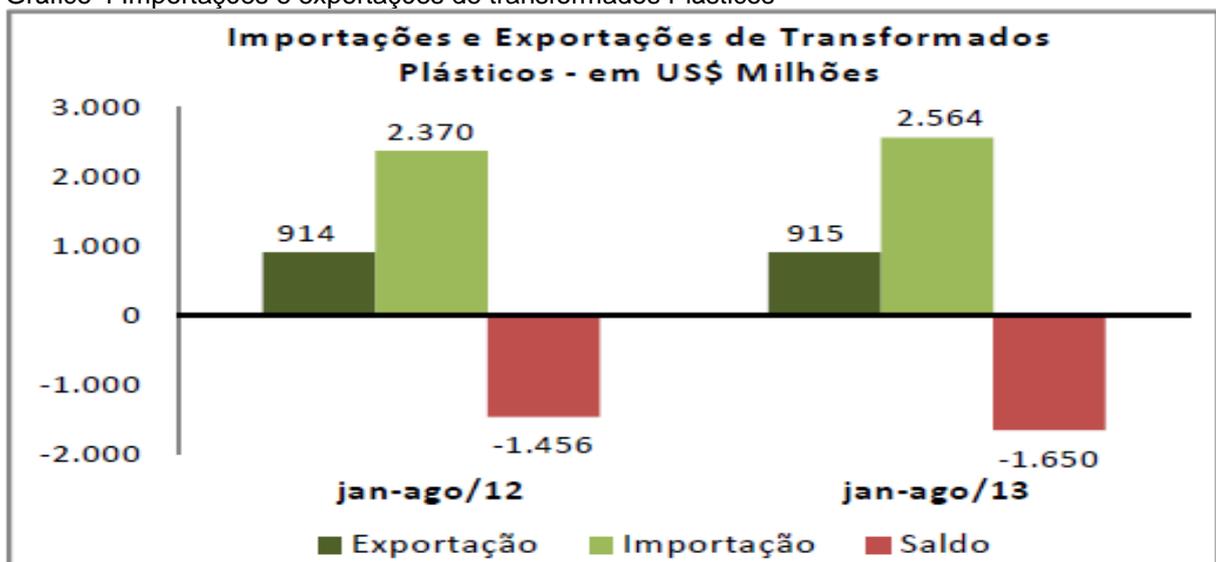
Posicionamento por inovação: Devido à proibição, pela Legislação Brasileira, que está erradicando o uso de sacolas plásticas convencionais, torna-se muito promissor o mercado voltado para o seguimento de fabricação e comercialização de sacolas biodegradáveis.

São cada vez mais fortes os movimentos em prol de produtos que agridam menos ao meio ambiente, criando a consciência “Eco Sustentável”.

## 2.5 Análise da Concorrência

De janeiro a agosto de 2013 a balança comercial do setor de transformados plásticos registrou um déficit de US\$ 1,6 bilhão. Isso significa um crescimento de 13,3% no déficit em relação ao mesmo período de 2012. O aumento das importações é o maior responsável pelo saldo negativo, dado que o seu crescimento foi de 8,2% em relação aos oito primeiros meses de 2012. De janeiro a agosto de 2013 as importações de produtos transformados plásticos chegaram a US\$ 2,5 bilhões. As exportações, por sua vez, se aumentaram 0,08% nesse período, somando US\$ 914 milhões. O saldo comercial em toneladas de transformados plásticos também está deficitário. São 320 mil toneladas negativas, um valor 7,25% mais negativo que o verificado entre janeiro a agosto de 2012. As importações de transformados plásticos em peso somaram 484 mil toneladas entre janeiro a agosto de 2013, 5,7% maior que no mesmo período do ano anterior. Já o volume exportado chegou a 163,9 mil toneladas, 2,9% maior que no mesmo período de 2012.

Gráfico 4 Importações e exportações de transformados Plásticos



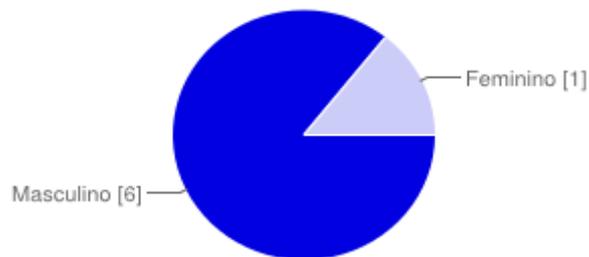
Fonte: PIM-PF – IBGE

## 2.6 Clientes

Para viabilizar o sucesso do negócio, foi realizada uma pesquisa não probabilística por conveniência no Google Docs e, enviada através de e-mail para cerca de 100 pessoas que residem na RMBH, para investigar os aspectos favoráveis e desfavoráveis do negócio, bem como a consciência ecológica das pessoas que residem na RMBH. No entanto, nesse primeiro momento, recebemos apenas sete respostas no período de aproximadamente uma semana. Segue abaixo os resultados obtidos representados em gráficos.

Gráfico 5 Sexo

Qual o seu sexo?

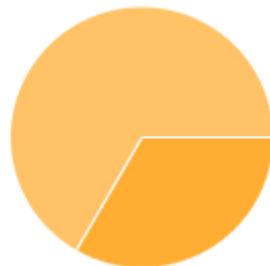


|           |          |     |
|-----------|----------|-----|
| Masculino | <b>6</b> | 86% |
| Feminino  | <b>1</b> | 14% |

Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 6 Faixa etária

Qual sua faixa etária?

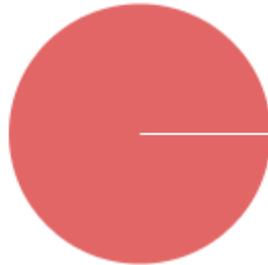


|                 |          |     |
|-----------------|----------|-----|
| Até 20 anos     | <b>0</b> | 00% |
| De 21 a 30 anos | <b>1</b> | 33% |
| De 31 a 40 anos | <b>2</b> | 67% |
| De 41 a 50      | <b>0</b> | 00% |
| Acima de 50     | <b>0</b> | 00% |

Fonte: Elaborados pelos autores

Gráfico 7 Ocupação

Qual a sua ocupação principal?

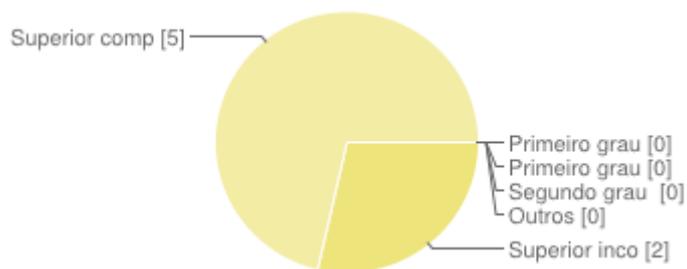


|                      |   |      |
|----------------------|---|------|
| Estudante            | 0 | 00%  |
| Estagiário           | 0 | 00%  |
| Empregado            | 7 | 100% |
| Profissional liberal | 0 | 00%  |
| Outro                | 0 | 00%  |

Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 8 Grau de Escolaridade

Qual a sua escolaridade?



|                          |   |     |
|--------------------------|---|-----|
| Primeiro grau incompleto | 0 | 00% |
| Primeiro grau completo   | 0 | 00% |
| Segundo grau incompleto  | 0 | 00% |
| Superior incompleto      | 2 | 29% |
| Superior completo        | 5 | 71% |

|        |          |     |
|--------|----------|-----|
| Outros | <b>0</b> | 00% |
|--------|----------|-----|

Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 9 Renda Mensal

Qual é a sua renda/mesada média mensal?



|                                    |          |     |
|------------------------------------|----------|-----|
| Até 1 salário mínimo               | <b>0</b> | 00% |
| Acima de 1 até 3 salários mínimos  | <b>1</b> | 25% |
| Acima de 3 até 5 salários mínimos  | <b>2</b> | 50% |
| Acima de 7 até 10 salários mínimos | <b>0</b> | 00% |
| Mais de 10 salários mínimos        | <b>1</b> | 25% |

Fonte: Elaborado pelos autores

Pergunta: Você acha que o uso abusivo de sacolas plásticas pode causar algum problema ambiental? Se sim, qual tipo de problema ambiental?

Contaminação do Solo Sim. As sacolas plásticas geram poluição, demoram a se decompor. Sim. Poluição do ambiente Degradação do solo Acúmulo de lixo Sim, porque retira recursos da natureza e devolve poluição. Sim. Poluição Ambiental

Gráfico 10 Impacto da sacolinha

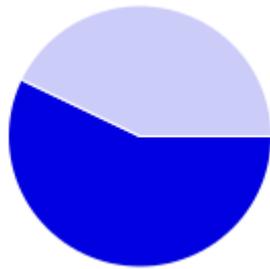
Conhece algum impacto ambiental causado pela "sacolinha" plástica convencional?



|          |          |     |
|----------|----------|-----|
| Sim      | <b>6</b> | 86% |
| Não      | <b>0</b> | 00% |
| Não sabe | <b>1</b> | 14% |

Gráfico 11 Separação dos Recicláveis

Em sua casa você costuma separar plásticos, vidros, papel ou alumínio para reciclagem?



|     |          |     |
|-----|----------|-----|
| Sim | <b>4</b> | 57% |
| Não | <b>3</b> | 43% |

Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 12 Sacolas/ bolsas

Você trocaria as sacolas plásticas tradicionais por uma bolsa para guardar suas compras no intuito de economizar sacolas e diminuir a poluição causada pelas mesmas?

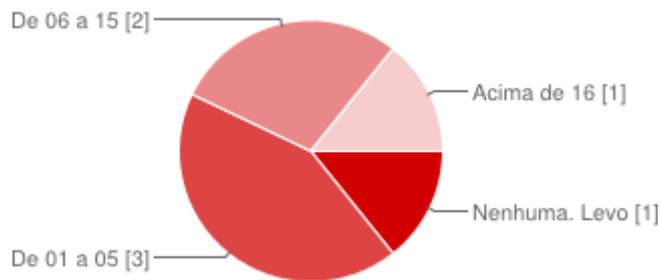


|     |          |     |
|-----|----------|-----|
| Sim | <b>6</b> | 86% |
| Não | <b>1</b> | 14% |

Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 13 Utilização de sacolas

Quantas sacolas plásticas em média você utiliza para carregar suas compras?

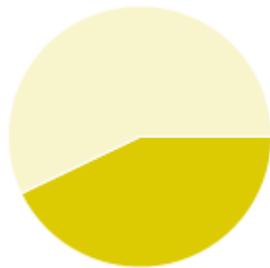


|                                 |          |     |
|---------------------------------|----------|-----|
| Nenhuma. Levo a sacola de casa. | <b>1</b> | 14% |
| De 01 a 05                      | <b>3</b> | 43% |
| De 06 a 15                      | <b>2</b> | 29% |
| Acima de 16                     | <b>1</b> | 14% |

Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 14 Seleção de local

Se o supermercado ou outras lojas nas quais você costuma fazer suas compras não oferecessem sacolas você compraria em outro estabelecimento oferecem esse tipo de embalagem?



|     |          |     |
|-----|----------|-----|
| Sim | <b>3</b> | 43% |
| Não | <b>4</b> | 57% |

Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 15 Pagar ou não por sacolas

Se o supermercado no qual você costuma fazer suas compras cobrasse pelas sacolas você compraria em outro estabelecimento?

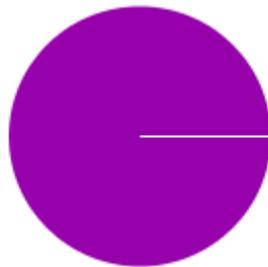


|     |   |     |
|-----|---|-----|
| Sim | 3 | 43% |
| Não | 4 | 57% |

Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 16 Sacola retornável ou convencional

Caso todos os supermercados ou lojas cobrassem pela sacola plástica, você compraria a sacola retornável ou traria sua própria sacola de casa?



|     |   |      |
|-----|---|------|
| Sim | 7 | 100% |
| Não | 0 | 00%  |

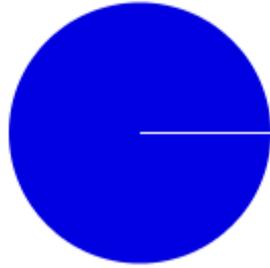
Fonte: Realizada pelos autores

Pergunta: Você utilizaria outro tipo de sacola? Se sim qual?

Biodegradável Não Sim. Sacolas retornáveis Não. Sacolas retornáveis, de tecido Sim. Retornável ou de papel

Gráfico 17 Prol do meio ambiente

Você considera que atitudes em prol do meio ambiente são relevantes?

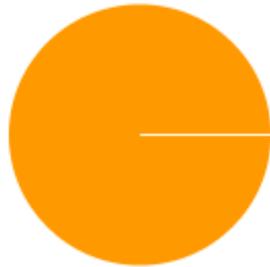


|          |   |      |
|----------|---|------|
| Sim      | 7 | 100% |
| Não      | 0 | 00%  |
| Não sabe | 0 | 00%  |

Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 18 Assuntos meio ambiente

Você se interessa por assuntos relacionados ao meio ambiente?

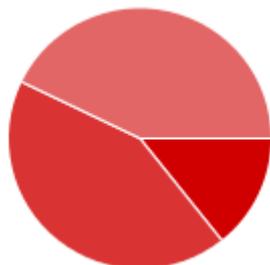


|     |   |      |
|-----|---|------|
| Sim | 7 | 100% |
| Não | 0 | 00%  |

Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 19 Cidade/ verde

Como você considera a sua cidade nos aspectos de limpeza urbana, preservação de áreas verdes, qualidade do ar, coleta de lixo, entre outros?

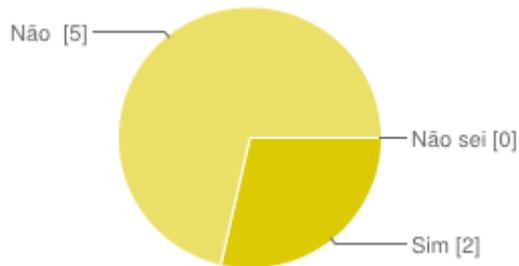


|           |          |     |
|-----------|----------|-----|
| Péssimo   | <b>1</b> | 14% |
| Regular   | <b>3</b> | 43% |
| Bom       | <b>3</b> | 43% |
| Muito bom | <b>0</b> | 00% |
| Excelente | <b>0</b> | 00% |

Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 20 Coleta seletiva

No seu bairro há coleta seletiva?



|         |          |     |
|---------|----------|-----|
| Sim     | <b>2</b> | 29% |
| Não     | <b>5</b> | 71% |
| Não sei | <b>0</b> | 00% |

Fonte: Elaborado pelos autores

### 2.6.1 Análise dos dados

Através da interpretação dos dados obtidos representados pelos gráficos, percebe-se que, em torno de 50% das pessoas estão preocupadas com o meio ambiente e, que teriam atitudes conscientes em priorizar embalagens e sacolas ecológicas, o que viabiliza a abertura do negócio. No entanto, percebe-se também que, o comodismo das pessoas dificulta a aceitação desse tipo de produto, tendo em vista, uma cultura consumista de produtos descartáveis.

## **2.7 Identificação dos fornecedores em potencial**

A Eco Packing tem em seu planejamento, buscar parceiros dentro do território nacional para a aquisição de seus insumos de produção. Dando preferência para aqueles que se utilizam da captação e reciclagem de resíduos coletados através de coleta seletiva na região metropolitana de Belo Horizonte. Assim como a parceria com instituições ligadas a Associações de Catadores de Plásticos, como a ASMARE, dos municípios da região metropolitana que nos proporcionará este material. E para complemento de insumos e para matérias primas já beneficiada, como o granulado plástico, dentre outros, as compras serão realizadas através de indústrias tanto no território nacional, como também a possibilidade de utilização de insumos importados, mais precisamente do mercado Chinês, através de compras efetuadas com importadores nacionais.

### **3. ASPECTOS LEGAIS**

#### **3.1 Ramo de Atividade do Negócio**

O segmento de Fábrica de Sacolas Plásticas Biodegradáveis, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 2222-6/00 como a atividade de exploração de fabricação de embalagens de material plástico (caixas, sacos, garrafas, frascos, tampas, etc.), poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei. Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional. IRPJ, CSLL PIS, COFINS, ICMS, INSS. Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 4,5% a 12,11%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período. Para este segmento, tanto ME ou EPP, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias. Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares n.º 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011.

#### **3.2 Regime Jurídico**

O empreendedor de uma fábrica de sacos plásticos biodegradável deverá cumprir algumas exigências iniciais, e somente poderá se estabelecer depois de cumpridas,

quais sejam Registro da empresa nos seguintes órgãos Junta Comercial, Secretaria da Receita Federal (CNPJ), Secretaria Estadual de Fazenda, Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento, enquadramento na Entidade Sindical Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal), cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”, Corpo de Bombeiros Militar. O grupo entende que a aparente simplicidade do regime do Simples Nacional e as alíquotas relativamente baixas são os grandes atrativos deste regime. O Simples unifica oito tributos (IRPJ, IPI, CSLL, COFINS, PIS, INSS, ICMS e ISS), impostos federais, estaduais e municipais em um único boleto. Nós optamos por esse regime, porque a empresa terá receita bruta de até R\$ 3,6 milhões no ano. As alíquotas são progressivas, aumentando de acordo com a receita. Mas é preciso fazer sempre o que se chama de planejamento tributário. Esse planejamento não precisa ser feito por um advogado, o que acarretaria em mais custos para a nossa empresa, pode ser feito pelo próprio contador. Consiste basicamente em, pelo menos uma vez por ano, fazer uma projeção de vendas para ano seguinte. Com base nessa projeção, será possível detectar se a nossa empresa está prestes a ultrapassar o limite máximo de enquadramento no Simples. Isso porque, se isso estiver para acontecer, nós teremos de migrar de regime, e isso só pode ser feito até o último dia útil de janeiro de cada ano.

### **3.3 Contrato Social**

Claudinan Soares dos Santos, brasileiro, natural do Belo Horizonte, solteiro, Diretora Geral, nascida em 01 de Julho de 1978, CPF nº 333.333.333-33, RG M33.333.333, órgão expedidor SSP/MG, carteira de trabalho nº 33333, carteira Nacional de Habilitação 33333. Residente a Rua Um, 2010 – Bairro Jaraguá – Belo Horizonte/MG. Cep: 31.940-540; (**art. 997, I, CC/2002**).

Fabício de Oliveira Lucas, brasileira, natural de Contagem, solteiro, Gerente Geral, nascido em 14 de Fevereiro de 1982, CPF nº 444.444.444-44, RG MG 4.444.444, órgão expedidor SSP/MG. Carteira de Reservista 44444, carteira de trabalho nº 44444, carteira Nacional de Habilitação 44444. Residente a Rua Araguari, 1150 – Bairro Eldorado - Contagem/MG. Cep: 32.400-700; (**art. 997, I, CC/2002**).

Gabriel Rodrigues de Moura, brasileiro, natural de Belo Horizonte, solteiro, Gerente Geral, nascido em 05 de Maio de 1980, CPF nº 555.666.777-88, RG MG5.555.555, órgão expedidor SSP/MG. Carteira de Reservista 44444, carteira de trabalho nº 44444, carteira Nacional de Habilitação 44444. Residente a Rua Eli Seabra, 215 – Bairro Buritis – Belo Horizonte/MG. Cep: 32.400-700; (**art. 997, I, CC/2002**), mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial ECO PACKING BRASIL LTDA, e terá sede e domicílio na Rod. BR 262, Km, 16 – B. Sarzedo – Cidade de Betim, Estado de Minas Gerais – Brasil – Cep: 31000-000). (**Art. 997, II, CC/2002**)

2ª O capital social será R\$ 1.500.000,00 (Um milhão e quinhentos mil reais), dividido em 30 quotas de valor nominal R\$ 750.000,00 (Setecentos e cinquenta mil reais)

3ª O objeto será a fabricação e comercialização de sacolas ecológicas.

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 01 de Dezembro, do corrente ano, e seu prazo de duração é indeterminado. (**Art. 997, II, CC/2002**)

5ª 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 direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente. (**Art. 1.056, art. 1.057, CC/2002**)

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social. (**art. 1.052, CC/2002**)

7ª A administração da sociedade, com os poderes e atribuições de ADMINISTRADOR, autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização dos outros sócios. (**Artigos 997, VI; 1.013. 1.015, 1064, CC/2002**)

8ª Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados. (**Art. 1.065, CC/2002**)

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador (es) quando for o caso.

**(Artigos. 1.071 e 1.072, § 2º e art. 1.078, CC/2002)**

10ª A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

11ª Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de “pro labore”, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12ª Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio. **(Art. 1.028 e art. 1.031, CC/2002)**

13ª O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está (ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) 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 o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. **(Art. 1.011, § 1º, CC/2002)**

14ª **Fica eleito o foro Betim** para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 06 vias.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2017

Local e data

aa) \_\_\_\_\_  
Claudinan Soares dos Santos

aa) \_\_\_\_\_  
Fabrício de Oliveira Lucas

aa) \_\_\_\_\_  
Gabriel Rodrigues de Moura

Visto: \_\_\_\_\_ (OAB/MG 0987)

### 3.4 Legislação Específica

Inicialmente, de forma geral é necessário contratar um contador profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários de inscrição exigidos pelos órgãos públicos. O contador também pode informar sobre a legislação tributária pertinente ao negócio. Mas atenção: certifique-se de que este prestador de serviços seja um profissional habilitado no Conselho Regional de Contabilidade, e que inexistam reclamações registradas contra ele. O Empreendimento somente poderá iniciar suas atividades depois de cumpridas as seguintes etapas:

a) Visita à Prefeitura Municipal da cidade onde pretende instalar a fábrica de embalagens ecológicas para verificar se a atividade pretendida é compatível com a lei de zoneamento.

B) Pesquisa do nome empresarial - A consulta visa evitar duplicidade do nome da empresa. No caso de firma individual é o próprio nome do empreendedor.

C) Consulta de situação fiscal - Pesquisa em nome dos sócios para verificar possíveis pendências e verificar se a atividade se enquadra ou não como ME ou EPP.

d) Encaminhar para registro na Junta Comercial do Estado – Entrada no processo de registro da empresa.

e) Registro da empresa nos seguintes órgãos:

- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Prefeitura Municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal em que a empresa se enquadra (é obrigatório o recolhimento da Contribuição Sindical Patronal por ocasião da constituição da empresa e até o dia 31 de janeiro de cada ano);
- Caixa Econômica Federal, para cadastramento no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;

- Corpo de Bombeiros Militar.

f) Providenciar a autorização para impressão de notas fiscais - Geralmente as gráficas possuem este modelo. É necessário preenchê-lo e levar para a Secretaria das Finanças para autorização.

### **3.5 Análise da relação consumerista**

Em linhas introdutórias, fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, tal como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços, consoante definição insculpida no caput do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor. “É, em síntese, todo aquele que oferta, a título singular e com caráter profissional – exercício habitual do comércio – produtos e serviços ao mercado de consumo, atendendo, assim, às suas necessidades”. Pela dicção apresentada, e denota que não importa a tarefa assumida pelo fornecedor no universo das relações consumeristas, sendo irrelevante o papel que ele desempenha, quando se trata da afirmação dos direitos do consumidor.

### **3.6 Riscos ambientais**

Os impactos ambientais de sacos e sacolas plásticas estão em todos os lugares, indo da poluição visual até a morte de animais. Se pensarmos que despejamos bilhões de sacolas plásticas no mundo todos os anos, teremos uma noção do tamanho do problema. Por serem leves, os sacos e sacolas plásticas voam com o vento, indo parar em árvores, arbustos, fios de alta tensão, gramados, beiras de estrada, rios, lagos, oceanos – ou seja, acabam poluindo as cidades e a natureza. Muitas sacolas plásticas acabam em bueiros nas cidades, agravando o problema das enchentes, pois impedem a drenagem das águas das chuvas. Sacos plásticos abandonados também é depósito de água das chuvas e podem ajudar na proliferação do mosquito da dengue. Os sacos e sacolas que chegam até a natureza são confundidos com comida por animais, que as ingerem e morrem engasgados – tartarugas marinhas confundem as sacolas plásticas com águas-vivas. Outros

animais menores morrem ao se enroscarem no plástico. Na Índia, centenas de vacas morrem por ano ao ingerirem sacos plásticos com restos de alimentos.

Estima-se que mais de cem mil mamíferos e pássaros morram por ano devido à ingestão de sacos plásticos – e sequer temos ideia de quantos peixes. O plástico leva centenas de anos para se degradar, então não é demais pensar que uma mesma sacolinha possa matar mais de um animal durante sua permanência na natureza. De alguma forma, também a produção de sacolas plásticas dá a sua contribuição para o aquecimento global, porque os processos de refino do petróleo e fabricação das sacolas consomem energia, água e liberam efluentes e emitem gases poluentes. 100 milhões de sacolas plásticas precisam de 1,5 milhões de litros de petróleo para serem produzidas e causam a emissão de 4,2 mil toneladas de CO<sub>2</sub>.

### **3.7 Programa de responsabilidade ambiental**

A Eco Packing Brasil, com intuito de reduzir a concentração de gases do efeito estufa na atmosfera, por meio do estabelecimento de novos plantios sustentáveis em praças, vias públicas, parques, escolas e outros, criou o projeto chamado de ECO sustentar, contribuindo com a redução de CO<sub>2</sub> na atmosfera, dentro também deste mesmo projeto faremos convênios com as prefeituras da região metropolitana para instalação de postos de coletas seletivas nos locais de grande circulação pública para diminuir a incidência de descartes indevidos de produtos tóxicos e perigosos ao meio ambiente. A Eco Packing Brasil tem uma preocupação com o bem estar e com a qualidade de vida no trabalho dos seus colaboradores, para isso, reservamos um espaço de convivência para os momentos livres de trabalho, onde poderá desfrutar de momentos de tranquilidade e lazer.

## 4. ESTRUTURA GERENCIAL

### 4.1 Definição do plano de contas.

- 1 ATIVO
- 1.1 ATIVO CIRCULANTE
- 1.1.1 DISPONÍVEL
- 1.1.1.01 CAIXA
- 1.1.1.01.0001CAIXA GERAL
- 1.1.1.02 BANCO CONTA MOVIMENTO
- 1.1.1.02.0001CAIXA ECONÓMICA FEDERAL
- 1.1.1.02.0002BANCO DO BRASIL
- 1.1.1.03 APLICAÇÕES FINANCEIRAS DE LIQUIDEZ IMEDIATA
- 1.1.2 CLIENTES
- 1.1.2.01 CRÉDITOS VENCIDOS E NÃO LIQUIDADOS
- 1.1.3 OUTROS CRÉDITOS
- 1.1.3.01 BANCO CONTA VINCULADO
- 1.1.3.02 TÍTULOS A RECEBER
- 1.1.3.03 CHEQUES EM COBRANÇA
- 1.1.3.04 DIVIDENDOS A RECEBER
- 1.1.3.05 ADIANTAMENTOS A FORNECEDORES
- 1.1.3.06 ADIANTAMENTO A EMPREGADOS
- 1.1.3.06.0001ADIANTAMENTO DE SALÁRIOS
- 1.1.3.06.0002ADIANTAMENTO DE 13º SALÁRIO
- 1.1.3.06.0003ADIANTAMENTO DE FÉRIAS
- 1.1.3.07 EMPRÉSTIMO A EMPREGADOS
- 251.1.3.08 JUROS SOBRE CAPITAL PRÓPRIO
- 1.1.3.08.0001JUROS SOBRE CAPITAL PRÓPRIO À RECEBER
- 1.1.4 APLICAÇÕES FINANCEIRAS
- 1.1.4.01 APLICAÇÕES FINANCEIRAS RENDIMENTOS PRÉ FIXADOS
- 1.1.4.01.0001APLICAÇÕES BANCO DO BRASIL
- 1.1.5 ESTOQUE
- 1.1.5.01 MERCADORIAS, PRODUTOS E INSUMOS
- 1.1.5.01.0001MATÉRIA PRIMA



- 1.3.2.04.0001 (-) AMORTIZAÇÃO DE GASTOS PRÉ OPERACIONAIS
- 1.3.2.04.0002 (-) AMORTIZAÇÃO DE GASTOS PESQUISA E DESENVOLVIMENTO
- 1.3.2.04.0003 (-) AMORTIZAÇÃO DE GASTOS NO SISTEMA
- 2 PASSIVO
  - 2.1 PASSIVO CIRCULANTE
    - 2.1.1 EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS
      - 2.1.1.01 EMPRÉSTIMOS
      - 2.1.1.02 FINANCIAMENTOS
      - 2.1.1.03 TÍTULOS A PAGAR
    - 2.1.2 FORNECEDORES
      - 2.1.2.01 FORNECEDORES
      - 2.1.2.02.0001 FORNECEDORES DIVERSOS
      - 2.1.2.02.0003 DECISÃO ATACADISTA
    - 2.1.3 OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS
      - 2.1.3.01 IMPOSTOS E CONTRIBUIÇÕES A RECOLHER
        - 2.1.3.01.0001 ISS RETIDO A RECOLHER
        - 2.1.3.01.0002 INSS RETIDO A RECOLHER
        - 2.1.3.01.0003 SIMPLES A RECOLHER
        - 2.1.3.01.0004 CONTRIBUIÇÃO SINDICAL A RECOLHER
        - 2.1.3.01.0005 IRRF SOBRE FÉRIAS A RECOLHER
        - 2.1.3.01.0006 IRRF SOBRE ALUGUEIS A RECOLHER
        - 2.1.3.01.0007 IRRF SOBRE AUTÔNOMOS A RECOLHER
    - 2.1.4 OBRIGAÇÕES TRABALHISTAS E PREVIDENCIÁRIAS
      - 2.1.4.01 OBRIGAÇÕES COM O PESSOAL
        - 2.1.4.01.0001 SALÁRIOS E ORDENADOS A PAGAR
        - 2.1.4.01.0002 PRÓ-LABORE A PAGAR
        - 2.1.4.01.0003 GRATIFICAÇÕES A PAGAR
        - 2.1.4.01.0004 FÉRIAS A PAGAR
        - 2.1.4.01.0005 RESCISÕES
        - 2.1.4.01.0006 13º SALÁRIO
        - 2.1.4.01.0007 PENSÃO ALIMENTÍCIA
        - 2.1.4.01.0008 AUTÔNOMOS A PAGAR
      - 2.1.4.02 OBRIGAÇÕES PREVIDENCIÁRIAS
        - 2.1.4.02.0001 INSS A RECOLHER

- 2.1.4.02.0002 FGTS A RECOLHER
- 2.1.4.03 PROVISÕES
  - 2.1.4.03.0001 PROVISÕES PARA FÉRIAS
  - 2.1.4.03.0002 PROVISÕES PARA 13º SALÁRIO
  - 2.1.4.03.0003 INSS SOBRE PROVISÕES PARA FÉRIAS
  - 2.1.4.03.0004 INSS SOBRE PROVISÕES PARA 13º SALÁRIO
  - 2.1.4.03.0005 FGTS SOBRE PROVISÕES PARA FÉRIAS
  - 2.1.4.03.0006 FGTS SOBRE PROVISÕES PARA 13º SALÁRIO
- 2.1.5 OUTRAS OBRIGAÇÕES
  - 2.1.5.01 ADIANTAMENTO A CLIENTES
  - 2.1.5.02 CONTAS A PAGAR
  - 2.1.5.03 ENERGIA ELÉTRICA, ÁGUA E TELEFONE A PAGAR
  - 2.1.5.04 CONTAS CORRENTES
  - 2.1.5.05 SEGUROS
  - 2.1.5.06 OUTRAS OBRIGAÇÕES
- 2.1.6 DIVIDENDOS, PARTICIPAÇÃO E JURO SOBRE O CAPITAL
  - 2.1.6.01 DIVIDENDOS
    - 2.1.6.01.0001 DIVIDENDOS PROPOSTOS
    - 2.1.6.01.0002 DIVIDENDOS A PAGAR
  - 2.1.6.02 PARTICIPAÇÕES
    - 2.1.6.02.0001 PARTICIPAÇÕES PROPOSTAS A ADMINISTRADORES
    - 2.1.6.02.0002 PARTICIPAÇÕES PROPOSTAS A EMPREGADOS
    - 2.1.6.02.0003 PARTICIPAÇÕES A PAGAR
  - 2.1.6.03 JUROS SOBRE O CAPITAL PRÓPRIO
    - 2.1.6.03.0001 JUROS SOBRE O CAPITAL PRÓPRIO A PAGAR
- 2.2 PASSIVO NÃO-CIRCULANTE
  - 2.2.1 PASSÍVEL EXIGÍVEL A LONGO PRAZO
    - 2.2.1.01 EMPRÉSTIMOS
    - 2.2.1.02 FINANCIAMENTOS
  - 2.2.2 FORNECEDORES
    - 2.2.2.01 FORNECEDORES
      - 2.2.2.01.0001 FORNECEDOR DIVERSOS
      - 2.2.2.01.0002
  - 2.2.3 OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS

- 2.2.3.01 IMPOSTOS E CONTRIBUIÇÕES A RECOLHER
  - 2.2.3.01.0001 PROVISÕES PARA IR SOBRE LUCROS DIFERIDOS
- 282.2.4 OUTRAS OBRIGAÇÕES
- 2.2.4.01 CONTAS A PAGAR
- 2.3 RESULTADO DE EXERCÍCIOS FUTUROS
  - 2.3.1 RESULTADO OPERACIONAL
    - 2.3.1.01 RECEITA DE EXERCÍCIOS FUTUROS
    - 2.3.1.02 CUSTOS E DESPESAS VINCULADAS A RECEITA
- 2.4 PATRIMÓNIO LIQUIDO
  - 2.4.1 CAPITAL SOCIAL
    - 2.4.1.01 CAPITAL SUBSCRITO
      - 2.4.1.01.0001 CLAUDINAN SOARES DOS SANTOS
      - 2.4.1.01.0002 FABRICIO DE OLIVEIRA LUCAS
      - 2.4.1.01.0003 GABRIEL RODRIGUES DE MOURA
    - 2.4.1.02 (-) CAPITAL A INTEGRALIZAR
      - 2.4.1.02.0001 CAPITAL A INTEGRALIZAR
    - 2.4.2 RESERVAS
      - 2.4.2.01 RESERVAS DE CAPITAL
        - 2.4.2.01.0001 CORREÇÃO MONETÁRIA DO CAPITAL INTEGRALIZADO
        - 2.4.2.01.0002 (-) QUOTAS EM TESOURARIA
      - 2.4.2.02 RESERVAS DE LUCRO
        - 2.4.2.02.0001 RESERVA LEGAL
        - 2.4.2.02.0002 RESERVA ESTATUTÁRIA
        - 2.4.2.02.0003 RESERVA PARA CONTINGÊNCIAS
        - 2.4.2.02.0004 RESERVA DE LUCROS A REALIZAR
        - 2.4.2.02.0005 RESERVA ESPECIL
        - 2.4.2.02.0006 (-) QUOTAS EM TESOURARIA
    - 2.4.3 LUCROS OU PREJUÍZOS ACUMULADOS
      - 2.4.3.01 LUCROS OU PREJUÍZOS ACUMULADOS
        - 2.4.3.01.0001 LUCROS ACUMULADOS
        - 2.4.3.01.0002 (-) PREJUÍZOS ACUMULADOS
        - 2.4.3.01.0003 LUCRO DISTRIBUÍDO
  - 3 CONTAS DE RESULTADOS - CUSTOS E DESPESAS
    - 3.1.1 CUSTOS DIRETOS DE PRODUÇÃO

- 3.1.1.01 MATERIAL APLICADO
  - 3.1.1.01.0001 MATÉRIA-PRIMA
- 3.1.1.02 MÃO-DE-OBRA DIRETA
  - 3.1.1.02.0001 SALÁRIOS E ORDENADOS
  - 3.1.1.02.0002 PRÓ-LABORE
  - 3.1.1.02.0003 PRÊMIOS E GRATIFICAÇÕES
  - 3.1.1.02.0004 13º SALÁRIO
  - 3.1.1.02.0005 FÉRIAS
  - 3.1.1.02.0006 INSS
  - 3.1.1.02.0007 FGTS
  - 3.1.1.02.0008 INDENIZAÇÕES E AVISO PRÉVIO
  - 3.1.1.02.0009 ASSISTÊNCIA MÉDICA E SOCIAL
- 3.1.2 CUSTOS INDIRETOS DE PRODUÇÃO
  - 3.1.2.01 MÃO-DE-OBRA INDIRETA
  - 293.1.2.02 MATERIAIS DE CONSUMO INDIRETO
  - 3.1.2.03 MATERIAIS DE MANUTENÇÃO E REPARO
  - 3.1.2.04 UTILIDADES E SERVIÇOS
  - 3.1.2.05 ALUGUEIS E ARRENDAMENTOS
  - 3.1.2.06 DEPRECIAÇÕES, AMORTIZAÇÕES E EXAUSTÕES.
    - 3.1.2.06.0001 DEPRECIAÇÃO
- 3.1.3 CUSTOS DIRETOS DA PRODUÇÃO DE SERVIÇOS
  - 3.1.3.01 MÃO-DE-OBRA DIRETA
- 3.2 DESPESAS OPERACIONAIS
  - 3.2.1 DESPESAS COM VENDAS
    - 3.2.1.01 DESPESAS COM PESSOAL
      - 3.2.1.01.0001 SALÁRIOS E ORDENADOS
      - 3.2.1.01.0002 PRÓ-LABORE
      - 3.2.1.01.0003 PRÊMIOS E GRATIFICAÇÕES
      - 3.2.1.01.0004 13º SALÁRIO
      - 3.2.1.01.0005 FÉRIAS
      - 3.2.1.01.0006 INSS
      - 3.2.1.01.0007 FGTS
      - 3.2.1.01.0008 INDENIZAÇÕES E AVISO PRÉVIO
      - 3.2.1.01.0009 ASSISTÊNCIA MÉDICA E SOCIAL

- 3.2.1.01.0010 VALE TRANSPORTE
- 3.2.1.02 COMISSÕES SOBRE VENDAS
  - 3.2.1.02.0001 COMISSÕES
- 3.2.1.03 PROPAGANDA E PUBLICIDADE
  - 3.2.1.03.0001 BRINDES E AMOSTRAS GRÁTIS
  - 3.2.1.03.0002 SERVIÇOS TOMADOS - PROPAGANDA E PUBLICIDADE
- 3.2.1.04 DESPESAS COM ENTREGA
  - 3.2.1.04.0001 FRETES E CARRETOS
  - 3.2.1.04.0002 MANUTENÇÃO DE VEÍCULOS
- 3.2.1.05 DESPESAS GERAIS
  - 3.2.1.05.0001 MANUTENÇÃO E REPARO
  - 3.2.1.05.0002 TELEFONE, INTERNET, TV A CABO.
  - 3.2.1.05.0003 DESPESAS POSTAIS E TELEGRÁFICAS
  - 3.2.1.05.0004 DEPRECIAÇÕES E AMORTIZAÇÕES
  - 3.2.1.05.0005 SERVIÇOS PRESTADOS POR TERCEIROS
  - 3.2.1.05.0006 SEGUROS
  - 3.2.1.05.0007 ENERGIA ELÉTRICA
  - 3.2.1.05.0008 ÁGUA E ESGOTO
  - 3.2.1.05.0009 CARTÓRIOS
  - 3.2.1.05.0010 CORREIOS/POSTAGENS
  - 3.2.1.05.0011 ASSINATURAS JORNAIS, REVISTAS E PERIÓDICOS.
- 3.2.2 DESPESAS ADMINISTRATIVAS
  - 303.2.2.01 DESPESAS COM PESSOAL
    - 3.2.2.01.0001 SALÁRIOS E ORDENADOS
    - 3.2.2.01.0002 PRÓ-LABORE
    - 3.2.2.01.0003 PRÊMIOS E GRATIFICAÇÕES
    - 3.2.2.01.0004 13º SALÁRIO
    - 3.2.2.01.0005 FÉRIAS
    - 3.2.2.01.0006 INSS
    - 3.2.2.01.0007 FGTS
    - 3.2.2.01.0008 INDENIZAÇÕES E AVISO PRÉVIO
    - 3.2.2.01.0009 ASSISTÊNCIA MÉDICA E SOCIAL
    - 3.2.2.01.0010 VALE TRANSPORTE
    - 3.2.2.01.0011 CONTRIBUIÇÃO SINDICAL PATRONAL

- 3.2.2.02 IMPOSTOS, TAXAS E CONTRIBUIÇÕES.
  - 3.2.2.02.0001 IPTU
  - 3.2.2.02.0002 IPVA
  - 3.2.2.02.0003 TAXAS DE LICENÇA
  - 3.2.2.02.0004 MULTAS DE MORA
  - 3.2.2.02.0005 TAXA DE EXPEDIÇÃO
  - 3.2.2.02.0006 IOF
- 3.2.2.03 DESPESAS GERAIS
  - 3.2.2.03.0001 ENERGIA ELÉTRICA
  - 3.2.2.03.0002 ÁGUA E ESGOTO
  - 3.2.2.03.0003 TELEFONE
  - 3.2.2.03.0004 DESPESAS POSTAIS E TELEGRÁFICAS
  - 3.2.2.03.0005 SEGUROS
  - 3.2.2.03.0006 MATERIAL DE CONSUMO
  - 3.2.2.03.0007 MATERIAL DE LIMPEZA/HIGIENE
  - 3.2.2.03.0008 ASSISTÊNCIA CONTÁBIL
  - 3.2.2.03.0009 SERVIÇOS PRESTADOS POR TERCEIROS
  - 3.2.2.03.0010 DEPRECIAÇÕES E AMORTIZAÇÕES
  - 3.2.2.03.0011 REPRODUÇÕES
  - 3.2.2.03.0012 DESPESAS LEGAIS E JUDICIAIS
  - 3.2.2.03.0013 LIVROS, JORNAIS E REVISTAS.
  - 3.2.2.03.0014 MULTA DE TRANSITO
  - 3.2.2.03.0015 MULTA ATRASO/MORA
- 3.2.2.04 DESPESAS FINANCEIRAS
  - 3.2.2.04.0001 JUROS PASSIVOS
  - 3.2.2.04.0002 VARIAÇÕES MONETÁRIAS PASSIVAS
  - 3.2.2.04.0003 DESCONTO CONCEDIDO
  - 3.2.2.04.0004 JUROS DE MORA
  - 3.2.2.04.0005 JUROS SOBRE CAPITAL PRÓPRIO
  - 3.2.2.04.0006 JUROS E COMISSÕES BANCÁRIAS
  - 3.2.2.04.0007 JUROS SOBRE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS
  - 3.2.2.04.0009 TARIFAS BANCÁRIAS
- 3.2.2.05 OUTRAS DESPESAS OPERACIONAIS
  - 3.2.2.05.0001 PROVISÕES PARA PERDAS E AJUSTES DE ATIVOS

- 3.2.2.05.0002 EQUIVALÊNCIA PATRIMONIAL
- 4 CONTAS DE RESULTADO - RECEITA
- 4.1 RECEITAS OPERACIONAIS
- 4.1.1 RECEITA BRUTA DE VENDAS E SERVIÇOS
- 4.1.1.01 RECEITA BRUTA DE VENDAS E MERCADORIAS
- 4.1.1.01.0001 VENDA DE PRODUTOS
- 4.1.2 (-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA
- 4.1.2.01 (-) CANCELAMENTOS E DEVOLUÇÕES
- 4.1.2.01.0001 (-) DEVOLUÇÕES DE VENDA DE PRODUTOS
- 4.1.2.01.0002 (-) DEVOLUÇÕES DE VENDA DE MERCADORIAS
- 4.1.2.02 (-) DESCONTOS INCONDICIONAIS
- 4.1.2.02.0001 (-) DEVOLUÇÕES DE VENDA DE PRODUTOS
- 4.1.2.02.0002 (-) DEVOLUÇÕES DE VENDA DE MERCADORIAS
- 4.1.2.03 (-) IMPOSTOS SOBRE VENDAS E SERVIÇOS
- 4.1.2.03.0001 (-) SIMPLES
- 4.1.2.03.0002 (-) SUBSTITUIÇÃO TRIBUTÁRIA
- 4.1.2.04 (-) CUSTOS DE VENDAS E SERVIÇOS
- 4.1.2.04.0001 (-) CUSTOS DAS MERCADORIAS VENDIDAS
- 4.1.3 RECEITAS FINANCEIRAS
- 4.1.3.01 JUROS E DESCONTOS
- 4.1.3.01.0001 JUROS DE APLICAÇÕES
- 4.1.3.01.0002 JUROS ATIVOS (OUTROS)
- 4.1.3.01.0003 DESCONTOS FINANCEIROS OBTIDOS
- 4.1.3.01.0004 JUROS SOBRE O CAPITAL PRÓPRIO
- 4.1.3.01.0005 MULTA
- 4.1.3.02 VARIAÇÕES MONETÁRIAS
- 4.1.3.02.0001 VARIAÇÕES MONETÁRIAS ATIVAS
- 4.1.4 RECUPERAÇÃO DE DESPESAS
- 4.1.4.01 RECUPERAÇÃO DE CRÉDITOS CONSIDERADOS INCOBRÁVEIS
- 4.1.4.02 REVERSÃO DE PROVISÕES
- 4.1.5 OUTRAS RECEITAS OPERACIONAIS
- 4.1.5.01 RECEITAS DIVERSAS
- 4.1.5.01.0001 VENDAS ACESSÓRIAS
- 4.1.5.01.0002 DIVIDENDOS E LUCROS RECEBIDOS

- 5 CONTAS DE APURAÇÃO
- 5.1 CUSTOS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS VENDIDOS
- 5.1.1 CUSTOS DOS PRODUTOS VENDIDOS
- 5.1.1.01 CUSTOS DOS PRODUTOS VENDIDOS
- 5.1.1.01.0001 CUSTOS DOS PRODUTOS VENDIDOS
- 5.1.2 CUSTOS DAS MERCADORIAS VENDIDAS
- 5.1.2.01 CUSTOS DAS MERCADORIAS VENDIDAS
- 325.1.2.01.0001 CUSTOS DAS MERCADORIAS VENDIDAS
- 5.1.3 APURAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO
- 5.1.3.01 APURAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO
- 5.1.3.01.0001 RESULTADO DO EXERCÍCIO

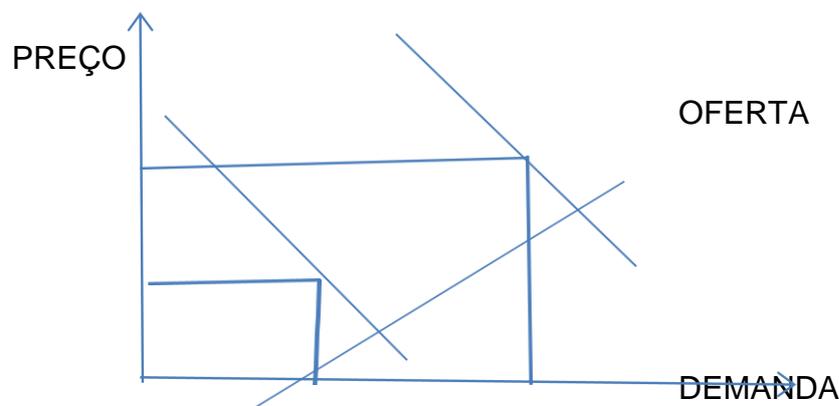
## 5. ANÁLISE DO MICRO AMBIENTE

### 5.1 Demanda relacionada ao negócio

Em relação à quantidade de sacolas biodegradáveis vendidas conclui que o primeiro ano foi estimado uma demanda em torno de 7.000.000 unidades/ano, com um aumento gradativo em torno de 760.000 unidades/ano<sup>2</sup>, 1.054.000 unidades/ano<sup>3</sup>. Esta previsão foi feita com base em nosso planejamento de entrada e consolidação no mercado. Além de acreditar que a economia continuará estável e com as vendas dentro de um fluxo de crescimento.

### 5.2 Curva de oferta e demanda

Gráfico 21 Demanda/Oferta



Fonte: Elaborado pelos autores

A demanda das sacolas biodegradáveis segundo a estimativa 250.000 a.m com o preço unitário de 0.30 centavos, e a personalizada foi de 333.333 a.m com o valor unitário de 0.36 onde a curva demonstra.

### 5.3 Estrutura de preços da concorrência

O principal produto da Eco Packing Brasil é a sacola plástica biodegradável, no tamanho de 30 x 45 cm que representa o tamanho padrão de mercado.

Trabalhamos também com sacolas a base de granulados plásticos reutilizados de garrafas pet, além da fabricação e venda de sacolas retornáveis personalizadas, feitas nas medidas e especificações desejadas, o que torna como um grande atrativo em potencial para fidelizar os clientes. O preço médio das sacolas biodegradáveis Da Eco Packing Brasil, é de R\$0,56 centavos por unidade, e o preço mediano é de R\$0,50 que são menos sensíveis a valores extremos do que a média. Espera-se que a média possa variar entre R\$0,37 a R\$0,76 com 90% de confiança dependendo da economia do mercado. O orçamento de vendas da empresa foi através da observação junto aos clientes, às sacolas biodegradáveis e personalizadas serão produzidas o ano todo mas o volume de produção irá aumentar em datas comemorativas ao longo do ano devido à maior demanda dos supermercados.

#### 5.4 Curva de possibilidade de produção

Quadro 2 Produção por máquina (anual)

|   |  |
|---|--|
| Sacolas Comuns<br>Produção mensal – 30.720.000 unidades     | Anual dias úteis - TOTAL= 7.372.800.000 unidades |
| Sacolas Personalizadas<br>Produção dia – 5.280.000 unidades | Anual dias úteis - TOTAL =1.267.200.000 unidades |

Fonte: Elaborado pelos autores

#### 5.5 Custo de oportunidade

O programa de vendas busca através de a personalização criar nos clientes a satisfação em agregar a seus produtos, embalagens que realmente acrescentem mais valor e beleza. Através da personalização, a Eco Packing, cria para seus clientes a possibilidade de desenvolverem propostas exclusivas de sacolas e embalagens que seja um atrativo a mais para o seu mercado consumidor. Os produtos poderão ser fabricados de tecidos de algodão cru, ou material reciclável como papel e, ainda, matéria prima proveniente de bagaço de cana, além de fino acabamento estampas com design personalizado, o que será um diferencial da empresa, agregando, assim, valor ao seu produto. A perspectiva inicial é que sejam fabricados em média dez modelos, com tamanhos e formatos diferenciados conforme a necessidade do cliente.

Quadro 3 Pontos fortes/Fracos

| <b>PONTOS FORTES</b>                         | <b>PONTOS FRACOS</b>   |
|--|--|
| Produtos personalizados e Tamanhos variados  | Pouca experiência no mercado   |
| Sustentabilidade e conscientização ecológica | Pessoas acostumadas em reutilizar sacolas plásticas para descarte do lixo doméstico. |
| Vantagem tecnológica                         | Falta de mão de obra no mercado  |
| Preços Competitivos                          |  |

Fonte: Elaborado pelos autores

Dentro do processo de fabricação e comercialização do produto, utilizar-se-á de recursos midiáticos. A empresa também contará com um representante externo junto às empresas, que serão o público alvo do negócio.

## 6. ESTRUTURA OPERACIONAL

### 6.1 Estrutura organizacional

Figura 1 Estrutura Organizacional



Fonte: Elaborado pelos autores

#### 6.1.1 Diretor Executivo

Dirige o fluxo financeiro da empresa; implementa o orçamento empresarial. Controla patrimônio. Atua na definição do planejamento estratégico da empresa. Planeja, dirige e controla os recursos e as atividades de uma organização, com o objetivo de minimizar o impacto financeiro da materialização dos riscos. Elabora planos estratégicos das áreas de Comercialização, Marketing e comunicação para empresa.

### **6.1.2 Gerente Executivo**

Exerce a gerência dos serviços administrativos, das operações financeiras e dos riscos em empresas industriais, comerciais, e de serviços. Gerencia Recursos Humanos, administra recursos materiais e serviços terceirizados. Implementam atividades e coordenam sua execução. Presta assessoria à diretoria e setores da empresa. Exerce o gerenciamento na produção. Define e implementa plano operacional, analisando a demanda de produtos, a capacidade produtiva e recursos auxiliares, elaborando plano de racionalização e redução de custos da empresa, plano de investimentos. Planejam a produção, programando mão-de-obra e paradas ou intervenções em máquinas, equipamentos e instrumentos industriais;

### **6.1.3 Assistente Administrativo/Financeiro**

Executam serviços de apoio nas áreas de Recursos Humanos, finanças e logística; atendem fornecedores e clientes, fornecendo e recebendo informações sobre produtos e serviços; tratam de documentos variados, cumprindo todo o procedimento necessário referente aos mesmos. Orçamento de despesas e necessidades de matérias-primas.

### **6.1.4 Assistente Comercial/Marketing**

Executam apoio em planos estratégicos das áreas de comercialização, marketing e comunicação para empresa industrial, de comercialização e serviços em geral; implementa atividades e assessora a gerência e setores da empresa. Na área de atuação, administra recursos materiais e promovem condições de segurança, saúde, preservação ambiental e qualidade.

### **6.1.5 Assistente Produção/Operacional**

Prepara materiais para alimentação de linhas de produção; organiza a área de serviço; abastecem linhas de produção; alimentam máquinas e separam materiais para reaproveitamento.

### 6.1.6 Recepcionista

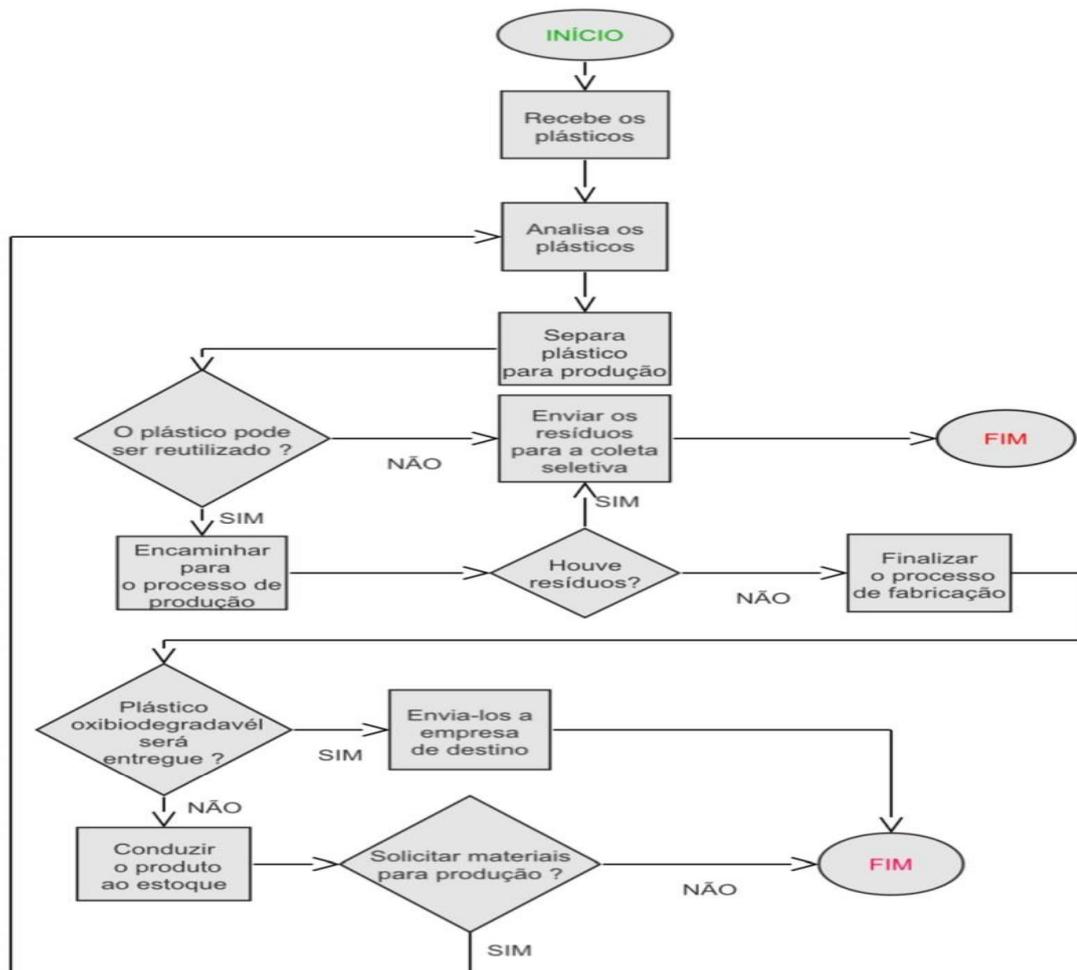
Recepciona e presta serviços de apoio a clientes; presta atendimento telefônico e fornece informações em escritórios e outros estabelecimentos, marca entrevistas e recebe clientes ou visitantes; averiguar suas necessidades e dirigem ao lugar ou a pessoa procurada. Organiza informações e planeja o trabalho do cotidiano.

### 6.1.7 Auxiliar de Serviços Gerais

Conservam vidros e fachadas, limpa recintos e acessórios. Trabalha seguindo normas de segurança, higiene, qualidade e proteção ao meio ambiente.

## 6.2 Processos internos e representação por fluxograma

Figura 2 Fluxograma



Fonte: Elaborado pelos autores

O plástico é entregue num galpão, onde é separado e introduzido o D2W, aditivo granulado que modifica o material para degradável e biodegradável, tornando sua vida útil significativamente menor, quando comparado aos plásticos convencionais. Após essa etapa, é levado por esteiras para área de produção. A estrutura de produção seguira um padrão de linha, onde os pedidos dos clientes, uma vez que sejam confirmados seguirão para área de fabricação da empresa, onde os pedidos seguira uma ordem pré estabelecida por pedidos confirmados.

### **6.3 Missão, visão, valores e política do negócio**

#### **6.3.1 Visão**

Temos como visão de ampliar o negócio, com meta definida desta conquista para um futuro próximo, trazendo novos produtos para o mercado com qualidade e preço, atingindo todas as classes sociais e segmentos. Ser referência na capital e região metropolitana de Belo Horizonte, com uma base sólida e um grande crescimento sustentável.

#### **6.3.2 Missão**

Produção e comercialização de sacolas ecológicas, com materiais 100% reciclados. Contribuindo assim, para a preservação do meio ambiente. Consolidando seu principal objetivo de crescimento e sustentabilidade perante seus clientes e parceiros.

#### **6.3.3 Valores**

Ética nas relações com clientes, funcionários e comunidade.

Responsabilidade socioambiental atuando de forma sustentável.

Satisfação do cliente com um produto de qualidade.

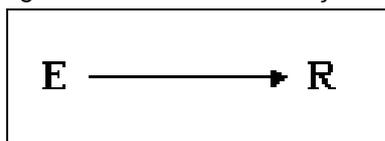
#### **6.3.4 Política do Negócio (Cultura)**

Nossa cultura organizacional está profundamente centrada na valorização dos nossos colaboradores, no respeito aos nossos clientes e na sustentabilidade. A cultura da nossa empresa é ampla, nós recriamos essa cultura a cada dia, juntamos ideias e forças para superarmos obstáculos, não apenas no sentido de como fazer e dizer e sim visando à sustentabilidade. É este nível de compromisso com nossa conduta individual que ajuda a fortalecer cada vez mais a Eco Packing Brasil LTDA.

#### 6.4 Modelo de liderança

Para alcançar melhores resultados, a Eco Packing Brasil, busca juntamente com seus líderes ter uma equipe comprometida e afinada. Portanto, buscamos fazer com que nossos liderados se sintam importantes, buscando tornar a equipe homogênea e participativa, para que juntos alcancem os objetivos comuns, atingir os melhores resultados e mantendo a força de vontade e a satisfação de uma equipe alinhada, em sintonia com as instâncias superiores da organização, conseqüentemente trazendo produtos de qualidades para o comércio e expandindo nossa marca. Em nossa empresa, nos baseamos na possibilidade de escolha do modelo de liderança chamada de “**Teoria do Condicionamento do Indivíduo**”. Este estilo se resume como sendo a transmissão de um estímulo a um grupo de pessoas onde é proporcionada uma resposta. Desta forma, as respostas serão emitidas de acordo com os estímulos lançados, ao ponto de se chegar ao comportamento esperado. A empresa Eco Packing LTDA se responsabiliza em aprimorar a metodologia de liderança a fim de que nossos liderados possam obter a motivação necessária e assim seguirem na direção da excelência. Com base numa liderança democrática, o líder prioriza a participação do grupo nas tomadas de decisões.

Figura 3 Método de liderança



**E** – estímulo;

**R** - resposta reflexa (respondente)

Fonte: Elaborado pelos autores

## **6.5 Programa QVT**

De acordo com a NR 26 (sinalização de segurança), a empresa tem por objetivo fixar as cores que devem ser usadas nos locais de trabalho para prevenção de acidentes, identificando os equipamentos de segurança, delimitando áreas, identificando as canalizações empregadas na indústria para a condução de líquidos e gases e advertindo contra riscos.

### **6.5.1 Medidas de controle**

A empresa irá desenvolver uma medida de controle administrativo, coletivo e individual a todos os setores da empresa.

### **6.5.2 Medidas de Controle Administrativo**

Pausa para descanso;

Caso o funcionário não esteja apto ao trabalho no setor, de acordo com a PCMSO (Programa de Controle Médico de Saúde Operacional), o mesmo será transferido a outro local dentro da empresa onde serão proporcionadas melhores condições de trabalho (de acordo com a NR 7).

### **6.5.3 Medidas de controle coletivo**

Utilização do método de Ginástica Laboral a todos os funcionários, devido ao esforço físico, levantamento inadequado de peso e postura inadequada.

Instalação de exaustores dentro do local de produção, devido aos processos químicos na transformação dos plásticos.

Isolamento acústico nas máquinas de produção, devido ao ruído ao qual elas geram.

### **6.5.4 Medidas de Controle Individual**

Uso correto de EPI's, Treinamento para execução das tarefas, correção das posturas de trabalho.

## **6.6 Modelo motivacional**

O mundo corporativo está em constante mudança, e a todo o momento as organizações se deparam com novos e complexos desafios, às múltiplas variações das demandas de mercado, ao crescimento e acirramento da concorrência, fazendo com que as empresas revejam seus conceitos com relação à necessidade de valorizar seus funcionários e de criar condições favoráveis para aumentar o desempenho e a satisfação dos mesmos. Nesse cenário cada vez mais competitivo nota-se a grande necessidade que as empresas têm de rever suas práticas organizacionais e implantar estratégias para motivação de suas equipes. A proposta mais adequada a tal situação é diversificar as estratégias focadas apenas na gratificação e recompensa voltada ao desempenho, por uma visão de trabalho que vise proporcionar o bem-estar e a felicidade dos funcionários dentro das corporações. As empresas buscam funcionários motivados, mas existe uma grande dificuldade em encontrar tal qualidade nas pessoas, as empresas nem sempre criam condições motivacionais apropriadas para melhorar a qualidade de vida, satisfação no trabalho e trazer o interesse de exercer as suas funções na empresa. As organizações buscam pessoas motivadas, mas não criam condições para motivá-las. Não existe discernimento entre o que é a causa e o que é o efeito no comportamento de motivação, e também não se sabe se o comportamento é ocasionado por fatores intrínsecos, ou seja, aqueles que aparecem das próprias pessoas ou extrínsecos, aqueles ocasionados pela situação ou ambiente onde a pessoa está inserida. Então surge a questão, quais motivos levam certas pessoas a sempre buscar um ótimo resultado no trabalho e como pode manter essa forte vontade de exercê-lo cada dia melhor ao longo do tempo, outro questão interessante que dificulta a definição de um modelo universal que as empresas possam adotar para motivar e manter as pessoas sempre ativas e satisfeitas é igualar as condições e ações para indivíduos com diferenças extremas. Na Eco Packing temos práticas direcionadas à motivação das pessoas como Remuneração, Benefícios como plano de carreira (retenção de talentos), Bônus por produtividade, participação nos lucros (PLR). Visando a melhoria da empresa pensamos na criação de um espaço de convivência para os funcionários desfrutarem, nos momentos em que não estiverem executando suas atividades de trabalho. Espaço este que contará com:

Área verde, espaço de repouso, sala de recreação.

## 6.7 Programa de Responsabilidade Social

A Eco Packing Brasil, com intuito de reduzir a concentração de gases do efeito estufa na atmosfera, por meio do estabelecimento de novos plantios sustentáveis em praças, vias públicas, parques, escolas e outros, criou o projeto chamado de ECO sustentar, contribuindo com a redução de CO<sup>2</sup> na atmosfera, dentro também deste mesmo projeto faremos convênios com as prefeituras da região metropolitana para instalação de postos de coletas seletivas nos locais de grande circulação pública para diminuir a incidência de descartes indevidos de produtos tóxico e perigosos ao meio ambiente. A Eco Packing Brasil tem uma preocupação com o bem estar e com a qualidade de vida no trabalho dos seus colaboradores, para isso, reservamos um espaço de convivência para os momentos livres de trabalho, onde poderá desfrutar de momentos de tranquilidade e lazer.

## **7. PLANO DE MARKETING**

### **7.1 Público-alvo**

Como estratégia para se estabelecer, a empresa mira no público de comerciantes em geral, como: Supermercados, Farmácias, Magazines, Lojas de Departamentos, etc. Essas empresas são grandes consumidores de sacolas por ter um grande fluxo de vendas, além de poder contar com um serviço personalizado para cada necessidade e estabelecimento. Esse público gosta de ter suas sacolas diferenciadas, para chamar atenção de seus clientes além de estar contribuindo com um produto que é biodegradável onde seu tempo de decomposição é menor. As sacolas se tornam alternativas para minimizar os danos ao meio ambiente. A utilização das sacolas biodegradáveis ocorre constantemente. O nosso público utiliza em grande escala, principalmente em horário comercial. Em pesquisa feita diretamente com consumidores a demanda de venda estimada é em torno de 200.000 unidades/ano, com um aumento gradativo em torno de 50.000 unidades/ano, para os anos sub sequentes. Esta previsão foi feita com base em nosso planejamento de entrada e consolidação no mercado. O preço médio das sacolas biodegradáveis Da Ecol, é de R\$0,36 centavos por unidade, e o preço mediano é de R\$0,30 que são menos sensíveis a valores extremos do que a média. Espera-se que a média possa variar entre R\$0,37 a R\$0,76 com 90% de confiança dependendo da economia do mercado. O orçamento de vendas da empresa foi através da observação junto aos clientes, às sacolas biodegradáveis e personalizadas serão produzidas o ano todo, mas o volume de produção irá aumentar em datas comemorativas ao longo do ano devido à maior demanda dos supermercados. A demanda de preferência é pelas sacolas personalizadas com slogan dos estabelecimentos, para atração de seu clientes e divulgação de suas lojas, além da saída de sacolas padrão apenas com slogan da Eco Packing onde o preço é mais em conta.

### **7.2 Principais produtos e serviços**

O principal produto da Eco Packing Brasil é a sacola plástica biodegradável, no tamanho de 30 x 45 cm que representa o tamanho padrão de mercado. Trabalhamos

também com sacolas a base de granulados plásticos reutilizados de garrafas pet, além da fabricação e venda de sacolas retornáveis personalizadas, feitas nas medidas e especificações desejadas, o que torna como um grande atrativo em potencial para fidelizar os clientes.

### **7.3 Estratégia de preço**

A pesquisa foi realizada através da internet em São Paulo, China e Belo Horizonte. Sobre as sacolas biodegradáveis mais utilizadas pelos supermercados com preços variados, o menor preço é o da China um dos mais fortes concorrentes, pois por ter um baixo custo de mão de obra em sua produção, pratica preços muito baixos. O preço médio das sacolas biodegradáveis na Eco Packing Brasil, é de R\$0,36 centavos por unidade, e o preço mediano é de R\$0,30 que são menos sensíveis a valores extremos do que a média. Espera-se que a média possa variar entre R\$0,37 a R\$0,76 com 90% de confiança dependendo da economia do mercado. O prazo de pagamento será negociado com o cliente no momento da compra de acordo com a demanda solicitada, já a forma de pagamento será dinheiro, cartão de crédito e debito e cheque. A tolerância máxima de atraso será de cinco dias para as compras a prazo, caso após este período o cliente não entrar em contato, o mesmo será comunicado.

### **7.4 Estratégia de comunicação e promoção**

Refere-se às estratégias de divulgação utilizadas. Isso vai envolver tanto estratégias online como links patrocinados, Fanpage, quanto estratégias off-line como anúncios, rádio, entre outras possibilidades. A promoção se dá principalmente pela satisfação dos clientes. São estes clientes bem satisfeitos que irão divulgar nossa empresa para o mercado. Um cliente bem atendido é a certeza de que nossa marca será recomendada para outros clientes. Trabalhamos também com o serviço de mala direta para clientes potenciais, assim como um serviço de publicidade online, através de uma página na internet para consultas e visualização de nossas embalagens. Precisamos conscientizar nossos clientes e a todos os consumidores a importância da participação de todos com o meio ambiente, o descarte correto das sacolas para sua decomposição assim diminuir a poluição que vem causando a natureza. Sacos

plásticos sufocam animais, atrapalham o escoamento de água, entopem bueiros e demoram anos para decompor.

### **7.5 Estratégia de distribuição e venda**

Nossa distribuição se dá através de uma logística que consiste em entregas por veículos próprios, no caso de quantidades expressas de menor volume. E para as grandes encomendas são utilizados os serviços de transportadoras contratadas que fazem a distribuição de todas as regiões. A empresa está localizada em região de fácil acesso, o que facilitará as nossas entregas. O pós venda será feito de início através dos próprios gestores que acompanharam os sites, ou dos vendedores que acompanharam as vendas direto da fábrica, também através de uma pesquisa na hora da compra, para verificar a demanda de cada cliente assim retomaremos o contato com o mesmo.

### **7.6 Previsão de demanda / vendas**

O programa de vendas busca através da personalização criar nos clientes a satisfação em agregar a seus produtos, embalagens que realmente acrescentem mais valor e beleza. Através da personalização, a Eco Packing Brasil, cria para seus clientes a possibilidade de desenvolverem propostas exclusivas de sacolas e embalagens que seja um atrativo a mais para o seu mercado consumidor. No primeiro ano foi estimado uma demanda em torno de 7.000.000 unidades/ano, com um aumento gradativo em torno de 50.000 unidades/ano, para os anos subsequentes. Esta previsão foi feita com base em nosso planejamento de entrada e consolidação no mercado. Além de acreditar que a economia continuará estável e com as vendas dentro de um fluxo de crescimento.

## 8. PLANO DE PESSOAL

### 8.1 Cargos, salários e benefícios

A Eco Packing Brasil pensa que para obter sucesso e reter talentos, precisa criar uma estratégia de planos de cargos e salários, foi classificado de acordo com os talentos que possui na empresa, suas atividades, aptidões e competências. A empresa adotou a remuneração adequada a cada função desempenhada, por isso foi realizada duas pesquisas de mercado em sites de emprego (RH portal e Empregos.com) onde buscou as seguintes opções de cargos e salários. Segue abaixo:

Quadro 4 Cargos e salários

| <b>CARGOS</b>                          | <b>OPÇÃO 1</b> | <b>OPÇÃO 2</b> | <b>OPÇÃO 3</b> |
|--|----------------|----------------|----------------|
| Diretor Executivo                      | R\$ 4.627,00   | R\$ 16.723,00  | R\$ 32.513,00  |
| Gerente Executivo                      | R\$ 1.800,00   | R\$ 4.733,30   | R\$ 10.200,00  |
| Assistente de Marketing Comercial      | R\$ 1571,00    | R\$ 2.494,00   | R\$ 4.260,00   |
| Assistente Operacional / Produção      | R\$ 1.067,00   | R\$ 1.091,20   | R\$ 1.359,60   |
| Assistente Administrativo / Financeiro | R\$ 1.357,30   | R\$ 3.115,20   | R\$ 6.012,60   |
| Recepcionista                          | R\$ 1.187,00   | R\$ 1.494,40   | R\$ 2.034,70   |
| Serviços Gerais                        | R\$ 954,57     | R\$ 954,57     | R\$ 954,57     |

Fonte: Rh Portal e Empregos.com

A empresa optou em oferecer a 'opção1', onde os colaboradores, além da remuneração, contarão com outros tipos de benefícios, como: plano de saúde e odontológico, vale alimentação e vale transporte. Nestes benefícios os colaboradores pagarão R\$ 25,00 por pessoa para plano de saúde e odontológico e 20% do vale alimentação que será descontado da folha de pagamento conforme permite a lei trabalhista. Existem outros benefícios que entrarão a parte para os colaboradores da empresa, são esses: convênio com clube recreativo (SESC) opcional, alongamento e relaxamento para os colaboradores de todos os setores, café da manhã e da tarde, bolsas de estudo de 50%, curso de idiomas e ensino supletivo.

### 8.2 Plano de carreira

A Eco Packing Brasil definiu um plano de carreira onde os colaboradores terão uma política de promoção com base em avaliação de desempenho e aprimoramento de sua formação acadêmica e profissional. Existe uma preocupação com os objetivos pessoais de seus colaboradores, por isso elaborou estratégias importantes para quem busca um crescimento eficiente, investindo em cursos de capacitação profissional, investimento em quem pretende voltar a estudar ou já está estudando, cursos de idiomas e cursos online.

### 8.3 Encargos sociais incidentes sobre a remuneração

Além do salário, vários outros custos devem ser calculados e/ou estimados, de modo que se conheça a real dimensão do custo da mão de obra. Alguns encargos são fixados por lei com um percentual fixo sobre a folha de pagamento. No entanto, a maioria deve ser calculada a partir de estimativas que envolvam desde o número de dias efetivamente trabalhados, acidentes no trabalho, etc.

Encargos sociais:

O FGTS a empresa deposita até o dia 7 de cada mês o FGTS dos funcionários, correspondente a 8% da remuneração de cada trabalhador, incluído 13º salário.

Férias. As férias serão calculadas à base de 25 dias, embora o direito do colaborador corresponda a 30 dias, posto que no período de 30 dias de gozo há, em média, 4 domingos e 1 feriado intercalados. As férias são calculadas com um adicional de 1/3 referente ao abono constitucional, segue quadro:

Quadro 5 Férias e 1/3 de Férias

| <b>CARGOS</b>                          | <b>SALÁRIO BRUTO</b> | <b>1/3 DE FÉRIAS</b> | <b>TOTAL (FÉRIAS)</b> |
|--|----------------------|----------------------|-----------------------|
| Diretor Executivo                      | R\$ 4.627,00         | R\$ 1.542,33         | R\$ 6.169,33          |
| Gerente Executivo                      | R\$ 1.800,00         | R\$ 600,00           | R\$ 2.400,00          |
| Assistente de Marketing Comercial      | R\$ 1.571,00         | R\$ 523,67           | R\$ 2.094,67          |
| Assistente Operacional / Produção      | R\$ 1.067,00         | R\$ 355,67           | R\$ 1.422,67          |
| Assistente Administrativo / Financeiro | R\$ 1.357,30         | R\$ 452,43           | R\$ 1.809,73          |
| Recepcionista                          | R\$ 1.187,00         | R\$ 395,67           | R\$ 1.539,43          |
| Serviços Gerais                        | R\$ 954,57           | R\$ 318,19           | R\$ 1.272,76          |

Fonte: Elaborado pelos autores

Pela lei (4090, de 13/07/1962), todo empregado, tem direito a uma gratificação correspondente a 1/12 (um doze avos) da remuneração por mês trabalhado. A lei estabelece ainda que o 13º salário pode ser pago em 2 parcelas, sendo:

A 1ª parcela até o dia 30 de novembro ou por ocasião das férias (se solicitado pelo colaborador), a 2ª parcela até o dia 20 de dezembro. As obrigações sobre o 13º salário pago pela empresa ocorrem tanto na primeira parcela quanto na segunda, sendo a empresa tem que calcular e recolher 8% de FGTS sobre o valor pago como adiantamento. O recolhimento do FGTS deve ser feito tanto no adiantamento por ocasião das férias quanto pelo prazo máximo previsto (30 de novembro).

A empresa tem que calcular e recolher 8% de FGTS sobre o valor pago como segunda parcela (valor integral), descontando deste, o valor do FGTS já recolhido sobre a primeira, além de recolher as contribuições previdenciárias.

#### **8.4 Formas de Recrutamento**

O Recrutamento é um sistema de informações que visa atrair candidatos potencialmente qualificados, dos quais serão selecionados futuros funcionários da organização. Trata-se de um trabalho de pesquisa junto às fontes capazes de fornecer à organização um número suficiente de pessoas.

A Eco Packing Brasil, optou por um modelo de operação, o qual os sócios também fazem parte do corpo de funcionários da empresa, exercendo cargos de direção, gerenciamento e alguns cargos que compõem o conjunto administrativo e de operação da empresa. Desta forma visamos à participação de todos nas tomadas de decisões e principalmente no processo produtivo da empresa. Ficando a cargo de funcionários contratados, as funções subordinativas e de menor complexidade.

A divisão de tarefas seguiu a seguinte composição de cargos:

Diretor Executivo – Cargo exercido por um dos sócios, que possui formação acadêmica em Administração de Empresas, com a responsabilidade de dirigir e representar a empresa nos aspectos de negociações e decisórios.

Gerente Executivo – Função exercida por um sócio, com formação superior em Gestão de Comercio. Ele é responsável por gerenciar os processos administrativos, comerciais e dar supervisão e suporte na área operacional.

As funções de Assistente de Marketing Comercial, Assistente Administrativo Financeiro, serão preenchidas pelos demais sócios da empresa, ficando para funcionários contratados os cargos de Recepcionista, Assistente Operacional e Produção, e Faxineiro, que serão contratados junto ao mercado pela própria empresa, que fará a captação e seleção dos mesmos.

### 8.5 Seleção de pessoal

A Eco Packing Brasil, optou para preenchimento dos cargos subordinativos, a seleção externa. Buscando no mercado profissionais qualificados para compor sua estrutura organizacional. Como pré-requisitos aos cargos exigem-se para o cargo de Recepcionista: Boa apresentação pessoal, ensino médio completo, ter boa fluência verbal, experiência mínima de 2 anos na função, facilidade em lidar com público. Ao cargo de Assistente de Produção é exigido: ensino médio completo, 2 anos de experiência em rotinas de linha de produção. E para a função de Faxineiro, os pré-requisitos são: ensino médio completo, experiência de 2 anos na função. Como descreve o quadro abaixo:

Quadro 6 Cargos da Empresa

| Cargo                        | No. Vagas | Requisitos   | Status               |
|------------------------------|-----------|--|----------------------|
| Diretor Executivo            | 1         | bacharelado em administração<br>2 anos de experiência                      | ocupado por um sócio |
| Gerente Executivo            | 1         | bacharelado em gestão comercial<br>2 anos de experiência                   | ocupado por um sócio |
| Assist. Comercial/Marketing  | 1         | ensino médio completo<br>2 anos de experiência                             | ocupado por um sócio |
| Assist. Adm./Financeiro      | 2         | ensino médio completo<br>2 anos de experiência                             | ocupado por sócios   |
| Assist. Produção/Operacional | 8         | ensino médio completo<br>2 anos de experiência<br>em linha de produção     | a contratar          |
| Recepcionista                | 1         | ensino médio completo<br>2 anos de experiência<br>boa fluência verbal      | a contratar          |
| Aux. Serviços Gerais         | 4         | ensino médio completo<br>2 anos de experiência em<br>conservação e limpeza | a contratar          |

Fonte: Elaborado pelos autores

A escolha da empresa em fazer o recrutamento externo, levou em consideração à baixa complexidade dos cargos em aberto, e com isso o baixo custo dispensado.

Como mostra o quadro a seguir:

**Quadro 7 Modalidade da Técnica de Recrutamento**

| Cargo                   | Recrutamento |                          |                          |
|-------------------------|--------------|--------------------------|--------------------------|
|                         | Modalidade   | Técnica                  | Custo (despesas diretas) |
| Recepcionista           | Externo      | Anuncio em jornal        | R\$ 50,00                |
| Assist. Produção/Operc. | Externo      | Anuncio em jornal        | R\$ 50,00                |
|                         |              | Anuncio em local visível |                          |
| Aux. Serv. Gerais       | Externo      | Anuncio em local visível | R\$ 50,00                |
|                         |              | Anuncio em jornal        |                          |

Fonte: Elaborado pelos autores

Para o cargo de recepcionista foi aplicada além da entrevista, um teste prático composto por atendimento telefônico, teste de digitação, prova escrita de conhecimentos gerais, além da avaliação no seu desempenho de atendimento (postura e desenvoltura). No cargo de Assistente de Produção, a seleção se deu pela apresentação da experiência através de currículo com histórico profissional, comprovado através da carteira de trabalho, teste prático na linha de produção para se medir o grau de conhecimento prático, e através de uma prova escrita de raciocínio lógico. Já para os cargos de Faxineiro, a seleção foi feita através de entrevista e comprovação de experiência anterior através de carteira de trabalho. As provas aplicadas tanto para o cargo de Recepcionista, bem como para o cargo de Assistente de Produção, foram elaboradas e corrigidas por um professor de ensino médio contratado. A um custo de R\$ 80,00 (oitenta reais) por cargo. Conforme descreve quadro a seguir:

**Quadro 8 Técnica e Custo para Seleção dos Cargos**

| Cargo             | Seleção                        |                          |
|-------------------|--------------------------------|--------------------------|
|                   | Técnica                        | Custo (despesas diretas) |
| Recepcionista     | Teste prático em atendimento   | R\$ 80,00                |
| Assist. Produção  | Prova teórica de conhecimentos | R\$ 80,00                |
| Aux. Serv. Gerais | Entrevista                     | R\$ 0,00                 |

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 9 Processo de Recrutamento e Seleção

| Cargo                          | Qt | Requisitos                           | Status      | Recrutamento |                                 |           | Seleção              |           |
|--------------------------------|----|--------------------------------------|-------------|--------------|---------------------------------|-----------|----------------------|-----------|
|                                |    |                                      |             | Modalid.     | Técnica                         | Custo*    | Técnica              | Custo*    |
| Diretor                        | 1  | bacharelado Adm.                     | Preenchido  |              |                                 |           |                      |           |
|                                |    | 2 anos experiência                   | Sócio       |              |                                 |           |                      |           |
| Gerente                        | 1  | bacharelado Gestao                   | Preenchido  |              |                                 |           |                      |           |
|                                |    | 2 anos experiência                   | Sócio       |              |                                 |           |                      |           |
| Assist. Comercial/Mkt          | 1  | ensino medio completo                | Preenchido  |              |                                 |           |                      |           |
|                                |    | 2 anos experiência                   | Sócio       |              |                                 |           |                      |           |
| Assist. Adm/Financeiro         | 2  | ensino medio completo                | Preenchido  |              |                                 |           |                      |           |
|                                |    | 2 anos experiência                   | Sócio       |              |                                 |           |                      |           |
| Assist. Produção / Operacional | 8  | ensino medio completo                | a contratar | Externo      | Anúncio em jornais              | R\$ 50,00 | Prova teorica        | R\$ 80,00 |
|                                |    | 2 anos experiência                   |             |              |                                 |           |                      |           |
|                                |    | em linha produção                    |             |              |                                 |           |                      |           |
| Recepcionista                  | 1  | ensino medio completo                | a contratar | Externo      | Anúncio em jornais              | R\$ 50,00 | Teste prático atend. | R\$ 80,00 |
|                                |    | 2 anos experiência                   |             |              |                                 |           |                      |           |
|                                |    | boa fluencia verbal                  |             |              |                                 |           |                      |           |
| Aux. Serviços Gerais           | 4  | ensino medio completo                | a contratar | Externo      | Anúncio locais visíveis, jomais | R\$ 50,00 | Entrev.              | R\$ 0,00  |
|                                |    | experiência em limpeza e conservação |             |              |                                 |           |                      |           |
|                                |    |                                      |             |              |                                 |           |                      |           |

Fonte: Elaborado pelos autores

## 8.6 Programa de Avaliação de Desempenho

Os grupos ocupacionais da Eco Packing Brasil, foram subdivididos da seguinte forma

- Nível Gerencial: Diretor Executivo, Gerente Executivo;
- Nível Administrativo: Assistente de Marketing, Assistente Financeiro;
- Nível Operacional: Assistente de Produção, Recepcionista, Faxineiro.

A avaliação de desempenho é uma ferramenta da gestão de pessoas que visa analisar o desempenho individual ou de um grupo de funcionários em uma determinada empresa. É um processo de identificação, diagnóstico e análise do comportamento de um colaborador durante certo intervalo de tempo, analisando sua postura profissional, seu conhecimento técnico, sua relação com os parceiros de trabalho etc. Este método tem por objetivo analisar as melhores práticas dos funcionários, proporcionando um crescimento profissional e pessoal, visando um melhor desempenho de suas funções no ambiente de trabalho. Além disso, é uma importante ferramenta de auxílio à administração de recursos humanos da empresa,

alimentando-a com informações que auxiliam a tomada de decisão sob práticas de bonificação, aumento de salários, demissões, necessidades de treinamento etc.

### 8.6.1 Método de avaliação “escala gráfica”

Avaliação é a verificação dos resultados obtidos com o treinamento para apurar se os benefícios do treinamento justificam seus custos.

Linha: fator de avaliação (elementos valorizados pela organização);

Coluna: graus de avaliação do desempenho (cinco, quatro, três, dois, um).

Quadro 10 Requisitos para os cargos

| <b>Gerencial</b>         | <b>Administrativo</b> | <b>Operacional</b>    |
|--------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Compreensão de situações | Pontualidade          | Pontualidade          |
| Conhecimento do negócio  | Assiduidade           | Assiduidade           |
| Liderança                | Desempenho da tarefa  | Desempenho da tarefa  |
| Rapidez nas soluções     | Atitude e iniciativa  | Atitude e iniciativa  |
| Foco em resultados       | Qualidade do trabalho | Qualidade do trabalho |

Fonte: Elaborado pelos autores

- Gerencial: Os requisitos para se ocupar os cargos e nível gerencial
- Administrativo
- Pontualidade: A pontualidade é um dos pressupostos básicos das boas maneiras e estabelece cada vez mais o diferencial de comportamento.
- Assiduidade: No ambiente de trabalho a assiduidade e pontualidade têm grande importância e é valorizado o trabalhador que cumpre essas regras.
- Desempenho da tarefa: Desempenhar trabalho que se deve executar dentro de um prazo.
- Atitude e iniciativa: É comportamento habitual que se verifica em circunstâncias diferentes; tomar a iniciativa de uma medida.
- Qualidade do trabalho: Avaliar a qualidade do trabalho realizado pelo colaborador.

Quadro 11 Avaliação de Desenvolvimento

| <b>Fatores</b>        | <b>Ótimo (5)</b>              | <b>Bom (4)</b>                     | <b>Regular (3)</b>            | <b>Ruim (2)</b>             | <b>Péssimo (1)</b>         |
|-----------------------|-------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| Pontualidade          | Sempre ultrapassar os padrões | Às vezes ultrapassar os padrões    | Satisfaz os padrões           | Às vezes abaixo dos padrões | Sempre abaixo dos padrões  |
| Assiduidade           | Excepcional Qualidade         | Superior de qualidade              | Qualidade satisfatória        | Qualidade insatisfatória    | Péssima qualidade          |
| Desempenho da tarefa  | Conhecendo o trabalho         | Conhece mais do que o necessário   | Conhece o suficiente          | Conhece parte do trabalho   | Conhece o pouco o trabalho |
| Atitude e iniciativa  | Excelente espírito de equipe  | Bom espírito de equipe             | Colabora normalmente          | Colabora pouco              | Não colabora               |
| Qualidade do trabalho | Tem sempre excelentes ideias  | Quase sempre tem excelentes ideias | Algumas vezes apresenta ideia | Raramente apresenta ideias  | Nunca apresenta ideias     |

Fonte: Elaborado pelos autores

Foi definido que a avaliação será realizada semestralmente, ou seja, duas vezes por ano. Será realizada na empresa em horário de expediente, mediante preenchimento de formulário em papel. As respostas serão mantidas em anonimato. Deverá ser submetido à avaliação o funcionário que estiver a pelo menos um ano no cargo, devendo atingir as áreas administrativas e operacionais. A avaliação de desempenho será realizada pelo superior imediato e com a participação de seus pares. A avaliação se dará na segunda semana de janeiro e na segunda semana de agosto de cada ano. Os colaboradores terão o prazo de uma semana para concluírem a avaliação. A apuração dos resultados será realizada pelo cálculo da média da resposta dos participantes da pesquisa com linha de corte de 3,00. Os indivíduos que possuem nota inferior à nota de corte serão submetidos a programas de treinamento e desenvolvimento e/ou outras ações pertinentes para a correção das inconformidades encontradas eliminação de avaliações extremas e anonimato. Para a implementação da avaliação de desempenho a empresa não terá custos. Usará de recursos próprios, com impressões feitas na empresa, a um custo de R\$ 0,18 (Dezoito Centavos) por impressão. A avaliação será dentro da própria empresa em horário de expediente.

## 8.7 Programa de Treinamento e Desenvolvimento de Pessoal

Segundo Chiavenato (2009) é um processo educacional de curto prazo, aplicado de maneira sistemática e organizada, por isso, para que o treinamento possa levar ao desenvolvimento organizacional, é necessário que o planejamento deste seja bem elaborado garantindo o alcance dos objetivos a que se destina, de forma eficaz. É importante que este processo esteja voltado para a eficiência das pessoas no desempenho de suas atribuições. Para (MARRAS 2001, p. 145). Entende-se que treinamento tem como finalidade melhorar o desenvolvimento profissional do ser humano na sua organização, e no desempenho das suas funções além de ser o processo que visa à preparação e ao aperfeiçoamento das habilidades e dos conhecimentos dos funcionários de uma organização. “Treinamento é um processo de assimilação cultural em curto prazo, que objetiva repassar ou reciclar conhecimento, habilidades ou atitudes relacionadas diretamente à execução de tarefas ou à sua otimização no trabalho”. A Eco Packing Brasil, através de treinamento e aperfeiçoamento constante, tem por objetivo que todos seus colaboradores tenham conhecimento de suas funções, domínio das tarefas, e acima de tudo possuam informações relevantes sobre o negócio em que a empresa está inserida. Tenha conhecimento da legislação vigente, as leis que a regem, e o que o descumprimento de tais leis possam afetar nosso negócio. Sejam: Desde questões ambientais, até leis fiscais, de produção e comercialização dos produtos. O treinamento envolve basicamente quatro etapas:

- Diagnóstico;
- Desenho do programa de treinamento;
- Aplicação ou implementação;
- Avaliação e acompanhamento.

O diagnóstico visa levantar as necessidades (carências em termos de preparo profissional) passadas, presentes ou futuras por intermédio de pesquisas internas, a fim de descrever o problema e prescrever uma intervenção. Envolve a coleta e o cruzamento de dados e informações, a definição dos pontos fortes e fracos e o detalhamento dos problemas por meio de uma análise aprofundada, visando identificar as suas causas e definir áreas para os pontos passíveis de melhoria. O

treinamento inicial será realizado num primeiro momento em quatro níveis, o primeiro será através da análise organizacional, que é o processo de análise constante na rotina da organização, pois a ele está atrelado a identificação dos problemas organizacionais, bem como as ações de resoluções da problemática identificada, porém esse processo é realizado com grande frequência ao nível de um pensamento ou referencial micro sobre a organização, ou seja, problemas são identificados e soluções são criadas de forma independente do todo organizacional. O segundo se dará pelo papel do RH da empresa, que terá o papel de buscar junto ao mercado aqueles profissionais com perfil que mais se enquadre as necessidades da empresa. O terceiro será pela estrutura de cargos, subdividindo de acordo com o grau de importância e execução das tarefas dentro da empresa. Facilitando assim um maior controle nas atividades e uma melhor divisão e supervisão das tarefas. Por fim teremos treinamento, que será em períodos pré-determinados ao longo do ano, ou sempre que se identificar a sua necessidade. A Eco Packing Brasil, trabalha com visão estratégica voltada para os cargos, de maneira que suas atribuições serão bem definidas e o seus desempenhos e resultados melhores mensurados. A empresa necessita que seus colaboradores possuam atributos profissionais específicos para o desenvolvimento de suas tarefas, como: domínio sob as rotinas da empresa, competências individuais, total controle e domínio das funções, exemplo de profissionalismo, postura, ética, respeito, e valores que contribuam para o fortalecimento e confiabilidade de nossa empresa. Para isso a empresa conta com treinamentos que tem por objetivo habilitar os funcionários de cada área a desenvolver suas tarefas com a maior produtividade e qualidade possíveis. A avaliação dos programas de treinamento pode ser feita em quatro níveis:

- Avaliação no nível organizacional:
- Aumento da eficácia organizacional;
- Melhoria da imagem da empresa;
- Melhoria do clima organizacional;
- Melhor relacionamento entre empresa e funcionários;
- Melhor atendimento ao cliente;
- Facilidade de mudanças e inovação;
- Aumento da eficiência.

- Envolvimento dos gerentes nas práticas de treinamento.

Avaliação no nível de recursos humanos:

- Redução da rotatividade e de absenteísmo do pessoal;
- Aumento da eficácia individual e grupal dos empregados;
- Elevação dos conhecimentos das pessoas;
- Mudanças de atitudes e comportamentos das pessoas;
- Aumento das competências das pessoas;
- Melhoria da qualidade de vida no trabalho (QVT).

Avaliação no nível dos cargos:

- Adequação das pessoas aos requisitos exigidos pelos cargos;
- Melhoria do espírito de grupo e da cooperação;
- Aumento da produtividade;
- Melhoria da qualidade;
- Redução do índice de acidentes no trabalho;
- Redução do índice de manutenção de máquinas e equipamentos.

Avaliação no nível de treinamento:

- Alcance dos objetivos do treinamento;
- Retorno dos investimentos efetuados em treinamento.
- Para saber se os resultados com o treinamento foram satisfatórios, a avaliação do resultado espera alcançar os seguintes pontos:

Dados concretos:

- Economias de custo
- Melhoria da qualidade
- Economia de tempo
- Satisfação dos funcionários

Medidas de resultados:

- Clientes atendidos
- Tarefas completadas
- Produtividade

- Processos completados
- Dinheiro aplicado.

Exemplos de dados sobre melhoria da qualidade:

- Menor índice de erros e de refugos
- Menor volume de retrabalho
- Porcentagem de tarefas bem-sucedidas
- Variância ao redor de padrões organizacionais preestabelecidos.

O treinamento será aplicado na própria empresa, para os cargos operacionais. Em horário de serviço, havendo um revezamento entre os funcionários do setor. Este treinamento será feito por um colaborador mais experiente que terá a missão de disseminar o seu conhecimento com os demais. Para os cargos administrativos, os treinamentos de menor complexidade e com opção de aprendizado online, como cursos de excell, power point, word, e de programa específico da empresa, também serão feitos na própria empresa em horário de trabalho. Definindo uma carga de duas horas diárias pelo menos três vezes por semana por um período de três meses. E podendo ser repetido sempre que o funcionário julgar necessário. Caso haja a necessidade de um treinamento mais apurado que requer um acompanhamento profissional, será buscado junto ao mercado escolas com esta capacitação, como por exemplo: escolas do Senai, Senac, Sesi, entre outras opções. Os treinamentos de reciclagem e aprimoramento nas funções que a empresa pretende manter ao longo do ano, serão ministrados duas vezes/ano, com uma periodicidade semestral. Acontecendo todo mês de Janeiro e se repetindo no mês de Julho. Com duração de uma semana, com carga horária de três horas/dia. Deste treinamento irão participar todos os funcionários do setor operacional, visando além do aperfeiçoamento nas tarefas, também uma instrução sobre segurança no trabalho e uso adequado dos EPIs (Equipamentos de Proteção Individual). O treinamento funcional, tem por objetivo que todo profissional da empresa esteja apto a exercer suas funções pre-estabelecidas, com o máximo de eficiência e no menor prazo possível. Atingindo metas e superando as expectativas da função. Todo resultado do treinamento será avaliado após este treinamento, esperando-se o maior sucesso profissional, tanto para a empresa, bem como para seus profissionais. Que

terão maior conhecimento e produtividade, agregando valor a seus serviços e com isso melhores ganhos pessoais e para a empresa.

## **9. PLANO FINANCEIRO**

### **9.1 Investimento inicial**

O investimento compreende todo o capital empregado para iniciar e viabilizar o negócio até o momento de sua auto sustentação. O investimento inicial da Eco Packing Brasil é de R\$ 1.500.000,00, composto da seguinte maneira:

Compra de maquinários no valor de R\$ 174.400,00;

Mobiliário (Mesas e Cadeiras) – R\$ 10.000,00;

Computadores – R\$ 10.000,00;

2 Veículos utilitário – R\$ 100.000,00;

A Eco Packing Brasil foi idealizada a partir da sociedade de 2 investidores, e cada um entrou com um valor a investir de R\$ 750.000,00.

### **9.2 Capital de giro**

Estoque: será calculado simplesmente sobre o custo de produção. O prazo médio de 30 dias do 1º ano ao final do projeto. Contas a Receber: 100% das vendas serão a prazo. O prazo médio de recebimento será de 30 dias do 1º ano ao final do projeto. Contas a Pagar: as compras junto aos fornecedores representam 5% do custo de produção projetado. Ademais, 100% dessas compras serão à prazo e o prazo médio de pagamento será de 30 dias do 1º ano em diante. Investimento inicial em capital de giro: Contas a Receber: R\$ 100.000,00; Contas a Pagar: R\$ 200.000,00; Estoques: R\$ 50.000,00.

### **9.3 Projeção de vendas**

No primeiro ano estimamos uma demanda em torno de 7.000.000 unidades/ano, com um aumento gradativo em torno de 760.000 unidades/ano<sup>2</sup>, com um aumento de 1.054.000 unidades/ano<sup>3</sup>, com um aumento de 958.680 unidades/ano<sup>4</sup> e com um aumento de 868.368 unidades/ano<sup>5</sup>. Esta previsão foi feita com base de nosso planejamento de entrada e domínio de mercado.

#### 9.4 Fluxo de caixa

Para elaboração do Fluxo de Caixa da Eco Packing Brasil considerou os seguintes aspectos:

- Investimento inicial: R\$ 1.500.000,00
- Tempo de vida útil do projeto: 5 anos
- Tempo de depreciação dos equipamentos: 5 anos
- Vendas adicionais no Ano 2: 760.000,00 unidades/ano, nos valores de R\$ 0,36 e R\$ 0,30 unidade.
- Variações “anuais” das vendas (variações acumuladas): 760.000,00 unidades/ano, nos valores de R\$ 0,36 e R\$ 0,30 unidade, do 1º ano do projeto.
- Adotou-se o ponto de vista simplificador de que os custos adicionais de produção representarão 5% das vendas.
- Despesa de abertura da empresa: R\$ 1.742,18;
- Água, luz, telefone – R\$ 8.000,00 mês;
- Contador – R\$ 2.000,00 mês;
- Combustível – R\$ 2.500,00 mês;
- Manutenção corretiva – R\$ 1.000,00 mês;
- Marketing e Participações em feiras – R\$ 1.313,83 mês.
- Participações em feiras – R\$ 3.063,84

## Conforme apêndice I

## Quadro 12 PayBack e VPL

| Custo Oportunidade |                   | 1,88% a.m.        |          |                    |                      |
|--------------------|-------------------|-------------------|----------|--------------------|----------------------|
| Período            | Entrada           | Entrada Acumulada | Fator    | Entrada Descontada | Acumulado Descontado |
| 0                  | -R\$ 1.500.000,00 | -R\$ 1.500.000,00 | 1        | -R\$ 1.500.000,00  | -R\$ 1.500.000,00    |
| 01/17              | 0,00              | -R\$ 1.500.000,00 | 0,981547 | R\$ -              | -R\$ 1.500.000,00    |
| 02/17              | 31.106,07         | -R\$ 1.468.893,93 | 0,963434 | R\$ 29.968,66      | -R\$ 1.470.031,34    |
| 03/17              | 68.881,59         | -R\$ 1.400.012,34 | 0,945656 | R\$ 65.138,29      | -R\$ 1.404.893,05    |
| 04/17              | 142.996,15        | -R\$ 1.257.016,19 | 0,928206 | R\$ 132.729,85     | -R\$ 1.272.163,20    |
| 05/17              | 139.252,63        | -R\$ 1.117.763,56 | 0,911077 | R\$ 126.869,94     | -R\$ 1.145.293,27    |
| 06/17              | 162.054,07        | -R\$ 955.709,49   | 0,894265 | R\$ 144.919,33     | -R\$ 1.000.373,93    |
| 07/17              | 83.969,11         | -R\$ 871.740,38   | 0,877763 | R\$ 73.705,01      | -R\$ 926.668,93      |
| 08/17              | 83.969,11         | -R\$ 787.771,27   | 0,861566 | R\$ 72.344,92      | -R\$ 854.324,00      |
| 09/17              | 90.794,63         | -R\$ 696.976,64   | 0,845667 | R\$ 76.782,06      | -R\$ 777.541,95      |
| 10/17              | 147.514,63        | -R\$ 549.462,01   | 0,830062 | R\$ 122.446,32     | -R\$ 655.095,63      |
| 11/17              | 146.853,11        | -R\$ 402.608,90   | 0,814745 | R\$ 119.647,84     | -R\$ 535.447,79      |
| 12/17              | 247.512,63        | -R\$ 155.096,27   | 0,799710 | R\$ 197.938,43     | -R\$ 337.509,36      |
| 01/18              | 119.663,77        | -R\$ 35.432,50    | 0,784953 | R\$ 93.930,47      | -R\$ 243.578,89      |
| 02/18              | 77.757,15         | R\$ 42.324,65     | 0,770469 | R\$ 59.909,43      | -R\$ 183.669,45      |
| 03/18              | 81.875,02         | R\$ 124.199,66    | 0,756251 | R\$ 61.918,06      | -R\$ 121.751,39      |
| 04/18              | 158.394,31        | R\$ 282.593,97    | 0,742296 | R\$ 117.575,44     | -R\$ 4.175,96        |
| 05/18              | 158.394,31        | R\$ 440.988,28    | 0,728598 | R\$ 115.405,81     | R\$ 111.229,85       |
| 06/18              | 225.028,97        | R\$ 666.017,25    | 0,715153 | R\$ 160.930,21     | R\$ 272.160,06       |
| 07/18              | 87.978,84         | R\$ 753.996,09    | 0,701957 | R\$ 61.757,32      | R\$ 333.917,38       |
| 08/18              | 87.978,84         | R\$ 841.974,93    | 0,689003 | R\$ 60.617,71      | R\$ 394.535,08       |
| 09/18              | 79.830,58         | R\$ 921.805,51    | 0,676289 | R\$ 53.988,55      | R\$ 448.523,63       |
| 10/18              | 121.508,44        | R\$ 1.043.313,95  | 0,663809 | R\$ 80.658,44      | R\$ 529.182,07       |
| 11/18              | 208.095,64        | R\$ 1.251.409,58  | 0,651560 | R\$ 135.586,81     | R\$ 664.768,88       |
| 12/18              | 249.648,71        | R\$ 1.501.058,29  | 0,639537 | R\$ 159.659,53     | R\$ 824.428,42       |
| 01/19              | 135.180,17        | R\$ 1.636.238,46  | 0,627735 | R\$ 84.857,37      | R\$ 909.285,79       |
| 02/19              | 91.885,35         | R\$ 1.728.123,81  | 0,616152 | R\$ 56.615,31      | R\$ 965.901,10       |
| 03/19              | 96.517,95         | R\$ 1.824.641,76  | 0,604782 | R\$ 58.372,30      | R\$ 1.024.273,40     |
| 04/19              | 183.786,12        | R\$ 2.008.427,88  | 0,593622 | R\$ 109.099,43     | R\$ 1.133.372,83     |
| 05/19              | 183.786,12        | R\$ 2.192.214,00  | 0,582668 | R\$ 107.086,21     | R\$ 1.240.459,05     |
| 06/19              | 291.941,87        | R\$ 2.484.155,87  | 0,571916 | R\$ 166.966,10     | R\$ 1.407.425,15     |
| 07/19              | 103.847,16        | R\$ 2.588.003,03  | 0,561362 | R\$ 58.295,84      | R\$ 1.465.720,99     |
| 08/19              | 112.770,00        | R\$ 2.700.773,03  | 0,551003 | R\$ 62.136,62      | R\$ 1.527.857,61     |
| 09/19              | 117.402,60        | R\$ 2.818.175,63  | 0,540835 | R\$ 63.495,48      | R\$ 1.591.353,09     |
| 10/19              | 112.770,00        | R\$ 2.930.945,63  | 0,530855 | R\$ 59.864,55      | R\$ 1.651.217,64     |
| 11/19              | 245.054,28        | R\$ 3.175.999,91  | 0,521059 | R\$ 127.687,84     | R\$ 1.778.905,48     |
| 12/19              | 245.054,28        | R\$ 3.421.054,19  | 0,511444 | R\$ 125.331,60     | R\$ 1.904.237,08     |
| 01/20              | 157.482,71        | R\$ 3.578.536,90  | 0,502007 | R\$ 79.057,35      | R\$ 1.983.294,42     |
| 02/20              | 103.332,83        | R\$ 3.681.869,73  | 0,492743 | R\$ 50.916,52      | R\$ 2.034.210,95     |
| 03/20              | 108.428,69        | R\$ 3.790.298,42  | 0,483650 | R\$ 52.441,57      | R\$ 2.086.652,52     |
| 04/20              | 205.420,79        | R\$ 3.995.719,20  | 0,474725 | R\$ 97.518,48      | R\$ 2.184.171,00     |
| 05/20              | 205.420,79        | R\$ 4.201.139,99  | 0,465965 | R\$ 95.718,97      | R\$ 2.279.889,97     |
| 06/20              | 325.055,94        | R\$ 4.526.195,94  | 0,457367 | R\$ 148.669,81     | R\$ 2.428.559,78     |
| 07/20              | 116.824,09        | R\$ 4.643.020,02  | 0,448927 | R\$ 52.445,49      | R\$ 2.481.005,27     |
| 08/20              | 125.975,38        | R\$ 4.768.995,40  | 0,440643 | R\$ 55.510,16      | R\$ 2.536.515,43     |
| 09/20              | 131.071,24        | R\$ 4.900.066,64  | 0,432512 | R\$ 56.689,85      | R\$ 2.593.205,27     |
| 10/20              | 125.975,38        | R\$ 5.026.042,02  | 0,424531 | R\$ 53.480,39      | R\$ 2.646.685,67     |
| 11/20              | 273.479,60        | R\$ 5.299.521,62  | 0,416697 | R\$ 113.958,03     | R\$ 2.760.643,70     |
| 12/20              | 273.479,60        | R\$ 5.573.001,22  | 0,409007 | R\$ 111.855,15     | R\$ 2.872.498,85     |
| 01/21              | 176.787,03        | R\$ 5.749.788,25  | 0,401460 | R\$ 70.972,90      | R\$ 2.943.471,74     |
| 02/21              | 112.608,77        | R\$ 5.862.397,02  | 0,394052 | R\$ 44.373,68      | R\$ 2.987.845,42     |
| 03/21              | 118.112,31        | R\$ 5.980.509,33  | 0,386780 | R\$ 45.683,50      | R\$ 3.033.528,92     |
| 04/21              | 223.923,44        | R\$ 6.204.432,77  | 0,379643 | R\$ 85.010,95      | R\$ 3.118.539,87     |
| 05/21              | 223.923,44        | R\$ 6.428.356,22  | 0,372637 | R\$ 83.442,24      | R\$ 3.201.982,11     |
| 06/21              | 353.872,91        | R\$ 6.782.229,13  | 0,365761 | R\$ 129.432,92     | R\$ 3.331.415,03     |
| 07/21              | 127.495,52        | R\$ 6.909.724,64  | 0,359012 | R\$ 45.772,37      | R\$ 3.377.187,41     |
| 08/21              | 136.635,41        | R\$ 7.046.360,05  | 0,352387 | R\$ 48.148,51      | R\$ 3.425.335,91     |
| 09/21              | 142.138,95        | R\$ 7.188.499,00  | 0,345884 | R\$ 49.163,61      | R\$ 3.474.499,52     |
| 10/21              | 136.635,41        | R\$ 7.325.134,41  | 0,339501 | R\$ 46.387,93      | R\$ 3.520.887,45     |
| 11/21              | 298.170,46        | R\$ 7.623.304,87  | 0,333237 | R\$ 99.361,32      | R\$ 3.620.248,77     |
| 12/21              | 298.170,46        | R\$ 7.921.475,32  | 0,327087 | R\$ 97.527,80      | R\$ 3.717.776,57     |

Fonte: Elaborados por autores

Quadro 13 TIR

| TIR     |                   | 7,76% a.m.        |          |                    |                      |
|---------|-------------------|-------------------|----------|--------------------|----------------------|
| Período | Entrada           | Entrada Acumulada | Fator    | Entrada Descontada | Acumulado Descontado |
| 0       | -R\$ 1.500.000,00 | -R\$ 1.500.000,00 | 1        | -R\$ 1.500.000,00  | -R\$ 1.500.000,00    |
| 01/17   | 0,00              | -R\$ 1.500.000,00 | 0,927987 | R\$ -              | -R\$ 1.500.000,00    |
| 02/17   | 31.106,07         | -R\$ 1.468.893,93 | 0,861160 | R\$ 26.787,29      | -R\$ 1.473.212,71    |
| 03/17   | 68.881,59         | -R\$ 1.400.012,34 | 0,799145 | R\$ 55.046,36      | -R\$ 1.418.166,35    |
| 04/17   | 142.996,15        | -R\$ 1.257.016,19 | 0,741596 | R\$ 106.045,34     | -R\$ 1.312.121,01    |
| 05/17   | 139.252,63        | -R\$ 1.117.763,56 | 0,688191 | R\$ 95.832,42      | -R\$ 1.216.288,59    |
| 06/17   | 162.054,07        | -R\$ 955.709,49   | 0,638632 | R\$ 103.492,96     | -R\$ 1.112.795,64    |
| 07/17   | 83.969,11         | -R\$ 871.740,38   | 0,592642 | R\$ 49.763,65      | -R\$ 1.063.031,99    |
| 08/17   | 83.969,11         | -R\$ 787.771,27   | 0,549964 | R\$ 46.180,01      | -R\$ 1.016.851,98    |
| 09/17   | 90.794,63         | -R\$ 696.976,64   | 0,510360 | R\$ 46.337,91      | -R\$ 970.514,07      |
| 10/17   | 147.514,63        | -R\$ 549.462,01   | 0,473607 | R\$ 69.863,96      | -R\$ 900.650,11      |
| 11/17   | 146.853,11        | -R\$ 402.608,90   | 0,439501 | R\$ 64.542,09      | -R\$ 836.108,01      |
| 12/17   | 247.512,63        | -R\$ 155.096,27   | 0,407851 | R\$ 100.948,32     | -R\$ 735.159,70      |
| 01/18   | 119.663,77        | -R\$ 35.432,50    | 0,378481 | R\$ 45.290,41      | -R\$ 689.869,29      |
| 02/18   | 77.757,15         | R\$ 42.324,65     | 0,351225 | R\$ 27.310,25      | -R\$ 662.559,04      |
| 03/18   | 81.875,02         | R\$ 124.199,66    | 0,325932 | R\$ 26.685,70      | -R\$ 635.873,35      |
| 04/18   | 158.394,31        | R\$ 282.593,97    | 0,302461 | R\$ 47.908,05      | -R\$ 587.965,29      |
| 05/18   | 158.394,31        | R\$ 440.988,28    | 0,280680 | R\$ 44.458,04      | -R\$ 543.507,25      |
| 06/18   | 225.028,97        | R\$ 666.017,25    | 0,260467 | R\$ 58.612,60      | -R\$ 484.894,65      |
| 07/18   | 87.978,84         | R\$ 753.996,09    | 0,241710 | R\$ 21.265,35      | -R\$ 463.629,30      |
| 08/18   | 87.978,84         | R\$ 841.974,93    | 0,224304 | R\$ 19.733,97      | -R\$ 443.895,33      |
| 09/18   | 79.830,58         | R\$ 921.805,51    | 0,208151 | R\$ 16.616,80      | -R\$ 427.278,53      |
| 10/18   | 121.508,44        | R\$ 1.043.313,95  | 0,193161 | R\$ 23.470,71      | -R\$ 403.807,82      |
| 11/18   | 208.095,64        | R\$ 1.251.409,58  | 0,179251 | R\$ 37.301,35      | -R\$ 366.506,47      |
| 12/18   | 249.648,71        | R\$ 1.501.058,29  | 0,166343 | R\$ 41.527,21      | -R\$ 324.979,26      |
| 01/19   | 135.180,17        | R\$ 1.636.238,46  | 0,154364 | R\$ 20.866,91      | -R\$ 304.112,34      |
| 02/19   | 91.885,35         | R\$ 1.728.123,81  | 0,143247 | R\$ 13.162,35      | -R\$ 290.950,00      |
| 03/19   | 96.517,95         | R\$ 1.824.641,76  | 0,132932 | R\$ 12.830,30      | -R\$ 278.119,69      |
| 04/19   | 183.786,12        | R\$ 2.008.427,88  | 0,123359 | R\$ 22.671,66      | -R\$ 255.448,03      |
| 05/19   | 183.786,12        | R\$ 2.192.214,00  | 0,114475 | R\$ 21.039,00      | -R\$ 234.409,02      |
| 06/19   | 291.941,87        | R\$ 2.484.155,87  | 0,106232 | R\$ 31.013,49      | -R\$ 203.395,53      |
| 07/19   | 103.847,16        | R\$ 2.588.003,03  | 0,098582 | R\$ 10.237,42      | -R\$ 193.158,11      |
| 08/19   | 112.770,00        | R\$ 2.700.773,03  | 0,091482 | R\$ 10.316,48      | -R\$ 182.841,63      |
| 09/19   | 117.402,60        | R\$ 2.818.175,63  | 0,084895 | R\$ 9.966,84       | -R\$ 172.874,79      |
| 10/19   | 112.770,00        | R\$ 2.930.945,63  | 0,078781 | R\$ 8.884,13       | -R\$ 163.990,66      |
| 11/19   | 245.054,28        | R\$ 3.175.999,91  | 0,073108 | R\$ 17.915,36      | -R\$ 146.075,29      |
| 12/19   | 245.054,28        | R\$ 3.421.054,19  | 0,067843 | R\$ 16.625,22      | -R\$ 129.450,07      |
| 01/20   | 157.482,71        | R\$ 3.578.536,90  | 0,062957 | R\$ 9.914,71       | -R\$ 119.535,37      |
| 02/20   | 103.332,83        | R\$ 3.681.869,73  | 0,058424 | R\$ 6.037,08       | -R\$ 113.498,28      |
| 03/20   | 108.428,69        | R\$ 3.790.298,42  | 0,054216 | R\$ 5.878,61       | -R\$ 107.619,67      |
| 04/20   | 205.420,79        | R\$ 3.995.719,20  | 0,050312 | R\$ 10.335,15      | -R\$ 97.284,52       |
| 05/20   | 205.420,79        | R\$ 4.201.139,99  | 0,046689 | R\$ 9.590,88       | -R\$ 87.693,64       |
| 06/20   | 325.055,94        | R\$ 4.526.195,94  | 0,043327 | R\$ 14.083,61      | -R\$ 73.610,03       |
| 07/20   | 116.824,09        | R\$ 4.643.020,02  | 0,040207 | R\$ 4.697,10       | -R\$ 68.912,92       |
| 08/20   | 125.975,38        | R\$ 4.768.995,40  | 0,037311 | R\$ 4.700,30       | -R\$ 64.212,62       |
| 09/20   | 131.071,24        | R\$ 4.900.066,64  | 0,034624 | R\$ 4.538,25       | -R\$ 59.674,37       |
| 10/20   | 125.975,38        | R\$ 5.026.042,02  | 0,032131 | R\$ 4.047,71       | -R\$ 55.626,66       |
| 11/20   | 273.479,60        | R\$ 5.299.521,62  | 0,029817 | R\$ 8.154,36       | -R\$ 47.472,30       |
| 12/20   | 273.479,60        | R\$ 5.573.001,22  | 0,027670 | R\$ 7.567,14       | -R\$ 39.905,16       |
| 01/21   | 176.787,03        | R\$ 5.749.788,25  | 0,025677 | R\$ 4.539,41       | -R\$ 35.365,76       |
| 02/21   | 112.608,77        | R\$ 5.862.397,02  | 0,023828 | R\$ 2.683,26       | -R\$ 32.682,50       |
| 03/21   | 118.112,31        | R\$ 5.980.509,33  | 0,022112 | R\$ 2.611,72       | -R\$ 30.070,77       |
| 04/21   | 223.923,44        | R\$ 6.204.432,77  | 0,020520 | R\$ 4.594,87       | -R\$ 25.475,90       |
| 05/21   | 223.923,44        | R\$ 6.428.356,22  | 0,019042 | R\$ 4.263,98       | -R\$ 21.211,91       |
| 06/21   | 353.872,91        | R\$ 6.782.229,13  | 0,017671 | R\$ 6.253,24       | -R\$ 14.958,67       |
| 07/21   | 127.495,52        | R\$ 6.909.724,64  | 0,016398 | R\$ 2.090,71       | -R\$ 12.867,96       |
| 08/21   | 136.635,41        | R\$ 7.046.360,05  | 0,015217 | R\$ 2.079,24       | -R\$ 10.788,72       |
| 09/21   | 142.138,95        | R\$ 7.188.499,00  | 0,014122 | R\$ 2.007,23       | -R\$ 8.781,49        |
| 10/21   | 136.635,41        | R\$ 7.325.134,41  | 0,013105 | R\$ 1.790,56       | -R\$ 6.990,94        |
| 11/21   | 298.170,46        | R\$ 7.623.304,87  | 0,012161 | R\$ 3.626,03       | -R\$ 3.364,91        |
| 12/21   | 298.170,46        | R\$ 7.921.475,32  | 0,011285 | R\$ 3.364,91       | R\$ 0,00             |

Fonte: Elaborados por autores

A partir da análise dos indicadores financeiros, o projeto é viável tendo em vista que apresenta um Payback Simples de 1 ano 1 mês e 14 dias e um Payback Descontada 1 ano 3 meses e 1 dia e VPL positivo no final no valor de R\$ 3.717.776,57 e uma TIR de 7,76% a.m.

## 9.5 Orçamentos

O orçamento de vendas da empresa foi elaborado através da observação junto aos clientes, às sacolas biodegradáveis e personalizadas serão produzidas o ano todo, mas o volume de produção irá aumentar em datas comemorativas ao longo do ano devido à maior demanda dos supermercados. Seguem abaixo as receitas dos anos:

Ano 1 – 7.000.000

Ano 2 – 7.760.000

Ano 3 – 8.814.000

Ano 4 – 9.772.680

Ano 5 – 10.641.048

O orçamento de matéria prima foi determinado pela empresa para atender a demanda da produção. Através da observação junto aos concorrentes, os preços dos insumos foram formados de acordo com a média de pesquisa no mercado. Para composição do Orçamento Total de Matéria Prima foi necessário obter a necessidade de produção dos insumos para o período. Orçamento de Produção x Orçamento de Matéria Prima.

Segue abaixo o cronograma de pagamento das matérias primas:

- Ano 1 – R\$ 114.800,00 / Quantidade: 7.000.000
- Ano 2 – R\$ 127.264,00 / Quantidade: 7.760.000
- Ano 3 – R\$ 144.549,60 / Quantidade: 8.814.000
- Ano 4 – R\$ 160.271,95 / Quantidade: 9.772.680
- Ano 5 – R\$ 174.513,19 / Quantidade: 10.641.048

A Eco Packing Brasil pensa que para obter sucesso e reter talentos, precisa criar uma estratégia de planos de cargos e salários. Foi classificado de acordo com os talentos que possui na empresa, suas atividades, aptidões e competências. A empresa adotou a remuneração adequada a cada função desempenhada, por isso

foi realizada duas pesquisas de mercado em sites de emprego (RH portal e Empregos.com) onde buscou as seguintes opções de cargos e salários:

- Ano 1 – R\$ 408.143,39
- Ano 2 – R\$ 461.944,11
- Ano 3 – R\$ 488.547,64
- Ano 4 – R\$ 521.577,20
- Ano 5 – R\$ 562.064,47

Orçamento com Despesas (Gestão de Pessoas / Marketing / Planejamento) serão realizados da seguinte maneira: Gestão de Pessoas: Anúncio em Jornal R\$ 150,00/ano - Prova Teórica R\$ 160,00/ano, Marketing: Aplicativo R\$ 1.200/mês - Assinatura Revista R\$ 56,00/mês / Software R\$ 550,00ano / Jornal R\$ 12,00/mês, Planejamento: Feiras R\$ 3.063,84/ano.

## 9.6 DRE – Demonstração do Resultado do Exercício

Quadro 14 DRE

|                                    | Ano 1        | Ano 2        | Ano 3        | Ano 4        | Ano 5        |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Receita                            | 2.280.000,00 | 2.529.600,00 | 2.876.040,00 | 3.191.464,80 | 3.477.941,28 |
| Impostos                           | 217.836,78   | 265.975,36   | 306.316,69   | 378.645,41   | 418.421,91   |
| Custos Mercadorias Vendidas        | 114.800,00   | 127.264,00   | 144.549,60   | 160.271,95   | 174.513,19   |
| Custos Fixos                       | 649.371,74   | 740.196,15   | 802.799,68   | 877.829,24   | 960.316,51   |
| Lucro                              | 1.297.991,48 | 1.396.164,49 | 1.622.374,03 | 1.774.718,20 | 1.924.689,67 |
| Lucratividade (Lucro/Receita)      | 57%          | 55%          | 56%          | 56%          | 55%          |
| Rentabilidade (Lucro/Inv. Inicial) | 87%          | 93%          | 108%         | 118%         | 128%         |

**Fonte: Elaborado pelos autores**

## 9.7 Projeção Tributária

Foi realizada a projeção tributária com os impostos da tabela do Simples Nacional, que ficou da seguinte maneira:

- Ano 1 – R\$ 217.837,00
- Ano 2 – R\$ 265.975,00
- Ano 3 – R\$ 306.316,69
- Ano 4 – R\$ 378.645,41
- Ano 5 – R\$ 418.421,91

## 9.8 Análise do Investimento

O VPL da empresa é o valor que sobra para empresa após o investimento que é de R\$ 3.717.776,63 e custo oportunidade de 1,88%. Com uma TIR de 7,76%.

## **10. PLANO ESTRATÉGICO**

### **10.1 SIM – Sistemas Integrado de Marketing**

Sistema de Informação de Marketing (SIM):

“Uma estrutura contínua onde interagem as pessoas, equipamentos e processos, que congregam, classificam, analisam, avaliam e distribuem as informações convenientes, oportunas e corretas para uso dos responsáveis pelas decisões de marketing, para incrementar o planejamento, a implementação e o controle de marketing. O SIM é composto de registro interno, inteligência de marketing, pesquisa de marketing e análise de dados e informações.” (KOTLER, 2012, pg.102.)

A empresa vai adotar, portanto, para esse plano de negócios, o SIM composto por: Registros internos, Inteligência de marketing, Pesquisa de marketing, Análise de dados e informações.

### **10.2 Matriz Swot**

“É uma análise feita por meio da listagem dos pontos fortes e fracos (ambiente interno), das oportunidades e ameaças (ambiente externo) presentes no dia-a-dia da empresa” segundo Silveira (2001 p.213). O termo SWOT é uma sigla composta de Strengths.

#### **10.2.1 Ambiente interno**

Segundo Kotler (2012), o sistema de informações mais básico usados pelos administradores de marketing é o sistema de registros internos. São os relatórios sobre pedidos, vendas, preço, níveis de estoque, contas a receber, contas a pagar e assim por diante. Ao analisar essas informações, os administradores de marketing podem detectar oportunidades e problemas importantes. Força: Produtos personalizados, tamanhos variados, vantagem tecnológica: dispositivos móveis da empresa, com todas as informações, modelos de sacolas podendo efetivar compras pelo site da loja. Preços competitivos - Há três principais, a Extrusa Pack de São Paulo com mais de 30 anos de experiência no mercado, possui um grande know-how no universo das embalagens plásticas flexíveis ecologicamente e com

tecnologia, o preço das sacolas de 31x55 cm está no valor de R\$0,45. A PersonalitéEcobag de Belo Horizonte está no mercado há 6 anos uma das sacolas que foi pesquisada no tamanho de 40x55 cm no valor de R\$0,90 Guangzhou GangchangPackage LTDA essa empresa da China é uma das exportadoras por muitos anos os principais produtos de saco de plástico, eco amigável com o preço de R\$0,38 no tamanho de 30x45 cm. O menor preço é o da China um dos mais fortes concorrentes, pois oferece baixo custo nas sacolas e mais unidades. Fraqueza - empresa ser nova no mercado: não ter a experiência necessária, dificuldades de lidar com situações que nunca foram vivenciadas. Pouca experiência dos funcionários por não ter um gap superior ao dos concorrentes do mercado. Pessoas acostumadas em reutilizar sacolas plásticas para descarte do lixo doméstico. Falta de mão de obra no mercado.

### **10.2.2 Ambiente Externo**

“Um importante propósito da análise ambiental é detectar novas oportunidades de marketing”. Kotler (2012, p.87). Ameaças - Como principal ameaça para o seguimento de produção e comercialização das sacolas biodegradáveis, a concorrência muitas vezes desleal, principalmente em relação às sacolas importadas do mercado chinês, que possuem o custo muito baixo. A taxa de juros do mercado e outro fator que pode prejudicar os negócios, diminuindo o crédito e com isso diminuindo também o consumo. Mudanças regulatórias: seria as leis sobre as sacolas biodegradáveis, ser substituídas por sacolas convencionais. Oportunidades - O diferencial da marca: É a parceria com os clientes, a proximidade, e procurando está a todo o momento criando novas ideias, levando novas possibilidades. A reutilização de sacolas pelos consumidores nas suas residências para colocar lixos. Posicionamento por inovação: Devido à proibição, pela Legislação Brasileira, que está erradicando o uso de sacolas plásticas convencionais, torna-se muito promissor o mercado voltado para o seguimento de fabricação e comercialização de sacolas biodegradáveis. São cada vez mais fortes os movimentos em prol de produtos que agriam menos ao meio ambiente, criando a consciência “Eco Sustentável”.

### **10.2.3 Ações que minimizem as ameaças e fraquezas e maximizem as oportunidades e forças.**

Para minimizar as ameaças a empresa tem um produto de alta qualidade, além do portfólio de sacolas personalizadas exclusivas. Em relação aos concorrentes vai obter informações para que possa suprir as ameaças, a empresa deve ficar atenta às informações para estar preparada perante as taxas de juros que podem ser alteradas, uma estratégia de marketing para atrair os clientes mesmo com as devidas alterações. As mudanças regulatórias a empresa vai tentar negociações e se adequar ao que se mudar. Ações para realizações de pesquisas de mercado, para se manter atualizados, investindo em propagandas para atrair clientes, suprimindo o gasto inicial, fidelizando os clientes da empresa, obtendo um retorno esperado, realizando campanhas de marketing para conquistar esse público que faz essa utilização das sacolas biodegradáveis, fazendo recrutamentos bem aprimorados dos colaboradores, e assim, minimizando essas ameaças e fraquezas. Para maximizar será desenvolvido acompanhamentos sobre todos os requisitos positivos, se estão nos conformes e para que sejam ainda mais avançados, e principalmente fidelizar os clientes que é de grande importância.

### **10.2.4 Metas e estratégias**

A empresa Eco Packing Brasil pretende alcançar melhorias para os clientes sendo produto que vai ter benefícios para o mundo e para a sua empresa e com a personalização desejada, diminuir gradativamente o uso de sacolas plásticas de polietileno no mercado e aumentar o uso de sacolas biodegradáveis, 100% ecológicas. O ideal é ser uma empresa modelo em consciência ecológica na vanguarda do século XXI. Para isso a Eco Packing Brasil trabalha com matéria prima proveniente de materiais reciclados, como granulados a base de garrafas pet, plásticos reutilizáveis.

## **10.3 Estratégias de Posicionamento de Mercado**

Segundo Marcelo Abílio a posição relativa que ocupam marcas, produtos e serviços nas mentes dos seus respectivos consumidores. A empresa Eco Packing Brasil

pretende alcançar melhorias para os clientes sendo produto que vai ter benefícios para o mundo e para a sua empresa e com a personalização desejada, diminuir gradativamente o uso de sacolas plásticas de polietileno no mercado e aumentar o uso de sacolas biodegradáveis, 100% ecológicas. O ideal é ser uma empresa modelo em consciência ecológica na vanguarda do século XXI. Para isso a Eco Packing Brasil trabalha com matéria prima proveniente de materiais reciclados, como granulados a base de garrafas pet, plásticos reutilizáveis.

#### **10.4 Estratégia de Balanced Scorecard**

O Balanced Scorecard é um instrumento de gestão organizacional, capaz de fornecer um referencial de análise da estratégia orientada para a criação de valor futuro, estruturado segundo quatro diferentes perspectivas (Kaplan e Norton, 2000):

- Financeira, que envolve a estratégia de crescimento, de rentabilidade e de risco, sob a ótica do acionista;
- Cliente, importando na estratégia de criação de valor e diferenciação, sob a perspectiva do cliente;
- Processos de negócio internos, que enfoca as prioridades estratégicas de vários processos de negócio, que criam satisfação para os clientes e acionistas;
- Aprendizado e crescimento das pessoas, alcançando as prioridades para o desenvolvimento de um clima propício à mudança organizacional, à inovação e ao crescimento

Essas quatro dimensões (ou perspectivas) são relacionadas entre si a partir da estratégia organizacional, na qual, a importância de se atualizar e buscar sua fatia no mercado atual. Assim, a Eco Packing Brasil busca novos métodos, para ajudar nas decisões referentes aos indicadores financeiros e não financeiros, visando otimizar as estratégias organizacionais para o sucesso da organização. A conjuntura que se encontra atualmente nas organizações, frente às pressões de competitividade que enfrentam força nossos sistemas e colaboradores, que são obrigados a se adequarem à melhoria de desempenho. Segundo Kaplan e Norton (2000), o BSC passou por um processo de refinamento, convertendo-se de um sistema de mensuração do desempenho em um referencial organizacional do sistema gerencial estratégico. Nesse aspecto o BSC constitui-se em uma ferramenta

integradora das funções administrativas de planejamento, direção e de controle, que passa a permitir a efetiva retroalimentação de cada uma dessas fases para produzir um ciclo gerencial virtuoso. Com ajuda das ferramentas a Eco Packing tem o objetivo de crescimento nos lucros, participação no mercado para estar sempre atualizada, mantendo a satisfação dos clientes e fidelizando com a implantação do bom atendimento e intensificando as propagandas para que resulte o aumento das vendas, maior eficiência na produção atendendo a demanda desejada, aderência de treinar e equipar o pessoal, obtendo motivação dos funcionários, para melhoria do clima organizacional, com isso busca atingir a maior parte do mercado regional, de uma sólida e eficaz, e se tornar uma empresa eco sustentável servindo de modelo.

## **11. PLANO DE PRODUÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO**

### **11.1 Estrutura, sistemas e características de produção**

A fabricação de sacolas plásticas obedece às seguintes etapas: o plástico é colocado em um processo de extrusão e moldagem, logo depois é colorido com anilina. A vantagem da produção das sacolas plásticas é que as peças com defeitos e erros podem ser reaproveitados em um processo de moagem e extrusadas novamente, recomeçando o processo agora com uma peça sem defeitos. A estrutura de produção seguirá o padrão de linha, onde os pedidos dos clientes, uma vez que sejam confirmados seguirão para área de fabricação da empresa, onde cada pedido seguirá uma ordem pré-estabelecidas por pedidos confirmados. Salvo quando ocorra um pedido de demanda emergencial, desde que o mesmo seja feito em uma menor quantidade. Única e exclusivamente de emergência. Os pedidos em processo terão um prazo para sua entrega de acordo como volume negociado, respeitando um limite máximo para produção conforme acordado com os clientes.

### **11.2 Planejamento e controle da produção**

Administração, envolvendo diversos recursos da engenharia, economia, contabilidade, estatística, marketing e tecnologia, do transporte e dos recursos humanos. Fundamentalmente a logística possui uma visão organizacional, onde está administra os recursos materiais, financeiros e pessoais, onde exista movimento na empresa, gerenciando desde a compra e entrada de materiais, o planejamento de produção, o armazenamento, o transporte e a distribuição dos produtos, monitorando as operações e gerenciando informações, ou seja, monitorando toda parte de entrega e recebimento de produtos na empresa. Pela definição do Council of Supply Chain Management Professionals, "logística é a parte do Gerenciamento da Cadeia de Abastecimento que planeja, implementa e controla o fluxo e armazenamento eficiente e econômico de matérias-primas, materiais semiacabados e produtos acabados, bem como as informações a eles relativas, desde o ponto de origem até o ponto de consumo, com o propósito de atender às exigências dos clientes" (Carvalho, 2002, p. 31).

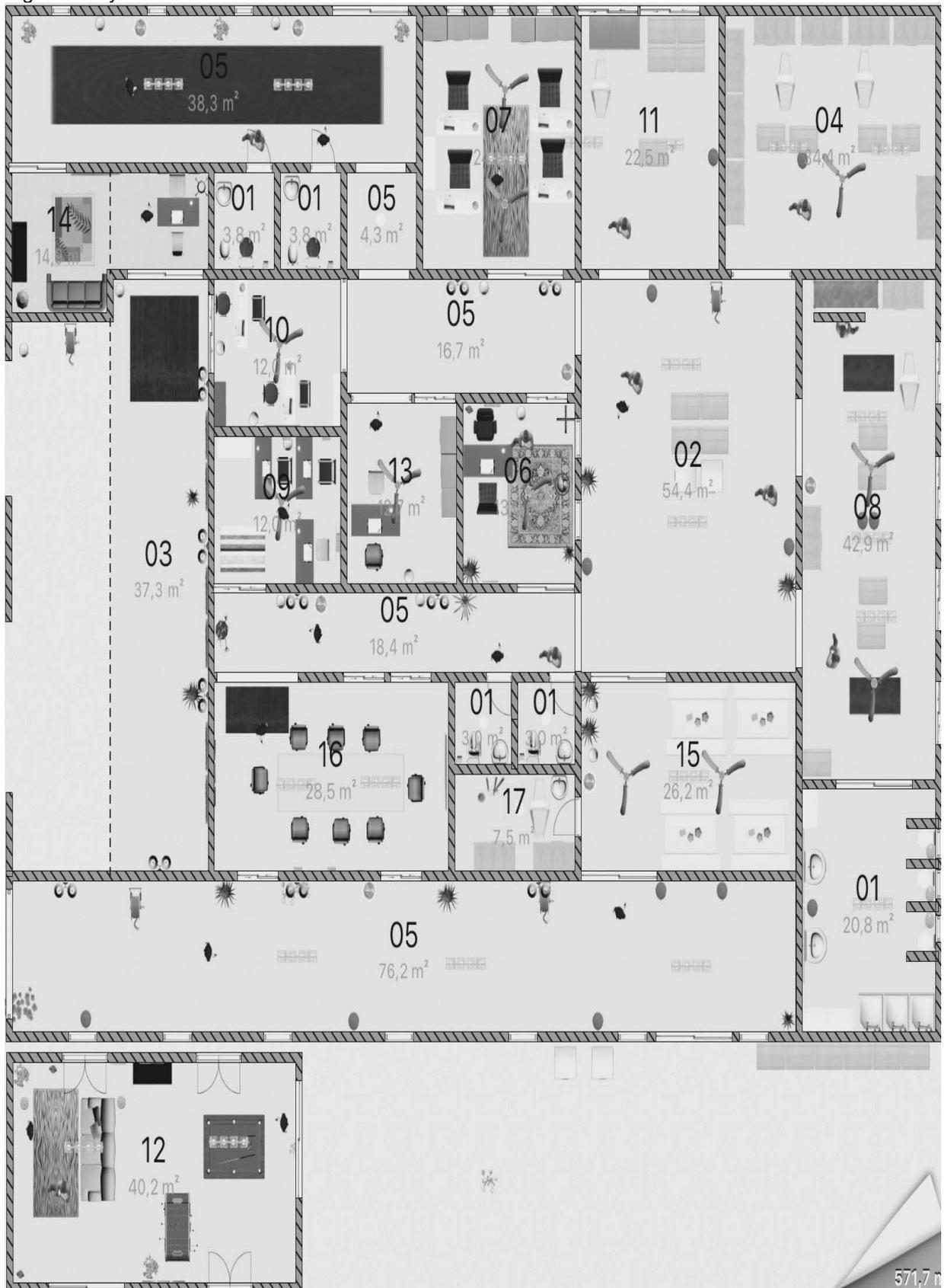
A Eco Packing, irá trabalhar com a produção de sacolas sob encomendas, onde o cliente efetuará seu pedido e a empresa dentro de um prazo estipulado de acordo com o volume deste, fará sua produção. Evitando que se tenha um custo para manutenção dos estoques de matéria-prima muito alto na empresa. Foi definido que a empresa terá um estoque mínimo de 20% (vinte por cento), de sua capacidade mensal, para demandas emergenciais. Também foi definido que as entregas serão feitas por empresas terceirizadas (Transportadoras), pelo modal rodoviário, dos grandes pedidos de nossos clientes. Sendo que quando ocorrer pedidos de pequenas quantidades para reposições ou cobertura emergenciais de sacolas, a Eco Packing conta com uma pequena frota de veículos de médio porte (Vans) para atendimento destas demandas.

### **11.3 Layout**

Foi definido um layout para a empresa de forma a atender certos padrões de respeito ao meio ambiente, auto sustentabilidade, designer favorável ao aproveitamento dos recursos naturais, tais como: luminosidade e captação e reutilização das águas de chuva, assim como proporcionar maior conforto e bem estar, tanto para nossos colaboradores, bem como nossos clientes.

Como mostra o projeto a seguir:

Figura 4 Layout



Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 15 Local/ m<sup>2</sup>

| <b>ECO VALE BRASIL LTDA<br/>(área construída)</b> | <b>Superfície</b>          |
|---|----------------------------|
| Banheiro - 01                                     | 3,8 m <sup>2</sup>         |
| Banheiro - 01                                     | 3,8 m <sup>2</sup>         |
| Banheiro - 01                                     | 20,8 m <sup>2</sup>        |
| Banheiro - 01                                     | 3,0 m <sup>2</sup>         |
| Banheiro - 01                                     | 3,0 m <sup>2</sup>         |
| Hall de Entrada - 02                              | 54,4 m <sup>2</sup>        |
| Área de Acesso - 03                               | 37,3 m <sup>2</sup>        |
| Almoxarifado - 04                                 | 34,4 m <sup>2</sup>        |
| Corredor - 05                                     | 38,3 m <sup>2</sup>        |
| Corredor - 05                                     | 16,7 m <sup>2</sup>        |
| Corredor - 05                                     | 4,3 m <sup>2</sup>         |
| Corredor - 05                                     | 18,4 m <sup>2</sup>        |
| Corredor - 05                                     | 76,2 m <sup>2</sup>        |
| Administrador - 06                                | 13,0 m <sup>2</sup>        |
| Área Comercial - 07                               | 24,9 m <sup>2</sup>        |
| Área De Produção - 08                             | 42,9 m <sup>2</sup>        |
| Assistente Administrativo Financeiro - 09         | 12,0 m <sup>2</sup>        |
| Assistente De Marketing Comercial - 10            | 12,0 m <sup>2</sup>        |
| Assistente Operacional De Produção - 11           | 22,5 m <sup>2</sup>        |
| Espaço de Convivência - 12                        | 40,2 m <sup>2</sup>        |
| Gerente Executivo - 13                            | 12,7 m <sup>2</sup>        |
| Recepção - 14                                     | 14,9 m <sup>2</sup>        |
| Refeitório - 15                                   | 26,2 m <sup>2</sup>        |
| Sala de Reunião - 16                              | 28,5 m <sup>2</sup>        |
| Manutenção - 17                                   | 7,5 m <sup>2</sup>         |
| <b>TOTAL</b>                                      | <b>571,7 m<sup>2</sup></b> |

Fonte: Elaborado pelos autores

#### 11.4 Lista de fornecedores

A Eco Packing tem em seu planejamento, buscar parceiros dentro do território nacional para a aquisição de seus insumos de produção. Dando preferência para aqueles que se utiliza da captação e reciclagem de resíduos coletados através de coleta seletiva na região metropolitana de Belo Horizonte. Assim como a parceria com instituições ligadas a Associações de Catadores de Plásticos, como a ASMARE, dos municípios da região metropolitana que nos proporcionará este material. E para complemento de insumos e para matérias primas já beneficiadas, como o granulado plástico, dentre outros, as compras serão realizadas através de indústrias tanto no território nacional, como também a possibilidade de utilização de

insumos importados, mais precisamente do mercado Chinês, através de compras efetuadas com importadores nacionais.

### **11.5 Processos de recebimento e controle de matérias**

O recebimento da matéria prima será pelo modal rodoviário, e o seu armazenamento acontecerá de forma organizada em nosso depósito com um controle rigoroso, de maneira que preferencialmente este estoque gire do mais antigo para o mais recente (PEPS). Assim, a empresa terá um controle com remessas de estoques para produção com um menor espaço de tempo para estocagem.

### **11.6 Indicadores de estoque (segurança, médio e máximo)**

Foi definido um estoque mínimo de 20% de sua capacidade total, com um estoque médio de 35% e um máximo de 50% da capacidade limite. Com isso a empresa irá procurar trabalhar com foco em cima de encomendas pré-estabelecidas, para que não haja a necessidade de possuir grandes volumes de insumos em estoque. Diminuindo assim, custos de estocagem, e eventuais desperdícios e perdas da matéria prima.

### **11.7 Ferramentas de TI aplicáveis ao processo de planejamento e controle da logística e produção**

Segundo Fitzsimons (2000), em consonância, a TI é fundamental para as organizações, sem o seu fornecimento as organizações não conseguem entregar os bens gerados, impedindo a entrada de receitas. Para Sturm (2001) a qualidade de um serviço pode ser medida considerando; disponibilidade; desempenho; capacidade de resposta e percepção do usuário ao desempenho. No sistema de registros internos para o início das atividades da Eco Packing será aplicado um software simples para o controle de vendas, entradas e saídas, quantidade produzida e vendidas, controle financeiro, e por fim um controle dos dados de todos os clientes, como cadastro, os orçamentos. Após 6 meses de mercado a empresa irá adquirir na sua gestão o programa ERP, plataforma de software desenvolvida para integrar a equipe, possibilitando armazenamento de todas as informações, com esse

software pode-se adquirir na empresa o gerenciamento com melhora na base de dados operacional e gerencial, evitando perda de informação, eliminando retrabalhos e reduzindo custos.

Será utilizado também o sistema WMS tem o objetivo controlar, coordenar as sacolas no armazém, nos diferentes designers, facilitando os processos e volumes. Para o controle de contagem e identificação das sacolas personalizadas e as comuns, produção será aderido o tipo de código de barras EAN facilitando assim as vendas para os clientes.

### 11.8 Recursos patrimoniais e formas de controle do patrimônio (inventário)

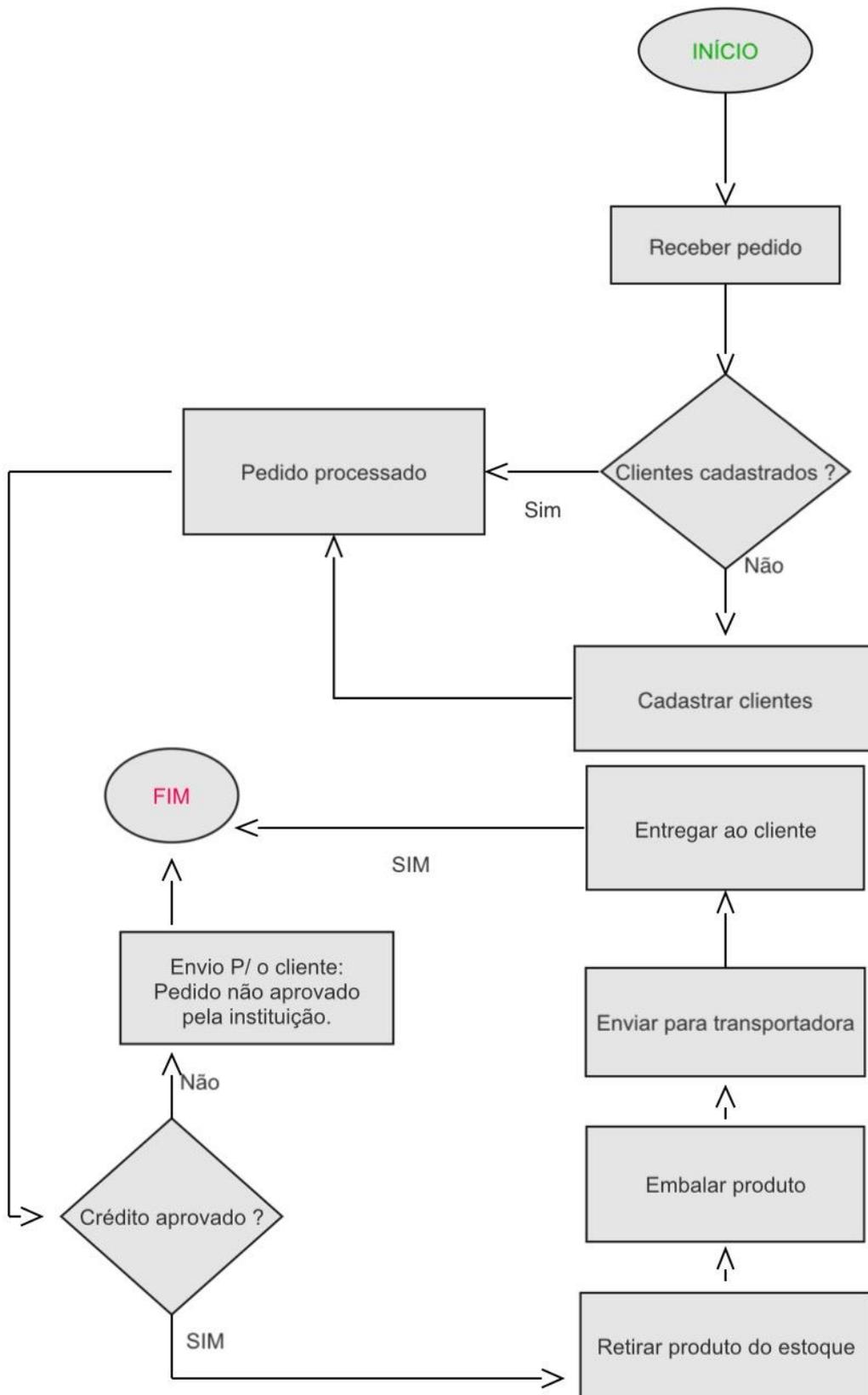
Quadro 16 Recursos Patrimoniais

| Descrição                      | Quantidade | Preço Unitário | Preço Final | Depreciação   |
|--------------------------------|------------|----------------|-------------|---------------|
| Corte Vinco e Sacoleira        | 1          | 22.990,00      | 22.990,00   | R\$ 2.299,00  |
| Auto Bloc 900                  | 1          | 54.990,00      | 54.990,00   | R\$ 5.499,00  |
| Auto Bloc Servo Drive          | 1          | 68.990,00      | 68.990,00   | R\$ 6.899,00  |
| Eco Plast                      | 1          | 27.500,00      | 27.500,00   | R\$ 2.750,00  |
| Móveis (Mesas e Cadeiras)      | 5          | 2.000,00       | 10.000,00   | R\$ 1.000,00  |
| Computadores                   | 5          | 2.000,00       | 10.000,00   | R\$ 2.000,00  |
| Veículos                       | 2          | 50.000,00      | 100.000,00  | R\$ 20.000,00 |
| Total                          |            |                | 294.470,00  | R\$ 40.447,00 |
| Fonte: Elaborado pelos autores |            |                |             |               |

### 11.9 Fluxograma do processo logístico

Abaixo apresentamos o processo logístico do recebimento e manuseio dos insumos utilizados na fabricação de nossos produtos.

Figura 5 Fluxograma



Fonte: Elaborado pelos autores

### **11.10 Modais de transporte para distribuição**

A entrega dos nossos produtos será feita por veículos próprios, no caso de quantidades expressas de menor valor. E para as grandes encomendas serão utilizados os serviços de transportes contratadas que fazem a distribuição de todas as regiões.

### **11.11 Processo de logística verde reversa, logística verde e sustentabilidade**

A Eco Packing Brasil, com intuito de reduzir a concentração de gases do efeito estufa na atmosfera, por meio do estabelecimento de novos plantios sustentáveis em praças, vias públicas, parques, escolas e outros criaram o projeto chamado de ECO sustentar, contribuindo com a redução de CO<sup>2</sup> na atmosfera, dentro também deste mesmo projeto faremos convênios com as prefeituras da região metropolitana para instalação de postos de coletas seletivas nos locais de grande circulação pública para diminuir a incidência de descartes indevidos de produtos tóxico e perigosos ao meio ambiente. A Eco Packing Brasil tem uma preocupação com o bem estar e com a qualidade de vida no trabalho dos seus colaboradores, para isso, reservamos um espaço de convivência para os momentos livres de trabalho, onde poderá desfrutar de momentos de tranquilidade e lazer.

### **11.12 Processo de atendimento ao cliente e as ferramentas de atendimento, considerando o relacionamento, a venda, a entrega e o acompanhamento pós – serviços.**

Nesta seção abordam-se as ferramentas e os processos de atendimento bem como, relacionamento, venda, entrega e acompanhamento pós serviço, por fim as ferramentas de tecnologia da informação na gestão de serviço. Na atualidade segundo Kotler (2005), o marketing assumiu um papel vital dentro das organizações, pois, o marketing deve identificar e criar formas de gerar valor para o cliente-alvo da organização. Afirmando, ainda, que os clientes avaliam qual oferta proporciona maior valor, formando uma expectativa de valor e avaliando sua satisfação a partir da capacidade da oferta atender ou não está expectativa. Nesta perspectiva Gordon

(2002), afirma que os clientes querem uma associação mais ampla, o que faz com que o profissional de marketing precise, primeiramente, desenvolver um apoio interno para criar um relacionamento durável com eles em benefício de ambos, fornecedor e cliente. Destaca-se assim o marketing de relacionamento, que nas palavras de McKenna (2005), o marketing de relacionamento pressupõe os princípios de interatividade, conectividade e criatividade, para que o cliente realmente possa fazer parte da estratégia da organização no planejamento de serviços de valor, de maneira dinâmica e contínua. A empresa Eco Packing Brasil no segmento de sacolas ecológicas retornáveis, com visão sustentável, além de apoiar projetos comunitários, palestras educativas nas escolas, entre outros projetos significativos em prol do meio ambiente, buscará o diferencial em atender às necessidades e expectativas dos clientes agregando valor e um relacionamento amigável. Além de escutar o cliente criando novas ideias, ouvindo sugestões para levantar novas possibilidades, essas opiniões serão depositadas em local apropriado na recepção do estabelecimento ou por meio das mídias sócias, telefone, mantendo-os informados, satisfeitos com o atendimento, realizando um processo bem elaborado e utilizados para que possa reduzir os custos e melhorar a produtividade e os resultados, colocando o relacionamento com cliente em primeiro lugar, e acima de tudo ser pontuais nos serviços. Conforme Kotler (1998), atualmente as pessoas podem comunicar-se por meio da mídia tradicional ou por novas formas de mídia. Reconhecem-se como mídias tradicionais, jornais, rádio, telefone e televisão. Já como novas formas de mídia citam-se: computadores, celulares. O atendimento será realizado por atacado e varejo, onde também a empresa irá contar com um representante treinado capaz de orientar os clientes potencias apresentando design e modelos variados, fazendo visitas aos clientes. Ainda sobre Kotler (1998), a redução dos custos com campanhas de comunicação, propiciada pelas novas formas de mídia, direcionou novas organizações a trocarem a tecnologia de massa para a tecnologia dirigida, assim como no diálogo um a um. As ferramentas de marketing devem ser utilizadas de forma a se complementarem. Para isso é preciso que conciliar as vantagens oferecidas por cada uma delas, por exemplo: no telemarketing, melhorando previamente seu formato; na internet, com o treinamento necessário para clientes; na venda pessoal, focalizando mais o cliente para uso de novas tecnologias do que na emissão de novos pedidos por si só. A divulgação da empresa e produto será por meio das mídias sociais com a tecnologia da internet, e

site, revistas; jornais, e participação em feiras sempre acompanhando as ofertas dos concorrentes no ramo da empresa e estando atenta. O consumidor poderá ter acesso a sua loja de maneira mais rápida e dinâmica; ela servirá para que crie mecanismos com o objetivo de receber sugestões, resolver problemas (sempre que possível e caso seja necessário) e tirar dúvidas, contribuindo assim, com a decisão de compra do cliente. A produção da empresa está preparada e equipada para atender com eficiência e qualidade todos os pedidos de acordo com a demanda, atendendo a necessidade do seu estabelecimento ao mesmo tempo, valorizando e destacando a imagem da sua empresa. De acordo com Rosa (2004, p.12) A busca pela excelência na qualidade de produtos e serviços depende e muito do quão estreito é o relacionamento das empresas com seus clientes, isso por que são eles os responsáveis em utilizar esse segmento, ou seja, são eles quem sentem na pele que tipos de benefícios determinado produto ou serviço pode lhe oferecer e o que pode e deve ser melhorado para melhor satisfazê-lo. Segundo Robbins (2005, p.10), “até a definição de qualidade reflete essa perspectiva: os especialistas enfatizam que a qualidade é o que o cliente diz que é”. Já Mckenna (1999), os relacionamentos devem ser satisfatórios e orientados para o longo prazo, visando fortalecer o posicionamento da empresa. O posicionamento de um produto ou serviço da empresa deve partir do seu ambiente, e se modificar na medida em que o ambiente se também se modifica. Por outro lado, a empresa deve determinar o modo como deseja colocar seu produto ou serviço no mercado como, por exemplo, a construção de uma imagem de preço baixo, de alta qualidade ou de tecnologia avançada, além de identificar, conhecer e apoiar seus clientes, fornecedores, distribuidores e funcionários. Desta forma, o posicionamento adequado contribui para a empresa ganhar a credibilidade e os parceiros potenciais que ajudarão a empresa a influenciar e conquistar o mercado. É preciso ressaltar que as empresas também precisam saber se posicionar em termos do planejamento da imagem da empresa, do produto ou serviço, do marketing e da saúde financeira da empresa. Segundo Las Casas (2000, p.157) “as entregas ocorrem de várias formas. Acompanhamento “dos serviços, entregas, empacotamento regular, ajustes, devoluções, alterações, cobranças”. O cliente terá a comodidade de efetuar suas compras em seu próprio estabelecimento. Sendo feito de forma simples, rápida e segura por meio da internet e do aplicativo móvel da empresa, as equipes realizarão visitas aos clientes para oferecer os produtos, visando um relacionamento de confiança entre ambas as

partes, com transparência será realizada a negociação na qual, o cliente efetuara a cotação por meio do orçamento on-line disponível em site, ou do aplicativo. Após a aprovação destes, as informações do design das sacolas serão enviadas em arquivos e anexadas para que seja realizado o modelo desejado, que por meio da criação do layout, que a equipe da empresa que desenvolverá o produto final, que será encaminhado para aprovação. Assim que o cliente receber o seu pedido, será feita um acompanhamento para averiguar se os pedidos estão de acordo; o grau de satisfação das sacolas adquiridas; do processo de entrega e sugestões. Então o método de satisfação dos clientes e verificação de atendimento da Eco Packing será realizada pesquisas sobre reclamações feitas na internet por clientes, com o objetivo de conhecer os motivos de reclamações e tentar solucioná-los, obtendo a recuperação do cliente, pois para a empresa não é uma propaganda positiva ter um cliente compartilhando sua insatisfação com várias pessoas.

## 12. PROJEÇÕES DE CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇO

### 12.1 Gastos, custos, despesas, investimentos e perdas

#### Investimento

Será realizado o investimento pela empresa Eco Packing na aquisição dos seguintes itens abaixo:

Quadro 17 Investimento

| Descrição                      | Quantidade | Preço Unitário | Preço Final | Depreciação   |
|--------------------------------|------------|----------------|-------------|---------------|
| Corte Vinco e Sacoleira        | 1          | 22.990,00      | 22.990,00   | R\$ 2.299,00  |
| Auto Bloc 900                  | 1          | 54.990,00      | 54.990,00   | R\$ 5.499,00  |
| Auto Bloc Servo Drive          | 1          | 68.990,00      | 68.990,00   | R\$ 6.899,00  |
| Eco Plast                      | 1          | 27.500,00      | 27.500,00   | R\$ 2.750,00  |
| Móveis (Mesas e Cadeiras)      | 5          | 2.000,00       | 10.000,00   | R\$ 1.000,00  |
| Computadores                   | 5          | 2.000,00       | 10.000,00   | R\$ 2.000,00  |
| Veículos                       | 2          | 50.000,00      | 100.000,00  | R\$ 20.000,00 |
| Total                          |            |                | 294.470,00  | R\$ 40.447,00 |
| Fonte: Elaborado pelos autores |            |                |             |               |

Será adquirido um volume de maquinário no valor de R\$ 174.400,00 para uma produção inicial de 7.000.000 de sacolas biodegradáveis. Serão todos os custos que incorpora valor ao meu produto, ou seja, está ligada a atividade fim da empresa. A seguir serão apresentados os custos da empresa. Estes custos estão sendo avaliados pela metodologia de custeio de absorção.

Quadro 18 Custos Fixos Direto

| Tipo                | Quantidade      | Preço Final | Período |
|---------------------|-----------------|-------------|---------|
| Mão de Obra Direta* | 8 colaboradores | 13.790,94   | Mensal  |
| Total               |                 | 13.790,94   |         |

Fonte: Elaborado pelos autores

\* Anexa planilha de mão de obra

Quadro 19 Custos Fixos Indireto

| Tipo                  | Quantidade      | Preço Final | Período |
|-----------------------|-----------------|-------------|---------|
| Mão de Obra Indireta* | 4 colaboradores | 11.689,11   | Mensal  |
| Aluguel               | 1 galpão        | 9.950,00    | Mensal  |
| Total                 |                 | 21.639,11   |         |

Fonte: Elaborado pelos autores

\* Anexa planilha de mão de obra

Quadro 20 Custos Variáveis Direto

| Tipo                     | Quantidade | Preço Final | Período |
|--------------------------|------------|-------------|---------|
| Matéria Prima (Unidades) | 583.333    | 9.566,67    | Mensal  |
| Total                    |            | 9.566,67    |         |

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 21 Custos Variáveis Indireto

| Tipo                    | Quantidade | Preço Final | Período |
|-------------------------|------------|-------------|---------|
| Manutenção (Preventiva) | 4 máquinas | 2.000,00    | Mensal  |
| Total                   |            | 2.000,00    |         |

Fonte: Elaborado pelos autores

Despesas serão todos os bens ou serviços consumidos para obtenção das receitas da empresa. Seguem itens abaixo:

Quadro 22 Despesas Pré Operacionais

| Tipo                           | Preço Final |
|--------------------------------|-------------|
| Despesas para abertura empresa | 1.500,00    |
| DAE Jucemg                     | 242,18      |
| Total                          | 1.742,18    |

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 23 Despesas Fixas Diretas

| Tipo                   | Quantidade      | Preço Final | Período |
|------------------------|-----------------|-------------|---------|
| Mão de Obra            | 6 colaboradores | 11.623,90   | Mensal  |
| Água                   |                 | 3.000,00    | Mensal  |
| Luz                    |                 | 4.000,00    | Mensal  |
| Telefone               |                 | 1.000,00    | Mensal  |
| Contador               |                 | 2.000,00    | Mensal  |
| Marketing              |                 | 1.313,83    | Mensal  |
| Manutenção (Corretiva) |                 | 1.000,00    | Mensal  |
| Total                  |                 | 23.937,73   |         |

Fonte: Elaborado pelos autores

\* Anexa planilha de mão de obra

Quadro 24 Despesas Variáveis Indiretas

| Tipo                    | Preço Final | Período |
|-------------------------|-------------|---------|
| Participações em Feiras | 500,00      | Mensal  |
| Combustível             | 2.500,00    | Mensal  |
| Total                   | 2.500,00    | Mensal  |

Fonte: Elaborado pelos autores

## 12.2 Método de rateio de custos

Quadro 25 Custos Direto

| Produção Sacolas | Produção Mensal | Produção Anual | %   |
|------------------|-----------------|----------------|-----|
| Biodegradável    | 333.333         | 4.000.000      | 57  |
| Personalizada    | 250.000         | 3.000.000      | 43  |
|                  | 583.333         | 7.000.000      | 100 |

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 26 Custos Direto/Mão de Obra Direta

| Tipo                 | Preço Final |
|----------------------|-------------|
| Sacola Biodegradável | 14.523,63   |
| Sacola Personalizada | 10.956,42   |
| Total                | 25.480,05   |

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 27 Custos Indireto/Mão de Obra Indireta

| Tipo                 | Preço Final |
|----------------------|-------------|
| Sacola Biodegradável | 12.605,17   |
| Sacola Personalizada | 9.509,17    |
| Total                | 22.114,34   |

Fonte: Elaborado pelos autores

O rateio de custos utilizado pela Eco Packing será de acordo com a produção de sacolas, ou seja, na quantidade produzidas de sacolas biodegradáveis.

## 12.3 Sistema de Custeio de Estoque

A empresa Eco Packing utilizará o sistema de custeio de estoque PEPS (Primeiro que entra, primeiro que sai), quando uma sacola é retirada do estoque, dá-se prioridade a sacola mais antiga, ou seja, as primeiras fabricadas serão as primeiras

vendidas para os clientes. A empresa irá trabalhar com um estoque mínimo nas unidades de venda, através de um sistema sob demanda, ou seja, cada unidade vendida imediatamente gera um pedido de reposição.

#### 12.4 Custo do produto

O custo total da empresa Eco Packing está definido em custos fixos que em determinado período (mensal) tem seu montante fixado independente de oscilações provenientes da atividade. São 8 colaboradores que estão direto na produção, aluguel do galpão e manutenção preventiva de maquinário.

Custos variáveis que têm seu valor determinado em detrimento as oscilações provenientes da atividade. Foi determinado pela nossa empresa as quantidades de matérias-primas exigidas para o atendimento da produção. Para composição do Orçamento de Total de Matéria Prima foi necessário obter a necessidade de produção dos insumos para o período.

#### 12.5. Preço de venda

A empresa Eco Packing definiu através da observação junto aos concorrentes, os preços das sacolas foram formados de acordo com a média de pesquisa no mercado. Foi constituído um plano das vendas da empresa para determinado período de tempo.

**Quadro 28 Custo/Produção**

|                  |            |
|------------------|------------|
| Custo Total      | 46.996,72  |
| Produção Sacolas | 583.333,33 |
| Custo Unitário   | 0,08       |

Fonte: Elaborado pelos autores

**Quadro 29 Preço de venda**

| Preço de Venda       | Valor Unitário | Total      |
|----------------------|----------------|------------|
| Sacola Biodegradável | 0,30           | 100.000,00 |
| Sacola Personalizada | 0,36           | 90.000,00  |
| Total                |                | 190.000,00 |

Fonte: Elaborado pelos autores

## 12.6 Margem de contribuição

Quadro 30 Margem de Contribuição

|                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| Margem de Contribuição            | 175.933,33 |
| Margem de Contribuição (%)        | 92,60      |
| Margem de Contribuição (Unitário) | 0,30       |

Fonte: Elaborado pelos autores

## 12.7 Ponto de equilíbrio

Quadro 31 Ponto de Equilíbrio

|                                |         |
|--------------------------------|---------|
| Ponto de Equilíbrio Contábil   | 235.194 |
|                                |         |
| Ponto de Equilíbrio Econômico  | 372.213 |
|                                |         |
| Ponto de Equilíbrio Financeiro | 101.086 |

Fonte: Elaborado pelos autores

### **13. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Pode-se concluir que a empresa Eco Packing Brasil, em relação ao ponto de equilíbrio terá a capacidade de cobrir todos os seus gastos, demonstrando sua viabilidade devido a interação e organização de todas as áreas envolvidas desde o início do negócio. De acordo com a prestação de serviços a empresa está apta a desenvolver um ótimo relacionamento com seus clientes, pois o comprometimento da empresa está focado a satisfação dos mesmos. Com relação a demanda de produção realizada pela empresa, se espera alcançar o nível mais elevado, superando as expectativas e garantindo total eficiência nos processos logísticos. Nosso foco sempre será nossos clientes, em garantir suas necessidades e proporcionar um produto de alta qualidade e um atendimento do mais alto nível. Com base nessas informações a Eco Packing Brasil terá potencial para a continuação desse projeto, com um trabalho de inovar e se aperfeiçoar nessa área de sacolas biodegradáveis.

## 14. REFERÊNCIAS

BESSA, C. F. M. N. de. Marketing de relacionamento como instrumento de gestão. I

BORBA, V. R. Marketing de Relacionamento: para organizações de saúde. São Paulo: Atlas, 2004. p. 65 – 87.

CARVALHO, José Meixa Crespo de - Logística. 3ª ed. Lisboa: Edições Silabo, 2002.  
FITZSIMONS- James. E FITZSIMONS, Mona J. Administração de serviços: operações, estratégias e tecnologia de informação. Porto alegre: Bookman 2000.

GORDON, I. Marketing de relacionamento: estratégias, técnicas e tecnologias para conquistar clientes e mantê-los para sempre. São Paulo: Futura, 2002

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle, Comunicação. 5ª Edição. São Paulo. Editora Atlas, 1998.

KOTLER, P. Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2005  
LAS CASAS- Marketing de varejo. 2ºed.-São paulo:Atlas,2000.

MCKENNA, Regis. Marketing de Relacionamento. Rio de Janeiro. Editora Campus, 1993.

ROSA, Silvana Goulart Machado. O poder do pós venda. 2.ed. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2004

STURM, R.; MORRIS, W.; JANDER, M. Service Level Management: Fundamentos do Gerenciamento de Níveis de Serviço. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

<http://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/metodosdecusteio.html> acesso 15 de abril 2015

<http://dominium.cnt.br/?acao=tabelas&op=depreciacao.html> acesso 15 abril 2015

ADEVA, Pontualidade. Disponível em:

[http://www.adeva.org.br/jornalconviva/artigo\\_detalhe.php?jornal=43&registro=497ac](http://www.adeva.org.br/jornalconviva/artigo_detalhe.php?jornal=43&registro=497ac)  
cesso em 15 de abril de 2015 às 20h36min

ADMINISTRADORES, Segmentação de Mercado. Disponível em:

<http://www.administradores.com.br/acesso> em 12 de abril de 2015 às 13h11min

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas.3 ed. Campus.2008.

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução a Teoria Geral da Administração. Elsevier.2004.

ECO SPY BRASIL, Revista Ecológica. Disponível em:

<http://www.ecospy.com.br/site/assinatura/assinatura01.php> acesso em 13 de abril de 2015 às 17h25min

FAMIG, Segmentação de Mercado. Disponível em:

<file:///C:/Users/Famig/Downloads/SEGMENTAÇÃO%20DE%20MERCADO.pdf>  
acesso em 17 de abril de 2015 às 19h32min

FOLHA, São Paulo. Sacolas. Disponível em:

<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/966083-veto-a-sacolinha-eleva-venda-de-saco-de-lixo.shtml>acesso em 01 de maio de 2015 às 16h30min

GEOGRAFIC, National. Plástico Biodegradável. Disponível

em:<http://viajeaqui.abril.com.br/materias/plastico-biodegradavel-verde-e-oxibiodegradavel-qual-a-diferenca>acesso em 01 de maio de 2015 às 16h50min

INFO ESCOLA, Posicionamento Estratégico. Disponível em:

[http://www.infoescola.com/administracao\\_/posicionamento-estrategico/](http://www.infoescola.com/administracao_/posicionamento-estrategico/)acesso em 15 de abril de 2015 às 10h27min

PALADINI, Edson. Gestão Estratégica de Qualidade. Atlas,2009.

RECICLAVEIS. Plástico Biodegradável. Disponível em:

<http://www.reciclaveis.com.br/noticias/00310/0031008plastico.htm> acesso em 01 de maio de 2015 às 17h20min

RIBEIRO, Antônio de Lima. Gestão de Pessoas. Saraiva.2011

SIGNIFICADOS, Iniciativa. Disponível em:

<http://www.significados.com.br/?s=iniciativa> acesso em 15 de abril de 2015 às 20h44min

SILVIA, Cartag. Sistema de Inteligência de Marketing – SIM. Disponível em:

<https://sites.google.com/site/silviacartag/marketing/sistema-de-inteligencia-de-marketing---sim> acesso em 25 de maio de 2015 às 17h45min

SOBRE ADMINISTRAÇÃO, Avaliação de Desempenho.

Disponível em:<http://www.sobreadministracao.com/avaliacao-de-desempenho-o-que-e-e-como-funciona/> acesso em 15 de abril de 2015 às 19h58min

CÁLCULO, Férias. Cálculo de Férias. Disponível em: <http://comocalcular.com.br/wp-content/uploads/2010/09/calculador-ferias.gif> acesso em: 09 de novembro de 2014 às 13:11h

CALCULADORA, Calculador. Calculo Encargos Sociais. Disponível em:

<http://www.calculador.com.br/> acesso em: 01 de novembro de 2014 às 11:47h

CARREIRAS, Empregos. Pesquisa Salarial. Disponível em:

[http://carreiras.empregos.com.br/carreira/administracao/pesquisa\\_salarial/diretores\\_gerentes.asp](http://carreiras.empregos.com.br/carreira/administracao/pesquisa_salarial/diretores_gerentes.asp) acesso em: 01 de setembro de 2014 às 19:27h

CARREIRA, Plano. Plano de carreira. Disponível em:

<http://www.meumentor.com.br/planodecarreiraempresarial.htm> acesso em 03 de novembro de 2014 às 18:21h

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas.3 ed. Campus.2008,

DOM CABRAL, Fundação. Plano Mercadológico. Disponível em:  
<http://www.fdc.org.br/programas/Paginas/programa.aspx?programa=Programa%20Customizado:%20Foco%20em%20Marketing%20Vendas> acesso em: 08 de novembro de 2014 às 10:30h

EMPREGO, Ministério do Trabalho. Calculo de Encargos Sociais. Disponível em:  
<http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C816A31B027B80131BA6B168E543E/notatec101Desoneracao.pdf> acesso em 09 de novembro de 2014 às 12:24h

EMPRESARIAL, Gestão. Plano de Cargos, Salários e Benefícios. Disponível em:  
<http://www.cpt.com.br/cursos-gestaoempresarial/artigos/plano-de-cargos-e-salarios-beneficios-vantagens-e-resultados-para-a-sua-empresa> acesso em 06 de novembro de 2014 às 21:40h

ESTRÁTEGIA, Promoção. Plano Mercadológico. Disponível em:  
[http://www.carlosmartins.com.br/\\_mktplan/mktplan27.htm](http://www.carlosmartins.com.br/_mktplan/mktplan27.htm) acesso em: 08 de novembro de 2014 às 10:00h

FEDERAL, Supremo Tribunal. Calculo de Encargos Sociais. Disponível em:  
[http://www.stf.jus.br/arquivo/cms/sobreStfEstudoSci/anexo/Encargos\\_Sociais\\_03102007.pdf](http://www.stf.jus.br/arquivo/cms/sobreStfEstudoSci/anexo/Encargos_Sociais_03102007.pdf) acesso em 08 de novembro de 2014 às 10:26h

SOCIAIS, Encargos. Cálculo de Encargos Sociais. Disponível em:  
<http://www.delphin.com.br/orientacao/66-encargos-sociais-sobre-a-folha-de-pagamento> acesso em 07 de novembro de 2014 às 20:48h

TRABALHISTA, Guia. Encargos Sociais. Disponível em:  
[http://www.guiatrabalhista.com.br/tematicas/encargos\\_13salario.htm](http://www.guiatrabalhista.com.br/tematicas/encargos_13salario.htm) acesso 09 de novembro às 20:24h.

Pesquisa Métodos Quantitativos II

<http://verdesegredo.blogspot.com.br/2007/11/sacola-ecologica.html>

Comportamento Organizacional [http://www.infoescola.com/administracao\\_/missao-visao-e-valores-os-principios-essenciais/](http://www.infoescola.com/administracao_/missao-visao-e-valores-os-principios-essenciais/)

Layout <http://www.homedesign3d.net/EN/platforms/>

Diretor Executivo -

<http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/pesquisas/BuscaPorTituloResultado.jsf/>

Gerente Executivo -

<http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/pesquisas/BuscaPorTituloResultado.jsf/>

Assistente Administrativo/Financeiro -

<http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/pesquisas/BuscaPorTituloResultado.jsf/>

Assistente Comercial/Marketing –

<http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/pesquisas/BuscaPorTituloResultado.jsf/>

Assistente Produção/Operacional –

<http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/pesquisas/BuscaPorTituloResultado.jsf/>

Recepcionista –

<http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/pesquisas/BuscaPorTituloResultado.jsf/>

Auxiliar de serviços gerais –

<http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/pesquisas/BuscaPorTituloResultado.jsf/>

Economia e Mercado II

<http://www.abril.com.br/noticias/economia/cresce-vendas-sacolas-ecologicas-571945.shtml>

[http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2011/02/empresas-investem-na-producao-de-sacolas-ecologicas.html./](http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2011/02/empresas-investem-na-producao-de-sacolas-ecologicas.html/)

<http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2011/05/empresarios-lucram-com-producao-de-sacolas-retornaveis-ecobags.html/>

[www.abre.org.br/setor/dados-de-mercado/](http://www.abre.org.br/setor/dados-de-mercado/)

<https://www.administradores.com.br/producao-academica/analise-swot/3060/download/>

## 15. APENDICE

| Ano 1 - Quadro 1 - Orçamento de Vendas (Quantidade) |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |         |
|---|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------|
|   | Jan              | Fev               | Mar               | Abr               | Mai               | Jun               | Jul               | Ago               | Set               | Out               | Nov               | Dez               |         |
| Biodegradável                                       | 4.000.000        | 133.600           | 266.800           | 346.400           | 333.200           | 413.600           | 320.000           | 320.000           | 253.200           | 453.200           | 360.000           | 533.200           | 266.800 |
| Personalizada                                       | 3.000.000        | 150.000           | 150.000           | 300.000           | 300.000           | 300.000           | 150.000           | 150.000           | 225.000           | 225.000           | 300.000           | 450.000           | 300.000 |
| Quadro 2 - Previsão de Preços (\$)                  |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |         |
|   | Jan              | Fev               | Mar               | Abr               | Mai               | Jun               | Jul               | Ago               | Set               | Out               | Nov               | Dez               |         |
| Biodegradável                                       | 0,30             | 0,30              | 0,30              | 0,30              | 0,30              | 0,30              | 0,30              | 0,30              | 0,30              | 0,30              | 0,30              | 0,30              | 0,30    |
| Personalizada                                       | 0,36             | 0,36              | 0,36              | 0,36              | 0,36              | 0,36              | 0,36              | 0,36              | 0,36              | 0,36              | 0,36              | 0,36              | 0,36    |
| Quadro 3 - Orçamento de Vendas (\$)                 |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |         |
|   | Jan              | Fev               | Mar               | Abr               | Mai               | Jun               | Jul               | Ago               | Set               | Out               | Nov               | Dez               |         |
| Biodegradável                                       | 40.080,00        | 80.040,00         | 103.920,00        | 99.960,00         | 124.080,00        | 96.000,00         | 96.000,00         | 75.960,00         | 135.960,00        | 108.000,00        | 159.960,00        | 80.040,00         |         |
| Personalizada                                       | 54.000,00        | 54.000,00         | 108.000,00        | 108.000,00        | 108.000,00        | 54.000,00         | 54.000,00         | 81.000,00         | 81.000,00         | 108.000,00        | 162.000,00        | 108.000,00        |         |
| <b>Total</b>  | <b>94.080,00</b> | <b>134.040,00</b> | <b>211.920,00</b> | <b>207.960,00</b> | <b>232.080,00</b> | <b>150.000,00</b> | <b>150.000,00</b> | <b>156.960,00</b> | <b>216.960,00</b> | <b>216.000,00</b> | <b>321.960,00</b> | <b>188.040,00</b> |         |
| Quadro 4 - Cronograma de Recebimento                |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |         |
|   | JAN              | FEV               | MAR               | ABR               | MAI               | JUN               | Jul               | Ago               | Set               | Out               | Nov               | Dez               |         |
| JAN   |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |         |
| FEV   |                  | 94.080,00         |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |         |
| MAR   |                  |                   | 134.040,00        |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |         |
| ABR   |                  |                   |                   | 211.920,00        |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |         |
| MAI   |                  |                   |                   |                   | 207.960,00        |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |         |
| JUN   |                  |                   |                   |                   |                   | 232.080,00        |                   |                   |                   |                   |                   |                   |         |
| JUL   |                  |                   |                   |                   |                   |                   | 150.000,00        |                   |                   |                   |                   |                   |         |
| AGO   |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   | 150.000,00        |                   |                   |                   |                   |         |
| SET   |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   | 156.960,00        |                   |                   |                   |         |
| OUT   |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   | 216.960,00        |                   |                   |         |
| NOV   |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   | 216.000,00        |                   |         |
| DEZ   |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   | 321.960,00        |         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>0,00</b>      | <b>94.080,00</b>  | <b>134.040,00</b> | <b>211.920,00</b> | <b>207.960,00</b> | <b>232.080,00</b> | <b>150.000,00</b> | <b>150.000,00</b> | <b>156.960,00</b> | <b>216.960,00</b> | <b>216.000,00</b> | <b>321.960,00</b> |         |

| Ano 1 - Quadro 5 - Orçamento de Produção (Quantidade) |                 |                     |                     |                      |                      |                      |                     |                     |                     |                      |                      |                      |           |
|---|-----------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------|
|   | Jan             | Fev                 | Mar                 | Abr                  | Mai                  | Jun                  | Jul                 | Ago                 | Set                 | Out                  | Nov                  | Dez                  |           |
| Biodegradável   | 133.600         | 266.800             | 346.400             | 333.200              | 413.600              | 320.000              | 320.000             | 253.200             | 453.200             | 360.000              | 533.200              | 266.800              |           |
| Personalizada   | 150.000         | 150.000             | 300.000             | 300.000              | 300.000              | 150.000              | 150.000             | 225.000             | 225.000             | 300.000              | 450.000              | 300.000              |           |
| Quadro 6 - Orçamento Matéria Prima (Quantidade)       |                 |                     |                     |                      |                      |                      |                     |                     |                     |                      |                      |                      |           |
| Biodegradável   | Coefficiente    | Jan                 | Fev                 | Mar                  | Abr                  | Mai                  | Jun                 | Jul                 | Ago                 | Set                  | Out                  | Nov                  | Dez       |
| Polietileno de Alta Densidade (Poli Eco)              | 0,10            | 13.360,00           | 26.680,00           | 34.640,00            | 33.320,00            | 41.360,00            | 32.000,00           | 32.000,00           | 25.320,00           | 45.320,00            | 36.000,00            | 53.320,00            | 26.680,00 |
| D2W   | 0,08            | 10.688,00           | 21.344,00           | 27.712,00            | 26.656,00            | 33.088,00            | 25.600,00           | 25.600,00           | 20.256,00           | 36.256,00            | 28.800,00            | 42.656,00            | 21.344,00 |
| Personalizada   | Coefficiente    | Jan                 | Fev                 | Mar                  | Abr                  | Mai                  | Jun                 | Jul                 | Ago                 | Set                  | Out                  | Nov                  | Dez       |
| Polietileno de Alta Densidade (Poli Eco)              | 0,10            | 15.000,00           | 15.000,00           | 30.000,00            | 30.000,00            | 30.000,00            | 15.000,00           | 15.000,00           | 22.500,00           | 22.500,00            | 30.000,00            | 45.000,00            | 30.000,00 |
| D2W   | 0,08            | 12.000,00           | 12.000,00           | 24.000,00            | 24.000,00            | 24.000,00            | 12.000,00           | 12.000,00           | 18.000,00           | 18.000,00            | 24.000,00            | 36.000,00            | 24.000,00 |
| Quadro 7 - Orçamento Total Matéria Prima (Quantidade) |                 |                     |                     |                      |                      |                      |                     |                     |                     |                      |                      |                      |           |
|   | Jan             | Fev                 | Mar                 | Abr                  | Mai                  | Jun                  | Jul                 | Ago                 | Set                 | Out                  | Nov                  | Dez                  |           |
| Polietileno de Alta Densidade (Poli Eco)              | 28.360,00       | 41.680,00           | 64.640,00           | 63.320,00            | 71.360,00            | 47.000,00            | 47.000,00           | 47.820,00           | 67.820,00           | 66.000,00            | 98.320,00            | 56.680,00            |           |
| D2W   | 22.688,00       | 33.344,00           | 51.712,00           | 50.656,00            | 57.088,00            | 37.600,00            | 37.600,00           | 38.256,00           | 54.256,00           | 52.800,00            | 78.656,00            | 45.344,00            |           |
| Quadro 8 - Previsão de Preço Insumos (\$)             |                 |                     |                     |                      |                      |                      |                     |                     |                     |                      |                      |                      |           |
|   | Jan             | Fev                 | Mar                 | Abr                  | Mai                  | Jun                  | Jul                 | Ago                 | Set                 | Out                  | Nov                  | Dez                  |           |
| Polietileno de Alta Densidade (Poli Eco)              | 0,10            | 0,10                | 0,10                | 0,10                 | 0,10                 | 0,10                 | 0,10                | 0,10                | 0,10                | 0,10                 | 0,10                 | 0,10                 |           |
| D2W   | 0,08            | 0,08                | 0,08                | 0,08                 | 0,08                 | 0,08                 | 0,08                | 0,08                | 0,08                | 0,08                 | 0,08                 | 0,08                 |           |
| Quadro 9 - Orçamento Total Matéria Prima (\$)         |                 |                     |                     |                      |                      |                      |                     |                     |                     |                      |                      |                      |           |
|   | Jan             | Fev                 | Mar                 | Abr                  | Mai                  | Jun                  | Jul                 | Ago                 | Set                 | Out                  | Nov                  | Dez                  |           |
| Polietileno de Alta Densidade (Poli Eco)              | 2.836,00        | 4.168,00            | 6.464,00            | 6.332,00             | 7.136,00             | 4.700,00             | 4.700,00            | 4.782,00            | 6.782,00            | 6.600,00             | 9.832,00             | 5.668,00             |           |
| D2W   | 1.815,04        | 2.667,52            | 4.136,96            | 4.052,48             | 4.567,04             | 3.008,00             | 3.008,00            | 3.060,48            | 4.340,48            | 4.224,00             | 6.292,48             | 3.627,52             |           |
| <b>Total</b>  | <b>4.651,04</b> | <b>6.835,52</b>     | <b>10.600,96</b>    | <b>10.384,48</b>     | <b>11.703,04</b>     | <b>7.708,00</b>      | <b>7.708,00</b>     | <b>7.842,48</b>     | <b>11.122,48</b>    | <b>10.824,00</b>     | <b>16.124,48</b>     | <b>9.295,52</b>      |           |
| Quadro 10 - Cronograma de Pagamento (\$)              |                 |                     |                     |                      |                      |                      |                     |                     |                     |                      |                      |                      |           |
|   | JAN             | FEV                 | MAR                 | ABR                  | MAI                  | JUN                  | Jul                 | Ago                 | Set                 | Out                  | Nov                  | Dez                  |           |
| JAN   |                 |                     |                     |                      |                      |                      |                     |                     |                     |                      |                      |                      |           |
| FEV   |                 | 4.651,04            |                     |                      |                      |                      |                     |                     |                     |                      |                      |                      |           |
| MAR   |                 |                     | 6.835,52            |                      |                      |                      |                     |                     |                     |                      |                      |                      |           |
| ABR   |                 |                     |                     | 10.600,96            |                      |                      |                     |                     |                     |                      |                      |                      |           |
| MAI   |                 |                     |                     |                      | 10.384,48            |                      |                     |                     |                     |                      |                      |                      |           |
| JUN   |                 |                     |                     |                      |                      | 11.703,04            |                     |                     |                     |                      |                      |                      |           |
| JUL   |                 |                     |                     |                      |                      |                      | 7.708,00            |                     |                     |                      |                      |                      |           |
| AGO   |                 |                     |                     |                      |                      |                      |                     | 7.708,00            |                     |                      |                      |                      |           |
| SET   |                 |                     |                     |                      |                      |                      |                     |                     | 7.842,48            |                      |                      |                      |           |
| OUT   |                 |                     |                     |                      |                      |                      |                     |                     |                     | 11.122,48            |                      |                      |           |
| NOV   |                 |                     |                     |                      |                      |                      |                     |                     |                     |                      | 10.824,00            |                      |           |
| DEZ   |                 |                     |                     |                      |                      |                      |                     |                     |                     |                      |                      | 16.124,48            |           |
| <b>TOTAL</b>  | <b>R\$ 0,00</b> | <b>R\$ 4.651,04</b> | <b>R\$ 6.835,52</b> | <b>R\$ 10.600,96</b> | <b>R\$ 10.384,48</b> | <b>R\$ 11.703,04</b> | <b>R\$ 7.708,00</b> | <b>R\$ 7.708,00</b> | <b>R\$ 7.842,48</b> | <b>R\$ 11.122,48</b> | <b>R\$ 10.824,00</b> | <b>R\$ 16.124,48</b> |           |

| Ano 3 - Quadro 14 - Orçamento Geral MOD (\$)               |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|  | Jan                 | Fev                 | Mar                 | Abr                 | Mai                 | Jun                 | Jul                 | Ago                 | Set                 | Out                 | Nov                 | Dez                 |
| Diretor  | 0,00                | 15.328,50           | 15.328,50           | 15.328,50           | 15.328,50           | 15.328,50           | 15.328,50           | 15.328,50           | 15.328,50           | 15.328,50           | 15.328,50           | 15.328,50           |
| Gerente  | 0,00                | 6.329,40            | 6.329,40            | 6.329,40            | 6.329,40            | 6.329,40            | 6.329,40            | 6.329,40            | 6.329,40            | 6.329,40            | 6.329,40            | 6.329,40            |
| Assist. MKT/Comercial                                      | 0,00                | 27.841,80           | 27.841,80           | 27.841,80           | 27.841,80           | 27.841,80           | 27.841,80           | 27.841,80           | 27.841,80           | 27.841,80           | 27.841,80           | 27.841,80           |
| Assist. Produção   | 0,00                | 31.232,56           | 31.232,56           | 31.232,56           | 31.232,56           | 31.232,56           | 31.232,56           | 31.232,56           | 31.232,56           | 31.232,56           | 31.232,56           | 31.232,56           |
| Assist. Administrativo                                     | 0,00                | 19.432,60           | 19.432,60           | 19.432,60           | 19.432,60           | 19.432,60           | 19.432,60           | 19.432,60           | 19.432,60           | 19.432,60           | 19.432,60           | 19.432,60           |
| Recepcionista  | 0,00                | 4.304,07            | 4.304,07            | 4.304,07            | 4.304,07            | 4.304,07            | 4.304,07            | 4.304,07            | 4.304,07            | 4.304,07            | 4.304,07            | 4.304,07            |
| Serviço Geral  | 0,00                | 6.854,96            | 6.854,96            | 6.854,96            | 6.854,96            | 6.854,96            | 6.854,96            | 6.854,96            | 6.854,96            | 6.854,96            | 6.854,96            | 6.854,96            |
| <b>Total</b>   | <b>0,00</b>         | <b>111.323,89</b>   |
|  |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| Quadro 15 - Orçamento de Caixa (\$)                        |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
|  | Jan                 | Fev                 | Mar                 | Abr                 | Mai                 | Jun                 | Jul                 | Ago                 | Set                 | Out                 | Nov                 | Dez                 |
| Saldo Inicial  | 1.483.162,84        | 1.483.162,84        | 1.444.430,74        | 1.443.474,17        | 1.516.632,16        | 1.586.046,62        | 1.678.262,53        | 1.692.393,48        | 1.706.524,42        | 1.727.480,89        | 1.805.157,36        | 1.882.172,30        |
| Receita  | 0,00                | 94.080,00           | 134.040,00          | 211.920,00          | 207.960,00          | 232.080,00          | 150.000,00          | 150.000,00          | 156.960,00          | 216.960,00          | 216.000,00          | 321.960,00          |
| Matéria Prima  | 0,00                | 4.651,04            | 6.835,52            | 10.600,96           | 10.384,48           | 11.703,04           | 7.708,00            | 7.708,00            | 7.842,48            | 11.122,48           | 10.824,00           | 16.124,48           |
| Mão de Obra  | 0,00                | 111.323,89          | 111.323,89          | 111.323,89          | 111.323,89          | 111.323,89          | 111.323,89          | 111.323,89          | 111.323,89          | 111.323,89          | 111.323,89          | 111.323,89          |
| Despesas   | 0,00                | 16.837,16           | 16.837,16           | 16.837,16           | 16.837,16           | 16.837,16           | 16.837,16           | 16.837,16           | 16.837,16           | 16.837,16           | 16.837,16           | 16.837,16           |
| Saldo Período  | 0,00                | -38.732,09          | -956,57             | 73.157,99           | 69.414,47           | 92.215,91           | 14.130,95           | 14.130,95           | 20.956,47           | 77.676,47           | 77.014,95           | 177.674,47          |
| <b>Total</b>   | <b>1.483.162,84</b> | <b>1.444.430,74</b> | <b>1.443.474,17</b> | <b>1.516.632,16</b> | <b>1.586.046,62</b> | <b>1.678.262,53</b> | <b>1.692.393,48</b> | <b>1.706.524,42</b> | <b>1.727.480,89</b> | <b>1.805.157,36</b> | <b>1.882.172,30</b> | <b>2.059.846,77</b> |
|  |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| <b>Despesas</b>  | <b>Ano 1</b>        |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| Despesas Pré Operacionais (Abertura Empresa)               | 1.742,18            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| Água   | 3.000,00            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| Luz  | 4.000,00            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| Telefone   | 1.000,00            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| Contador   | 2.000,00            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| Marketing (Aplicativo / Assinatura Revista / Software / Jo | 1.313,83            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| Manutenção Corretiva                                       | 1.000,00            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| Combustível  | 2.500,00            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| Gestão de Pessoas (Anúncio em Jornal / Prova Teórica)      | 25,83               |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| Planejamento Estratégico (Feiras)                          | 255,32              |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| <b>Total</b>   | <b>16.837,16</b>    |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |

| Ano 2 - Quadro 1 - Orçamento de Vendas (Quantidade)          |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------|
|  | Jan                 | Fev                 | Mar                 | Abr                 | Mai                 | Jun                 | Jul                 | Ago                 | Set                 | Out                 | Nov                 | Dez                 |           |
| <b>Biodegradável (Aumento 10%)</b>                           | <b>4.400.000</b>    | 278.960             | 293.480             | 366.520             | 366.520             | 601.480             | 220.000             | 220.000             | 293.040             | 440.000             | 440.000             | 586.520             | 293.480   |
| <b>Personalizada (Aumento 12%)</b>                           | <b>3.360.000</b>    | 168.000             | 168.000             | 336.000             | 336.000             | 336.000             | 252.000             | 252.000             | 168.000             | 168.000             | 420.000             | 420.000             | 336.000   |
| <b>Quadro 2 - Previsão de Preços (\$)</b>                    |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
|  | Jan                 | Fev                 | Mar                 | Abr                 | Mai                 | Jun                 | Jul                 | Ago                 | Set                 | Out                 | Nov                 | Dez                 |           |
| <b>Biodegradável</b>   | 0,30                | 0,30                | 0,30                | 0,30                | 0,30                | 0,30                | 0,30                | 0,30                | 0,30                | 0,30                | 0,30                | 0,30                | 0,30      |
| <b>Personalizada</b>   | 0,36                | 0,36                | 0,36                | 0,36                | 0,36                | 0,36                | 0,36                | 0,36                | 0,36                | 0,36                | 0,36                | 0,36                | 0,36      |
| <b>Quadro 3 - Orçamento de Vendas (\$)</b>                   |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
|  | Jan                 | Fev                 | Mar                 | Abr                 | Mai                 | Jun                 | Jul                 | Ago                 | Set                 | Out                 | Nov                 | Dez                 |           |
| <b>Biodegradável</b>   | 83.688,00           | 88.044,00           | 109.956,00          | 109.956,00          | 180.444,00          | 66.000,00           | 66.000,00           | 87.912,00           | 132.000,00          | 132.000,00          | 175.956,00          | 88.044,00           |           |
| <b>Personalizada</b>   | 60.480,00           | 60.480,00           | 120.960,00          | 120.960,00          | 120.960,00          | 90.720,00           | 90.720,00           | 60.480,00           | 60.480,00           | 60.480,00           | 151.200,00          | 120.960,00          |           |
| <b>Total</b>   | <b>144.168,00</b>   | <b>148.524,00</b>   | <b>230.916,00</b>   | <b>230.916,00</b>   | <b>301.404,00</b>   | <b>156.720,00</b>   | <b>156.720,00</b>   | <b>148.392,00</b>   | <b>192.480,00</b>   | <b>283.200,00</b>   | <b>327.156,00</b>   | <b>209.004,00</b>   |           |
| <b>Quadro 4 - Cronograma de Recebimento</b>                  |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
|  | JAN                 | FEV                 | MAR                 | ABR                 | MAI                 | JUN                 | JUL                 | AGO                 | SET                 | OUT                 | NOV                 | DEZ                 |           |
| <b>JAN</b>   | 188.040,00          |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| <b>FEV</b>   |                     | 144.168,00          |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| <b>MAR</b>   |                     |                     | 148.524,00          |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| <b>ABR</b>   |                     |                     |                     | 230.916,00          |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| <b>MAI</b>   |                     |                     |                     |                     | 230.916,00          |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| <b>JUN</b>   |                     |                     |                     |                     |                     | 301.404,00          |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| <b>JUL</b>   |                     |                     |                     |                     |                     |                     | 156.720,00          |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| <b>AGO</b>   |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     | 156.720,00          |                     |                     |                     |                     |           |
| <b>SET</b>   |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     | 148.392,00          |                     |                     |                     |           |
| <b>OUT</b>   |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     | 192.480,00          |                     |                     |           |
| <b>NOV</b>   |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     | 283.200,00          |                     |           |
| <b>DEZ</b>   |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     | 327.156,00          |           |
| <b>TOTAL</b>   | <b>188.040,00</b>   | <b>144.168,00</b>   | <b>148.524,00</b>   | <b>230.916,00</b>   | <b>230.916,00</b>   | <b>301.404,00</b>   | <b>156.720,00</b>   | <b>156.720,00</b>   | <b>148.392,00</b>   | <b>192.480,00</b>   | <b>283.200,00</b>   | <b>327.156,00</b>   |           |
| <b>Ano 2 - Quadro 5 - Orçamento de Produção (Quantidade)</b> |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
|  | Jan                 | Fev                 | Mar                 | Abr                 | Mai                 | Jun                 | Jul                 | Ago                 | Set                 | Out                 | Nov                 | Dez                 |           |
| <b>Biodegradável</b>   | 278.960             | 293.480             | 366.520             | 366.520             | 601.480             | 220.000             | 220.000             | 293.040             | 440.000             | 440.000             | 586.520             | 293.480             |           |
| <b>Personalizada</b>   | 168.000             | 168.000             | 336.000             | 336.000             | 336.000             | 252.000             | 252.000             | 168.000             | 168.000             | 420.000             | 420.000             | 336.000             |           |
| <b>Quadro 6 - Orçamento Matéria Prima (Quantidade)</b>       |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
|  | Coeficiente         | Jan                 | Fev                 | Mar                 | Abr                 | Mai                 | Jun                 | Jul                 | Ago                 | Set                 | Out                 | Nov                 | Dez       |
| <b>Biodegradável</b>   | <b>0,10</b>         | 27.896,00           | 29.348,00           | 36.652,00           | 36.652,00           | 60.148,00           | 22.000,00           | 22.000,00           | 29.304,00           | 44.000,00           | 44.000,00           | 58.652,00           | 29.348,00 |
| <b>Poliétileno de Alta Densidade (Poli Eco)</b>              | <b>0,08</b>         | 22.316,80           | 23.478,40           | 29.321,60           | 29.321,60           | 48.118,40           | 17.600,00           | 17.600,00           | 23.443,20           | 35.200,00           | 35.200,00           | 46.921,60           | 23.478,40 |
| <b>D2W</b>   | <b>0,10</b>         | 16.800,00           | 16.800,00           | 33.600,00           | 33.600,00           | 33.600,00           | 25.200,00           | 25.200,00           | 16.800,00           | 16.800,00           | 42.000,00           | 42.000,00           | 33.600,00 |
| <b>Personalizada</b>   | <b>0,08</b>         | 13.440,00           | 13.440,00           | 26.880,00           | 26.880,00           | 26.880,00           | 20.160,00           | 20.160,00           | 13.440,00           | 13.440,00           | 33.600,00           | 33.600,00           | 26.880,00 |
| <b>Quadro 7 - Orçamento Total Matéria Prima (Quantidade)</b> |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
|  | Jan                 | Fev                 | Mar                 | Abr                 | Mai                 | Jun                 | Jul                 | Ago                 | Set                 | Out                 | Nov                 | Dez                 |           |
| <b>Poliétileno de Alta Densidade (Poli Eco)</b>              | 44.696,00           | 46.148,00           | 70.252,00           | 70.252,00           | 93.748,00           | 47.200,00           | 47.200,00           | 46.104,00           | 60.800,00           | 86.000,00           | 100.652,00          | 62.948,00           |           |
| <b>D2W</b>   | 35.756,80           | 36.918,40           | 56.201,60           | 56.201,60           | 74.998,40           | 37.760,00           | 37.760,00           | 36.883,20           | 48.640,00           | 68.800,00           | 80.521,60           | 50.358,40           |           |
| <b>Quadro 8 - Previsão de Preço Insumos (\$)</b>             |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
|  | Jan                 | Fev                 | Mar                 | Abr                 | Mai                 | Jun                 | Jul                 | Ago                 | Set                 | Out                 | Nov                 | Dez                 |           |
| <b>Poliétileno de Alta Densidade (Poli Eco)</b>              | 0,10                | 0,10                | 0,10                | 0,10                | 0,10                | 0,10                | 0,10                | 0,10                | 0,10                | 0,10                | 0,10                | 0,10                |           |
| <b>D2W</b>   | 0,08                | 0,08                | 0,08                | 0,08                | 0,08                | 0,08                | 0,08                | 0,08                | 0,08                | 0,08                | 0,08                | 0,08                |           |
| <b>Quadro 9 - Orçamento Total Matéria Prima (\$)</b>         |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
|  | Jan                 | Fev                 | Mar                 | Abr                 | Mai                 | Jun                 | Jul                 | Ago                 | Set                 | Out                 | Nov                 | Dez                 |           |
| <b>Poliétileno de Alta Densidade (Poli Eco)</b>              | 4.469,60            | 4.614,80            | 7.025,20            | 7.025,20            | 9.374,80            | 4.720,00            | 4.720,00            | 4.610,40            | 6.080,00            | 8.600,00            | 10.065,20           | 6.294,80            |           |
| <b>D2W</b>   | 2.860,54            | 2.953,47            | 4.496,13            | 4.496,13            | 5.999,87            | 3.020,80            | 3.020,80            | 2.950,66            | 3.891,20            | 5.504,00            | 6.441,73            | 4.028,67            |           |
| <b>Total</b>   | <b>7.330,14</b>     | <b>7.568,27</b>     | <b>11.521,33</b>    | <b>11.521,33</b>    | <b>15.374,67</b>    | <b>7.740,80</b>     | <b>7.740,80</b>     | <b>7.561,06</b>     | <b>9.971,20</b>     | <b>14.104,00</b>    | <b>16.506,93</b>    | <b>10.323,47</b>    |           |
| <b>Quadro 10 - Cronograma de Pagamento (\$)</b>              |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
|  | JAN                 | FEV                 | MAR                 | ABR                 | MAI                 | JUN                 | JUL                 | AGO                 | SET                 | OUT                 | NOV                 | DEZ                 |           |
| <b>JAN</b>   | 9.295,52            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| <b>FEV</b>   |                     | 7.330,14            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| <b>MAR</b>   |                     |                     | 7.568,27            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| <b>ABR</b>   |                     |                     |                     | 11.521,33           |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| <b>MAI</b>   |                     |                     |                     |                     | 11.521,33           |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| <b>JUN</b>   |                     |                     |                     |                     |                     | 15.374,67           |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| <b>JUL</b>   |                     |                     |                     |                     |                     |                     | 7.740,80            |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| <b>AGO</b>   |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     | 7.740,80            |                     |                     |                     |                     |           |
| <b>SET</b>   |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     | 7.561,06            |                     |                     |                     |           |
| <b>OUT</b>   |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     | 9.971,20            |                     |                     |           |
| <b>NOV</b>   |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     | 14.104,00           |                     |           |
| <b>DEZ</b>   |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     | 16.506,93           |           |
| <b>TOTAL</b>   | <b>9.295,52</b>     | <b>7.330,14</b>     | <b>7.568,27</b>     | <b>11.521,33</b>    | <b>11.521,33</b>    | <b>15.374,67</b>    | <b>7.740,80</b>     | <b>7.740,80</b>     | <b>7.561,06</b>     | <b>9.971,20</b>     | <b>14.104,00</b>    | <b>16.506,93</b>    |           |
| <b>Ano 3 - Quadro 14 - Orçamento Geral MOD (\$)</b>          |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
|  | Jan                 | Fev                 | Mar                 | Abr                 | Mai                 | Jun                 | Jul                 | Ago                 | Set                 | Out                 | Nov                 | Dez                 |           |
| <b>Diretor</b>   | 15.328,50           | 15.328,50           | 15.328,50           | 16.094,93           | 16.094,93           | 16.094,93           | 16.094,93           | 16.094,93           | 16.094,93           | 16.094,93           | 16.094,93           | 16.094,93           |           |
| <b>Gerente</b>   | 6.329,40            | 6.329,40            | 6.329,40            | 6.645,87            | 6.645,87            | 6.645,87            | 6.645,87            | 6.645,87            | 6.645,87            | 6.645,87            | 6.645,87            | 6.645,87            |           |
| <b>Assist. MKT/Comercial</b>                                 | 27.841,80           | 27.841,80           | 27.841,80           | 29.233,89           | 29.233,89           | 29.233,89           | 29.233,89           | 29.233,89           | 29.233,89           | 29.233,89           | 29.233,89           | 29.233,89           |           |
| <b>Assist. Produção</b>                                      | 31.232,56           | 31.232,56           | 31.232,56           | 32.794,19           | 32.794,19           | 32.794,19           | 32.794,19           | 32.794,19           | 32.794,19           | 32.794,19           | 32.794,19           | 32.794,19           |           |
| <b>Assist. Administrativo</b>                                | 19.432,60           | 19.432,60           | 19.432,60           | 20.404,23           | 20.404,23           | 20.404,23           | 20.404,23           | 20.404,23           | 20.404,23           | 20.404,23           | 20.404,23           | 20.404,23           |           |
| <b>Receptionista</b>   | 4.304,07            | 4.304,07            | 4.304,07            | 4.519,27            | 4.519,27            | 4.519,27            | 4.519,27            | 4.519,27            | 4.519,27            | 4.519,27            | 4.519,27            | 4.519,27            |           |
| <b>Serviço Geral</b>   | 6.854,96            | 6.854,96            | 6.854,96            | 7.197,71            | 7.197,71            | 7.197,71            | 7.197,71            | 7.197,71            | 7.197,71            | 7.197,71            | 7.197,71            | 7.197,71            |           |
| <b>Total</b>   | <b>111.323,89</b>   | <b>111.323,89</b>   | <b>111.323,89</b>   | <b>116.890,08</b>   |           |
| <b>Quadro 15 - Orçamento de Caixa (\$)</b>                   |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
|  | Jan                 | Fev                 | Mar                 | Abr                 | Mai                 | Jun                 | Jul                 | Ago                 | Set                 | Out                 | Nov                 | Dez                 |           |
| <b>Saldo Inicial</b>   | 2.059.846,77        | 2.109.672,38        | 2.117.591,36        | 2.129.628,21        | 2.214.537,82        | 2.299.447,42        | 2.450.991,68        | 2.465.485,81        | 2.479.979,95        | 2.486.325,82        | 2.534.349,56        | 2.668.960,49        |           |
| <b>Receita</b>   | 188.040,00          | 144.168,00          | 148.524,00          | 230.916,00          | 230.916,00          | 301.404,00          | 156.720,00          | 156.720,00          | 148.392,00          | 192.480,00          | 283.200,00          | 327.156,00          |           |
| <b>Matéria Prima</b>   | 9.295,52            | 7.330,14            | 7.568,27            | 11.521,33           | 11.521,33           | 15.374,67           | 7.740,80            | 7.740,80            | 7.561,06            | 9.971,20            | 14.104,00           | 16.506,93           |           |
| <b>Mão de Obra</b>   | 111.323,89          | 111.323,89          | 111.323,89          | 116.890,08          | 116.890,08          | 116.890,08          | 116.890,08          | 116.890,08          | 116.890,08          | 116.890,08          | 116.890,08          | 116.890,08          |           |
| <b>Despesas</b>  | 17.594,98           | 17.594,98           | 17.594,98           | 17.594,98           | 17.594,98           | 17.594,98           | 17.594,98           | 17.594,98           | 17.594,98           | 17.594,98           | 17.594,98           | 17.594,98           |           |
| <b>Saldo Período</b>   | 49.825,61           | 7.918,98            | 12.036,85           | 84.909,60           | 84.909,60           | 151.544,26          | 14.494,13           | 14.494,13           | 6.345,88            | 48.023,73           | 134.610,93          | 176.164,00          |           |
| <b>Total</b>   | <b>2.109.672,38</b> | <b>2.117.591,36</b> | <b>2.129.628,21</b> | <b>2.214.537,82</b> | <b>2.299.447,42</b> | <b>2.450.991,68</b> | <b>2.465.485,81</b> | <b>2.479.979,95</b> | <b>2.486.325,82</b> | <b>2.534.349,56</b> | <b>2.668.960,49</b> | <b>2.845.124,49</b> |           |
| <b>Despesas</b>  | <b>Ano 2</b>        |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| Água   | 3.500,00            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| Luz  | 4.500,00            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| Telefone   | 1.500,00            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| Contador   | 2.000,00            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| Marketing (Aplicativo / Assinatura Revista / Software / Jo   | 1.313,83            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| Manutenção Corretiva   | 1.500,00            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| Combustível  | 3.000,00            |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| Gestão de Pessoas (Anúncio em Jornal / Prova Teórica)        | 25,83               |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |
| Planejamento Estratégico (Feiras)                            | 255,32              |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |           |

