

RELATÓRIO FINAL:

PROJETO PEABIRU

COORDENADORAS:
CLARISSA BUENO WANDSCHEER
MARIA TEREZA UILLE GOMES

EDITORA



Copyright 2024

Universidade Positivo

Título: Relatório Final: Projeto Peabiru.

Editora: AiDH.

Autores:	Diuly Estefani Pereira	Larissa Jacyszen	Nicolle Yukary de Salles
Alan Santos do Vale	Eduarda de Souza Bulow	Lariane Marcati	Tosta Sasaki
Alessandra Azevedo	Emanuelle Christini	Leandro Ribeiro	Pedro Henrique Martins
Gencissk	Ernani Gatti Favaro	Cordeiro	Pedro Vinicius de Aguiar
Alexandre Oliver	Erick Patrick Bandeira da	Leticia Costa	Pinheiro Juliana
Allison Thiago Eskudlark	Costa	Leticia Daróz	Queti Ferraz de Almeida
Ana Carolini Firme	Estela Maria Demele	Leticia Helen da Silva	Cesar
Ana Geme	Evelize Becker	Leticia Neumann Raiane	Rafael Macedo Pereira
Ana Nalon	Fabiana Oki	Do Valle	Rafaela Maria Pereira
Ana Paula Carneiro da	Fabiane Estefani Padilha	Lucas Donizete de Lima	Pangrácio
Silva	Reis	Lucas Souza Santos	Rafaela Pinheiro da Silva
Ana Paula Nijo Cabreira	Felipe Luis Moser	Claro	Renan Alberto Pelinei
André Moura Santos	Felipe Souza Duarte	Luany Mazeika Simão	Renata Padilha de
Andressa Lucas	Francisco de Miranda	Luiz Eduardo Goes	Oliveira
Antonio Ary José da	Franciele Fonseca Matos	Kwiatkowski	Richard Douglas
Cruz	Gabriela Mariana	Maicon Roberto Pilato	Roni Sergio de Souza
Arthur Augusto Alves	Gabriela Mantovani	Maisa Munhoz Amaral	Samaher Bark
Pinto	Gabriela Turkot	Mariana dos Reis	Samara Czajkowski
Backaus Silva Yoneyama	Giovana Afanaci	Scheffer Balzer	Sara Nicole Faria
Beatriz Amaral da Costa	Giovanna da Cunha	Mariana Karas	Skalski Valentine Bello
Beatriz Midori Hara	Secchi	Mariana Lopes Correa	Suellen Aparecida
Beatriz Weise	Giovanna Maria Miranda	Mariana Sabino Cardoso	Tacyane Fernanda
Bettina Scorsin Vieira	Costa	Maria Camila Pereira	Guarize
Bianco Mirela Caus	Giovanna Secchi	Galdino	Tainá Camargo
Bernardo José Fantinato	Giovani Mota Lamounier	Maria Eduarda Cardoso	Tainá Sanches
Pacheco	Guilherme G. Teixeira	de Rocco	Thais Carstens
Brenda Luysa Zelinski	Graziela Martins	Maria Eduarda Zanetti	Valentine Bello
Santos	Heloisa Costa Israel	de Oms	Victor Augusto Eleuterio
Brendha Bossa	Heloisa Orso	Matheus Henrique	dos Santos
Bruna Pereira de Sousa	Hellen Cristina Alves	Dallagrana	Victor Hugo Costa
Bruna Rigoni	Henrique Hezel	Matheus José Boaron	Victor Hugo Fidelis dos
Bruna Stefany	Ian Gregorin	Campese	Santos
Camila Ortega	Iara Homma Cavalcanti	Matteo Jacomel	Victor Matheus Bessa de
Camila Polato	Isabel Steffens	Maurilio Zampieri	Araujo
Carolina do Prado Costa	Isabela Cruz Vieira	Milton Santos	Vicenzo Arendt
Carlos Eduardo	Isabela Trevizan	Milene Schmitz	Vinicius Luis Mattos Dos
Cristhian Selenko	Isadora Graça Zamora	Mroczka Charlise	Santos
Cristiane Pereira Ribas	Arruda Taques	Cardoso	Vitória Maçan Duarte
Crisan Lemes da Rosa	Izabella Alexandre	Müller Tatiane Deda	William Carlberg
Daniel Cordeiro da Costa	Jhêssica do Prado	Naely Cristine de	William Lima Reis
Daniel Freire Souza de	Sanches	Almeida da Silva	William Schneider
Góis	João Dallegrave	Nicolas de Godoy	Divino
Diego Perciccotty	Kauany Vicenzi Remika	Machado	
Welupek	Larissa da Silva Curriel		

Instituições que estão realizando a obra: AiDH e Universidade Positivo.

Coordenadores responsáveis pela obra: Anderson Marcos dos Santos, Clarissa Bueno Wandscheer, Maria Tereza Uille Gomes, Rebeca de Aguiar Pereira Neves e Phamella Lorenzen.

Comitê Editorial: Anderson Marcos dos Santos, Clarissa Bueno Wandscheer e Pedro Ribeiro Giamberardino.

Diagramação e formatação: Mariane dos Santos Cardoso.



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca da Universidade Positivo - Curitiba – PR

R382 Relatório final : projeto Peabiru / Apresentação: Clarissa Bueno Wandscheer, Maria Tereza Uille Gomes. – Curitiba: Curitiba: Universidade Positivo; AiDH, 2024. 337 p. : il.

ISBN 978-65-89487-30-2.

1. Peabiru (PR) - Desenvolvimento sustentável. 2. Peabiru (PR) - Empreendedorismo. 3. Agenda 2030. I. Wandscheer, Clarissa Bueno. II. Gomes, Maria Tereza. III. Título.

CDU 364.2



SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	5	Sistema De Compostagem	234
1. PROJETO EMPREENDEDOR		Impacto Do Desmatamento.....	238
CAMINHOS DE PEABIRU	9	Cooperativa De Trabalho E Produção	241
Hospedaria aventuras de peabiru	10	Expansão Na Produção Da Casta Cabernet	
Pousada Recanto De Peabiru.....	25	Sauvignon No Município De Peabiru	252
Pousabiru.....	38	Cooperativa Mundo Verde Agroflorestal –	
Área De Camping Campeabiru	41	Venda De Créditos De Carbono Como Fonte De	
Pátio Peabiru: Gastronomia E Prestação De		Renda Para O Município.....	258
Serviços	45	Desenvolvimento Estudantil: Bolsa Escola ..	260
Mercado Da Terra	55	Evasão Escolar E Meio Ambiente Como Fonte	
Turismo De Peabiru: Empresa De Turismo		De Renda	262
Online.....	63	Cursos Livres.....	267
Marketing Digital / Social Media	78		
Polo Ead Cruzeiro Do Sul Em Peabiru.....	96	4. PROJETO PESQUISA E MEIO	
Peabiru Bikes E Caiaques.....	100	AMBIENTE: RESÍDUOS	
Peabifest	113	URBANOS NO MUNICÍPIO DE	
		PEABIRU	268
2. PROJETO EMPREENDEDOR		Subsídios Governamentais Para A Estruturação	
EMPREENDER EM PEABIRU ...	117	De Cooperativas E Associações De Catadores	
Feira Em Peabiru – Plano De Negócio		Com Foco Em Reciclagem De Entulho	269
Municipal	118	Integração Entre A Cooperativa De Catadores E	
Expo Peabiru	129	A Destinação Dos Resíduos Da Construção	
Peabiru Square.....	137	Civil	277
Nhactural Restaurante Sustentável	141	Melhorias Para As Cooperativas De Catadores	
Reestruturação Da Pastelaria	161	285
Sabores De Peabiru	168	Cash Back - Lixo Eletrônico.....	294
Escola Profissionalizante Empreender Peabiru		Quais As Alternativas Para A Transformação	
.....	176	Do Lixo (Orgânico) Em Energia Em Peabiru?	
Cooperativa De Artesanato.....	194	Quais As Vantagens?.....	298
Active Idiomas	198	Produção De Energia A Partir De Resíduos .	304
Brechó Nova Moda	212		
Centro Infantil	221	5. SEMINÁRIO II PROGRAMA	
		DE PÓS-GRADUAÇÃO EM	
3. PROJETO PESQUISA E		DIREITO (PPGD)	308
SOCIEDADE: OBSTÁCULOS DE		Plano De Instalação Do Sistema Procon Na	
ACESSO À RENDA NO MUNICÍPIO		Cidade De Peabiru	309_Toc155648950
DE PEABIRU.....	233	ANEXO I.....	317



APRESENTAÇÃO

A Universidade Positivo curricularizou a extensão no primeiro semestre de 2021. Para isso, foram criadas unidades curriculares de extensão institucionais e de curso. As unidades institucionais de extensão são quatro: pesquisa aplicada e meio-ambiente; pesquisa e sociedade, projeto de inovação e projeto empreendedor¹ e fazem parte do currículo básico de todos os cursos de graduação da universidade.

As unidades curriculares de extensão ofertam vários projetos que devem estar, obrigatoriamente, vinculados a um dos programas institucionais que são sete: i) desenvolvimento tecnológico, socioeconômico e ambiental em colaboração com instituições governamentais e organismos internacionais; ii) desenvolvimento tecnológico, socioeconômico e ambiental em colaboração com o setor produtivo; iii) desenvolvimento tecnológico, socioeconômico e ambiental em colaboração com organizações do terceiro setor; iv) desenvolvimento tecnológico, social e ambiental em colaboração com instituições de ensino; v) promoção de desenvolvimento econômico, social e ambiental de comunidades tradicionais; vi) promoção de desenvolvimento econômico, social e ambiental de populações vulneráveis e vii) promoção de direitos humanos da população prisional².

Todos os projetos enviados são encaminhados para o Comitê de Extensão da Universidade Positivo que avaliará: a aderência a um dos programas de extensão da Universidade; a integração com atividade de pesquisa; o potencial para produzir aprendizado por meio da interação dialógica entre a comunidade acadêmica e a comunidade externa, dentro dos objetivos da componente curricular correspondente na Educação para o Desenvolvimento Sustentável; o potencial de impacto social, econômico e/ou ambiental de acordo com a demanda ou as necessidades da comunidade externa; a adequação do plano de trabalho e os custos do projeto.

Além disso, a proposta da curricularização da extensão contribui para a formação do egresso focado para a educação para o desenvolvimento sustentável, segundo o PDI Institucional, oportunizando condições para que os discentes desenvolvam as habilidades e atitudes de i) autonomia, ii) cooperação, iii) criatividade, iv) curiosidade epistemológica, v) empatia, vi) ética, vii) resiliência, viii) responsabilidade, ix) responsividade, x) pensamento sistêmico e crítico³.

Assim, as atividades de extensão curriculares devem “proporcionar o desenvolvimento nos alunos, de competências de alta complexidade por meio de ações multi e interdisciplinares com impacto positivo e visível nas comunidades que se relacionam com a universidade⁴”.

Para implementar a proposta da extensão a Universidade Positivo busca parceiros para os projetos. Dessa forma, o Município de Peabiru foi escolhido pelas professoras Maria

¹UNIVERSIDADE POSITIVO. Plano de Desenvolvimento Institucional 2021-2024: resumo executivo da política de ensino de graduação. Curitiba: Universidade Positivo, 2021. p.12.

²_____. Plano de Desenvolvimento Institucional 2021-2024: resumo executivo da política de extensão. Curitiba: Universidade positivo, 2021. p. 6-9

³UNIVERSIDADE POSITIVO. Plano de Desenvolvimento Institucional 2021-2024: resumo executivo da política de ensino de graduação. Curitiba: Universidade Positivo, 2021. p.3

⁴_____. Plano de Desenvolvimento Institucional 2021-2024: resumo executivo da política de extensão. Curitiba: Universidade Positivo, 2021. p.3.



Tereza Uille Gomes e Clarissa Bueno Wandscheer que idealizaram e coordenam o projeto Agenda 2030 e o Município de Peabiru por várias razões, dentre elas, pelo nome do Município e a perspectiva inovadora de uma nova forma de ver as coisas a partir da Agenda 2030.

O projeto tem como ponto de partida, a Agenda 2030, os 17 ODS, em especial o ODS 13 e suas conexões com todos os demais ODS. E o ponto de chegada só será conhecido ao longo do percurso, a partir das experiências desenvolvidas pela Universidade e o diálogo com a comunidade local e poder público.

Peabiru é um nome indígena. Os índios guaranis chamavam o estreito caminho (de aproximadamente 1,40m de largura e 0,40 de profundidade) de Peabeyú, cujo significado é “Pe” = Caminho, “Abe” = antigo, “Yú” = Ida e Volta, também conhecido como Caminho Antigo de Ida e Volta, Caminho do Gramado Amassado e que os levava a Terra Sem Mal permeando a vida material e espiritual.

O historiador e escritor que mora no município de Peabiru, Arléto Rocha, escreveu o livro “Caminhos de Peabiru: História & Memória”. O livro é resultado de 10 anos de pesquisa e foi objeto de defesa da dissertação de Mestrado na Universidade Estadual de Maringá-PR. (UEM). Tem como objetivo geral analisar a viabilidade de transformar o Caminho de Peabiru na COMCAM como patrimônio cultural material e imaterial, turístico, cultural e histórico respeitando a cultura indígena e os interesses não indígenas. De acordo com Arléto Rocha, ao elaborar a contextualização histórica do Caminho de Peabiru⁵.

Os caminhos do Peabiru fazem parte da milenar rota transcontinental que ligava o Oceano Atlântico ao Pacífico, atravessando o Brasil, passando por Paraná, São Paulo e Santa Catarina e Paraguai, Bolívia e Peru.

A região conta com vestígios arqueológicos que ultrapassam 3 mil quilômetros, carregados de histórias, lendas e aventuras.

O percurso histórico, criado pelos índios guaranis, integra a Rede Nacional de Trilhas de Longo Curso e Conectividade (Rede Trilhas) do governo federal e foi declarado Patrimônio de Natureza Cultural Imaterial Paranaense a Rota Transcontinental Caminhos do Peabiru.

As rotas sinalizadas pelo projeto vão estimular a economia criativa, atrair turistas nacionais e internacionais, incrementar as redes de restaurantes, pousadas, hotéis, artesanato e o comércio local; estimular a saúde pelo contato com a natureza, jogos, caminhadas, cavalgadas, dentre outros eventos, inclusive, divulgação dos pratos típicos.

Assim sendo, a escolha do nome do Município de Peabiru, um dos 86 municípios que integram o Caminho, tem relevância histórica, cultural e educacional e o que se busca é estruturar o projeto no município de Peabiru de forma que possa ser estendido com a mesma metodologia para os outros 86 municípios nesse trecho de 1.500 quilômetros.

⁵ ROCHA, Arléto Pereira. O caminho de Peabiru: implicações em seu tombamento como patrimônio material e imaterial. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE HISTÓRIA, 6, 2015, Maringá. Disponível em: < <http://www.cih.uem.br/anais/2015/trabalhos/1291.pdf>>. Acesso em: 06 dez. 2021



Figura 1 – Caminhos de Peabiru



Fonte: Internet⁶

Recentemente, o Governo do Estado do Paraná lançou o Projeto Caminhos do Peabiru que vai resgatar trilha histórica e fomentar o turismo no Paraná. O projeto foi apresentado a autoridades públicas e a iniciativa privada e vai estruturar o antigo caminho usado pelos incas e guaranis, num trecho de 1.550 quilômetros de extensão e percorre 86 municípios. De acordo com a notícia oficial⁷ veiculada no site do Governo do Estado do Paraná:

Os caminhos do Peabiru fazem parte da milenar rota transcontinental que ligava o Oceano Atlântico ao Pacífico, atravessando o Brasil, passando por Paraná, São Paulo e Santa Catarina e Paraguai, Bolívia e Peru. A região conta com vestígios arqueológicos que ultrapassam 3 mil quilômetros, carregados de histórias, lendas e aventuras. O percurso histórico, criado pelos índios guaranis, integra a Rede Nacional de Trilhas de Longo Curso e Conectividade (Rede Trilhas) do governo federal e foi declarado Patrimônio de Natureza Cultural Imaterial Paranaense a Rota Transcontinental Caminhos do Peabiru. As rotas sinalizadas pelo projeto vão estimular a economia criativa, atrair turistas nacionais e internacionais, incrementar as redes de restaurantes, pousadas, hotéis, artesanato e o comércio local; estimular a saúde pelo contato com a natureza, jogos, caminhadas, cavalgadas, dentre outros eventos, inclusive, divulgação dos pratos típicos. Assim sendo, a escolha do nome do Município de Peabiru, um dos 86 municípios que integram o Caminho, tem relevância histórica, cultural e educacional e o que se busca é estruturar o projeto no município de Peabiru de forma que possa ser estendido com a mesma metodologia para os outros 86 municípios nesse trecho de 1.500 quilômetros.

O projeto, na Universidade Positivo, envolve a grade curricular de diversos alunos de graduação e de pós-graduação – Mestrado em Direito, sob a coordenação e orientação

⁶Paraná lança projeto Caminhos de Peabiru. Bocasanta, 2021. Disponível em: <<https://www.bocasanta.com.br/index.php?p=YWxyb3RsaXMvbWlyb3RhaUB6aHo6666YWQ9Njk0Nzc1Jmx1bW90ZV9vZGFjaWU9Mjk4NA>>. Acesso em: 06 dez. 2021.

⁷ PARANÁ. Secretaria da Comunicação Social e da Cultura. Projeto Caminhos do Peabiru vai resgatar trilha histórica e fomentar o turismo no Paraná. 2021. Disponível em: <<https://www.aen.pr.gov.br/Noticia/Projeto-Caminhos-do-Peabiru-vai-resgatar-trilha-historica-e-fomentar-o-turismo-no-Parana>> Acesso em 06 dez. 2021.

conjunta das Professora Maria Tereza e Clarissa e apoio da CPJUS por meio da Professora Olivia e equipe. E conta com o apoio para publicação de parceria com a AiDH.

Esse documento representa a compilação dos resultados dos projetos de extensão desenvolvidos durante o ano de 2021: Projeto Empreendedor Caminhos de Peabiru e Empreender em Peabiru; Pesquisa e Meio Ambiente Diagnóstico sobre a situação atual dos resíduos urbanos e proposta de alternativas para coleta e tratamento, Pesquisa e Sociedade Obstáculos de acesso à renda no Município de Peabiru.

Cordialmente,
Clarissa Bueno Wandscheer
Maria Tereza Uille Gomes



PROJETO EMPREENDEDOR CAMINHOS DE PEABIRU

CAPÍTULO 1



HOSPEDARIA AVENTURAS DE PEABIRU

Ernani Gatti Favaro
 Fabiane Estefani Padilha Reis
 Henrique Hezel
 Diuly Estefani Pereira
 Bruna Rigoni

1. Sumário executivo; 2. Dados do empreendimento; 3. Forma jurídica; 4. Missão da empresa; 5. Conceito do negócio; 6. Mercado e competidores; 7. Equipe para viabilizar o projeto; 8. Descrição do produto e serviço; 9. Estrutura e operações; 10. Plano de marketing; 11. Plano financeiro; 12. Avaliação Estratégica; 13. Avaliação de cenários; 14. Plano B dos cenários.7

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

A Hospedaria Aventuras de Peabiru é um serviço de hospedagem ofertado no município de Peabiru/PR, na forma jurídica de Sociedade Limitada. A estrutura conta com 24.000 m², na qual haverá dez bangalôs com capacidade para 04 pessoas, custando R\$ 319,90 a diária. Já a área de camping possui 20 vagas de estadia, com capacidade de 04 pessoas por vaga, custando R\$ 49,90 por unidade.

Possui como objetivo auxiliar no crescimento do turismo na região, ofertando um ambiente aconchegante para a família, mas também de aventura para aqueles que desejam maior contato com a natureza. Para tanto, ofertará pacotes de passeios guiados por R\$ 29,90.

O custo total da estrutura física será de R\$ 280.000,00 e da estrutura acessória será de R\$ 128.816,87. Com relação aos profissionais necessários para o funcionamento do hotel, o custo será de R\$15.649,00.

No cenário realista o resultado líquido anual do negócio será de R\$ 72.808,66, com lucratividade de 24,81% e rentabilidade de 11,95%. Já no cenário positivo o resultado líquido anual será de R\$ 174.850,53 com lucratividade de 41,70%.

2. DADOS DO EMPREENDIMENTO

- Nome da empresa: Hospedaria Aventuras de Peabiru
- CNPJ: XX.XXX.XXX/XXXX-XX
- Setor de atuação: hotelaria
- Porte: Pequeno
- Endereço: Rua X, nº X, Peabiru/PR

3. FORMA JURÍDICA

A forma jurídica da empresa é de Sociedade Limitada, sendo composta, inicialmente, de dois sócios, um empreendedor que possua interesse e um agricultor da região.

4. MISSÃO DA EMPRESA

A empresa possui como missão suprir a falta de estruturas de hospedagem no



município, disponibilizando um espaço aconchegante e que atenda a demanda de diversos tipos de clientes, tornando também mais prática a escolha de atrações para visita através dos pacotes ofertados. Ademais, o investimento contribui para a divulgação da cidade como ponto turístico, atraindo clientes e movimentando a economia local.

5. CONCEITO DO NEGÓCIO

A Hospedaria Aventuras de Peabiru foi pensada a partir da premissa de integração dos serviços de hospedagem rural, desenvolvendo e desempenhando acessoriamente os serviços de passeios guiados pelas trilhas e belezas naturais da região, promovendo a venda de artesanatos/ souvenirs desta passagem, por meio de parcerias com pequenos comerciantes locais, disponibilizando a estrutura do hotel para realização das vendas, o que consequentemente criará uma ligação estreita que movimenta as três principais atrações do município.

6. MERCADO E COMPETIDORES

Quanto ao mercado de hospedagem no município, verifica-se que existem pouquíssimos empreendimentos no ramo, os quais deixam de suprir as necessidades dos turistas de Peabiru devido a precariedade das instalações.

Dessa forma, o mercado de hospedagem da região encontra reais competidores na cidade de Campo Mourão/PR, localizada apenas a 15,5 km de Peabiru/PR. Isso ocorre, pois aquele município possui melhor infraestrutura para o recebimento dos turistas, não só no quesito de alojamento, mas também na oferta de restaurantes e demais atendimentos auxiliares.

A seguir, demonstra-se os serviços ofertados e os valores das diárias dos referidos hotéis.

- La Visa Hotel



- Serviços oferecidos: café da manhã, wi-fi e estacionamento.
- Estrutura dos quartos: ambientes simples com cama, poltrona e cômoda.
- Endereço: Avenida Vila Rica, 29, Centro, Peabiru/PR, CEP: 87.250-000
- Diária: A partir de R\$ 99,00

- Hotel pousada o recanto





- Serviços oferecidos: wi-fi gratuito, pet friendly, área de churrasqueira, ar-condicionado, TV, alguns quartos com sacada ou varanda térrea, banheiro privativo, 3 piscinas, estacionamento gratuito e bar.
- Estrutura dos quartos: banheiro privativo, cama de casal, mesa de trabalho, aparelho de vídeo, TV, varanda e frigobar, ar-condicionado.
- Endereço: BR-487, 650, Jardim Lar Paraná, Campo Mourão/PR
- Diária: A partir de R\$ 249,00

7. EQUIPE PARA VIABILIZAR O NEGÓCIO

A equipe será constituída da seguinte forma: i) 01 recepcionista para o atendimento dos clientes e controle do sistema de hospedagens; ii) 01 auxiliar de limpeza para os bangalôs, a cozinha comunitária e os banheiros; iii) 01 técnico de manutenção, para cuidar da área externa e consertos que façam parte do dia-a-dia do negócio; iv) 01 auxiliar de cozinha, para organizar o café da manhã dos hóspedes do bangalô; v) 02 guias turísticos para o pacote de passeios ofertado; vi) 02 seguranças, para o período do dia e da noite. Todos os funcionários são próprios.

8. DESCRIÇÃO DO PRODUTO E SERVIÇO

O negócio tem como objetivo a venda de pacotes de experiência, que englobam a hospedagem, o ecoturismo guiado e o comércio cultural.

Primeiramente, sua efetivação se dará pela oferta de hospedagem tanto para turistas que buscam conforto, através dos bangalôs, quanto para aqueles que preferem a aventura, através da área de camping.

Nesse sentido, estarão disponíveis planos de ecoturismo, contando com diferentes roteiros e horários de saída para visitas às cachoeiras da região. Em complemento, haverá oferta de produtos artesanais e café da manhã.

9. ESTRUTURA E OPERAÇÕES

- É necessária uma área de grandes dimensões na área rural do município, para que acomode a infraestrutura necessária e em consonância com a proposta.
- Entende-se como necessária a parceria com algum produtor rural na região que disponibilize uma área de 24.000 m² para a realização do projeto, integralizando no capital social da empresa.

- Quanto à localização, estima-se um local de fácil acesso à rodovia PR-317, umas das principais vias de entrada e saída do município.
- Especificamente, o planejamento conta com 10 bangalôs de 32m² cada, com cozinha e banheiros individuais, bem como área de camping, inicialmente com 20 vagas para estadia, com capacidade para 04 pessoas cada vaga, suprida com banheiros e cozinha comunitária.
- Sugestões para a estrutura dos bangalôs:



10. PLANO DE MARKETING

A elaboração das estratégias de publicidade e marketing serão terceirizadas para a empresa especializada e ocorrerá principalmente em mídias digitais.

Sugere-se a parceria com a equipe de Marketing/Redes Sociais, a qual oferta planos voltados às plataformas do Instagram e Facebook, com a divulgação dos serviços, da infraestrutura, das atrações locais e de pacotes promocionais. O custo mensal será de R\$ 600,00.

11. PLANO FINANCEIRO

11.1. INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

a) Investimento Inicial:

Terreno físico: para a viabilidade do negócio, estuda-se a parceria com produtores rurais locais que estejam dispostos a disponibilizar uma fração de sua propriedade para a construção do negócio. Desta forma, seria uma noção de sociedade por cotas.

$$24.000 \text{ m}^2 = \text{R}\$200.000,00$$

b) Estrutura física:

Estuda-se a construção de 10 bangalôs de 32m² com estrutura completa. Este valor referencia-se a todos os custos de construção, hidráulica e elétrica.

Válido ressaltar que o presente cálculo utilizou como referência casas pré-fabricadas⁸ de madeira, acrescido do valor de mão de obra.

⁸ Orçamentos de casas pré fabricadas. Disponível em: <https://minhacasaprefabricada.com.br/produto/modelo-pousada-pop-1-1-de-2100m%C2%B2/>

R\$28.000,00 por unidade.
10 UNIDADES = R\$280.000,00

Outra possibilidade seria a construção de casas de alvenaria, as quais na metragem de 32m² custariam aproximadamente R\$ 31.200,00 por unidade, observado o Índice Nacional da Construção Civil (INCC/Sinapi)⁹.

c) Estrutura acessória:

Abaixo os mobiliários acessórios para o negócio:

ITEM	QTDE	VLR. UNIT.	TOTAL
Camas de casal	10	R\$448,28	R\$4.482,80
Beliche	10	R\$369,00	R\$3.690,00
Armários pré moldados	10	R\$593,91	R\$5.939,10
Balcão de cozinha	10	R\$400,00	R\$4.000,00
Microondas	10	R\$489,00	R\$4.890,00
Fogões cooktop 04 bocas	10	R\$292,60	R\$2.926,00
Frigobar 93l	10	R\$836,10	R\$8.361,00
Ventilador de teto	10	R\$170,91	R\$1.709,10
Cofre	10	R\$249,90	R\$2.499,00
Patente	10	R\$244,80	R\$2.448,00
Chuveiro elétricos c/ pressurizador	10	R\$299,90	R\$2.999,00
Gabinete c/ pia	10	R\$199,89	R\$1.998,90
Notebook lenovo	01	R\$3.500,00	R\$3.500,00
Smartphone	01	R\$1.500,00	R\$1.500,00
Impressora Multifuncional HP	01	R\$350,00	R\$350,00
TOTAL			R\$51.292,90

CAMPING

ITEM	QTDE	VLR. UNIT.	TOTAL
Banheiros			R\$30.000,00
Patentes	08	R\$244,80	R\$1.958,40
Gabinete c/ pia	08	R\$199,89	R\$1.599,12
Chuveiros elétricos c/pressurizador	08	R\$299,90	R\$2.399,20
Cozinha Comunitária			R\$30.000,00
Armário de cozinha	01	R\$679,25	R\$679,25
Fogão 06 bocas	02	R\$1.549,00	R\$3.098,00

⁹ Custo do m² da construção no Brasil. Disponível em:
<https://www.aecweb.com.br/revista/noticias/veja-o-valor-do-metro-quadrado-na-construcao-civil-neste-mes/18498>



Geladeira	02	R\$1.699,00	R\$3.398,00
Mesa 08 lugares/ banco	02	R\$1.039,90	R\$2.079,80
Armários roupeiros 12portas	02	R\$1.156,10	R\$2.312,20
TOTAL			R\$77.523,97

11.2 CUSTOS OPERACIONAIS

a. Capital de giro:

ITEM	QTDE	VLR. UNIT.	TOTAL
Staff			
Recepcionista	01	R\$1.300,00	R\$1.300,00
Auxiliar de limpeza	01	R\$1.300,00	R\$1.300,00
Auxiliar de cozinha	01	R\$1.300,00	R\$1.300,00
Manutenção	01	R\$1.300,00	R\$1.300,00
Guias turísticos	02	R\$1.300,00	R\$2.600,00
Segurança	02	R\$1.300,00	R\$2.600,00
ITEM	QTDE	VLR. UNIT.	TOTAL
Energia Elétrica	-	-	R\$2.500,00
Água ³ e esgoto	-	-	R\$300,00
Contabilidade (Contabilizei)	-	R\$149,00	R\$149,00
Internet	-	R\$150,00	R\$150,00
Jurídico (por demanda)	-	-	-
INPI			R\$50,00
Publicidade (grupo Leandro)	-	-	R\$600,00
Diversos	-	-	R\$1.500,00
TOTAL			R\$15.649,00

12. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA – F.O.F.A

FATORES INTERNOS (CONTROLÁVEIS)

FATORES EXTERNOS (INCONTROLÁVEIS)

	FORÇAS	OPORTUNIDADES
PONTOS FORTES	Serviços exclusivos, seguros e organizados	Poucos concorrentes na região
	Ambiente aconchegante e em contato com a natureza	Município em crescente demanda
	Preço de diária competitivo	Possibilidade de sociedade com agricultor local
	Pacotes turísticos com guias da região	
PONTOS FRACOS	Vendas de artesanatos e comidas locais	
	FRAQUEZAS	AMEAÇAS
	Área afastada do centro comercial	Pontos turísticos pouco divulgados
	Equipe de funcionários reduzida	Escassez de mão de obra qualificada
	Limitação nos horários de passeio	Comércios do município com pouca capacidade para receber a demanda de turistas
	Alto custo para o desenvolvimento do projeto	



a) Como utilizar os pontos fortes em benefício próprio

- Com a disponibilidade de serviços no próprio hotel/camping os turistas teriam maior conforto e disponibilidade para aproveitar as atrações turísticas, tendo em vista que não precisariam procurar hospedagem em outros municípios como Campo Mourão/PR;
- Através das mídias sociais é possível divulgar o local como family friendly, mirando no público familiar que possui um perfil de gasto mais alto;
- A oferta de pacotes turísticos garante um maior conforto ao cliente e possibilita parcerias com comércios da região, como agências de turismo, restaurantes, lojas de artesanato, entre outros;
- Além disso, a realização de sociedade com um agricultor da região diminui o custo pré-operacional do empreendimento;
- Os bangalôs proporcionam privacidade e conforto, enquanto a área de camping oferece aventura e maior contato com a natureza.

(b) Como trabalhar os pontos fracos para que não afetem o negócio

- Com relação ao alto custo, a alternativa viável seria iniciar o negócio com parcerias junto a prefeitura do município, restaurantes e agências de turismo. Além disso, seria viável começar com infraestrutura reduzida, com enfoque na área de camping que demanda pouquíssimos recursos;
- A limitação dos horários de passeios poderá ser sanada mediante oferta de um horário pela manhã e outro pela tarde, ou até mesmo com prévio agendamento dos hóspedes para que indiquem o seu horário de interesse.
- Quanto a falta de divulgação do município como ponto turístico, é necessário mencionar que foi sancionada a Lei nº 1413/2021 com a criação do Conselho Municipal de Políticas de Turismo – CPTUR, o qual possui como objetivo a criação de políticas públicas para a expansão do setor turístico dos Caminhos de Peabiru e, conseqüentemente, trará resultados positivos com o aumento de turistas na região.

13. AVALIAÇÃO DE CENÁRIOS

a) cenário pessimista

- Para considerações deste cenário, foram adotadas as seguintes métricas:
- Dias possíveis de venda no ano calendário de 2022: SEXTAS- FEIRAS, SÁBADOS, DOMINGOS e FERIADOS.
- Sobre estes dias comercializáveis, estipula-se a venda de apenas 20% destas datas possíveis.
- Entendendo –se o valor de mercado, o valor da diária do BANGALÔ seria R\$319,90 por unidade.
- Entendendo-se o valor de mercado, o valor da diária do SPOT do CAMPING é R\$49,90 por unidade.
- Entendendo-se o valor de mercado, o valor do PASSEIO GUIADO seria R\$29,90.
- Estipula-se que apenas 50% da capacidade do BANGALÔS e 20% da capacidade dos CAMPISTAS comprariam os PASSEIOS GUIADOS.



RECEITAS BANGALÔS	2022
Cenário - 20% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	
Taxa de venda 20%	
Valor da diária	R\$ 319,90
RECEITA ANUAL 01 BANGALO	R\$ 10.172,82
nº de bangalos	
RECEITA ANUAL 10 BANGALOS	101.728,20
RECEITA CAMPING	2022
Cenário - 20% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	
Taxa de venda 20%	
Valor da diária	R\$ 49,90
RECEITA ANUAL 01 SPOT	
CAMPING	R\$ 1.586,82
nº de SPOTS DE CAMPING	
RECEITA ANUAL 20 SPOTS	R\$ 31.736,40
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS	2022
Cenário - 20% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159
Taxa de venda 20%	31,8
Valor do passeio	R\$ 29,90
Número de pax p/ bangalô	2
nº de bangalos	10
RECEITA ANUAL PASSEIOS	R\$ 19.016,40
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS	2022
CAMP.	
Cenário - 20% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159
Taxa de venda 20%	31,8
Valor do passeio	R\$ 29,90
Caapacidade pax camping	80
Compra do passeio	16
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS	
CAMP.	R\$ 15.213,12
RECEITA TOTAL ANUAL	R\$ 167.694,12
(-)TRIBUTAÇÃO (11,20%)	-R\$ 18.781,74
(-) CUSTO OPERACIONAL	-R\$ 187.788,00
RESULTADO LÍQUIDO ANUAL	-R\$ 38.875,62
RESULT. LÍQUIDO MENSAL	-R\$ 3.239,64
ROA	-R\$ 6,39
LUCRATIVIDADE	-
RENTABILIDADE	-
PAYBACK	∞+E50E31:F82

b. *Cenário Realista*

- Para considerações deste cenário, foram adotadas as seguintes métricas:
- Dias possíveis de venda no ano calendário de 2022: SEXTAS- FEIRAS, SÁBADOS, DOMINGOS e FERIADOS.
- Sobre estes dias comercializáveis, estipula-se a venda de 35% destas datas possíveis.

- Entendendo –se o valor de mercado, o valor da diária do BANGALÔ seria R\$319,90 por unidade.
- Entendendo-se o valor de mercado, o valor da diária do SPOT do CAMPIG é R\$49,90 por unidade.
- Entendendo-se o valor de mercado, o valor do PASSEIO GUIADO seria R\$29,90.
- Estipula-se que apenas 50% da capacidade do BANGALÔS e 20% da capacidade dos CAMPISTAS comprariam os PASSEIOS GUIADOS

RECEITAS BANGALÔS		2022
Cenário - 35% dos dias vendidos -		
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 35%	55,65	
Valor da diária	R\$	319,9
RECEITA ANUAL 01 BANGALO	R\$	17.802,44
nº de bangalôs	10	
RECEITA ANUAL 10 BANGALOS	R\$	178.024,35
RECEITA CAMPING		2022
Cenário - 35% dos dias vendidos -		
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 35%	55,65	
Valor da diária	R\$	49,9
RECEITA ANUAL 01 SPOT		
CAMPING	R\$	2.776,94
nº de SPTO DE CAMPING	20	
RECEITA ANUAL 20 SPOTS	R\$	55.538,70
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS		2022
Cenário - 35% dos dias vendidos -		
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 35%	55,65	
Valor do passeio	R\$ 29,90	
Número de pax p/ bangalô	2	
nº de bangalôs	10	
RECEITA ANUAL PASSEIOS	R\$ 33.278,70	
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS		2022
CAMP.		2022
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	Cenário - 35% dos dias vendidos -	
	159	
Taxa de venda 35%	55,65	
Valor do passeio	R\$ 29,90	
Capacidade pax camping	80	
Compra do passeio	16	
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS		
CAMP.	R\$ 26.622,96	
RECEITA TOTAL ANUAL		R\$ 293.464,71
(-) TRIBUTAÇÃO (11,20%)		-R\$ 32.868,05
(-) CUSTO OPERACIONAL		-R\$ 187.788,00
RESULTADO LÍQUIDO ANUAL		R\$ 72.808,66
RESULT. LÍQUIDO MENSAL		R\$ 6.067,39
ROA		R\$ 11,96
LUCRATIVIDADE		24,81%
RENTABILIDADE		11,95%
PAYBACK		+/- 8 ANOS E 4 MESES

c. *Cenário Positivo*

Para considerações deste cenário, foram adotadas as seguintes métricas:

- Dias possíveis de venda no ano calendário de 2022: SEXTAS- FEIRAS, SÁBADOS, DOMINGOS e FERIADOS.
- Sobre estes dias comercializáveis, estipula-se a venda de apenas 50% destas datas possíveis.
- Entendendo –se o valor de mercado, o valor da diária do BANGALÔ seria R\$319,90 por unidade.
- Entendendo-se o valor de mercado, o valor da diária do SPOT do CAMPIG é R\$49,90 por unidade.
- Entendendo-se o valor de mercado, o valor do PASSEIO GUIADO seria R\$29,90.
- Estipula-se que apenas 50% da capacidade do BANGALÔS e 20% da capacidade dos CAMPISTAS comprariam os PASSEIOS GUIADOS.

RECEITAS BANGALÔS	2022	
	Cenário - 50% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 50%	79,5	
Valor da diária	R\$	319,9
RECEITA ANUAL 01 BANGALO	R\$	25.432,05
nº de bangalôs	10	
RECEITA ANUAL 10 BANGALOS	R\$	254.320,50
RECEITA CAMPING	2022	
	Cenário - 50% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 50%	79,5	
Valor da diária	R\$	49,9
RECEITA ANUAL 01 SPOT		
CAMPING	R\$	3.967,05
nº de SPTO DE CAMPING	20	
RECEITA ANUAL 20 SPOTS	R\$	79.341,00
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS	2022	
	Cenário - 50% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 50%	79,5	
Valor do passeio	R\$ 29,90	
Número de pax p/ bangalô	2	
nº de bangalôs	10	
RECEITA ANUAL PASSEIOS	R\$ 47.541,00	
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS	2022	
CAMP.		
	Cenário - 50% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 50%	79,5	



Valor do passeio	R\$ 29,90	
Capacidade pax camping	80	
Compra do passeio	16	
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS		
CAMP.	R\$ 38.032,80	
RECEITA TOTAL ANUAL	R\$ 419.235,30	
(-) TRIBUTAÇÃO (13,50%)	-R\$ 56.596,77	
(-) CUSTOS OPERACIONAL		
ANUAL	-R\$ 187.788,00	
RESULT. LÍQUIDO ANUAL	R\$ 174.850,53	
RESULT. LÍQUIDO MENSAL	R\$ 14.570,88	
ROA	R\$ 28,72	
LUCRATIVIDADE	41,70%	
RENTABILIDADE	28,71%	
PAYBACK	+/- 3 ANOS E 5 MESES	

d. Cenário extremamente positivo:

- Para considerações deste cenário, foram adotadas as seguintes métricas:
- Dias possíveis de venda no ano calendário de 2022: SEXTAS- FEIRAS, SÁBADOS, DOMINGOS e FERIADOS.
- Sobre estes dias comercializáveis, estipula-se a venda de apenas 60% destas datas possíveis.
- Entendendo –se o valor de mercado, o valor da diária do BANGALÔ seria R\$319,90 por unidade.
- Entendendo-se o valor de mercado, o valor da diária do SPOT do CAMPIG é R\$49,90 por unidade.
- Entendendo-se o valor de mercado, o valor do PASSEIO GUIADO seria R\$29,90.
- Estipula-se que apenas 50% da capacidade do BANGALÔS e 20% da capacidade dos CAMPISTAS comprariam os PASSEIOS GUIADOS.

RECEITAS BANGALÔS	2022	
	Cenário - 60% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 60%	95,4	
Valor da diária	R\$	319,9
RECEITA ANUAL 01 BANGALO	R\$	30.518,46
nº de bangalos	10	
RECEITA ANUAL 10 BANGALOS	R\$	305.184,60
RECEITA CAMPING	2022	
	Cenário - 60% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 60%	95,4	
Valor da diária	R\$	49,9
RECEITA ANUAL 01 SPOT CAMPING	R\$	4.760,46
nº de SPTO DE CAMPING	20	
RECEITA ANUAL 20 SPOTS	R\$	95.209,20
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS	2022	
	Cenário - 60% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	

Taxa de venda 60%	95,4	
Valor do passeio	R\$ 29,90	
Número de pax p/ bangalô	2	
nº de bangalos	10	
RECEITA ANUAL PASSEIOS	R\$ 57.049,20	
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS		
CAMP.		2022
	Cenário - 60% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 20%	95,4	
Valor do passeio	R\$ 29,90	
Caapacidade pax camping	80	
	16	
RECEITAS PASSEIOS GUIADOSCAMP.	R	45 639 3
RECEITA TOTAL ANUAL	R\$ 503.082,36	
(-) TRIBUTAÇÃO (13,50%)	-R\$ 67.916,12	
(-) CUSTO OPERACIONAL ANUAL	-R\$ 187.788,00	
RESULT. LÍQUIDO ANUAL	R\$ 247.378,24	
RESULT. LÍQUIDO MENSAL	R\$ 20.614,85	
ROA	R\$ 40,63	
LUCRATIVIDADE	49,17%	
RENTABILIDADE	40,63%	
PAYBACK	+/- 2 ANOS E 5 MESES	

14. PLANO B DOS CENÁRIOS

1. CENÁRIO REALISTA

Para considerações deste cenário, foram adotadas as seguintes métricas:

- Dias possíveis de venda no ano calendário de 2022: SEXTAS-FEIRAS, SÁBADOS, DOMINGOS e FERIADOS.
- Sobre estes dias comercializáveis, estipula-se a venda de 35% destas datas possíveis.
- Entendendo –se o valor de mercado, o valor da diária do BANGALÔ seria R\$349,99 por unidade.
- Entendendo-se o valor de mercado, o valor da diária do SPOT do CAMPIG é R\$59,90 por unidade.
- Entendendo-se o valor de mercado, o valor do PASSEIO GUIADO seria R\$39,90.
- Estipula-se que apenas 50% da capacidade do BANGALÔS e 20% da capacidade dos CAMPISTAS comprariam os PASSEIOS GUIADOS.

RECEITAS BANGALÔS		2022
	Cenário - 35% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 35%	55,65	
Valor da diária	R\$ 349,99	
RECEITA ANUAL 01 BANGALO	R\$ 19.476,94	
nº de bangalos	10	
RECEITA ANUAL 10 BANGALOS	R\$ 194.769,44	
RECEITA CAMPING		

	Cenário - 35% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 35%	55,65	
Valor da diária	R\$	59,9
RECEITA ANUAL 01 SPOT CAMPING	R\$	3.333,44
nº de SPTO DE CAMPING	20	
RECEITA ANUAL 10 BANGALOS	R\$	66.668,70
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS	2022	
	Cenário - 35% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 35%	55,65	
Valor do passeio	R\$ 39,90	
Número de pax p/ bangalô	2	
nº de bangalos	10	
RECEITA ANUAL PASSEIOS	R\$ 44.408,70	
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS CAMP.	2022	
	Cenário - 35% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 35%	55,65	
Valor do passeio	R\$ 39,90	
Caapacidade pax camping	80	
Compra do passeio	16	
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS CAMP.	R\$ 35.526,96	
RECEITA TOTAL ANUAL	R\$ 341.373,80	
(-) TRIBUTAÇÃO (11,20%)	-R\$ 38.233,87	
(-) CUSTO OPERACIONAL	-R\$ 187.788,00	
RESULTADO LÍQUIDO ANUAL	R\$ 115.351,93	
RESULT. LÍQUIDO MENSAL	R\$ 9.612,66	
ROA	R\$ 18,95	
LUCRATIVIDADE	33,79%	
RENTABILIDADE	18,94%	
PAYBACK	+/- 5 ANOS E 2 MESES	

2. CENÁRIO POSITIVO

Para considerações deste cenário, foram adotadas as seguintes métricas:

- Dias possíveis de venda no ano calendário de 2022: SEXTAS- FEIRAS, SÁBADOS, DOMINGOS e FERIADOS.
- Sobre estes dias comercializáveis, estipula-se a venda de apenas 50% destas datas possíveis.
- Entendendo –se o valor de mercado, o valor da diária do BANGALÔ seria R\$349,99 por unidade.
- Entendendo-se o valor de mercado, o valor da diária do SPOT do CAMPIG é R\$59,90 por unidade.
- Entendendo-se o valor de mercado, o valor do PASSEIO GUIADO seria R\$39,90.
- Estipula-se que apenas 50% da capacidade do BANGALÔS e 20% da capacidade dos CAMPISTAS comprariam os PASSEIOS GUIADOS.

RECEITAS BANGALÔS	
	Cenário - 50% dos dias vendidos -
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159
Taxa de venda 50%	79,5



Valor da diária	R\$	349,99
RECEITA ANUAL 01 BANGALO	R\$	27.824,21
nº de bangalos	10	
RECEITA ANUAL 10 BANGALOS	R\$	278.242,05
RECEITA CAMPING		
	Cenário - 50% dos dias vendidos -	2022
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 50%	79,5	
Valor da diária		
	R\$ 59,90	
RECEITA ANUAL 01 SPOT CAMPING	R\$ 4.762,05	
nº de SPTO DE CAMPING	20	
RECEITA ANUAL 10 BANGALOS	R\$ 95.241,00	
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS		
	Cenário - 50% dos dias vendidos -	2022
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 50%	79,5	
Valor do passeio	R\$ 39,90	
Número de pax p/ bangalô	2	
nº de bangalos	10	
RECEITA ANUAL PASSEIOS	R\$ 63.441,00	
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS CAMP.		
	Cenário - 50% dos dias vendidos -	2022
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 50%	79,5	
Valor do passeio	R\$ 39,90	
Caapacidade pax camping	80	
Compra do passeio	16	
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS CAMP.	R\$ 50.752,80	
RECEITA TOTAL ANUAL		
	R\$ 487.676,85	
(-) TRIBUTAÇÃO (13,50%)	-R\$ 65.836,37	
(-) CUSTO OPERACIONAL	-R\$ 187.788,00	
RESULTADO LÍQUIDO ANUAL	R\$ 234.052,48	
RESULT. LÍQUIDO MENSAL	R\$ 19.504,37	
ROA	R\$ 38,44	
LUCRATIVIDADE	47,99%	
RENTABILIDADE	38,44%	
PAYBACK	+/- 2 ANOS E 7 MESES	

3. CENÁRIO MUITO POSITIVO

Para considerações deste cenário, foram adotadas as seguintes métricas:

- Dias possíveis de venda no ano calendário de 2022: SEXTAS- FEIRAS, SÁBADOS, DOMINGOS e FERIADOS.
- Sobre estes dias comercializáveis, estipula-se a venda de apenas 60% destas datas possíveis.



- Entendendo –se o valor de mercado, o valor da diária do BANGALÔ seria R\$349,99 por unidade.
- Entendendo-se o valor de mercado, o valor da diária do SPOT do CAMPIG é R\$59,90 por unidade.
- Entendendo-se o valor de mercado, o valor do PASSEIO GUIADO seria R\$39,90.
- Estipula-se que apenas 50% da capacidade do BANGALÔS e 20% da capacidade dos CAMPISTAS comprariam os PASSEIOS GUIADOS.

RECEITAS BANGALÔS	2022	
	Cenário - 60% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 20%	95,4	
Valor da diária	R\$	349,99
RECEITA ANUAL 01 BANGALO	R\$	33.389,05
nº de bangalos	10	
RECEITA ANUAL 10 BANGALOS	R\$	333.890,46
RECEITA CAMPING	2022	
	Cenário - 60% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 20%	95,4	
Valor da diária	R\$	59,9
RECEITA ANUAL 01 SPOT CAMPING	R\$	5.714,46
nº de SPTO DE CAMPING	20	
RECEITA ANUAL 10 BANGALOS	R\$	114.289,20
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS	2022	
	Cenário - 60% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 20%	95,4	
Valor do passeio	R\$ 39,90	
Número de pax p/ bangalô	2	
nº de bangalos	10	
RECEITA ANUAL PASSEIOS	R\$ 76.129,20	
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS CAMP.	2022	
	Cenário - 60% dos dias vendidos -	
Sex / sábados / domingos e 25/12 e ss	159	
Taxa de venda 20%	95,4	
Valor do passeio	R\$ 39,90	
Caapacidade pax camping	80	
Compra do passeio	16	
RECEITAS PASSEIOS GUIADOS CAMP.	R\$ 60.903,36	
RECEITA TOTAL ANUAL	R\$ 585.212,22	
(-) TRIBUTAÇÃO (13,50%)	-R\$ 79.003,65	
(-) CUSTO OPERACIONAL	-R\$ 187.788,00	
RESULTADO LÍQUIDO ANUAL	R\$ 318.420,57	
RESULT. LÍQUIDO MENSAL	R\$ 26.535,05	
ROA	R\$ 52,30	
LUCRATIVIDADE	54,41%	
RENTABILIDADE	52,30%	
PAYBACK	+/- 1 ANO E 11 MESES	

POUSADA RECANTO DE PEABIRU

Arthur Augusto Alves Pinto
 Cristiane Pereira Ribas
 Eduarda de Souza Bulow
 Heloisa Costa Israel
 Lucas Donizete de Lima
 Pedro Vinicius de Aguiar

1. Dados do empreendimento; 2. Principais objetivos; 3. O que vendemos; 4. Para quem vendemos; 5. Pontos fortes; 6. Pontos fracos; 7. Como utilizar os pontos fortes a nosso favor; 8. Como trabalhar com os pontos fracos para que não afetem o negócio; 9. Localização; 10. Análise de mercado; 11. Metodologia 5w2h; 12. Plano de marketing; 13. Plano Financeiro; 14. Avaliação de cenários; 15. Avaliação estratégica: Análise da Matriz F.O.F.A; 16. Análise/Avaliação do cenário externo; 17. Plano B; 18. Atividades Recreativas.

SUMÁRIO EXECUTIVO

Este plano de negócio tem por finalidade a análise de viabilidade mercadológica e econômico-financeira para abertura de uma pousada em forma de containers na região de Peabiru. A escolha do projeto e sua localização foram definidas a partir das necessidades financeiras apresentadas na região, estes foram os fatores determinantes para identificarmos a oportunidade de negócio. A seguir serão apresentados o desenvolvimento do estudo, as descrições do negócio e suas características, a análise do local onde será inserido, bem como seu espaço físico e layout, os principais objetivos, o que oferecemos, análise de mercado, os resultados da análise financeira e econômica, definição dos investimentos iniciais e o cálculo de cada um deles, para mostrar a viabilidade do negócio.

A POUSADA RECANTO DE PEABIRU é uma empresa de pequeno porte que oferece pouso, estadia em forma de containers, com capacidade de duas a três pessoas e com o total de seis containers. A diária para adultos custa R\$ 180,00 e crianças de até 10 anos, R\$ 90,00. Localiza-se em Peabiru-PR, na área rural, entre as duas trilhas “principais”, sendo a trilha do Índio e a Cachoeira do Saltinho, estando também, próximo à cidade. Conta com um quadro de nº 12 funcionários distribuídos em nº 4 departamentos: financeiro, comercial, marketing e serviços de limpeza geral. A pousada oferece aos seus clientes, estadia, pouso e café colonial.

Os sócios administradores são os responsáveis diretos pela tomada de decisões e estratégias segundo suas responsabilidades na área comercial, financeira e pessoal respectivamente.

O custo total das estruturas (containers completos + ambientes completos) será de R\$ 214.779,93. Com relação aos profissionais necessários para o funcionamento da pousada, o custo será de R\$7.800,00.

A missão da POUSADA RECANTO DE PEABIRU é oferecer o que há de melhor em Peabiru, proporcionará momentos de descanso aos hóspedes, contato com a natureza e um delicioso café colonial.

A POUSADA RECANTO DE PEABIRU tem como principal objetivo oferecer conforto e tranquilidade para todas as pessoas que forem visitar e se hospedar em nossa



pousada de containers. Espera-se com isso conquistar e chamar cada vez mais clientes para conhecer Peabiru e se tornar conhecida no mercado.

1. DADOS DO EMPREENDIMENTO:

- Nome da sua empresa: Pousada Recanto de Peabiru
- CNPJ: XX.XXX.XXX/XXXX-XX
- Gerente: funcionário de confiança escolhido pelo sócio
- Setor de Atuação: Hospedagem e prestação de serviços
- Porte: Pequeno
- Endereço: Rua X, número X, Município de Peabiru - PR

1.1 Forma Jurídica:

A forma jurídica da pousada é Sociedade Limitada (precisa de registro junto à Junta Comercial do Estado). De início, será composta por um ou dois sócios, ambos investidores de outras localidades.

2. PRINCIPAIS OBJETIVOS:

Promover o que há de melhor em Peabiru para todas as pessoas que forem visitar e se hospedar em nossa pousada de containers.

3. O QUE VENDEMOS:

- Uma hospedagem em uma pousada de containers, com bom custo benefício e meia pensão (café da manhã + café colonial);
- Café colonial para hóspedes e não hóspedes.
- Atividades recreativas pré-planejadas em datas festivas e overbook para entreter os hóspedes que permanecerem na pousada.

4. PARA QUEM VENDEMOS:

Para um público em geral, sejam turistas ou população local, que gostem tanto de natureza, trilhas e esportes radicais, quanto de um local tranquilo.

5. PONTOS FORTES:

A pousada além de ser um atrativo para o público em geral, irá movimentar a economia local, gerando empregos e renda. Além disso, o local proporcionará momentos de descanso aos hóspedes, contato com a natureza e um delicioso café colonial. Concernente à locação, poderá ocorrer tanto presencial, quanto pelo aplicativo Airbnb.

6. PONTOS FRACOS:

Os pontos fracos identificados, refletem no clima, na adequação de funcionários, estes, a depender da quantidade de hóspedes na pousada e no não fornecimento de almoço.

7. COMO UTILIZAR OS PONTOS FORTES A NOSSO FAVOR?

O contato dos visitantes e hóspedes com o Município e cultura local, auxiliará na divulgação “boca a boca” e pelas redes sociais (como é o caso da Colônia Witmarsum



(conhecida pela história, cultura local e comidas típicas), a forma de locação pelo Airbnb, traria praticidade; o café colonial servido auxilia na obtenção de lucro. Ainda, será oferecido aos hóspedes da pousada, o pacote de meia pensão, onde estaria incluso o café da manhã e o colonial e, aos que optarem poderão pagar a parte o guia turístico.

Nesta toada, a fim de manter lucratividade em diversos períodos do ano, o café colonial será aberto aos moradores locais, porém, somente com o intuito de consumir no local, sem permanência.

À vista disso, pacotes com os extras, mostraria-se relevante, a fim de contribuir com o aumento da taxa de permanência na pousada.

No caso de um cenário acima do esperado em termos de lucratividade, o uso de cupons seriam empregados na pousada, a fim de auxiliar ainda mais na movimentação da economia e negócios locais.

8. COMO TRABALHAR PARA QUE OS PONTOS FRACOS NÃO AFETEM NOSSO NEGÓCIO?

Para que o clima não afete o negócio, cada container contará com uma televisão para fins de entretenimento.

Quanto a ondulação de hóspedes e ajustes na quantidade de funcionários na grade, para as épocas menos movimentadas, o contrato com empresas terceirizadas para certas funções dentro da pousada, como os profissionais de recreação e camareiras.

No que tange aos funcionários, um treinamento base para ajudar na profissionalização, seria de relevância.

Por fim, o não fornecimento de almoço, fará com que os hóspedes busquem- o na cidade, ajudando na movimentação da economia local.

9. LOCALIZAÇÃO

A pousada se localizará na área rural, próxima da cidade, mais precisamente, entre as duas trilhas “principais” do Município, sendo a trilha do Índio e a Cachoeira do Saltinho, representam um diferencial. Desta forma, pela boa localização, terá fácil acesso por meio de estradas de terra que levam os hóspedes ao local.



A metragem do terreno tem aproximadamente 22 mil metros quadrados, o que equivale a R\$ 200.000,00 reais. Para a obtenção do terreno, optou-se pela parceria com a Prefeitura.



10. ANÁLISE DE MERCADO

10.1 Análise da concorrência

Ao fazer uma pesquisa dos estabelecimentos presentes no Município, verificamos que não há nenhum que inclua vários itens, como hospedagem, café colonial e aventura. Ainda, observamos, conforme as imagens abaixo, avaliações da clientela sobre alguns estabelecimentos:

-Desta forma, estes hotéis/hospedarias, em sua maioria, são simples e acabam por deixar a desejar no quesito infraestrutura ou, quando não neste ponto, o barulho da cidade impede um sono tranquilo:



A primeira imagem é referente a um hotel e a segunda e terceira referem-se a outro. Na primeira, o local está passando por reestruturação, como aponta um comentário, porém, os demais falam por si. Já, a última imagem indica que determinado hotel está com direção nova, porém há reclamação do barulho pela localização na cidade.

À vista disso, concluímos que o espaço com containers se mostraria um diferencial inusitado. Além disso, a localização em um espaço rural conta com o som da natureza, propiciando uma noite de sono mais agradável. Ademais, a pousada contará com wi-fi, ar-condicionado e televisão em cada container, bem como banheiro privativo. Desta forma a concorrência é mínima para o negócio, por se tratar de inovação e oferecer conforto.

Diária Recanto Peabiru: 180,00 Adulto e 90,00 Criança de até 10 anos.

10.2 Estudo dos clientes

Oferece serviço para todos os tipos de público, famílias grandes e pequenas.

11. METODOLOGIA 5W2H:



(i) WHAT (O QUE FAZER):

Tendo em vista que o projeto consiste em uma pousada, temos vários objetivos em mente. Uma de nossas maiores estratégias é atrair pessoas de todas as localidades, assim como os próprios moradores, para conhecer um pouco mais da cultura de Peabiru e, conseqüentemente, aproveitarem todas as oportunidades oferecidas tanto pelo Município em si (trilhas, passeios), quanto pela nossa pousada (atividades recreativas, etc). Desta forma, será uma pousada em forma de containers.

(ii) Why (PQ FAZER):

Como Peabiru não é um município muito conhecido, gostaríamos que fosse valorizado assim como qualquer outro. Dessa forma, as pessoas conhecendo sua história, experimentando as comidas típicas e observando a cidade em si, poderiam se aproximar mais e se identificar com o que Peabiru tem a oferecer. Assim, a cidade, possuirá seu real valor, além de atrair muito mais turistas para cada vez mais conhecerem-na.

Também, seria interessante tanto para o Município quanto para nós, que estaríamos podendo ajudar com este processo, tendo em vista que, além de toda essa movimentação na cidade, faríamos com que a economia girasse e mais pessoas, do Município de Peabiru, fossem contratadas, diminuindo desemprego.

(iii) Where (ONDE SERÁ FEITO):

Peabiru-PR. E, por se tratar de uma pousada próxima a várias atividades na região (trilhas, passeios) será na área rural, entre a Trilha do Índio e a Cachoeira do Saltinho.

(iv) Who (POR QUEM SERÁ FEITO):

A base de cada container, com isolamento acústico e térmico e instalação elétrica e hidráulica, por meio de fábrica especializada de fora e a parte interna por empresas também de fora. E, para as dinâmicas e atividades, por equipes de lazer e recreação;

(v) When (QUANDO):

No início do ano de 2022, dependendo dos decretos para a liberação de atividades turísticas na cidade devido a pandemia do COVID-19.

(vi) How (COMO FAZER):

De início, a parceria com a Prefeitura para adquirir o terreno adequado. Logo, a pousada em si seria construída em containers. O café da manhã e o colonial serão servidos no refeitório, peça separada. O refeitório será junto com a recepção e cozinha.



(vii) How Much (QUANTO \$):

Pensando no número de funcionários, em nosso café da manhã e café colonial, na estrutura da pousada e nos gastos extras caso necessário, gastaríamos em média: R\$ 430.132,68.

12. PLANO DE MARKETING*12.1. Descrição dos serviços:*

A Pousada Recanto de Peabiru tem como estratégia de inovação, a pousada em forma de containers, assim com custo benefício e oferecendo conforto para pessoas e famílias que buscam passar um final de semana, um feriado ou até mesmo as férias em um local mais reservado e com contato com a natureza. Além disso, tem-se como objetivo conquistar e manter hóspedes, portanto pretende manter a equipe de trabalho constantemente motivada, fornecendo total atenção aos clientes e colocando-se no lugar dos mesmos, para assim conseguir tomar conhecimento dos eventuais problemas a fim de melhorá-los e até mesmo eliminá-los, para o retorno dos mesmos.

A Pousada oferece serviços de hospedagem, com meia pensão (café da manhã e café colonial) e informações para a realização de aventuras e trilhas no local. O público-alvo que pretendemos receber em nosso estabelecimento, são pessoas de todas as idades.

12.2 Publicidade/Divulgação:

A divulgação da pousada, será por meio de panfletos/flyers distribuídos em diversos pontos da cidade, como também por programas de televisão (plug!), o instagram do Município, e ainda, através de redes sociais em geral. O Airbnb contribuiria na divulgação.

13. PLANO FINANCEIRO*13.1 Planejamento dos ambientes da pousada***CONTAINERS:**

Temos como principal ideia a construção de uma pousada em containers. O intuito seria uma estadia confortável, com bom custo-benefício e diferenciada. Abaixo, um exemplo já existente, porém, na versão em módulos:



-Tamanho: Container na versão high cube, de 53 pés, cuja medida é de 53 pés, ou seja: +- Comprimento 16,154m, Largura 2,438m e Altura 2,896m.

-Quantidade: De início 6 containers e, então, conforme os lucros e demanda, há a possibilidade da montagem de outros containers.

-Valor do container com isolamento térmico e acústico: Para o container de 14 metros quadrados, com revestimento e espaçamento para quarto, banheiro e cozinha, custa, em média R\$ 18.000,00. (Plantas com 15 a 16 m²):

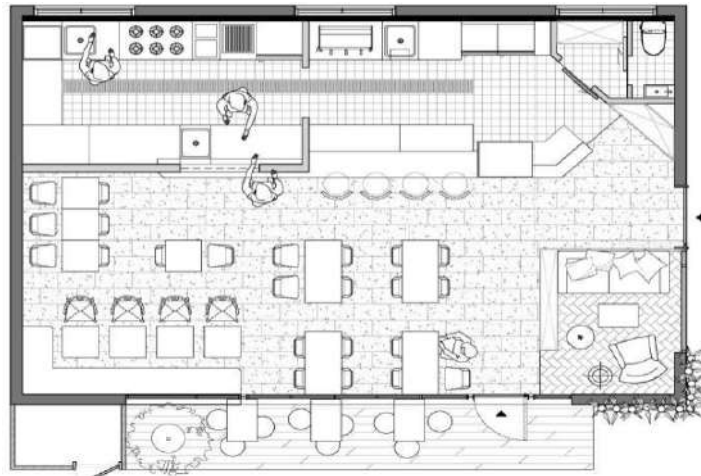


RECEPÇÃO + COZINHA + REFEITÓRIO

Para a construção destes ambientes é necessário 4 containers (18.000 x 4).

Para estes três ambientes, o design teria como base a planta abaixo, onde os três cômodos estariam em um só espaço:

A cozinha no local onde está. Não haverá, de início, necessidade para tantas mesas, então, quantidade reduzida. No local da pequena sala, a recepção.



13. 2 Custos dos bens:

• B1. Móveis e utensílios - Container

	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Cama casal	6	R\$ 818,28	R\$ 4.909,68
2	Guarda - roupa (estante de ferro com madeira)	6	R\$ 179,00	R\$ 1.074,00.
3	Travesseiro	12	R\$ 10,00	R\$ 120,00
4	Cobertor	6	R\$ 80,99	R\$ 485,94
5	TV	6	R\$ 589,99	R\$ 3.599,94
6	Espelho banheiro + armário	6	R\$ 139,90	R\$ 839,40
7	Pia-banheiro + torneira	6	R\$ 95,90	R\$ 575,40
8	Vaso sanitário	6	R\$ 249,90	R\$ 1.499,40
9	Chuveiro	6	R\$ 44,00	R\$ 264,00
10	Box vidro	6	R\$ 120,00	R\$ 720,00
11	Piso conjunto	6	R\$ 62,92	R\$ 377,52
12	Toalha de banho	16	R\$ 15,90	R\$ 254,40

13	Toalha de rosto	12	R\$ 6,90	R\$ 82,80
14	Mesa pequena (de parede, dobrável)	6	R\$ 209,99	R\$ 1.259,94
15	Puff conjunto	12	R\$ 79,00 = 3u	R\$ 948,00
16	Ar condicionado	6	R\$ 604,75	R\$ 3.628,50
17	Kit 5 lençóis de casal + jogode cama com elástico + 10 fronhas	3	R\$ 149,90	R\$ 449,70
18	Frigobar - 47L	6	R\$ 349,00	R\$ 2.094,00
	TOTAL			R\$ 21.322,62

• **B2. Móveis e utensílios - cozinha**

	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Fogão 6 bocas c/ forno	1	R\$ 679,00	R\$ 679,00
2	Panela conjunto	2	R\$ 289,00 = 10 pçs	R\$ 578,00
3	Copos	5	R\$ 17,95 = 12 pçs	R\$ 89,75
4	Prato (conjunto P e G)	2	R\$ 194,75 (P + G) = 30 u	R\$ 389,50
5	Talheres	3	R\$ 32,60 = 20 pçs	R\$ 97,80
6	Pano de prato	1	R\$ 49,40 = 20u	R\$ 49,90
7	Pia completa com cuba	1	R\$ 417,00	R\$ 417,00
8	Geladeira/refrigeradorcomercial	1	R\$ 2.549,92	R\$ 2.549,92
9	Armário aéreo	4	R\$181,11	R\$ 724,44
10	Forno microondas	1	R\$ 489,00	R\$ 489,00
11	Armário multiuso (2 portas)	2	R\$ 180,49	R\$ 360,98
	TOTAL			R\$ 6.425,29

• **B3. Móveis e utensílios – Refeitório**

	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Mesa e cadeira	3	R\$ 289,90 = 1 mesa e 4 cadeiras	R\$ 869,70
2	Mesa e cadeira	3	R\$ 174,92 = 1 mesa e 2 cadeiras	R\$ 524,76
3	Mesa plástica	4	R\$ 75,00	R\$ 300,00
4	Toalha de mesa	1	R\$ 95,00 = 10 u	R\$ 95,00
5	Guardanapos e canudos	diversos	R\$ 69,90	R\$ 69,90
	TOTAL			R\$ 1.859,36

• **B4. Móveis e utensílios – recepção**

	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Poltrona	1	R\$ 191,92 = 2u	R\$ 191,92
2	TV	1	R\$ 899,10	R\$ 899,10
3	Pia banheiro	1	R\$ 95,90	R\$ 95,90
4	Vaso Sanitário	1	R\$ 249,00	R\$ 249,00
5	Espelho	1	R\$ 49,90	R\$ 49,90
6	Notebook positivo	1	R\$ 743,59	R\$ 743,59
7	Mesa recepção (escrivantina duas gavetas)	1	R\$ 167,20	R\$ 167,20
8	Cadeira	1	R\$ 113,05	R\$ 113,05
9	Impressora HP	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
10	Ar condicionado grande	1	R\$ 1.904,00	R\$ 1.904,00
11	Smartphone positivo	1	R\$ 399,00	R\$ 399,00

TOTAL		R\$ 5.162,66
-------	--	--------------

TABELA FINAL - resumo de todos os gastos:

	Descrição	Valor total
B1	Móveis e utensílios - container	R\$ 21.322,62
B2	Móveis e utensílios - cozinha	R\$ 6.425,29
B3	Móveis e utensílios - refeitório	R\$ 1.859,36
B4	Móveis e utensílios - recepção	R\$ 5.162,66
B5	Funcionários	R\$ 7.800,00/mês
B5	Tarifas (água, luz, esgoto, internet, publicidade)	R\$ 3.465,40
B6	Alimentação	R\$ 4.097,41
	TOTAL	R\$ 50.132,68

13.3 Capital de giro

O capital de giro é influenciado pelos custos, volume de vendas, compras e prazos médios. É um recurso necessário para que o estabelecimento possa controlar as entradas e saídas que ocorrem na organização. O capital de giro é dividido em duas partes, sendo: (i) os Ativos Circulantes, que englobam os valores a receber, os estoques de alimentação, aplicações financeiras, dentre outros e, (ii) os Passivos Circulantes, que englobam os empréstimos, fornecedores, contas a pagar, entre outras. Ao iniciar um empreendimento é necessário obter recursos para estruturar a empresa e obter os materiais necessários para produzir.

A Pousada Recanto de Peabiru iniciou suas atividades com o Capital de Giro de R\$ 38.642,81. Esse valor será investido nas compras dos containers, em sua reforma, bem como, no estoque de alimentação e nos pagamentos dos funcionários no 1º mês.

13.4 Custos Fixos

A. Funcionários:

- Como a equipe do estabelecimento será constituída:
- Cozinheiro: fará as refeições da pousada;
- Copeiro: auxilia o cozinheiro, leva refeições nos containers, organização do café colonial e presta auxílio aos hóspedes no café da manhã.
- Arrumadeira: organização dos containers (arrumar camas, banheiros etc.);
- Auxiliar de limpeza: para a limpeza dos containers na troca de hóspedes, da recepção refeitório e banheiro;
- Recepcionista: permanecerá na recepção, cuidará do atendimento dos clientes e demais atividades, como o controle das hospedagens;
- Segurança: para o período diurno e noturno.
- Para lavagem dos lençóis/cobertas/travesseiros etc. = empresa terceirizada.

B5. Funcionários e tarifas

“Descrição”	Qtde	Total
Cozinheiro (a)	1	R\$ 1.300,00
Copeira (o)	1	R\$ 1.300,00
Arrumadeira	1	R\$ 1.300,00
Auxiliar de limpeza	1	R\$ 1.300,00
Recepcionista	1	R\$ 1.300,00
Segurança	1	R\$ 1.300,00
-----	-----	-----



Água e esgoto	-	R\$ 300,00
Energia Elétrica	-	R\$ 2.200,00
Internet	-	R\$ 150,00
Publicidade	-	R\$ 600,00
Contabilidade	-	R\$ 149,00
Impostos	-	R\$ 65,50
TOTAL		R\$ 3.465,40

B5. Alimentação

	Descrição	Qtde	Custo Unitário	Total
1	Café solúvel Cappuccino solúvel	20kg 5kg 10kg	R\$ 280,10	R\$ 862,42
	Chocolate em pó		R\$ 155,00	
	Filtro descartável	600 u	R\$ 384,00	
			R\$ 43,32	
2	Bebidas (sucos, chás, refrigerantes, água mineral, iogurte)	100	R\$ 250,00	R\$ 1.193,00
		und	R\$ 219,00	
			R\$ 250,00	
			R\$ 115,00	
			R\$ 359,00	
3	Bolos (Cenoura, Chocolate, Morango, Fubá, Brigadeiro, Abacaxi)	kg	R\$ 20,00	R\$ 165,00
			R\$ 30,00	
			R\$ 15,00	
4	Acompanhamentos (manteiga, creme de avelã, maionese, catchup, patês, requeijão, doce de leite)	kg	R\$ 55,00	R\$ 218,00
			R\$ 45,00	
			R\$ 56,00	
			R\$ 42,00	
			R\$ 11,00	
			R\$ 12,00	
			R\$ 30,00	
5	Pães (de forma, Francês, caseiro, minibaguete, integral, bisnaguinha)	kg	R\$ 32,00	R\$ 87,65
			R\$ 35,00	
			R\$ 12,50	
			R\$ 12,00	
			R\$ 10,90	
			R\$ 17,90	
6	Cookies e biscoitos recheados	kg	R\$ 17,35	R\$ 72,39
			R\$ 17,00	
7	Torta Salgada (frango, presunto e queijo, palmito)	kg	R\$ 45,00	R\$ 49,90
			R\$ 27,39	
8	Mini Pizzas (calabresa, mussarela, presunto e queijo, pepperoni, frango)	40 und	R\$ 49,90	R\$ 49,90
9	Croquetes (frango, calabresa e queijo)	100	R\$ 360,00	R\$ 360,00
		und	R\$ 45,90	R\$ 45,90
10	Coxinhas, Risoles Bolinhas de Queijo, Mini pastelzinho (frango, carne, presunto e queijo)	100	R\$ 55,00	R\$ 275,00
		und	R\$ 60,00	
			R\$ 70,00	
			R\$ 90,00	
11	Pão de Queijo	kg	R\$ 43,60	R\$ 43,60
12	Frutas (laranja, uva, manga, abacaxi, limão, maracujá, morango)	kg	R\$ 3,40	R\$ 52,05
			R\$ 17,00	
			R\$ 3,30	
			R\$ 8,00	
			R\$ 3,00	

			R\$ 3,35	
			R\$ 14,00	
13	Queijos (Mussarela, Parmesão, Cheddar)	kg	R\$ 37,90	R\$ 113,80
			R\$ 42,90	
			R\$ 33,00	
14	Frios (Presunto, Mortadela, Peito de peru)	kg	R\$ 32,90	R\$ 91,90
			R\$ 14,00	
			R\$ 45,00	
15	Geleias (laranja, morango, uva, figo, mel)	Kg	R\$ 50,00	R\$ 230,40
			R\$ 49,00	
			R\$ 52,50	
			R\$ 53,90	
			R\$ 25,00	
16	Empadão (frango, palmito, carne seca com catupiry)	Kg	R\$ 50,00	R\$ 50,00
17	Tortas Doces (banana, limão, chocolate, morango)	Kg	R\$ 35,00	R\$ 35,00
18	Sobremesas (Moussesde chocolate, maracujá, limão; Pudins de chocolate, morango, limão, etc; Bombons recheados)	Kg	R\$ 55,00	R\$ 151,40
			R\$ 25,90	
			R\$ 70,50	
	TOTAL			R\$ 4.097,41

13.5 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS:

Containers + Ambientes: R\$ 180.000,00

13.6 QUADRO COM RESUMO DE VALORES:

Descrição dos investimentos	Valor
1. Investimentos fixos	R\$ 34.399,93
2. Capital de giro	R\$ 38.642,81
3. Investimentos pré-operacionais	R\$ 180.000,00
Total:	R\$ 253.042,74

14. AVALIAÇÃO DE CENÁRIOS:

14.1 Cenário negativo

- Para a análise deste cenário, foram levadas em consideração as seguintes informações:
- A pandemia continuar, com aumento de casos de COVID-19, podendo acabar afetando a flexibilidade do turismo.
- Porcentagem: 20 = 12.960,00

14.2 Cenário realista

- Para a análise deste cenário, foram levadas em consideração as seguintes informações:
- Tudo acontecendo conforme o esperado.
- Porcentagem: 60 de ocupação: 38.880,00 por mês



14.3 Cenário positivo

- Para a análise deste cenário, foram levadas em consideração as seguintes informações:
- Um bom número de turistas, com uma boa diminuição da pandemia de COVID-19 no Brasil, e uma boa flexibilidade no turismo;
- Porcentagem: de 80 a 100 = de 51.840,00 a 64.800,00

14.4 Cenário acima do esperado

- Para a análise deste cenário, foram levadas em consideração as seguintes informações:
- Para esse cenário onde tudo estivesse dando mais lucro que o planejado poderia ser realizados eventos no local sendo eles de lazer como teatro ou apresentação de bandas ou recreativas com brinquedos infláveis e coisas do tipo para chamar ainda mais atenção e assim poder expandir o negócio com implantação de novos quartos.
- Toda a população de com 18+ anos vacinada e a pandemia controlada, com a economia voltando aos poucos, o turismo voltaria com força e os preços ficariam mais acessíveis para a população.
- A partir de um novo cenário no crescimento do Município de Peabiru, no que tange aos visitantes, na movimentação da economia, bem como ao crescimento da nossa pousada no quesito de lucro, iniciaremos a venda de um bloco de “cupons” para ajudar nessa movimentação da economia local (ex: quem ficar na pousada terá desconto para locação de tal equipamento ou refeição em tal local); = - Gera renda e empregos = movimentação da economia (utilização dos cupons com o mesmo fim);
- Porcentagem: 120 = 87.760,00

15. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA: ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A

FATORES INTERNOS (CONTROLÁVEIS)		FATORES EXTERNOS (INCONTROLÁVEIS)
PONTOS FORTES	FORÇAS	OPORTUNIDADES
	-Ambiente inusitado, acolhedor e em contato com a natureza; -Oferece serviço exclusivo (cafécolonial); -Valor de diária coerente; - Locação versátil (presencial ouAirbnb)	-Pouca concorrência; -Município em desenvolvimento; -Possibilidade de parceria/sociedade comagricultor familiar local;
	-ATIVIDADES (SIM OU NÃO)	-Pouca concorrência; -Município em desenvolvimento; -Possibilidade de parceria/sociedade comagricultor familiar local;
	-Ambiente inusitado, acolhedor e em contato com a natureza; -Oferece serviço exclusivo (cafécolonial); -Valor de diária coerente; - Locação versátil (presencial ouAirbnb)	-Pouca concorrência; -Município em desenvolvimento; -Possibilidade de parceria/sociedade comagricultor familiar local;
	-ATIVIDADES (SIM OU NÃO)	
	-Ambiente inusitado, acolhedor e em contato com a natureza; -Oferece serviço exclusivo (cafécolonial); -Valor de diária coerente; - Locação versátil (presencial ouAirbnb)	



PONTOS FRACOS	FRAQUEZAS	AMEAÇAS
	-Clima;	-Falta de mão de obra qualificada;
	-Equipe de funcionários depende da quantidade de hóspedes no local);	-Pontos turísticos locais pouco divulgados;
	-Funcionamento em alguns períodos do ano;	-Inconstância de turistas na região;
	-Sem serviço de almoço;	

16. ANÁLISE/AVALIAÇÃO DO CENÁRIO EXTERNO:

Cenário	Oportunidades	Ameaças
Tecnólogo	Turistas e moradores se beneficiariam com ferramentas como o Airbnb, para locação.	Plataforma fora do ar e possível empecilho para pessoas idosas.
Sociocultural	Ecoturismo em alta	Local pouco reconhecido para a prática do mesmo
Demográfico	Região propícia para a prática de ecoturismo, pelas trilhas e cachoeiras, atrai mais pessoas interessadas nesse meio.	Cidade de Peabiru afastada da capital.
Empresarial	A prefeitura oferece parceria para adquirir terreno.	Fator corrobora para que mais negócios como este se instalem na região.
Outros acontecimentos	Pós Pandemia, o turismo estará em alta.	Necessidade de medidas a fim de conter o COVID, como isolamento e vacina demorada. Desta forma, para que o turismo volte a ser movimentado, demorarão mais tempo.

17. PLANO B

Se por algum motivo as instalações não estiverem atraindo hóspedes o suficiente, a área do restaurante será fechada para funcionar como um barzinho com música ao vivo algumas noites da semana, para assim, aumentar o giro de capital e chamar a atenção dos turistas para o local de hospedagem diferenciado.

18. ATIVIDADES RECREATIVAS:

Contratadas de maneira terceirizada de acordo com o fluxo e o perfil de hóspedes. O custo ficará em média 600 reais o dia de contratação para uma equipe de três recreadores.



POUSABIRU

Augusto Akio Takahashi dos Santos Beatriz Amaral da Costa
Gabriela Turkot
William Schneider Divino

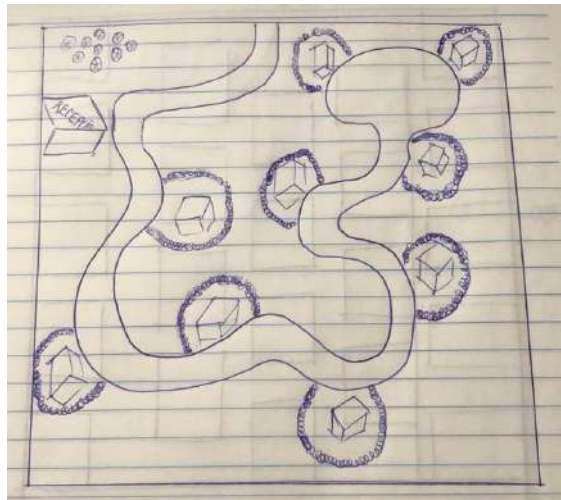
1. Plano de negócio; 2. Custos iniciais- pré-operação; 3. Custos de Manutenção; 4. Outras ideias; 5. Marketing; 6. Avaliação de cenários

PLANO DE NEGÓCIOS

- **Nome do negócio:** Pousabiru
- **Principais objetivos:** ofertar um serviço de hospedagem de baixo custo, sustentável e com contato com a natureza.
- **O que vende:** pousada e hospedagem em tiny houses.
- **Para quem vende:** turistas com interesse em visitar Peabiru e turistas com interesse em tiny houses.
- **Quais os pontos fortes:** atrair várias pessoas, de vários públicos; promover o turismo; meio educativo para história e curiosidades de Peabiru
- **Quais os pontos fracos:** Divulgação do Local.
- **Como utilizar os pontos fortes a favor:** Por ter contato direto com a natureza e com as tiny houses, é um diferencial frente a outras hotelarias.
- **Como trabalhar para que os pontos fracos não afetem o negócio:** investimento em marketing com possíveis parcerias.

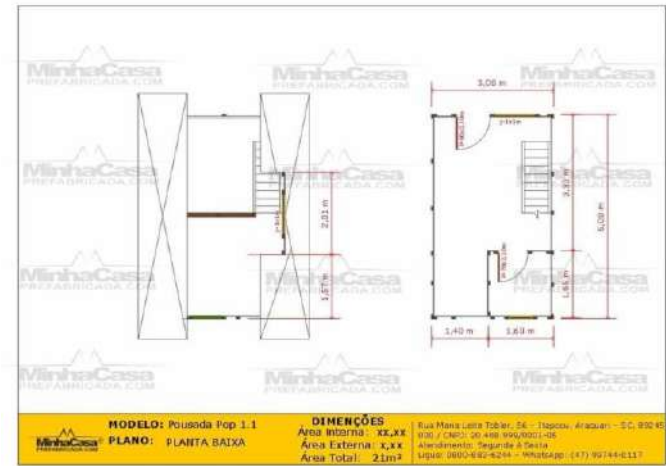
CUSTOS INICIAIS - PRÉ-OPERAÇÃO

Terreno cedido de 1500m² 10.000m²



Esboço de layout





- 30m² de recepção/manutenção = R\$ 16.316,00
- Custo inicial de material para construção: R\$ 606.676,00 630m² de circulação etc.

Custo inicial:

Descrição	Quantidade	Preço	Total
Mini casa pré-fabricada	5	13680	68400
Mão de obra para construção	5	7350	36750
Hidráulica	5	310	1550
Elétrica/iluminação	5	1000	5000
Gás	5	200	1000
Marcenaria	5	4500	22500
Cama de casal	5	800	4000
Descrição	Quantidade	Preço	Total
Sofá-cama	5	700	3500
Cooktop	5	250	1250



Frigobar	5	800	4000
Televisão 40"	5	1500	7500
Duchas	5	100	500
Vasos sanitários	5	500	2500
Cubas/banheiro	5	100	500
Torneiras/banheiro	5	150	750
Espelhos/banheiro	5	100	500
Cubas/cozinha	5	250	1250
Roupa de cama	5	1200	6000
Torneiras/cozinha	5	200	1000
Toalhas	5	423	2115
Travesseiros	25	38	950
Almofadas	10	45	450
Utensílios para cozinhar (kit panela)	5	200	1000
Louças	25	19	475
Talheres (kit talheres)	5	90	450
Escorredor de louça	5	60	300
Copo	25	5	125

Custos fixos de operação/mês

Descrição	Quant.	Valor	Total
<u>Wi-fi</u>	1	160	160
<u>Jardinagem</u>	1	500	500
<u>Limpeza</u>	1	1800	1800
<u>Marketing</u>	1	600	600
<u>Gás</u>	5	150	750

Recepção/manutenção

- Balcão de atendimento
- Máquina de gelo (compartilhada) Lavanderia compartilhada para hóspedes
- Lavanderia de manutenção (terceirizar?)

Custos de manutenção

Pessoal

- Jardinagem
- Recepção Limpeza
- Uniformes (pessoal)

Outras ideias

- Trilha ecológica e histórica
- Cada tiny house com um nome histórico
- Quadros dentro da tiny house contando história/curiosidades Parcerias com outros empreendimentos/compartilhar o terreno
- Restaurante

Marketing

- "slow life" - contato com a natureza estadias mais longas e independentes
- estética rústica
- investimento em marketing digital

Avaliação de cenários

- baixo custo = 5 casas = R\$ 68.400,00
- apenas o empreendedor, sem funcionários → diarista, lavanderia terceirizada e jardineiro pontual
- ideia: fechadura inteligente; AIRBNB, selfcheck-in.



ÁREA DE CAMPING CAMPEABIRU

Alan Santos do Vale
 Felipe Souza Duarte
 Brenda Luysa Zelinski Santos
 Isadora Graça Zamora Arruda Taques
 Victor Augusto Eleuterio dos Santos

Introdução; 2.O que vendemos, para quem vendemos; 3. Pontos forte e fracos; 4. Equipe para tocar o projeto; 5. Marketing; 6. Plano Financeiro; 7. F.O.F.A; 8. Avaliação de cenários.

1. INTRODUÇÃO

A ideia de uma área de camping, veio pelo fato de muitas pessoas, no mundo atual, buscarem a sua liberdade geográfica, onde não gostam mais de ficarem presas a um só local, como por exemplo um apartamento, ou uma cidade, e estas começam a viver em motorhomes. Portanto, fazer um local adequado para as pessoas que buscam este estilo de vida, é garantir a este movimento, o qual está iniciando no Brasil, e já é muito forte nos países da Europa e Estados Unidos, um local adequado para estacionar e dar os devidos cuidados aos motorhomes. Sendo assim, este plano de negócio, apresenta uma ideia de uma área de camping para as pessoas focadas neste estilo de vida. Também foi pensado em uma área de barracas para as pessoas que gostam de acampar, e pelo fato de as principais atrações turísticas da cidade serem trilhas, também haverá um espaço adequado as pessoas que buscar ter um maior contato com a natureza.

2. O QUE VENDEMOS, PARA QUEM VENDEMOS

Nós vendemos um local para as pessoas que buscam ter segurança e as instalações necessárias para cuidar do motorhome, também vendemos para as pessoas que gostam de acampar e busquem um contato maior com a natureza.

Também há as pessoas que não possuem as condições financeiras para alugarem/comprarem um motorhome, mas desejam ter um pouco da experiência da liberdade geográfica, e saem viajar de carro com suas barracas, sendo assim, estas também poderão utilizar do espaço.

Além de ser possível fazer parcerias com restaurantes e as áreas turísticas da cidade, para que quem se hospede na área de camping, consiga um desconto, ou um “passe”, para os locais, para que as pessoas se hospedem na área de camping.

Neste espaço terá uma área adequada para os motorhomes e as barracas, local adequado para os dejetos dos motorhomes e água potável para reabastecer os mesmos, pontos de luz perto dos locais de estacionamento dos motorhomes e nas áreas de barracas, Wi-Fi e banheiros.

Portanto, vendemos o aluguel do espaço e opções de planos, diariamente, a quem busca um estilo de vida mais livre, e as pessoas que gostam de ter um contato maior com a natureza.



2.1 Possíveis concorrentes

Os possíveis concorrentes da área de camping são os hotéis, os quais tem um público diferente, porém, podem ser considerados concorrentes pelo fato de também ser da área de hospedagem, e um concorrente direto, o qual também é uma área de camping, localizada na cidade de Campo Mourão, porém, fica perto de um parque. Esta área de camping fica em uma rodovia que sai para outro lado da cidade de Campo Mourão, não estando em direção a Peabiru.

Sendo assim, os principais concorrentes na cidade de Peabiru, seriam os hotéis e um possível concorrente direto, seria esta área de camping em Campo Mourão.

3. PONTOS FORTE E FRACOS

Os pontos fortes são: maior contato com a natureza, valor de hospedagem mais barata, opções de planos a quem se hospedará e o principal ponto é o da liberdade geográfica. Já os pontos fracos são: o público específico, de quem possua motorhome ou goste de acampar e não teremos barracas para aluguel.

3.1 Como utilizar os pontos fortes ao nosso favor

Com a ideia de liberdade geográfica do mundo atual, o camping possibilita ao viajante um local com o acesso adequado aos motorhomes, também um local adequado e seguro, as pessoas que buscam acampar. Além dos valores de hospedagem se sobressaírem sob os valores de hotéis e pousadas.

3.2 Como não deixar os pontos fracos atrapalharem o nosso negócio

Fazendo a publicidade da área de camping nos locais adequados, como sites específicos de áreas de campings, focando, no marketing, as pessoas que buscam estes sites.

4. EQUIPE PARA TOCAR O PROJETO

Em um momento inicial esta equipe poderia ser composta de 3 seguranças para que pudesse ficar aberto 24h, e ter um segurança o tempo inteiro na guarita, para receber as pessoas que chegarem e para fazer a segurança do local, podendo ser contratados por meio de terceiros. Uma diarista para que fizesse a limpeza dos banheiros, já que no momento inicial, com uma movimentação menor, contratar a diarista para quando sentir a necessidade de limpeza dos banheiros, não precisando ser feita nos momentos em que não houver hóspedes na área. E seria necessário um guia para que fizesse a recepção dos hóspedes, mas para corte de custos, o próprio proprietário poderia fazer esta recepção, também no início, tendo em vista que o movimento seria menor, ou poderia fazer um mapa, demonstrando os locais e com informações necessárias que poderia ser entregue na entrada.

5. MARKETING

As ideias de marketing, para este tipo de negócio, são as de fazer publicidade nos locais mais adequados, os que se encaixam no perfil do público-alvo. Além de colocar a área de camping em sites específicos para quem busca áreas de camping no Brasil, fazer publicidade em redes sociais, focada no público interessado neste tipo de hospedagem.

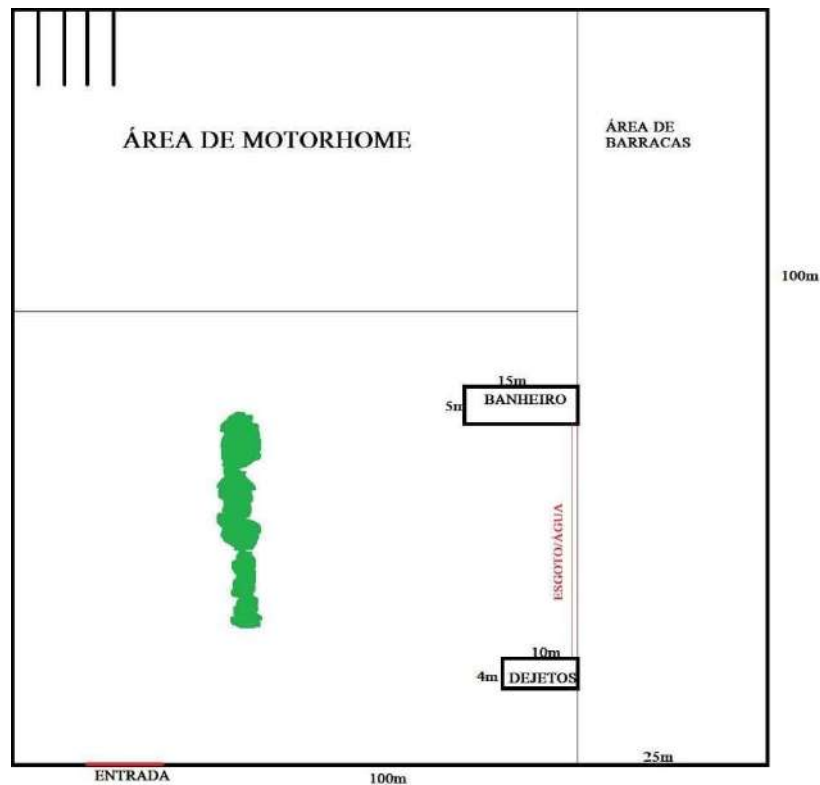


Portanto, fazer a publicidade nestes locais, relacionados a pessoas que buscam a sua liberdade geográfica, seriam os locais mais adequados para ter um sucesso no negócio.

6. PLANO FINANCEIRO

6.1 Custos para construção

Terreno: R\$200.000,00 em um terreno de 24000m² Construções e acabamentos: entre R\$80.000,00 e R\$100.000,00.



(imagem ilustrativa de como poderia ser o terreno)

6.2 Gastos mensais

- Internet, luz e água: R\$1.500,00
- Funcionários: R\$6.000,00

6.3 Arrecadações

6.3.1 Trailer e Motorhome

- Diária por pessoa: R\$35,00

6.3.2 Barracas e barracas de teto

- Diária por pessoa: R\$30,00

6.3.3 Crianças

- De 8 a 12 anos de idade. Diária por pessoa: R\$10,00

6.3.4 Visitantes (somente para acampados)

- Adultos.
- Valor por pessoa: R\$25,00
- Crianças de 8 a 12 anos.

- Valor por pessoa: R\$10,00

7. F.O.F.A.

FORÇA: Preço acessível quando comparado a hotéis, a liberdade geográfica para as pessoas que buscam este estilo de vida, baixo custo de manutenção.

OPORTUNIDADES: Aumento crescente na demanda pelas pessoas que buscam a sua liberdade geográfica e pessoas que buscam um maior contato com a natureza, a cidade está tentando se tornar uma cidade turística.

FRAQUEZAS: Falta de experiência anterior no ramo, custo elevado para construção, levando em consideração a falta de um terreno.

AMEAÇAS: Com a pandemia as pessoas tem receio de sair de casa além de ser um investimento em um ramo específico, onde as pessoas que estão procurando especificamente este tipo de hospedagem.

8. AVALIAÇÃO DE CENÁRIOS

Caso obtivermos uma média, a qual consideramos mínima, por mês de 8 visitantes de motorhomes, demoraríamos 89 anos para recuperar o valor investido, sem contar os gastos mensais. Mas se com os passar dos anos, e a partir do décimo ano, mantivermos um valor médio de 50 visitantes por mês, demoraríamos 30 anos para recuperar o valor investido, contando os gastos mensais.

Se levarmos em conta que alguém já possua um terreno possível de utilizar e somente tivermos o custo da construção, e também, levando em conta uma média mínima de 8 clientes por mês, demoraríamos 30 anos para recuperar o valor investido, e caso, levarmos em conta, que no primeiro ano, tenhamos uma média de 5 visitantes por mês, e a partir do segundo 10 visitantes por mês, e a cada ano aumentar 5 visitantes por mês, levaríamos, menos de 9 anos para recuperar o valor investido, de RS 100.000,00.

Portanto, para obtivermos um cenário favorável a nós, devemos ter um investimento no marketing de uma forma correta para que tenhamos os clientes necessários para ter lucro o mais rápido possível. E se for possível conseguir um terreno com o menor valor, para que possamos ter lucro o quanto antes.



PÁTIO PEABIRU: GASTRONOMIA E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Gabriel Pflanzler de Oliveira
 Bettina Scorsin Vieira
 Rafaela Maria Pereira Pangrácio
 Richard Douglas

1. Dados do Empreendimento; 2. Objetivos; 3. O que vendemos; 4. Público-alvo; 5. Pontos Fortes; 6. Pontos Fracos; 7. Utilizando pontos fortes a nosso favor; 8. Trabalhando pontos fracos para que não afetem o negócio; 9. Infraestrutura do Município; 10. Divulgação; 11. Metodologia 5W2H; 12. Quanto Custa; 13. Análise de Mercado; 14. Valores dos produtos; 15. Análise de Cenários.

SUMÁRIO EXECUTIVO: Trata-se de um negócio inovador, um diferencial para a região de Peabiru, vez que envolve tanto a gastronomia local como a cultura e o turismo de aventura. O Pátio Peabiru compreende um espaço gastronômico com comidas rápidas e locais, além de contar com tirolesa e arvorismo, e um espaço agradável com mesas e cadeiras para que o público aproveite as belezas naturais de Peabiru enquanto desfruta de excelentes sanduíches de carneiro ao molho de vinho em companhia de família e amigos. O negócio inclui desde crianças até pessoas mais idosas, incluindo todos os públicos e com ótimo custo-benefício.

1. DADOS DO EMPREENDIMENTO

- Nome da sua empresa: Pátio Peabiru
- CNPJ: xxxxxx
- Setor de atuação: Gastronomia e prestação de serviços.
- Forma Jurídica: Sociedade Limitada (precisa de registro na Junta Comercial do Estado).
- Endereço: Município de Peabiru - PR

2. OBJETIVOS

- Trazer a culinária local de forma prática e rápida (por exemplo sanduíche de carneiro ao vinho, batata frita, algum doce típico, vender geleias etc.);
- Aproveitar a agricultura familiar local para fornecer a maioria dos ingredientes (por exemplo, alface, tomate, queijo, carneiro, frutas etc.);
- Prática de esportes e maior contato com a natureza;
- Tirolesa e/ou arvorismo para atrair mais pessoas ao Caminho de Peabiru (temos que verificar a disposição de árvores e o terreno para a viabilidade da construção desses atrativos);
- Todos esses atrativos estarão concentrados no mesmo local, uma espécie de “praça”, com barraquinhas de comida, mesas e cadeiras, entrada das trilhas e tirolesa/arvorismo.
- Parquinho rústico para crianças, ficaria próximo às barraquinhas de comida, e seria feito principalmente de madeira (escorregador, balança, gira-gira, gangorra etc.). Assim, as crianças pequenas também têm algo para fazer.

3. O QUE VENDEMOS

- Comidas típicas, rápidas e práticas;
- Turismo de aventura.
- Diversão.

4. PÚBLICO-ALVO

- Principalmente turistas, mas também a população local.
- Famílias, jovens, adultos, pessoas em geral.



- Crianças pequenas que não participam do turismo de aventura podem aproveitar o parquinho.

5. PARA A ANÁLISE ESTRATÉGICA DOS PONTOS 5 A 8 UTILIZAMOS COMO BASE AMATRIZ F.O.F.A.



PONTOS FORTES

- Negócio de fácil implementação;
- Custo razoável
- Atrativo para todas as idades;
- Diversidade de atividades;
- Espaço para se alimentar e descansar após as trilhas;
- Inclusão da agricultura familiar no negócio.

PONTOS FRACOS

- Não inclui tanto as pessoas idosas;
- Negócio a céu aberto;

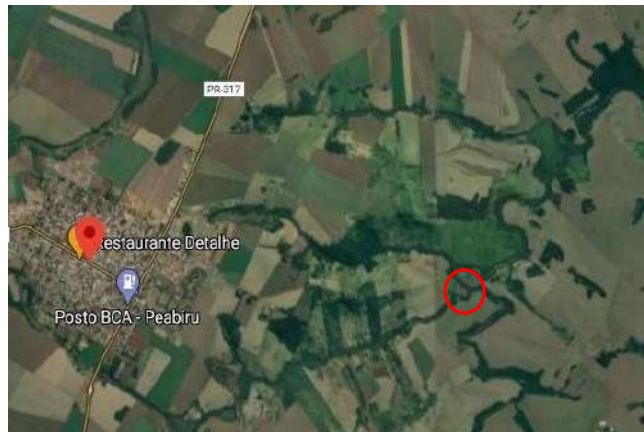
UTILIZANDO OS PONTOS FORTES AO NOSSO FAVOR

- Divulgação do negócio:
- Dentro de Peabiru: distribuir panfletos pela cidade, deixar em comércios locais também.
- Para turistas de fora: redes sociais, principalmente Instagram.
- Outdoor na estrada, para quem estiver passando por lá ter vontade de conhecer o negócio e acabar parando no Município de Peabiru.
- Contar com o apoio dos moradores da região para investirem no negócio.

TRABALHANDO PARA QUE OS PONTOS FRACOS NÃO AFETEM O NEGÓCIO

- Tentar fazer uma integração entre idosos e crianças/jovens.
- Colocar uma espécie de “palco” nesta praça para que os idosos ou demais pessoas possam contar suas histórias, falar do município ou mesmo fazer um teatro ou tocar algum instrumento.
- Disponibilizar jogos de tabuleiro e livros para que possam ler para as crianças e/ou jogar algum jogo (damas, xadrez, baralho, trilha etc.) com elas, promovendo uma maior interação.
- Em dias de chuva investir no sistema delivery, levando em conta que o nosso negócio é à céu aberto.

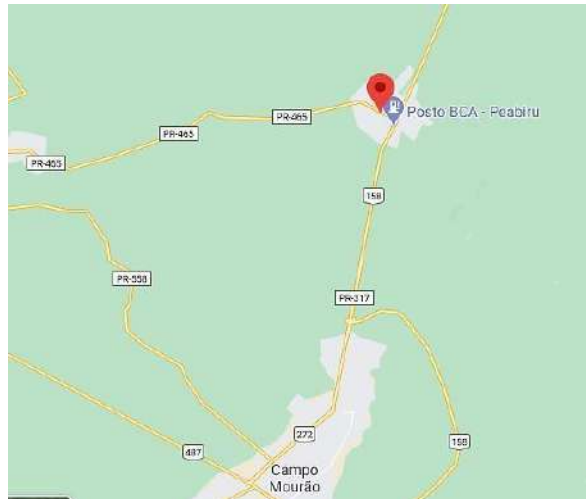
6. INFRAESTRUTURA DO MUNICÍPIO



Devido à distância do início da trilha, pensamos em fazer o nosso espaço cultural mais próximo da cidade. Arvorismo e tirolesa também. Mais próximos da cidade, assim o público que não se interessar pela trilha ainda pode aproveitar outras atividades. Há a possibilidade de conseguir um terreno em parceria com a Prefeitura do Município.



7. DIVULGAÇÃO



Peabiru tem fácil acesso, duas estradas chegam ao Município. Colocar outdoor na entrada da PR-465 e na PR-317.

Entrada da PR- 465



Entrada da PR-317 --> BR-158



8. METODOLOGIA 5W2H



WHAT? - O QUE SERÁ FEITO?

Faremos um espaço gastronômico que também envolverá turismo de aventura, como tirolesa e arvorismo, ressaltando as belezas naturais de Peabiru. Além disso, no pátio terá um espaço para as barraquinhas de comida, ao lado, mesas e cadeiras, mais adiante um parquinho infantil e um pequeno palco. Também serão feitas placas indicando a direção das atividades de aventura disponibilizadas. Ademais, será necessária a instalação de um banheiro, para maior comodidade dos clientes.

WHY? - POR QUÊ?

Os motivos que levaram a ideia do “Pátio Peabiru” são os seguintes:

- Levar a gastronomia local de forma prática e rápida aos visitantes e cidadãos de Peabiru.
- Incluir a agricultura familiar no negócio, melhorando a economia e gerando renda para os pequenos produtores.
- Incentivar o turismo na região, instalando atrativos, como a tirolesa e o arvorismo.
- Promover interação entre comunidade local e turistas através do espaço gastronômico, que também conta com um pequeno palco.
- Criar um espaço para descanso e alimentação das pessoas que fazem trilhas.
- Unir pessoas de todas as idades em um só lugar.

WHERE? - ONDE?

Peabiru, PR.

WHEN? - QUANDO?

2022

WHO? - QUEM?

Empreendedores locais e de fora.

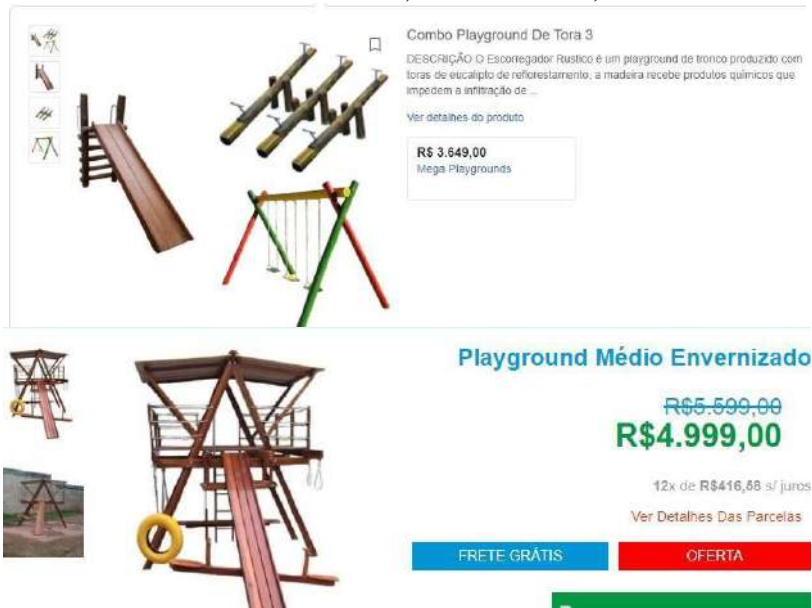
HOW? - COMO?

- Alugar e preparar o espaço que vai ser utilizado (inclui palco, mesas e os banheiros);
- Adquirir e instalar as barraquinhas;
- Adquirir e instalar o arvorismo e o playground;
- Contratar funcionários;

- Contratar uma empresa para capacitar os funcionários que trabalharão no arborismo, como medidas de segurança e como manusear o equipamento;
- Ensinar as receitas através de vídeo aulas disponibilizadas no YouTube;

HOW MUCH? - QUANTO CUSTA

- Custos Fixos (corresponde aos bens que devemos comprar para que o negócio possa funcionar de maneira apropriada):
- Arborismo: a média é de R\$3.500 por atividade contando a plataforma de saída e o obstáculo. Pensamos em fazer de 4 a 5 obstáculos, totalizando aproximadamente R\$ 15.000,00
- Tirolesa: aproximadamente R\$ 3.000,00
- Parquinho Infantil: média de R\$ 3.000,00 a R\$ 4.000,00.



Lanchonete em container: a partir de R\$ 14.900,00

Contêiner reefer de 20 pés com medidas de 6,00 m de comprimento x 2,44 m de largura x 2,90 m de altura. Piso cerâmico antiderrapante. Pontos elétricos. Pontos hidráulicos. A partir de R\$14.900.



Fonte: Site primecontainers.



Divulgação em panfletos: 1.000 panfletos saem em média R\$ 150,00. Podemos iniciar com 5.000 panfletos, distribuídos no comércio de Peabiru e em cidades próximas, totalizando R\$ 750,00.

Outdoor: poderia ser de graça, com uma parceria governamental, pensando em um aumento turístico. Poderíamos conseguir essa divulgação através de conversa com um vereador local ou até mesmo o prefeito.

Jogos: jogo de xadrez (R\$: 40,00 à R\$: 60,00), jogo ludo e damas no mesmo tabuleiro (R\$: 50,00 - extra), kit de 100 livros infantis (R\$: 150,00 - americanas), kit de fantoche infantil (R\$: 100,00 à R\$: 150,00) -- média total: R\$: 340,00 à R\$: 410,00

Decoração do ambiente: lâmpadas e luzes de led penduradas, R\$ 69,00 por 10 metros. Iniciando com 100 metros de lâmpadas daria R\$ 690,00.



Mesas e Cadeiras em pallet: R\$1200,00 as banquetas e R\$2800,00 as mesas. Um total de 4000,00 em assentos.

20 mesas e 80 cadeiras/bancos

Banheiros: cada banheiro de 5m2 custa em média R\$ 5.200,00. Precisamos de um feminino e um masculino, totalizando R\$ 10.400,00

Terreno: conseguir em parceria com a Prefeitura. Tem terrenos de 15m por 52 e meio.

**TOTAL ESTIMADO (CUSTOS FIXOS):
R\$ 52.080,00 (COM LANCHONETE EM CONTAINER).**

9. CAPITAL DE GIRO

Funcionários	Pagamentos
Monitor de esportes e lazer (arvorismo)	R\$ 1.925,00
Monitor de esportes e lazer (tiroleza)	R\$ 1.925,00
Auxiliar de limpeza	R\$ 1.130,00
Operador do caixa:	R\$ 1.293,51
Valor total	R\$: 6.273,51

- **Compra de produtos:** (insumos não maquinários)

Produtos	Valores
Pães (200 un)	R\$: 50,00
Vinho (12 un)	R\$: 300,00
Carneiro (10 kg)	R\$: 400,00
Batata palito (10 kg)	R\$: 150,00

Linguiça calabresa (kg)	R\$: 250,00
Bacon (5 kg)	R\$: 175,00
Queijo cheddar em bisnaga (5 kg)	R\$: 150,00
Óleo de soja (10 un.)	R\$: 75,00
Molhos diversos	R\$: 250,00
Temperos	R\$: 300,00
Suco lata (50 un.)	R\$: 150,00
Refrigerante lata (50 un.)	R\$: 150,00
100 garrafas de água (100 un.)	R\$: 100,00
Compotas de frutas (10 un.)	R\$: 275,00
Embalagens e diversos (guardanapos, copos, talheres, canudos...)	R\$: 150,00
Valor total	R\$: 3.075,00

TOTAL ESTIMADO (Capital de Giro): R\$ 9.348,51

- **Investimentos pré-operacionais**

Investimentos	Valores
Limpeza do terreno de 780 m2	R\$ 2.028,00 (R\$: 2,60 por m2)
Registro da empresa na Junta Comercial	R\$ 300,00
Valor total	R\$ 2.328,00

TOTAL ESTIMADO: R\$ 2.328,00

Quadro resumo com esses valores:

DESCRIÇÃO DOS INVESTIMENTOS	VALOR (R\$)
1. Investimentos Fixos	R\$ 52.080,00
2. Capital de Giro	R\$ 9.348,51
3. Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 2.328,00
TOTAL	R\$ 63.756,51

10. ANÁLISE DEMERCADO – ESTUDO DOS CONCORRENTES:

Ao fazer pesquisa dos estabelecimentos presentes no Município, verificamos que não há nenhum parecido com o nosso, que inclua tanto a gastronomia, como a diversão e aventura. Desta forma, entendemos que não há concorrência para o nosso negócio, por se tratar de uma ideia inovadora na região.

11. VALORES DOS PRODUTOS

11.1 Entrada

Entrada	Valor
Adultos	R\$ 10,00
Crianças e estudantes	R\$ 5,00

11.2 Alimentação e Bebidas

Alimentos e bebidas	Valores
Sanduíche de carneiro ao vinho desfiado	R\$ 18,90
Porção de Batata (500g)	R\$ 24,90



Porção de Batata com cheddar(500g)	R\$ 27,90
Porção de Calabresa (500g)	R\$ 29,90
Sanduíche+Batata (150g) +Refrigerante	R\$ 31,90
Sanduíche+ Batata (150g) + Vinho(300ml)	R\$ 35,90
Geléias	R\$ 7,50
Garrafa de Água	R\$ 2,50
Refrigerante lata	R\$ 5,00

Atividades

- Arvorismo: R\$ 35,00 por pessoa
- Tirolesa: R\$ 20,00 por pessoa
- Pacote promocional (Arvorismo + Tirolesa): R\$ 50,00

12. ANÁLISE DE CENÁRIOS

12.1 Cenário negativo

Em dias de chuva a empresa atenderá via delivery, para que assim seus clientes possam usufruir de seus produtos no conforto de suas casas. Já as atividades recreativas, estarão abertas. Nesse cenário será necessária a contratação de Motoboy, aumento de R\$ 1.500,00 para pagamento do funcionário mensal ou Diária de \$40,00 + entregas.

12.2 Cenário positivo

Com o fim da pandemia do Covid-19 e/ou maioria da população imunizada, o setor do turismo terá grande alta. Muitas pessoas poderão ser atraídas ao nosso negócio, vez que oferece um turismo de aventura em meio à natureza e excelente gastronomia, com valorização da cultura local. Neste cenário consideramos aumento significativo do lucro.

12.2.1 Estimativa de vendas e previsão de retorno do investimento

- Total de Investimento = R\$ 63.756,51
- Lucro mensal = R\$ 25.098,49
- - Lucro Anual = R\$ 301.181,88
- Previsão de Retorno do Investimento: 3 meses

DIAS DE FUNCIONAMENTO				TOTAL
QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO	200 pessoas por semana
50 pessoas	50 pessoas	50 pessoas	50 pessoas	800 pessoas por mês

ADULTOS: 400

CRIANÇAS/ESTUDANTES: 400

ENTRADA	
Adultos	R\$ 4.000
Crianças/estudantes	R\$ 2.000
TOTAL	R\$ 6.000

ALIMENTAÇÃO: 500 pessoas irão consumir algo		
Bebidas	50 pessoas	R\$ 187
Porções	150 pessoas	R\$ 4.125
Compos	250 pessoas	R\$ 8.475
Demais itens	50 pessoas	R\$ 660
TOTAL		R\$ 13.447

ATIVIDADES		
Arvorismo + Tirolesa	300 pessoas	R\$ 15.000

Total de Receita Mensal	R\$ 34.447
- Capital de Giro	R\$ 9.348,51
LUCRO MENSAL = R\$ 25.098,49	



MERCADO DA TERRA

Anna Paula Carneiro da Silva
 Giovanna da Cunha Secchi
 Isabela Trevizan
 Matheus José Boaron Campese
 Nicolas de Godoy Machado
 Nicolle Yukary De Salles Tosta Sasak

1. Plano de negócios; 2. Dados do Negócio; 3. Análise de Concorrência; 4. Plano Financeiro; 5. Marketing; 6. Estatísticas da Região; 7. Metodologia 5W2H

1. PLANO DE NEGÓCIOS

1.1 Nome do seu Negócio

MERCADO DA TERRA

1.2 Principais objetivos

- Fomentar a parceria entre o Município, a agricultura familiar e o Movimento Sem Terra (MST);
- Gerar renda para os agricultores da região;
- Incentivar o consumo de produtos orgânicos;
- Incentivo à compra de produtos locais.

1.3 O que você vende

- Alimentos livres de agrotóxicos;
- Frutas, verduras e legumes produzidos na região de Peabiru e nos assentamentos do Movimento Sem Terra (MST);

1.4 Para quem você vende

- Habitantes de Peabiru e cidades vizinhas;
- Para o público em geral através de plataformas digitais;

1.5 Quais são seus pontos fortes

- Baixo investimento;
- Fomento a não utilização de agrotóxicos;
- Forte incidência da agricultura familiar no Município;
- Presença de assentamentos do MST na região;
- Terra rica em basalto;

1.6 Quais são seus pontos fracos

- Possível interferência do clima na produção;
- Possível interferência de pragas, devido a não utilização de agrotóxicos;
- Mão de obra escassa para eventual expansão do negócio;
- Precariedade na formação educacional da população;



1.7 Como posso utilizar os pontos fortes a meu favor?

O baixo investimento para a implantação inicial do negócio no Município é um dos diferenciais do negócio, visto que na região já existe a presença de assentamentos do MST e forte incidência da agricultura familiar. A criação de uma cooperativa, em parceria com a Prefeitura Municipal, com a finalidade de conceder alimentação para a rede escolar municipal seria uma outra solução viável.

1.8 Como posso trabalhar para os pontos fracos não afetarem o negócio?

Pensando em possíveis soluções que contenham tais empecilhos. Uma educação profissionalizante voltada ao ensino agrícola seria uma possível solução.

2. DADOS DO NEGÓCIO

O plano de negócio propõe a parceria entre o Município, setor privado, agricultura familiar e o Movimento Sem Terra (MST). O setor primário, principalmente a agricultura realizada por pequenos produtores, é um destaque na economia do Município de Peabiru e fomentar tal nicho econômico é um dos objetivos do negócio. Conseqüentemente, o aumento das práticas de agricultura familiar pode resultar no aumento do consumo de produtos produzidos na região sem a utilização de agrotóxicos, portanto, busca-se com o projeto a adoção da produção orgânica, ou seja, um sistema de produção sustentável que não permite a utilização de produtos químicos sintéticos prejudiciais para a saúde.

Primeiramente, haverá a necessidade de mapeamento dos produtores locais que exercem a agricultura familiar na região e das práticas agrícolas exercidas nos assentamentos do Movimento Sem Terra (MST). Após tal levantamento será realizada a proposta para o ingresso dos interessados no negócio, sendo confirmado o interesse será realizada a pesquisa, juntamente com os produtores integrantes do plano de negócio, do local a ser implementado os pontos de venda.

A ideia inicial é de que os pontos de comercialização dos produtos sejam instalados nos próprios locais de produção ou nas propriedades com melhor localização no Município. O principal intuito do projeto, sem dúvidas, é o crescimento da economia local e o aumento da renda dos agricultores regionais. O plano tem como objetivo apresentar a viabilidade de um negócio movido pela agricultura familiar pensando a implantação de uma microempresa, ao estilo de cooperativa.

No decorrer do projeto foram apresentados os pontos fortes e fracos do negócio, possibilitando a análise dos riscos e variáveis que podem aparecer ao longo do caminho. Tal setor econômico, o agrícola, é um segmento promissor sendo que é notória a alta e crescente demanda por alimentos no país, sendo assim o Mercado da Terra estará em atividade, em um futuro próximo, com o intuito de trazer ao mercado uma nova gama de produtos agrícolas de alta qualidade e com o selo de produzido no Município de Peabiru.

3. ANÁLISE DE CONCORRÊNCIA

3.1 Localização

Não foram localizados negócios similares, existem no Município lojas que vendem produtos naturais, porém, esse não é o foco do nosso plano de negócio;

3.2 Preço

O valor do investimento inicial de nosso negócio seria módico, dependeríamos de



parcerias com a Prefeitura Municipal e com os proprietários das terras para cultivo; nossas atividades devem focar o agricultor, em vez de mirar o faturamento e a lucratividade;

3.3 Comunicação

A comunicação para implementação do projeto seria feita diretamente com as instituições interessadas, já a comunicação a ser feita na pós efetivação poderá ser feita através da rede mundial de computadores; pensar em uma parceria de negócios com os grupos que têm como plano de negócios o Marketing Digital através das redes sociais;

3.4 Produtos

Nossa produção é orgânica, leia-se, cultivada sem agrotóxicos. Portanto, os produtos possuem elevada valorização;

3.5 Atendimento

A busca pela formação educacional de qualidade, abrangendo a formação educacional para o agronegócio e relações pessoais, é a solução para o atendimento de qualidade do nosso plano de negócio;

4. PLANO FINANCEIRO

4.1 Estimativa dos investimentos fixos

A um, falando sobre o investimento fixo inicial em máquinas e equipamentos. Nesse quesito não haveria a necessidade de aporte financeiro no início da execução do projeto, visto que a ideia inicial é de dar continuidade a forma que a agricultura familiar e orgânica vem se desenvolvendo na região, porém, de forma alguma se descarta o investimento futuro em materiais de trabalho como máquinas e equipamentos. É inquestionável que sendo necessário o investimento, em materiais básicos para a atividade da agricultura, será realizado de início, leia-se esse material elementar como enxadas, pás, cortadeiras, arados, pulverizadores etc.

Quadro I. Custo médio de materiais básicos para a atividade agrícola;

MATERIAL	PREÇO MÉDIO
ENXADA	R\$ 40,00
PÁ	R\$ 40,00
CORTADEIRA	R\$ 80,00
ARADO MANUAL	R\$ 300,00
PULVERIZADOR	R\$ 110,00
REGADOR	R\$ 16,00
SACO DE ADUBO (25KG)	R\$ 25,00

Quanto a móveis e utensílios, não há a estimativa de custos iniciais. Porém, haverá a necessidade de compra na implementação de pequenos quiosques, ao estilo de feiras, para a venda dos produtos. Dentro deste ponto, a compra de uma balança para estimar o peso dos produtos à venda é necessária.

Quadro II. Custo médio – Balança de precisão digital 40kg;

LOCAL	PREÇO
01	R\$ 209,90



02	R\$ 277,14
03	R\$ 245,00

Pensando em um terceiro ponto que seria o investimento em veículos, acreditamos que não haveria a necessidade de compra, pelo menos em uma perspectiva inicial do negócio. Dado que o plano é voltado à expansão da agricultura familiar e a realizada em assentamentos do MST, devemos pensar, que em primeiro lugar deverá ser respeitado o modo como os agentes com quem iremos trabalhar gerenciam suas atividades para após implementar um plano de trabalho o menos incisivo possível para com a agricultura familiar. Ainda como investimento fixo há a necessidade de compra de tendas e suportes para exposição dos produtos.

Quadro III. Comparativo de preços de tendas e expositores de frutas;

PRODUTO	QUANTIDADE	PREÇO
TENDA 3X3M, BRANCO.	03	R\$ 509,70
10'X10' TENDA DOSSEL COM 3 PAREDES LATERAIS.	05	R\$ 498,30
BARRACA TENDA 3X6.	01	R\$ 579,90
EXPOSITOR FRUTAS SUPORTE P/ SACOLACOM 8 CAIXAS HORTIFRUTI.	03	R\$ 2.655,00

4.2 Capital de giro

Quando pensamos no capital de giro devemos ter em mente a necessidade de armazenar materiais indispensáveis para a produção e revenda das mercadorias. Pensando nisso pesquisamos preços de alguns materiais que entendemos como necessários para a concretização do plano.

Quadro IV. Preço médio de materiais para o estoque inicial;

PRODUTO	QUANTIDADE	PREÇO
SACO 25X35cm	500	R\$ 18,65
CAIXA DE FEIRA	10	R\$ 500,00
SACOLA PAPEL 18X25X9,5cm	100	R\$ 60,00
SACOLA PAPEL 31x11x39cm	100	R\$ 100,00
SACOLA BIODEGRADÁVEL 48X55cm	500	R\$ 57,55
SACOLA BIODEGRADÁVEL 30x40cm	1000	R\$ 78,00
SACO DE PAPEL PARA 1KG	500	R\$ 20,00

4.3 Caixa Mínimo

Primeiramente, se faz necessário ressaltar que 100% (cem por cento) de nossas vendas serão realizadas a vista.

Quanto ao pagamento dos fornecedores 50% (cinquenta por cento) se dará à vista e 50% (cinquenta por cento) a prazo, em uma parcela a ser paga no período 30(trinta) dias. Ponderando o prazo, devemos multiplicar o percentual do volume de compras pelos prazos médios concedidos pelos diversos fornecedores. Nessa situação a empresa tem aproximadamente 15 dias de prazo para o pagamento de seus débitos junto aos

fornecedores.

Quadro V. Fornecedores;

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
A vista	50%	0	0
A prazo (1)	50%	30	15

O próximo cálculo é o da necessidade média de estoques, chegamos ao prazo médio de 05 (cinco) dias. Pois bem, com as informações ora levantadas teremos que a necessidade líquida de capital de giro (prazo médio de vendas + prazo médio de estocagem = x; x – prazo médio de compras = necessidade líquida do capital de giro), o prazo de 10 (dez) dias significa que a empresa irá necessitar durante esse período de caixa para cobrir seus gastos e financiar clientes.

Portanto, estimamos para o Mercado da Terra o caixa mínimo no valor de R\$ 600, 00 (seiscentos reais).

Quadro VI. Caixa mínimo;

I - Estimativa de custo fixo mensal	R\$ 800,00
II - Custo variável mensal	R\$ 1.000,00
III- Custo total da empresa (I+II)	R\$ 1.800,00
IV - Custo total diário (III ÷ 30 dias)	R\$ 60,00
V- Necessidade líquida de capital de giro (em dias)	10 dias
Caixa mínimo (IV x V)	R\$ 600,00

4.4 Custos de abertura

Os custos de abertura da empresa serão gratuitos mediante a contratação de 12 meses de serviços contábeis ofertados pelo escritório contábil *contabilizei*. O plano tido como ideal para o negócio tem o valor de R\$ 189,00 (cento e oitenta e nove reais).

PLANO	MESES CONTRATADOS	TOTAL
R\$ 189,00 (Básico)	12 MESES	R\$ 2.268,00

4.5 Estimativa do retorno financeiro

O investimento que cada agricultor teria que desembolsar para poder contribuir com esse negócio será de R\$ 500,00. Com isso, tendo em vista os gastos com equipamentos e embalagens avalia-se 2 anos para recuperação do capital investido. O lucro anual estimasse que será de R\$ 24.000,00, sendo R\$ 2.000,00 mensal.

4.6 Estimativa de preço dos produtos

Valores:

FRUTA	VALOR EM REAIS
Abacaxi Pérola Graúdo	4,27 (UNIDADE)
Abobora	1,80 / KG
Abobrinha	2,30 / KG
Alface	2,00 / KG
Alho	1,99 / UN.
Amendoim com casca	8,50 / KG
Amendoim sem casca	11,00 / KG
Banana Nanica Extra	3,00 / KG
Banana Prata Extra	3,40 / KG

Banana Prata	2,00 / KG
Berinjela	2,80 / KG
Beterraba	1,40 / KG
Brócolis	7,00 / KG
Cebola	1,90 / KG
Cenoura	1,50 / KG
Chuchu	2,00 / KG
Couve	5,00 / KG
Couve – Flor	5,00 / UN.
Jerimum	1,80 / KG
Mandioca Extra	1,85 / KG
Mandioca Extra Amarela	1,05 / KG
Mandioca Graúda	2,00 / KG
Mandioca Miúda	1,30 / KG
Maracujá	3,70 / KG
Melancia Redonda Graúda	1,40 / KG
Melancia Redonda Comprida Média	1,15 / KG
Melancia Redonda Comprida Miúda	1,00 / KG
Melão amarelo	4,00 / KG
Milho	2,00 / KG
Pepino	1,60 / KG
Pimentão Verde	3,20 / KG
Quiabo	10,00 / KG
Tomate	3,40 / KG
Uva Itália	7,00 / KG
Uva Niagara	7,00 / KG
Repolho	1,00 / KG
Vagem	7,00 / KG

5. MARKETING

5.1 Proposta de logomarcas:





5.2 Proposta de Publicidade e Propaganda

Estratégias que visam a divulgação do negócio e de nossos produtos, utilizando tv, rádio e banners para fazer a propaganda e através do marketing digital operando com ferramentas da internet como redes sociais, para conquistar mais oportunidades de negócio. Com a divulgação online é possível conquistar mais clientes, receber feedbacks, fidelizar compradores, aumentar a oportunidade de vendas e a rentabilidade do empreendimento. Pensamos em realizar essa divulgação, através das redes sociais, em parceria com o grupo 6.

6. ESTATÍSTICAS DA REGIÃO

6.1 CARACTERÍSTICAS DOS ESTABELECIMENTOS AGROPECUÁRIOS

- O Município de Peabiru possui alguns estabelecimentos com lavoura permanente, ou seja, o plantio de culturas de longa duração, após a colheita não há a necessidade de novo plantio;
- No regime de lavoura permanente o Município de Peabiru se destaca no plantio de Amora, Banana, Café, Maracujá, Urucum e Uva;
- Quando tratamos do regime de lavoura temporária algumas culturas se destacam: Abacaxi, Abóbora, Moranga, Jerimum, Alho, Amendoim, Arroz, Aveia Branca, Cana-de-açúcar, Cebola, Feijão, Mandioca, Melancia, Melão e Milho;
- Apenas 0,4% das terras do Município são áreas irrigadas;
- Na ampla maioria dos casos o sistema de plantio é direto na palha;
- Um número que se destaca é o da escolaridade dos produtores da região. A maioria dos produtores completou apenas o ensino elementar, o antigo primário.

7. METODOLOGIA 5W2H

What? (O QUÊ?): Projeto de Agricultura Familiar;

Why? (POR QUÊ?): Incentivo à produção local;

Where? (ONDE?): Município de Peabiru; Estabelecimentos parceiros, pequenos quiosques nos assentamentos do Movimento Sem Terra ou em eventual cooperativa agro familiar;

When? (QUANDO?): Tentativa de implementação no pós-pandemia;



Who? (QUEM?): Envolvidos com a agricultura familiar e com a produção agrícola nos assentamentos do MST;

How? (COMO?): Através da criação de cooperativa em parceria com a Prefeitura Municipal e/ou estabelecimento para venda dos produtos;

How Much? (QUANTO?): Sem custo para implementação inicial (devido a existência dos assentamentos na região que podem realizar a venda direta da produção, além da possível venda através de parceiros), porém, existe a possibilidade de gastos futuros com colaboradores.



TURISMO DE PEABIRU: EMPRESA DE TURISMO ONLINE

Daniel Freire Souza de Góis
 Giovanna Maria Miranda Costa
 Rafael Macedo Pereira
 Maísa Munhoz Amaral
 Bernardo José Fantinato Pacheco
 Estela Maria Demele

1. Sumário Executivo; 2. Conceito de negócio; 3. Concorrência; 4. 5W2H; 5. Produtos e/ou serviços; 6. Plano de Marketing; 7. Estrutura e operações necessárias para o empreendimento - Plano operacional; 8. Plano Financeiro; 9. Avaliação estratégica.

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

O presente negócio visa a criação de uma empresa de turismo online com foco para a cidade de Peabiru, Paraná. A empresa terá como nome “Turismo de Peabiru”, tendo como objeto Integrar hotéis, gastronomia e trilhas com pacotes de turismo, por ser online não será necessário mais que 2 funcionários para realizar tudo que a empresa precisa, por isso a empresa se enquadra na categoria de Microempresa Individual (MEI), os produtos a serem vendidos são pacotes de turismo com passagens de ida, custos de hotéis da região, guia e possuindo promoção a depender do período de vendas. O mercado de empresas online direcionadas a Peabiru é escasso, por isso a empresa seria uma inovação, observado que foi criada direcionada a uma região específica. Além disso, por não haver maiores concorrências e os pacotes incluem todos os valores da viagem, há uma grande possibilidade de lucro, observados que os gastos para a criação da empresa são pequenos e não haveria um ambiente físico para exercer o serviço, podendo, assim, ser executado por home office, não havendo gastos com aluguéis.

2. CONCEITO DE NEGÓCIO

Nome do negócio:

Turismo de Peabiru

CNPJ: XXXXX

Principais Objetivos:

Integrar hotéis, gastronomia e trilhas com pacotes de turismo

O que você vende?

Pacotes de turismo

Para quem você vende?

Pessoas com interesse turístico em Peabiru e pessoas com interesse em turismo ecológico.

Quais são seus pontos fracos?

Gastos com guias turísticas, divulgação de uma cidade não tão conhecida, gasto com o hotel. Pequeno município.

Quais são seus pontos fortes?



Publicidade para turismo ecológico, poucas empresas que vendem pacotes para Peabiru tornando essa empresa específica para a valorização da região. Turismo Rural. Pacotes que trazem uma viagem completa.

Como posso utilizar os pontos fortes a meu favor?

Divulgação pelas redes sociais através de palavras chaves que despertem o interesse do público, a possibilidade na diminuição da diária na hospedagem próximos às trilhas atraindo mais turistas. Aproveitar as trilhas da região para realizar esportes e aproveitar as piscinas naturais.

Como posso trabalhar para os pontos fracos não afetarem o negócio?

Negociação do hotel cobrar um preço mais baixo, porcentagem de lucro. Realizar a divulgação através das redes sociais, demonstrar que as passagens para Peabiru são muito mais acessíveis, assim como realizar propaganda de valorização da cidade pequena do Paraná e seu reconhecimento, e fazer publicidade de um município pequeno ser um recanto, um refúgio da movimentação urbana.

Forma jurídica

Microempreendedor Individual – MEI

Fonte de recursos

Recursos próprios, os quais envolvem a aplicação por parte do(s) proprietário(s) de todo o capital necessário para a abertura da empresa. Observado o porte pequeno da empresa e que sua atividade será exercida pelo meio online, não há necessidade de se obter recursos de terceiros, apenas a autorização e a negociação com os hotéis, os colaboradores dos valores que serão repassados.

3. CONCORRÊNCIA:

3.1 Avaliação da concorrência: Ekoa Park

LOCALIZAÇÃO:	Morretes, mas por ser um parque se estende a trilhas de outras regiões, como a trilha de Peabiru.
PREÇO:	R\$ 30,00 a R\$ 140,00 + adicionais para outros passeios.
COMUNICAÇÃO:	Online e física. https://www.ekoapark.com.br/visite/ e por meio de redes sociais.
ESPECIALIZAÇÃO:	vende de pacotes e turismo para o parque Ekoa Park, mas não oferece hospedagem apenas os passeios.
PRODUTOS OU SERVIÇOS COM QUALIDADE SUPERIOR:	Parque próprio para turismo com serviços próprios como área gastronômica, passeio de balão, caminhadas pelo parque, estruturado para o passeio, e algumas histórias do mesmo, tirolesa, arvorismo e bolha humana. A caminhada pela trilha acaba por se estender a trilha de Peabiru.
ATENDIMENTO PERSONALIZADO:	opções de trilhas e passeios acompanhados por guia em horários marcados

3.2 5W2H - Equipe necessária para tocar o projeto

WHAT? (O QUE?)	Nossa empresa desenvolverá pacotes turísticos Pacotes Turísticos
WHY? (POR QUÊ?)	Ampliar mercado de turismo Grande probabilidade de ganhos Valorização da cultura e do turismo local. Pouca concorrência direcionada a região.
WHO? (QUEM?)	1 ou 2 funcionários (MEI) - proprietário e mais um sócio (opcional), observados que seu trabalho poderá ser exercido de casa. Colaboradores (hotéis, guias e restaurantes)
	Meio Online



WHERE? (ONDE?)	- Site por link: https://turismopeabiru.wixsite.com/turismopeabiru (site meramente ilustrativo para observar a ideia do plano)
WHEN (QUANDO?)	O projeto será realizado no início do ano de 2022, dependendo dos decretos para a liberação de atividades turísticas na cidade devido a pandemia do coronavírus. Início de 2022; Restrições devido a pandemia;
HOW MUCH? (QUANTO CUSTA?)	Aproximadamente 10.000 R\$ Incluindo custos fixos, variáveis e o capital de giro
HOW (COMO?)	- Realizando a integração de hotéis, guias turísticos, restaurantes, trilhas e atrações da cidade em pacotes da nossa empresa, visando a facilidade, comodidade e preços baixos para o consumidor conhecer a cidade, organizando nosite pacotes com valores acessíveis com várias diversidades de viagens.

Observados que a empresa é uma MEI- Microempresa individual, está limitada a no máximo 2 funcionários, portanto será necessário apenas 1 ou 2 funcionários, podendo exercer o serviço pelo home office e apenas exercendo a manutenção dosite, e estar disponível para o chat sempre que houver dúvidas.

4. PRODUTOS E/OU SERVIÇOS

4.1 Descrição dos principais produtos, serviços e preços

4.1.1 Pacote 1

Pacote 1	Davini Chácara de lazer: Av. Vila Rica, 1439, Peabiru				
Curitiba para Peabiru					
Hotel Diária (Dias úteis)	Variações 1	Variações2	Final semana de	Variações 1	Variações 2
Passagem	R\$ 148,50	R\$ 150,00	Passagem	R\$ 148,50	R\$ 150,00
Hotel D	R\$ 480,00	R\$ 480,00	Diária	R\$ 880,00	R\$ 880,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00	Trilha+Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$ 637,00	R\$ 660,00	Total	R\$ 1.037,00	R\$ 1.060,00
Taxa- 30% do valor total	R\$ 191,25	R\$ 198,00	Taxa	R\$ 311,10	R\$ 318,00
Valor total	R\$ 828,75	R\$ 858,00	Valor Total	R\$ 1.348,10	R\$ 1.378,00

Londrina para Peabiru					
Hotel Diária (Dias úteis)	Variações 1	Variações2	Final de semana	Variações 1	Variações 2
Passagem	R\$ 70,68	R\$70,70	Passagem	R\$ 70,68	R\$70,70
Hotel D	R\$ 480,00	R\$ 480,00	Diária	R\$ 880,00	R\$880,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00	Trilha+Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$ 559,68	R\$ 580,7	Total	R\$ 959,68	R\$ 980,70
Taxa	R\$ 167,91	R\$ 174,21	Taxa	R\$ 287,91	R\$ 294,21
Valor total	R\$ 727,59	R\$ 754,91	Valor Total	R\$ 1.247,59	R\$ 1.274,91

São Paulo para Peabiru					
Hotel Diária (Dias úteis)	Variações 1 (convencional)	Variações 2(cama)	Final de semana	Variações 1 (convencional)	Variações 2 (cama)
Passagem	R\$ 146,84	R\$271,54	Passagem	R\$ 146,84	R\$271,54
Hotel D	R\$ 480,00	R\$ 480,00	Diária	R\$ 880,00	R\$880,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00	Trilha+Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00

Total	R\$ 635,84	R\$ 781,54	Total	R\$ 1.035,84	R\$ 1.181,54
Taxa	R\$ 190,76	R\$ 234,46	Taxa	R\$ 310,75	R\$ 354,46
Valor total	R\$ 826,59	R\$ 1.016,00	Valor Total	R\$ 1.346,60	R\$ 1.536,00

Campo Mourão para Peabiru					
Hotel Diária(Dias úteis)	Variações 1	Variações2	Final de semana	Variações 1	Variações 2
Passagem	R\$ 6,56	R\$ 6,59	Passagem	R\$ 6,56	R\$ 6,59
Hotel D	R\$ 480,00	R\$ 480,00	Diária	R\$ 880,00	R\$880,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00	Trilha+Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$ 495,56	R\$ 516,59	Total	R\$ 895,56	R\$ 916,59
Taxa	R\$ 148,66	R\$ 154,97	Taxa	R\$268,66	R\$ 274,97
Valor total	R\$ 644,22	R\$ 671,56	Valor Total	R\$ 1.164,22	R\$ 1.191,56

Maringá para Peabiru					
Hotel Diária (Dias úteis)	Variações 1	Variações2	Final de semana	Variações 1	Variações 2
Passagem	R\$ 30,58	R\$ 30,76	Passagem	R\$ 30,58	R\$ 30,76
Hotel D	R\$ 480,00	R\$ 480,00	Diária	R\$ 880,00	R\$880,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00	Trilha+Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$ 519,58	R\$ 540,76	Total	R\$ 919,58	R\$ 940,76
Taxa	R\$ 155,87	R\$ 162,22	Taxa	R\$275,87	R\$ 282,22
Valor total	R\$ 675,45	R\$ 702,98	Valor Total	R\$ 1.195,45	R\$ 1.222,98

Demais Regiões - Não há estimativa das passagens					
Hotel Diária (Dias úteis)	Variações 1	Variações2	Final de semana	Variações 1	Variações 2
Passagem	A parte	A parte	Passagem	A parte	A parte
Hotel D	R\$ 480,00	R\$ 480,00	Diária	R\$ 880,00	R\$880,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00	Trilha+Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$ 489,00	R\$ 510,00	Total	R\$ 889,00	R\$ 910,00
Taxa	R\$ 146,7	R\$ 153,00	Taxa	R\$266,7	R\$ 273,00
Valor total	R\$ 635,7	R\$ 663,00	Valor Total	R\$ 1.155,7	R\$ 1.183,00

4.1.2 Pacote 2

Pacote 2	La Visa Hotel: Av. Vila Rica, 29 - Centro, Peabiru - PR, 87250-000•(44) 3531-1397	
Curitiba para Peabiru		
Hotel Diária (Dias úteis)	Variações 1	Variações 2
Passagem	R\$ 148,50	R\$ 150,00
Hotel D	R\$ 104,00	R\$ 104,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$ 261,50	R\$ 284,00
Taxa	R\$ 78,45	R\$ 85,20
Valor total	R\$ 339,95	R\$ 369,20

Londrina para Peabiru		
Hotel Diária(Dias úteis)	Variações 1	Variações 2
Passagem	R\$ 70,68	R\$70,70
Hotel D	R\$104,00	R\$104,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$ 183,68	R\$ 204,70
Taxa	R\$ 55,10	R\$ 61,41
Valor total	R\$238,78	R\$ 266,11



São Paulo para Peabiru		
Hotel Diária(Dias úteis)	Variações 1	Variações 2
Passagem	R\$ 146,84	R\$ 271,54
Hotel D	R\$104,00	R\$104,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$259,84	R\$ 405,54
Taxa	R\$ 77,95	R\$ 121,66
Valor total	R\$ 337,80	R\$ 527,20

Campo Mourão para Peabiru		
Hotel Diária(Dias úteis)	Variações 1	Variações 2
Passagem	R\$ 6,56	R\$ 6,59
Hotel D	R\$104,00	R\$104,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$119,56	R\$ 140,59
Taxa	R\$ 35,86	R\$ 42,18
Valor total	R\$ 155,43	R\$ 182,77

Maringá para Peabiru		
Hotel Diária(Dias úteis)	Variações 1	Variações 2
Passagem	R\$ 30,58	R\$ 30,76
Hotel D	R\$104,00	R\$104,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$ 143,58	R\$ 164,76
Taxa	R\$ 43,07	R\$ 49,42
Valor total	R\$ 186,65	R\$ 214,18

Demais Regiões - Não há estimativa das passagens		
Hotel Diária(Dias úteis)	Variações 1	Variações 2
Passagem	A parte	A parte
Hotel D	R\$104,00	R\$104,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$ 113,00	R\$ 134,00
Taxa	R\$ 33,90	R\$ 40,20
Valor total	R\$ 146,9	R\$ 174,20

4.1.3 Pacote 3

Pacote 3 Hotel fazenda Água Azul: Av. Vila Rica, 1439, Peabiru					
Curitiba para Peabiru					
Hotel Diária (Dias úteis)	Variações 1	Variações 2	Suítes	Variações 1	Variações 2
Passagem	R\$ 148,50	R\$ 150,00	Passagem	R\$ 148,50	R\$ 150,00
Hotel Duas Noites	R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00	Duas Noites	R\$ 1.600,00	R\$ 1.600,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00	Trilha+Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$ 1.557,50	R\$ 1.580,00	Total	R\$ 1.757,50	R\$ 1.780,00
Taxa	R\$ 467,25	R\$ 474,00	Taxa	R\$ 527,25	R\$ 534,00
Valor total	R\$ 2.024,75	R\$ 2.054,00	Valor Total	R\$ 2.284,75	R\$ 2.314,00
Suítes com Hidro	Variações 1	Variações 2			
Passagem	R\$ 148,50	R\$ 150,00			
Hotel Duas Noites	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00			
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00			
Total	R\$ 1.957,50	R\$ 1.980,00			
Taxa	R\$ 587,25	R\$ 594,00			
Valor total	R\$ 2.544,75	R\$ 2.574,00			

Londrina para Peabiru					
Hotel Diária (Dias úteis)	Variações 1	Variações 2	Suítes	Variações 1	Variações 2
Passagem	R\$ 70,68	R\$ 70,70	Passagem	R\$ 70,68	R\$ 70,70
Hotel Duas Noites	R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00	Duas Noites	R\$ 1.600,00	R\$ 1.600,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00	Trilha+Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$ 1.479,68	R\$ 1.500,70	Total	R\$ 1.679,68	R\$ 1.700,70
Taxa	R\$ 443,90	R\$ 450,21	Taxa	R\$ 503,90	R\$ 510,21
Valor total	R\$ 1.923,58	R\$ 1.950,91	Valor Total	R\$ 2.183,58	R\$ 2.210,91
Suítes com Hidro	Variações 1	Variações 2			
Passagem	R\$ 70,68	R\$ 70,70			
Hotel Duas Noites	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00			
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00			
Total	R\$ 1.879,68	R\$ 1.900,70			
Taxa	R\$ 563,90	R\$ 570,21			
Valor total	R\$ 2.443,59	R\$ 2.470,91			

São Paulo para Peabiru					
Hotel Diária (Dias úteis)	Variações 1	Variações 2	Suítes	Variações 1	Variações 2
Passagem	R\$ 146,84	R\$ 271,54	Passagem	R\$ 146,84	R\$ 271,54
Hotel Duas Noites	R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00	Duas Noites	R\$ 1.600,00	R\$ 1.600,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00	Trilha+Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$ 1.555,84	R\$ 1.701,54	Total	R\$ 1.755,84	R\$ 1.901,54
Taxa	R\$ 466,75	R\$ 510,46	Taxa	R\$ 526,75	R\$ 570,46
Valor total	R\$ 2.022,59	R\$ 2.212,00	Valor Total	R\$ 2.282,59	R\$ 2.472,00
Suítes com Hidro	Variações 1	Variações 2			
Passagem	R\$ 146,84	R\$ 271,54			
Hotel Duas Noites	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00			
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00			
Total	R\$ 1.955,84	R\$ 2.101,54			
Taxa	R\$ 586,75	R\$ 630,46			
Valor total	R\$ 2.542,59	R\$ 2.732,00			

Campo Mourão para Peabiru					
Hotel Diária (Dias úteis)	Variações 1	Variações 2	Suítes	Variações 1	Variações 2
Passagem	R\$ 6,56	R\$ 6,59	Passagem	R\$ 6,56	R\$ 6,59
Hotel Duas Noites	R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00	Duas Noites	R\$ 1.600,00	R\$ 1.600,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00	Trilha+Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$1.415,56	R\$ 1.436,59	Total	R\$ 1.615,56	R\$ 1.636,59
Taxa	R\$ 424,66	R\$ 430,97	Taxa	R\$ 484,66	R\$ 490,97
Valor total	R\$ 1.840,22	R\$ 1.867,56	Valor Total	R\$ 2.100,22	R\$ 2.127,56
Suítes com Hidro	Variações 1	Variações 2			
Passagem	R\$ 6,56	R\$ 6,59			
Hotel Duas Noites	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00			



Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$ 1.815,56	R\$ 1.836,59
Taxa	R\$ 544,66	R\$ 550,97
Valor total	R\$ 2.360,23	R\$ 2.387,56

Maringá para Peabiru					
Hotel Diária (Dias úteis)	Variações 1	Variações 2	Suítes	Variações 1	Variações 2
Passagem	R\$ 30,58	R\$ 30,76	Passagem	R\$ 30,58	R\$ 30,76
Hotel Duas Noites	R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00	Duas Noites	R\$ 1.600,00	R\$ 1.600,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00	Trilha+Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$ 1.439,58	R\$ 1.460,76	Total	R\$ 1.639,58	R\$ 1.660,76
Taxa	R\$ 431,87	R\$ 438,22	Taxa	R\$ 491,87	R\$ 498,22
Valor total	R\$ 1.871,45	R\$ 1.898,98	Valor Total	R\$ 2.131,45	R\$ 2.158,98
Suítes com Hidro	Variações 1	Variações 2			
Passagem	R\$ 30,58	R\$ 30,76			
Hotel Duas Noites	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00			
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00			
Total	R\$ 1.839,58	R\$ 1.860,76			
Taxa	R\$ 551,87	R\$ 558,22			
Valor total	R\$ 2.391,45	R\$ 2.418,98			

Demais Regiões - Não há estimativa das passagens					
Hotel Diária (Dias úteis)	Variações 1	Variações 2	Suítes	Variações 1	Variações 2
Passagem	A parte	A parte	Passagem	A parte	A parte
Hotel Duas Noites	R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00	Duas Noites	R\$ 1.600,00	R\$ 1.600,00
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00	Trilha+Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00
Total	R\$ 1.409,00	R\$ 1.430,00	Total	R\$ 1.609,00	R\$ 1.630,00
Taxa	R\$ 422,70	R\$ 429,00	Taxa	R\$ 482,70	R\$ 489,00
Valor total	R\$ 1.831,70	R\$ 1.859,00	Valor Total	R\$ 2.091,70	R\$ 2.119,00
Suítes com Hidro	Variações 1	Variações 2			
Passagem	A parte	A parte			
Hotel Duas Noites	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00			
Trilha + Guia	R\$ 9,00	R\$ 30,00			
Total	R\$ 1.809,00	R\$ 1.830,00			
Taxa	R\$ 542,70	R\$ 549,00			
Valor total	R\$ 2.351,70	R\$ 2.379,00			

OBS: Vendemos passagens de volta, mas estas são adicionais podendo o cliente ao adquirir o pacote optar por escolher as passagens de volta de Peabiru para sua região. As passagens de volta não são incluídas no pacote pois o cliente pode optar por viajar por outras regiões em torno de Peabiru, não sendo este seu destino. Observamos que nossa agência visa especificamente a cidade de Peabiru, as passagens de volta são vendidas de Peabiru para outros destinos, sendo assim não vendemos passagens de volta partindo de outras cidades.

Aproveite Também
Adicionais e Opções nos pacotes de Viagens: PeabiruBikes e Caiaques
Equipe 9

VALORES DE ALUGUEL DE BICICLETAS

Segunda a Sexta-Feira: R\$5,00

Sábados e Domingos: R\$10,00

Hora: 20 Minutos

Adicionais:

Segunda a Sexta-Feira: R\$3,00

Sábados e Domingos: R\$4,00

Hora: 20 Minutos

Pacote 5 - Equipe 1

TRAILER E MOTORHOME

Diária por pessoa. Diária R\$35,00

CAMPEABIRU

BARRACAS/BARRACAS DE TETO

- Diária por pessoa. Diária R\$30,00

CRIANÇAS

- De 8 a 12 anos de idade. Diária por pessoa R\$10,00

VISITANTE (SOMENTE PARA ACAMPADOS)

- Adultos.
- Valor por pessoa R\$25,00
- Crianças de 8 a 12 anos. Valor por pessoa R\$10,00

5. PLANO DE MARKETING

5.1 Estratégias promocionais

As principais estratégias de divulgação são mostrar imagens e grandes pontos de diversão para todos em Peabiru, desde trilha às maravilhas na região assim como os passeios e o ótimo ambiente natural e tranquilo nas hospedagens para se passar a noite. A promoção a ser utilizada é fornecer nos pacotes diários descontos para pessoas que contratam por semana ou até meses obtendo 10% de desconto nas diárias dos pacotes.

5.2 Estrutura de comercialização Distribuição

A distribuição e comercialização será pelo site oficial da empresa de turismo.

5.3 Propaganda

A propaganda poderá ser feita por via Instagram, Facebook, Twitter, TikTok se necessário.



– Localização do negócio Meio online: link URL:
<https://turismopeabiru.wixsite.com/turismopeabiru>

(site meramente ilustrativo para se demonstrar como seria a comercialização dos pacotes).

6. ESTRUTURA E OPERAÇÕES NECESSÁRIAS PARA O EMPREENDIMENTO

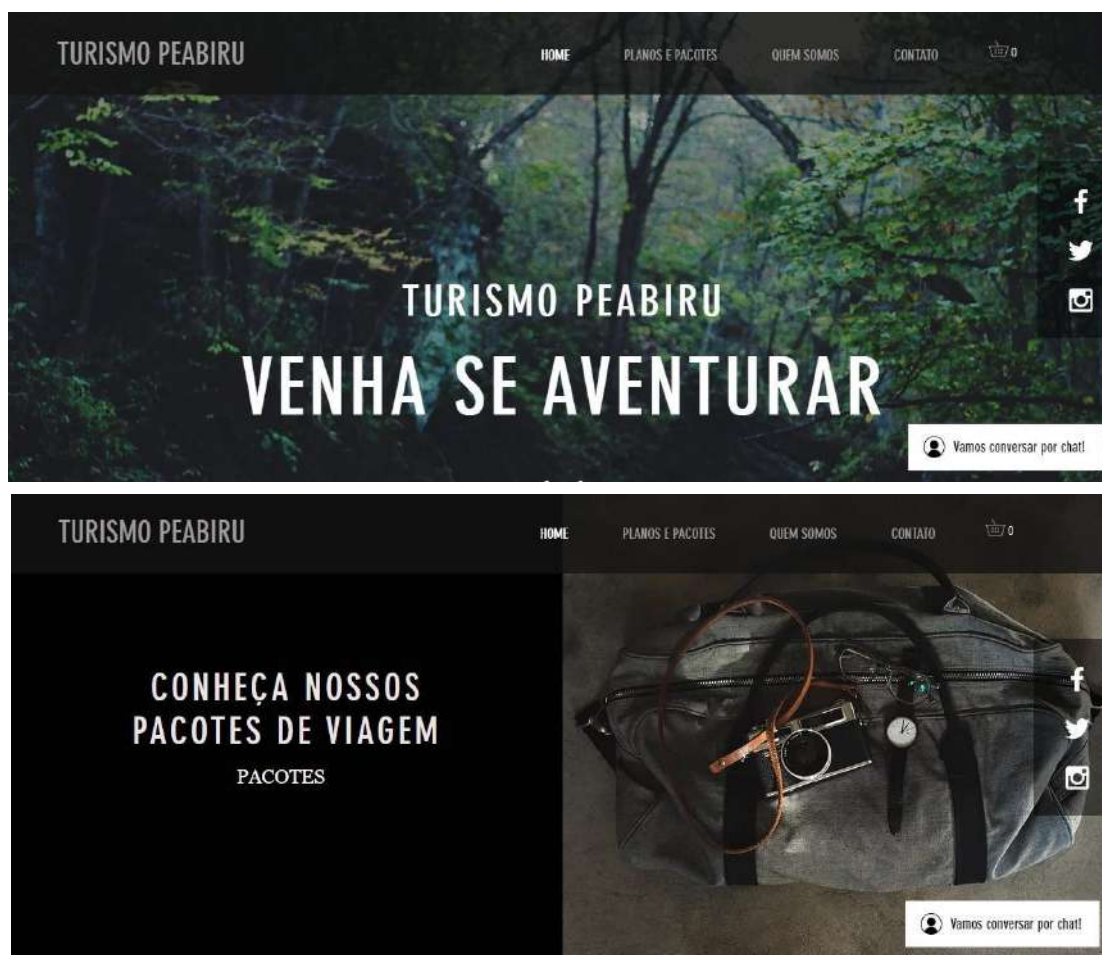
- Plano operacional Máquinas e Equipamentos:

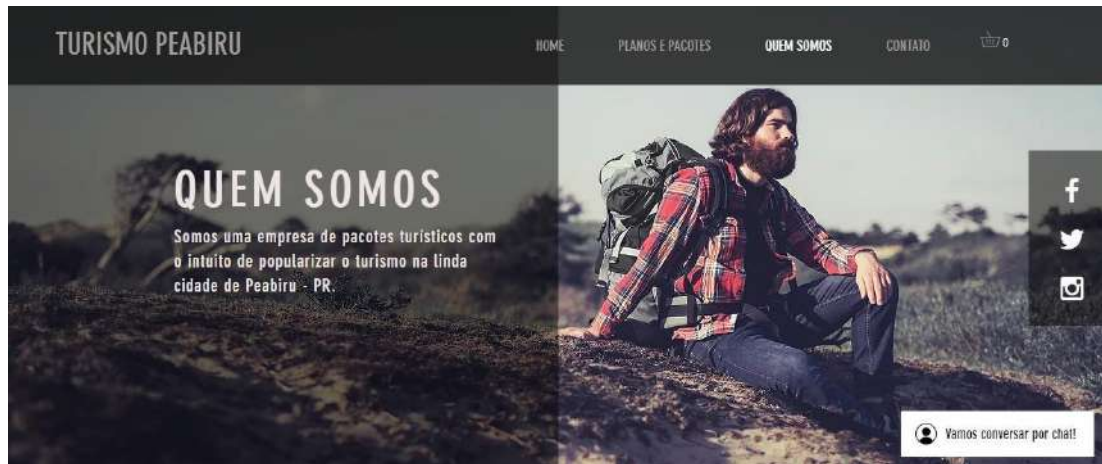
Computadores e possivelmente uma impressora. Pelo projeto visar um site pode ser exercido por meio remoto sem haver a necessidade de gastos com aluguéis, reforma, construção entre outros.

Salários:

Haverá gastos com salário se houver mais de um funcionário, mas como o ganho é retirado de um site não há uma base de ganhos mensais, observados que os valores podem variar, por isso estima-se o valor correspondente ao salário-mínimo nacional vigente como uma base para calcular os ganhos, no ano de 2020, correspondente a R\$ 1.100,00.

7.1 Modelo do site para exercer as atividades:





Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha:

Há menos gastos e propicia maior acesso do público pelo turismo a partir de propaganda, além de ser gratuito pela plataforma WIX, não demanda mais despesas além das básicas inseridas no plano financeiro para se manter o site.

6.2 Necessidade de Pessoal

Por ser uma microempresa individual e ser exercida pelo meio virtual não há necessidade de ser mais de um funcionário para realizar as vendas dos pacotes. Pois o Site já teria os meios necessários para o cliente realizar a compra sendo o proprietário responsável pela distribuição do pacote ao cliente e a manutenção e atualização do site quando necessário. Portanto, o máximo seria 2 funcionários, mas apenas 1 já conseguiria suprir todas as demandas.

7. PLANO FINANCEIRO

7.1 Estimativas dos investimentos fixos

7.1.1 Máquinas e equipamentos:

	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1	Computador	2	R\$3.000,00	R\$6.000,00
2	Pacote de Internet	2	R\$200,00	R\$400,00
Subtotal			R\$ 3.200,00	R\$6.400,00

7.1.2 Móveis e utensílios:

	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1	Mesa	2	R\$600,00	R\$1.200,00
2	Cadeira	2	R\$800,00	R\$1.600,00
3	Luminária	2	R\$70,00	R\$140,00
4	Impressora	2	R\$400,00	R\$800,00
Subtotal			R\$ 1.870,00	R\$3.740,00

7.2 Capital de Giro

7.2.1 Gastos Mensais – Para dois funcionários

	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1	Pacote de Internet	2	R\$200,00	R\$400,00

2	Água	2	R\$30,00	R\$60,00
3	Luz	2	R\$100,00	R\$200,00
4	Salário (Estimativa doSalário-Mínimo Nacional Vigente)	2	R\$1.100,00	R\$2.200,00
Subtotal			R\$ 1.430,00	R\$ 2.860,00

7.3 Investimentos pré-operacionais

	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total (2 funcionários)
1	Computador	2	R\$3.000,00	R\$6.000,00
2	Mesa	2	R\$600,00	R\$1.200,00
3	Cadeira	2	R\$800,00	R\$1.600,00
4	Luminária	2	R\$70,00	R\$140,00
5	Impressora	2	R\$400,00	R\$800,00
6	Pacote de Internet	2	R\$200,00	R\$400,00
Subtotal			R\$5.070,00	R\$10.140,00

7.4 Investimento total:

	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total (2 funcionários)
1	Computador	2	R\$3.000,00	R\$6.000,00
2	Mesa	2	R\$600,00	R\$1.200,00
3	Cadeira	2	R\$800,00	R\$1.600,00
4	Luminária	2	R\$70,00	R\$140,00
5	Impressora	2	R\$400,00	R\$800,00
6	Pacote de Internet	2	R\$200,00	R\$400,00
7	Água	2	R\$30,00	R\$60,00
8	Luz	2	R\$100,00	R\$200,00
9	Salário (Estimativa doSalário) Mínimo Nacional Vigente)	2	R\$1.100,00	R\$2.200,00
Subtotal			R\$6.300,00	R\$12.600,00

7.5 Estimativa do faturamento mensal da empresa

A empresa terá como lucro 30% do valor total dos pacotes.

Estimativas para o ano de 2022 - Pacotes

Obs: a estimativa foi calculada observando a diferença de preços, a demanda por pacotes de turismo, o preço de cada produto e a distância de cada região pois os pacotes incluem passagens que diferem de preços, assim como não haver nenhuma empresa no ramo com pacotes integrados com hotéis:

Produto/ Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1 - Curitiba para Peabiru	2 - (estima-se venda maior no final de semana)1 - dia útil 1- fim de semana	R\$ 828,75 - dia útil R\$ 1.348,10 - fim de semana	1 mês: R\$ 1.348,10- fim de semana R\$ 828,75 – dia útil total: 2.176,85
			Lucro da empresa 30%: R\$ 191,25- dia útil R\$ 311,10 – fim de semana total de lucro: R\$ 502,35
			12 meses: Bruto: R\$26.122,2 Líquido (30%): R\$ 6.028,2

2 - Maringá para Peabiru	2 - (estima-se venda maior no final de semana)1 - dia útil 1 - fim de semana	R\$ 675,45 - dia útil R\$ 1.195,45 - fim de semana	1 mês: R\$ 675,45 - dia útil R\$ 1.195,45 - fim de semana total: 1.870,9
			Lucro da empresa 30%:R\$ 155,87 – dia útil R\$275,87 – fim de semana total de lucro:431,74
			12 meses: Bruto: R\$22.450,80 Líquido (30%): R\$ 5.180,88
3 - Campo Mourão para Peabiru	2 (estima-se venda maior no final de semana)1 - dia útil 1 - FIM DE SEMANA	R\$ 644,22 - dia útil R\$ 1.164,22 - Fim de semana	1 mês: R\$ 644,22 – dia útil R\$ 1.164,22 - Fim de semana total: 1.808,44
			Lucro da empresa 30%: R\$ 148,66 – dia útil R\$268,66 – fim de semana total de lucro: 417,32
			12 meses: Bruto: R\$21.701,28 Líquido (30%): R\$ 5.007,84
4 - Londrina para Peabiru	2 (estima-se venda maior no final de semana)1 - dia útil 1 - fim de semana	R\$ 727,59 - dia útil R\$ 1.247,59 - fim de semana	1 mês: R\$ 727,59 – dia útil R\$ 1.247,59 – fim de semana total: 1.975,18
			Lucro da empresa 30%:R\$ 167,91 – diaútil R\$ 287,91 - fimde semana total de lucro: R\$ 455,82
			12 meses: Bruto: R\$23.702,16 Líquido (30%): R\$ 5.469,84
5 - São Paulo para Peabiru	2 (estima-se venda maior no final de semana)1 - dia útil	R\$ 826,59 - dia útil R\$ 1.346,90 - fim de semana	1 mês: R\$ 826,59 – dia útil R\$ 1.346,90 - fim de semana de semana total: 2.173,49
			Lucro da empresa 30%:R\$ 190,76 - dia útil R\$ 310,75 - fim de semana total de lucro: R\$ 501,51
			12 meses: Bruto: R\$26.081,88 Líquido (30%): R\$ 6.018,12
6 - Demais regiões	2 (estima-se venda maior no final de semana)1 - dia útil 1 - fim de semana	R\$ 635,70 - dia útil R\$ 1.155,70 - fim de semana	1 mês: R\$ 635,70 - dia útil R\$ 1.155,70 - fim de semana total: 1.791,40
			Lucro da empresa 30%: R\$ 146,7 - dia útilR\$266,7 - fim de semana total de lucro: R\$ 413,40
			12 meses: Bruto: R\$21.496,80 Líquido (30%): R\$ 4.960,80
Total	12	dia útil: 4.338,30. fim de semana: 7.457,96	1 mês: dia útil: 4.338,30. fim de semana: 7.457,96 total: 11.796,26
			Lucro da empresa 30%: R\$ 1.001,15 - dia útil R\$ 1.720,99 -fim de semana total de lucro: R\$ 2.722,14
			12 meses: Bruto: R\$141.555,12 Líquido (30%): R\$ 32.665,68

La Visa Hotel:

Produto/ Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas) - 12 meses	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1 - Curitiba para Peabiru	1	R\$ 339,95	1 mês: total: 339,95
			Lucro da empresa 30%: R\$78,45
			12 meses: Bruto:R\$ 4.074 Líquido (30%): R\$ 941,40
2 - Maringá para Peabiru	1	R\$ 186,65	1 mês: total:R\$ 186,65
			Lucro da empresa 30%: R\$ 43,07
			12 meses: Bruto: R\$ 2.239,80 Líquido (30%): R\$ 516,84
	1	R\$ 155,43	1 mês: total: R\$ 155,43

3 - Campo Mourão para Peabiru			Lucro da empresa 30%: R\$ 35,86 12 meses: Bruto: R\$ 1.865,16 Líquido (30%): R\$ 430,32
4 - Londrina para Peabiru	1	R\$ 238,78	1 mês: total: R\$238,78 Lucro da empresa 30%: R\$ 55,10 12 meses: Bruto: R\$ 2.865,36 Líquido (30%): R\$ 661,20
5 - São Paulo para Peabiru	1	R\$ 337,80	1 mês: total:R\$ 337,80 Lucro da empresa 30%: R\$ 77,95 12 meses: Bruto: R\$ 4.053,60 Líquido (30%): R\$ 935,40
6 - Demais regiões	1	R\$ 146,90	1 mês: total: R\$ 146,9 Lucro da empresa 30%: R\$ 33,90 12 meses: Bruto: R\$1.762,80 Líquido (30%): R\$ 406,80
Total	6	R\$ 1.405,51	1 mês: total: R\$ 1.405,51 Lucro da empresa 30%: R\$ 324,33 12 meses: Bruto: R\$16.866,12 Líquido (30%): R\$ 3.981,96

Hotel fazenda Água Azul:			
1 - Curitiba para Peabiru	3 (1 - quarto simples) (1- suítes) (1 - suítes com hidro)	R\$ 2.024,75 (quarto simples) R\$ 2.284,75 (suítes) R\$ 2.544,75 (suítes com hidro)	1 mês: R\$ 2.024,75 (quarto simples) R\$ 2.284,75 (suítes) R\$ 2.544,75 (suítes com hidro) total: 6.854,25 Lucro da empresa 30%: R\$ 467,25(quarto simples) R\$ 527,25(suítes)R\$ 587,25(suítes com hidro) total de lucro:R\$1.581,75 12 meses: Bruto: R\$ 82.251,00 Líquido: R\$18.981,00
2 - Maringá para Peabiru	3 (1 - quarto simples) (1 - suítes) (1 - suítes com hidro)	R\$ 1.871,45(quarto simples) R\$ 2.131,45(suítes)R\$ 2.391,45(suítes com hidro)	1 mês: R\$ 1.871,45(quarto simples) R\$ 2.131,45(suítes)R\$ 2.391,45(suítes com hidro) total: R\$ 6.394,35 Lucro da empresa 30%: R\$ 431,87(quarto simples) R\$ 491,87 (suítes) R\$ 551,87(suítes com hidro) total de lucro: 1.475,61 12 meses: Bruto: R\$ 76.732,20 Líquido (30%): R\$ 17.707,32
3 - Campo Mourão para Peabiru	3 (1 - quarto simples) (1- suítes) (1 - suítes com hidro)	R\$ 1.840,22(quarto simples) R\$ 2.100,22(suítes)R\$ 2.360,23(suítes com hidro)	1 mês: R\$1.840,22 (quarto simples) R\$2.100,22(suítes)R\$2.360,23(suítes com hidro) total: R\$ 6.300,67 Lucro da empresa 30%: R\$424,66(quarto simples) R\$484,66(suítes)R\$ 544,66(suítes com hidro) total de lucro: 1.453,98 12 meses: Bruto:75.608,04 Líquido (30%): 17.447,76
4 - Londrina para Peabiru	3 (1 - quarto simples) (1-	R\$1.923,58 (quarto simples)R\$ 2.183,58	1 mês: R\$1.923,58 (quarto simples)R\$ 2.183,58 (suítes) R\$2.443,59 (suítes com hidro) total: R\$ 6.550,75



	suítes) (1 - suítes com hidró)	(suítes) R\$2.443,59 (suítes com hidró)	Lucro da empresa 30%: R\$443,90(quarto simples) R\$503,90(suítes)R\$ 563,90(suítes com hidró) total de lucro: 1.511,70 12 meses: Bruto: 78.609,00 Líquido (30%): 18.140,40
5 - São Paulo para Peabiru	3 (1 - quarto simples) (1- suítes) (1 - suítes com hidró)	R\$ 2.022,59(quarto simples) R\$ 2.282,59(suítes)R\$ 2.542,59(suítes com hidró)	1 mês: R\$ 2.022,59(quarto simples) R\$ 2.282,59(suítes)R\$ 2.542,59(suítes com hidró) total: R\$6.854,77 Lucro da empresa 30%: R\$466,75(quarto simples) R\$526,75(suítes) R\$586,75(suítes com hidró) total de lucro:R\$1.580,25 12 meses: Bruto: R\$ 82.257,24 Líquido (30%): R\$ 18.963,00
6 - Demais regiões	3 regiões (1 - quarto simples) (1- suítes)(1 - suítes com hidró)	2.091,70(suítes) R\$ 2.351,70(suítes com hidró)	\$2.091,70(suítes)R\$2.351,70(suítes com hidró) total: 6.275,10 Lucro da empresa 30%: R\$422,70(quarto simples) R\$482,70(suítes) R\$542,70(suítes com hidró) total de lucro: R\$1.448,10 12 meses: Bruto: R\$75.301,20 Líquido (30%): R\$17.377,20
Total	18	R\$11.514,29 (quarto simples)R\$13.047,29 (suítes) R\$14.904,31 (suítes com hidró)	R\$11.514,29(quarto simples)R\$13.047,29(suítes) R\$14.904,31(suítes com hidró) total 39.465,89 Lucro da empresa 30%: R\$ 2.657,13 (quarto simples) R\$ 3.017,13 (suítes) R\$ 3.377,13 (suítes com hidró) total R\$ 9.051,39 12 meses Bruto: R\$ 473.590,68 Líquido (30%): R\$108.616,68
TOTAL DE TODOS OS PACOTES: 36 vendendo 1 de cada pacote de cada região: A empresa terá como lucro 30% do valor total dos R\$ 52.667,66 pacotes			1 mês: Bruto -R\$ 52.667,66 Líquido (30%): R\$ 12.097,86 12 meses: Bruto: R\$631.611,92 Líquido (30%): R\$ 145.264,32

8. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS:

Cenário Otimista	Cenário Pessimista	Cenário Provável
Após a Pandemia, vendas iniciais baixas mas com um potencial maior para vendas através da propaganda nas redes sociais, aumento de visitas despertando o interesse na região e a venda em grande escala de diversos pacotes. Caso os negócios aumentem poder alugar um local para que seja realizada a venda de pacotes no meio físico também.	Nenhuma venda devido a Pandemia de Covid-19. Inércia do Site e pouca viabilidade de negócios não ser tão conhecido. Neste caso, visa-se maior investimento em publicidade para influenciar as pessoas durante a pandemia, para que se desperte o interesse após o cenário adquiramos pacotes.	Uma venda pequena inicialmente devido ao pouco conhecimento do público sobre a empresa, mas ir aumentando consideravelmente após a vacinação e o aumento do público nos sites e em nossas redes sociais



Análise do ambiente externo: oportunidades e ameaças		
Cenário	Oportunidades	Ameaças
Tecnológico	Maior envolvimento da população em geral em fazer reservas e compras online por meio de sites e aplicativos	Possível dificuldade da população idosa utilizar plataformas online para realização de compras e reservas
Sociocultural	Aumento da procura por ecoturismo, relacionado ou não a história do Brasil e da América Latina	
Demográfico	Aumento na quantidade de pessoas interessadas em ecoturismo, devido a diminuição de áreas verdes nas grandes cidades	Local afastado da capital, existem várias outras empresas focadas no ramo, já que houve um maior interesse
Empresarial	Auxílio governamental para abrir pequenas empresas	Empresas no mesmo ramo que podem ter mais clientes
Outros/ Acontecimentos Globais	Alta do turismo pós COVID-19	Tempo maior que o esperado para a vacinação e volta do turismo.

9. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

9.1 Análise da matriz F.O.F.A.

	Fatores internos (controláveis)	Fatores externos (incontroláveis)
Pontos fortes	<p>FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pacotes com vários preços e atrativos diferentes de uma região específica do Brasil. - Focada em Peabiru. – - Menos riscos para o meio online, o qual pode ser exercido em home office, tendo maior vantagem na publicidade, comércio eletrônico e menos prejuízos sobre impostos por ser MEI. Ou seja, menos dívidas e mais vantagens de atingir diversos públicos. 	<p>OPORTUNIDADES - Uma região até agora não tão observada pelos seus pontos turísticos, por isso não tem empresas especializadas nesse meio online especificamente para essa região, ou seja, não há concorrência. -</p> <p>Maior possibilidade de atingir o público por propaganda e publicidade, observado o aumento de consumo no comércio eletrônico.</p>
Pontos fracos	<p>FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Site desconhecido - Por ser um negócio inicial não um histórico no mercado - Pequenos recursos para poder incentivar a propaganda a partir de outras empresas, observada que por ser MEI os recursos seriam do próprio proprietário da empresa. 	<p>AMEAÇAS- Grandes empresas de comércio no mercado online que vendem pacotes no Brasil, mesmo que não haja pacotes específicos para a região, pode tais empresas começaram a vender pacotes se a concorrência aumentar com enfoque em Peabiru.</p> <ul style="list-style-type: none"> - As empresas físicas que vendem pacotes para Peabiru podem começar a vender no meio online aumentando a concorrência. - Pandemia ameaça o turismo, diminuindo cada vez mais compras empacotes para viagens, observadas as limitações atuais e a crise financeira ocasionada pela mesma.



MARKETING DIGITAL / SOCIAL MEDIA

Allison Thiago Eskudlarke
 Heloisa Orso
 Kauany Vicenzi Remika
 Leandro Ribeiro Cordeiro
 Luan da Rocha Estaflete

1. Sumário Executivo; 2. O conceito do negócio (marketing digital); 3. Mercado e competidores; 4. Equipe necessária para execução do projeto; Produtos e/ou serviços; 5. Estrutura e operações necessárias para o empreendimento; 6. Marketing ou forma de venda; 7. Plano financeiro; 8. Avaliação estratégica; Avaliação de cenários; 9. Referências; 10. Anexos.

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

O presente plano de negócio visa apresentar uma proposta de contratação de serviço de Marketing Digital voltado às Mídias Sociais (social media). Tal proposta se dá visando impulsionar as atividades comerciais desenvolvidas no município de Peabiru/PR a partir do fomento do turismo.

De forma estratégica, sugere-se a utilização das redes sociais Instagram e Facebook, tendo em vista seu baixo custo para implementação. Notadamente, em relação a este ponto (recursos financeiros), apresenta-se a necessidade de investimento mensal em torno de R\$ 600,00 (seiscentos reais), porém, como alternativa isenta de custos, sugere-se a execução do plano de negócio por meio de parceria com instituição de ensino no modelo de projeto de extensão universitária.

Neste sentido, em síntese, propõe-se a implementação do plano de marketing digital ao longo do segundo semestre do ano de 2021, a fim de ser dada plena execução aos trabalhos no início do ano de 2022, utilizando equipe já formada (no caso de haver possibilidade de investimento financeiro) ou, alternativamente, valendo-se de projeto de extensão universitária a ser incorporado à presente proposta.

2. O CONCEITO DO NEGÓCIO (MARKETING DIGITAL)

A partir deste plano de negócio, propõe-se a realização de serviços profissionais de marketing digital voltado para redes sociais (social media), com o intuito de promover a divulgação do município de Peabiru/PR, especialmente nos seus aspectos turísticos.

Espera-se, com este negócio, fomentar o turismo na cidade, atraindo visitantes interessados no ecoturismo, gastronomia e outros produtos/serviços da região. Em suma, trata-se de negócio que busca servir como catalisador de outros negócios existentes na região, colaborando para o aquecimento comercial da localidade.

3. COMO FUNCIONA O MARKETING DIGITAL

A noção de marketing digital pode ser relacionada com a ideia de digital branding.



Segundo Rowles (2020, p. 23), o digital branding é “a soma das nossas experiências on-line”, neste sentido, o mesmo autor pontua que o branding mudou, sobretudo, em razão das mídias digitais. O digital permite comunicação em via de mão dupla entre marcas e consumidores - as mídias sociais, agora, permitem que dialoguemos diretamente com as marcas que usamos todos os dias. Na verdade, grande parte das comunicações via mídias digitais nem mesmo envolve mais a marca, transcorrendo diretamente entre os consumidores. (ROWLES, 2020, p. 23)

Até mesmo a noção leiga de marketing leva à concepção de que se trata da forma ou instrumento pelo qual se oferecem produtos ou serviços ao mercado de consumo. Nesse sentido, marketing digital, dentro do conceito de digital branding, pode ser entendido como a transposição desse serviço e experiências para as plataformas digitais.

Em resumo e no âmbito deste projeto, portanto, pode-se falar que a proposta de marketing digital guarda relação com a ideia de oferecer os produtos e experiências da região de Peabiru por meio de plataformas digitais de fácil acesso, como o Facebook e Instagram, permitindo, por meio de planejamento prévio e criação de estratégias profissionais próprias, o alcance do público consumidor e, conseqüentemente, aquecimento da economia local.

Na prática, as pessoas encarregadas da prestação deste serviço poderão, em conjunto com o município e atendendo às necessidades deste, criar uma identidade visual própria para as redes sociais, a qual será tecnicamente construída para propiciar a melhor experiência possível para quem acessa.

Além disso, será possível a escolha técnica e conjunta do conteúdo a ser publicado, o que poderá servir para direcionamento da venda ao melhor público-alvo, otimizando assim as estratégias para fomento do turismo e outras atividades regionais oferecidas.

A fim de ilustrar esta proposta, no anexo I é apresentado um modelo exemplificativo deste tipo de intervenção.

O modelo em questão foi gentilmente criado pela Designer Visual Pammela Roza, a quem são reservados todos os direitos legais pela criação, sendo vedada a utilização de tal conteúdo sem sua prévia autorização.

Ainda, uma vez que o modelo foi apresentado meramente para fins ilustrativos deste plano de negócio, seu conteúdo contém imagens que podem ser protegidas por direitos autorais próprios, motivo pelo qual salienta-se que a reprodução de tal conteúdo foi realizada exclusivamente para os fins acadêmicos deste projeto.

4. VANTAGENS DO MARKETING DIGITAL

As vantagens de se trabalhar com a divulgação de projetos (sejam de turismo e/ou entretenimento) utilizando o marketing digital, se devem, principalmente, à alta escalabilidade (grande alcance) que a rede pode proporcionar.

No contexto atual, é também interessante pontuar o fato de que se trata de serviço com estrutura flexível, que pode ser executado de forma remota, podendo ser iniciado de imediato, mesmo com as restrições relativas à pandemia de COVID-19.

Além disso, há o baixo custo e o acesso a usuários que não saberiam a respeito apenas no "boca a boca". A conversão de usuários de rede social em turistas e potenciais clientes, pode trazer lucros exponenciais, visto que, além dos usuários alcançados, estes, por sua vez, podem divulgar para outras pessoas, levando-os a frequentar o local, podendo além disso, comprar seus produtos e serviços mais vezes.



Outra grande vantagem deste tipo de marketing é a possibilidade de análises estatísticas em tempo real, o que, somado com a proximidade com o público que tal ferramenta proporciona, possibilita a verificação de necessidades e oportunidades para o fornecimento do crescimento local.

5. TIPOS DE SERVIÇO

Em um primeiro momento sugere-se a criação/profissionalização das redes sociais do Município.

Sendo assim, como serviços oferecidos propõe-se a gestão das plataformas Facebook e Instagram, por meio de publicações realizadas em “feed” e “story”, além do relacionamento direto com o cliente (município) por meio de reuniões mensais de planejamento e apresentação de resultados, além da análise do impacto das estratégias no mercado consumidor, por meio do estudo dos parâmetros estatísticos oferecidos pelas próprias plataformas digitais em questão.

5.1 Mercado e competidores

Existem pelo menos dois prismas de análise do mercado competidor no âmbito do presente projeto: a partir da verificação das empresas que oferecem o tipo de serviço proposto ou, a partir da constatação de quais redes sociais oferecem o mesmo tipo de divulgação.

Conforme se verificará adiante, o intuito desta proposta não é entrar no ramo de oferta de marketing digital, mas sim oferecer as condições necessárias para que se possa decidir sobre os benefícios de sua aceitação e contratação/realização como forma de fomentar o comércio do município. Sendo assim, parece mais relevante a análise que leva à verificação de quais redes sociais atualmente se encontra em atividade no mercado e se debruçam sobre as atividades de Peabiru.

Isto porque, deve-se levar em consideração que se pretende explorar o nicho do marketing digital a fim de atingir o público de turistas, aventureiros e até mesmo grupos familiares em momento de lazer, buscando estimulá-los a adquirir produtos e serviços oferecidos na cidade.

Não é necessário maiores delongas para explicitar o impacto que as redes sociais atualmente causam no mercado consumidor, pois se trata de fato quase notório (senão notório). Para além disso, acredita-se que a “virtualização” das relações é um fenômeno atual e com tendência a se perpetuar no futuro, sendo, portanto, também tendência a profissionalização cada vez mais de sua exploração afim de atingir o público consumidor.

Note-se que, no caso do público-alvo do presente projeto, este poderá ser especialmente influenciado pelo apelo visual dado aos produtos e serviços que se espera vender, uma vez que o ecoturismo e o turismo gastronômico causam fortes respostas emocionais no consumidor.

Ou seja, considerando que o público-alvo se trata de pessoas não residentes no município, que, ao longo de todo o ano poderão planejar turismo, é aceitável cogitar que, mediante a utilização de marketing voltado às redes sociais, as quais possuem significativos recursos visuais, é possível chegar eficientemente a tais pessoas, com conseqüente impacto positivo para a economia da região.,

Sendo assim, em breve pesquisa utilizando a plataforma Instagram, foi possível identificar pelo menos três páginas relevantes que atuam voltadas à divulgação de



atividades no município na mesma linha ora proposta, a saber: @prefeituradepeabiru_oficial; @caminhosdepeabiru e; @trilhacaminhosdopeabiru.

Como o nome sugere, a primeira página possui temática institucional, tendo características mais profissionais, porém, com contornos formais. As outras duas páginas, por outro lado, tratam-se de iniciativas realizadas por um importante ator da região. Tais páginas possuem contornos menos profissionais, por outro lado, como vantagem, são menos formais ou institucionais, aparentando, em primeira análise, estarem mais relacionadas com a proposta do presente projeto.

Observe-se que, apesar da análise se dar pelo viés da concorrência, não se espera, na prática, competir com tais iniciativas. Em verdade, o que se busca é justamente o aprimoramento profissional das propostas que já criadas, as quais podem coexistir com a presente proposta de negócio ou por ele serem incorporadas.

5.2 Equipe necessária para execução do projeto

Para que a proposta apresentada seja efetiva e represente real diferencial em relação às iniciativas já existentes (conforme identificado anteriormente), é fundamental trabalhar com profissionais especializados.

Sendo assim, é possível indicar pelo menos três grandes áreas que podem contribuir com sua expertise profissional: Design Visual, Publicidade e Propaganda e, Marketing.

Naturalmente, existem empresas especializadas já estabelecidas no mercado, as quais oferecem os serviços referenciados nesta proposta. Da mesma forma, é evidente que a contratação de tais empresas representam custos para o município, os quais podem ou não ser viáveis dentro do orçamento anual.

Diante deste cenário, sugere-se duas possibilidades para captação da equipe que executará o projeto: a) realização de parceria com instituição de ensino, para isento de qualquer custo, desenvolver projeto de extensão envolvendo os cursos superiores correlatos à área; b) contratação direta de empresas especializadas, mediante instrumentos próprios para realização de contrato público-privado (eventualmente, mediante licitação). Tais possibilidades serão melhor detalhadas no tópico relativo aos custos do projeto.

A respeito deste tópico, sugere-se também a leitura do anexo II, o qual se refere à “metodologia 5W2H” utilizada no desenvolvimento desta proposta.

6. PRODUTOS E/OU SERVIÇOS

Objetivamente, o que se pretende com este projeto é profissionalizar a divulgação de pontos turísticos e serviços da cidade de Peabiru através de redes sociais, com o intuito de fazer os locais ficarem mais conhecidos e serem mais visitados, gerando maior visibilidade para o município e, conseqüentemente, maior aporte financeiro.

Pode-se citar como finalidade do serviço o atendimento à demanda do município por aquecimento do comércio através do turismo, eventualmente também gerando maior visibilidade às atrações da região por um processo de marketing interpessoal (divulgando e compartilhando).

Em um primeiro momento o serviço teria um apelo aos jovens e jovens adultos, que são os que mais usam as redes sociais, mas eventualmente os pontos turísticos e serviços do município poderiam chegar a todos os públicos através de interações que ocorrem em ambientes sociais (especialmente familiar).



7. ESTRUTURA E OPERAÇÕES NECESSÁRIAS PARA O EMPREENDIMENTO

Caso opte-se por uma das formas de implementação sugeridas (parceria com instituição de ensino ou uma contratação direta de uma empresa prestadora desse tipo de serviço), não haverá necessidade, por parte do município, de investir em infraestrutura.

Hipoteticamente, se fosse o caso de criação de toda a infraestrutura necessária a partir do zero, seria necessário, além do espaço físico contendo dispositivos eletrônicos, e acesso à internet, a contratação de profissionais e aquisição de programas para edição de imagens/vídeos, além da contratação de serviços mensais de bancos de imagens e vetores.

Destaque-se que, a partir das informações obtidas com os representantes do município, esta não parece ser a melhor opção para execução da proposta.

8. MARKETING OU FORMA DE VENDA

Dado que a natureza da presente proposta, por si só, se trata de projeto de fomento das vias de marketing digital do município de Peabiru, a análise quanto às ações voltadas à forma de venda precisa ser relativizadas.

Notadamente, o que se pretende “vender” é justamente a profissionalização das vias de marketing do município, com vista à captação de turistas e consequente aquecimento do comércio da região. Sendo assim, o diferencial que se procura implementar é esta profissionalização, fazendo com que as mídias digitais relativas às atrações e serviços de Peabiru funcionem como uma verdadeira vitrine do município.

Em outras palavras, o plano ora apresentado é uma proposta de implementação de mecanismos estratégicos de marketing para alcançar um público-alvo de turistas, os quais poderão, a partir destes mecanismos, perceberem os serviços oferecidos dentro do município como sendo únicos e diferenciados em relação a todos os demais (concorrentes) presentes no espaço geográfico abrangido pela cidade.

Há de se ter em vista, porém, que o serviço de marketing digital a ser implementado precisará ser adequadamente sustentado por conteúdo oriundo da região. Ou seja, é preciso levar em conta a necessidade de operacionalização de meios para que a equipe responsável pelo marketing digital consiga dialogar com os principais atores do município.

Sugere-se, portanto, que, após implementação do projeto, sejam fomentadas reuniões periódicas com representantes da região, a fim de se estabelecer diálogo com lideranças do comércio, da hotelaria, do turismo, de associações, dentre outros a serem oportunamente investigados, a fim de se verificar a necessidade e oportunidade para inclusão das demandas no planejamento das ações dentro das mídias sociais.

Exemplificativamente: havendo um evento anual relevante no município (como a festa do cordeiro ao vinho), poderá ser realizada uma reunião estratégica nos meses que o antecedem, a fim de que os próprios organizadores do evento apresentem o que será nele oferecido, bem como as possibilidades de hospedagem e outras atividades de oportunidade que poderão ser oferecidas em paralelo.

Assim, a equipe responsável pelo marketing digital poderá planejar estratégias (a serem também analisadas pelos demais atores), a fim de tornar a divulgação do evento mais atrativa e relevante, com maior alcance do público-alvo de turistas, tendo, como consequência, maiores chances de impacto financeiro positivo.



Por se tratar de estratégia fomentada e custeada (se for o caso) pelo município, naturalmente seus representantes serão atores fundamentais neste processo de articulação entre todas as pessoas envolvidas nesta proposta de construção de estratégia dialogada.

9. PLANO FINANCEIRO

Utilizando como parâmetro o contido na cartilha do SEBRAE “Como elaborar um Plano de Negócios” (2013, p. 66-81), foi realizada análise da viabilidade financeira do negócio ora proposto. Seguindo o referido documento, verificou-se os custos a partir de três perspectivas: Investimentos fixos, capital de giro e, investimentos pré-operacionais.

Em resumo, investimentos fixos são aqueles relacionados à estrutura fixa necessária para execução do negócio, tais como bens móveis, maquinários e utensílios. Capital de giro é aquele relacionado ao custo funcional da empresa, ou seja, quanto se deve investir para efetivar o negócio oferecido no dia a dia. Por fim, investimentos pré-operacionais são aqueles necessários antes do início das atividades, como reformas e custos de registro.

Partindo destes pressupostos, verifica-se que o projeto ora apresentado possui características próprias, uma vez que se propõe a implementação de estrutura profissional voltada ao marketing digital do município, sem, com isso, necessariamente representar a proposta de criação de uma agência de publicidade voltada a este fim.

Sendo assim, não há o que se falar na análise de custos de investimento fixo ou pré-operacionais, mas unicamente em relação aos custos tidos como capital de giro. Estes custos representam os valores relativos à eventual contratação de empresa ou profissionais especializados para execução do projeto proposto, o qual, como se verá, possui possibilidade de execução isento de tal investimento.

10. VARIAÇÃO DE VALORES DE ACORDO COM O MERCADO

Com o intuito de se estimar os custos relativos ao capital de giro para execução do projeto, foi realizada análise preliminar de mercado. Tal análise ocorreu mediante a apuração dos valores de mercado praticados, em média, para realização dos serviços de social media. A referida apuração está sintetizada conforme anexo III, todavia, é importante ressaltar que cada empresa/profissional consultado ofereceu uma gama de variações e pacotes de serviços, sendo inviável a comparação direta em virtude de as informações não guardarem correspondência direta.

Sendo assim, para fins de tomada de decisão, foi promovida a análise de cada uma das propostas de forma completa, apontando-se um valor teórico médio para o planejamento do plano de negócios. Neste sentido, repise-se: observou-se que há variação de valores para prestação do serviço de social media, a depender das redes sociais utilizadas e da frequência de publicações, bem como da necessidade de criação de uma identidade visual prévia.

Dado o contexto da análise, para fins deste projeto, sugere-se como parâmetro os valores relativos à contratação de gerenciamento das redes “Facebook” e “Instagram” com frequência de 12 (doze) publicações por mês, não sendo incluído nesta estimativa o preço referente ao impulsionamento de publicações, cujo valor, em média, representaria R\$ 66,00 (sessenta e seis reais) por publicação (anúncio).

A estimativa, para contratação dos serviços acima descritos representam cerca de R\$ 600,00 (seiscentos reais) mensais ou cerca de R\$ 7.200,00 (sete mil e duzentos reais) anuais.



10.1 Planilha de custos – investimento total

Descrição dos Investimentos	Valor (R\$)	(%)
Investimentos Fixos	-	0%
Capital de Giro	R\$ 600,00/mês	100%
Investimentos Pré-Operacionais	-	0%

11. POSSIBILIDADES DE VIABILIZAÇÃO DO PROJETO

11.1 Projeto de extensão

Como primeira hipótese de viabilização da proposta ora apresentada, sugere-se a realização de convênio institucional entre o município e instituição de ensino superior, o que viabilizaria a execução do projeto por meio da criação de extensão universitária sem custos para os cofres públicos.

De acordo com o art. 3º da Resolução nº 07/2018 do Ministério da Educação (MEC), considera-se extensão universitária a atividade que se integra à matriz curricular e à organização da pesquisa, constituindo-se em processo interdisciplinar, político educacional, cultural, científico, tecnológico, que promove a interação transformadora entre as instituições de ensino superior e os outros setores da sociedade, por meio da produção e da aplicação do conhecimento, em articulação permanente com o ensino e a pesquisa.

Diante desta concepção, é possível inferir a possibilidade de que a proposta de Marketing Digital seja executada por meio de projeto interdisciplinar envolvendo estudantes dos cursos de Design, Publicidade e Propaganda e, Marketing, os quais se beneficiariam do caráter prático-pedagógico da atividade, agregando conhecimento aplicado para sua formação.

Por outro lado, o município e, conseqüentemente, as pessoas e setores da sociedade que o integram, seriam beneficiados diretamente com o convênio, uma vez que, isentos de custos, poderiam realizar os objetivos do presente projeto, divulgando a cidade, o ecoturismo e o turismo gastronômico local, atraindo turistas e, assim, catalisando outras iniciativas regionais que, como um todo, resultam no aquecimento econômico da região.

11.2 Contratação de empresa privada

Na hipótese de viabilização do projeto mediante contratação de empresa privada para prestação do serviço, poderá ser necessária a realização de licitação para tal fim. Considera-se serviço toda atividade destinada à obtenção de utilidades de interesse da Administração, tal como a publicidade (art. 6º, inc. II, da Lei nº 8.666/93).

Sendo assim, havendo interesse do município de Peabiru, poderá ser contratada empresa especializada para fins de realização do serviço de publicidade, na modalidade marketing digital. Uma vez que se trata de serviço que pode ser prestado de forma não presencial, afasta-se qualquer possibilidade de inefetividade do certamente, uma vez que pela licitação poderá ocorrer a contratação não apenas de empresas locais, mas também de quaisquer outras, mesmo estando sediadas fora do Município (art. 20, parágrafo único, Lei nº 8.666/93).



Na mesma linha, considerando o baixo valor mensal a ser investido pelo Município (conforme tabela de investimento que integra esta proposta), poderá ocorrer a licitação pela modalidade “convite” (art. 22, inc. III e § 3º c/c art. 23, inc. II, alínea ‘a’, da Lei nº 8.666/93), permitindo assim facilidade e celeridade para execução do projeto, bem como sua continuidade no tempo, posto que o teto desta modalidade, frente ao custo mensal estimado do projeto, possibilitaria uma contratação de muito mais de um quinquênio.

Outrossim, havendo interesse na execução do serviço durante lapso temporal mais reduzido (cerca de um ano), pode-se também sugerir a dispensa do certame, mediante contratação do serviço por valor não superior ao teto legal previsto no art. 24, inc. II, da Lei nº 8.666/93).

Em resumo, uma vez que o serviço ora proposto possui custo mensal de cerca de R\$ 600,00 (seiscentos reais), ou seja, cerca de R\$ 7.200,00 (sete mil e duzentos reais) anuais, pode-se cogitar tanto a contratação de longo prazo (utilizando o teto legal do convite - R\$ 80.000,00) ou a contratação imediata, mediante dispensa da licitação (utilizando o teto legal de R\$ 8.000,00).

12. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Para fim da avaliação estratégica, partiu-se dos pressupostos de análise da matriz F.O.F.A. (Força, Oportunidades, Fraquezas, Ameaças). A matriz F.O.F.A. tem por objetivo “detectar pontos fortes e fracos, com a finalidade de tornar a empresa mais eficiente e competitiva, corrigindo assim suas deficiências” (SEBRAE, 2013, P. 108). Como resultado desta análise, obteve-se a seguinte matriz:

	Fatores internos (controláveis)	Fatores externos (incontroláveis)
Pontos fortes	Forças Baixo custo ou custo inexistente. Fácil aplicação prática. Poucos entraves burocráticos.	Oportunidades Alto poder de alcance em relação ao público alvo. Utilização de ferramentas atuais, de amplo conhecimento e repercussão.
Pontos fracos	Fraquezas Alcance seletivo de público (inicialmente, pessoas mais jovens). Poderá levar mais tempo para haver crescimento caso não exista investimento no impulsionamento das publicações Poderão haver inovações tecnológicas que obriguem adaptações	Ameaças Dependência institucional para implementação livre de custos (no caso de parceria com instituição de ensino). Limites orçamentários para alocação de recursos do município (para o caso de contratação) Pouca ou nenhuma repercussão com pessoas sem acesso à internet. Concorrência com páginas de turismo em outras localidades.

13. AVALIAÇÃO DE CENÁRIOS

Considerando os limites e objetivos constantes neste plano de negócio, pode-se cogitar a existência de pelo menos três cenários possíveis: estagnação, crescimento e rejeição da proposta. Em primeiro lugar, partindo da premissa de que as atividades realizadas representarão meio para alcançar a finalidade de fomento do turismo e aquecimento comercial do município de Peabiru, o negócio poderá permanecer financeiramente estagnado, com crescimento lento ou moderado. Caso essa possibilidade se concretize, o

município permanecerá investindo na manutenção da proposta de marketing digital, com custos mais ou menos estáveis (na hipótese de não se concretizar a proposta de parceria com instituição de ensino), e alcance relativamente estável (com tendência de crescimento lento), no tocante ao público atingido.

Como alternativa positiva e segundo cenário possível, supõe-se que poderá haver crescimento rápido ou moderado do alcance do público-alvo (turistas) através do marketing digital realizado, sem que isso represente aumento de investimento para o município (em relação ao investimento mensal/anual já apresentado).

Nesta perspectiva, cogita-se que a profissionalização do marketing digital do município poderá servir para alcançar cada vez mais potenciais turistas, em um modelo de crescimento exponencial, uma vez que existe a possibilidade de que cada “seguidor” da rede contribua também divulgando a região de Peabiru para seus “seguidores” da mídia social.

Por este viés, futuramente, poderá ser possível analisar e estudar a viabilidade técnica e jurídica de monetização das redes, fazendo com que elas sirvam como fonte de captação direta de recursos por meio de publicidade paga. Havendo tal alternativa, indica-se a possibilidade de que os custos para manutenção dos trabalhos (caso existam), sejam compensados dentro do próprio negócio, sem descartar a possibilidade de lucro.

Em um terceiro e último cenário (negativo), pode-se conjecturar sobre a possibilidade de haver rejeição desta estratégia de marketing digital por parte do público-alvo ou, ainda, que tal estratégia se mostre ineficiente ou indiferente quando comparada ao modelo atual.

Sendo este o caso, poderá ser necessário rever as estratégias adotadas, a fim de refletir em relação, por exemplo, à adequação do nicho de público-alvo escolhido e a forma de sua sensibilização. Além disso, poderá ser necessário aumentar o investimento, por meio da utilização de ferramentas de impulsionamento das publicações a fim de atingir um maior número de pessoas.

Note-se que os três cenários ora propostos, após implementação do plano de negócio, poderão ser constatados em tempo real, por meio da análise dos dados estatísticos fornecidos pelas próprias redes sociais. Tal análise deverá ser igualmente assessorada por profissionais da área, os quais debaterão os resultados e estratégias em reuniões periódicas com representantes da municipalidade.

Adicionalmente, é necessário o monitoramento do cenário tecnológico global, a fim de analisar o impacto de novas ferramentas de comunicação, uma vez que, havendo alteração da rede social mais abrangente no mercado, pode ser necessário considerar a possibilidade de migração.

14. REFERÊNCIAS

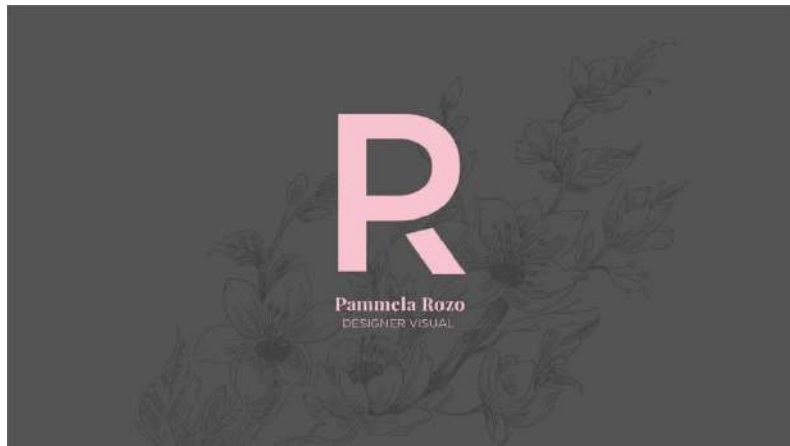
Rowles, Daniel. Digital Branding: Estratégias, táticas e ferramentas para impulsionar o seu negócio na era digital. (tradução: Afonso Celso da Cunha Serra) 1ª edição. São Paulo: Autêntica Business, 2020

SEBRAE. Como elaborar um plano de negócios. Brasília/DF: SEBRAE, 2013. Disponível em https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/A_nexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf. Acesso em 13/05/2021.



15. ANEXOS

Anexo I - Modelo da Proposta



ESTRATÉGIA



> Utilizar o Instagram como um cartão de visita

- Estimular o público a conhecer a cidade
- Trazer informação sobre Peabiru (turismo cultural, gastronômico, ecológico, de aventura, ...)
- Gerar um "tour virtual" para mostrar as experiências que os locais podem proporcionar aos leads

> Gerar engajamento e interações na página

- Aumentar o alcance
- Manter a audiência

PALETA DE COR



SUGESTÃO

Utilizar paleta de cores que remetam à cidade

REFERÊNCIA

Bandeira de Peabiru



INSTAGRAM



PROPOSTA

- > *Publicações informativas:* Mostrar o que a cidade tem a oferecer para o público
- > *Publicações de engajamento:* Frases, curiosidades, descontração
- > Locais “instagramáveis”, ou seja: Paisagens e comidas, por exemplo.

BRANDING



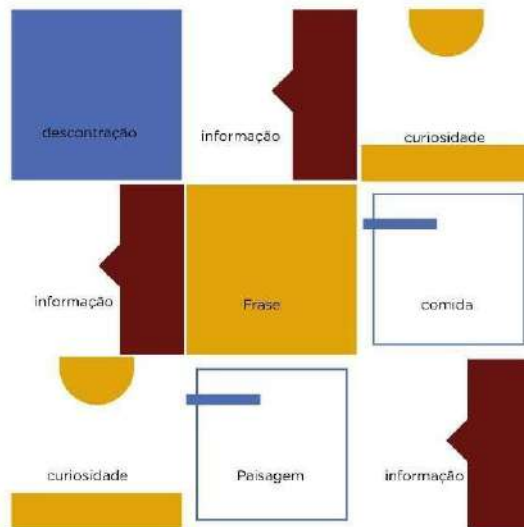
PEA
BIRU

PEA PEA PEA
BIRU BIRU BIRU

PEA
BIRU

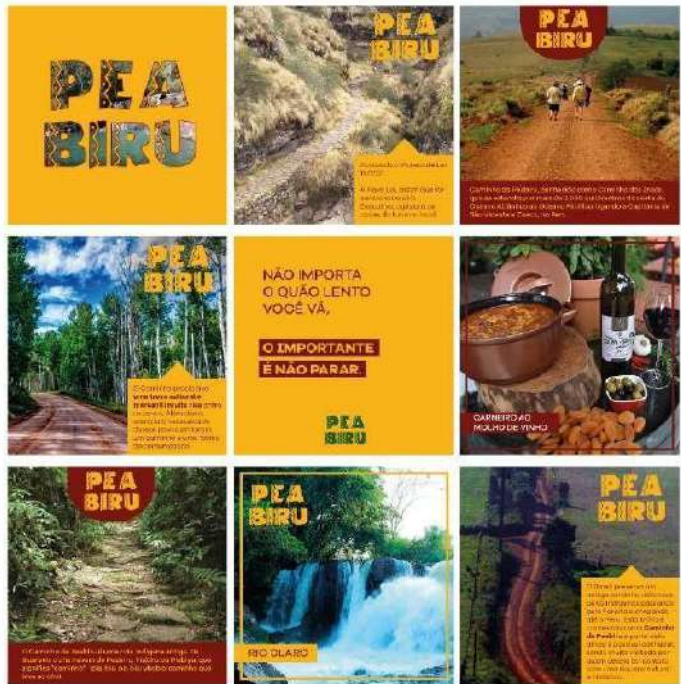
PEA
BIRU

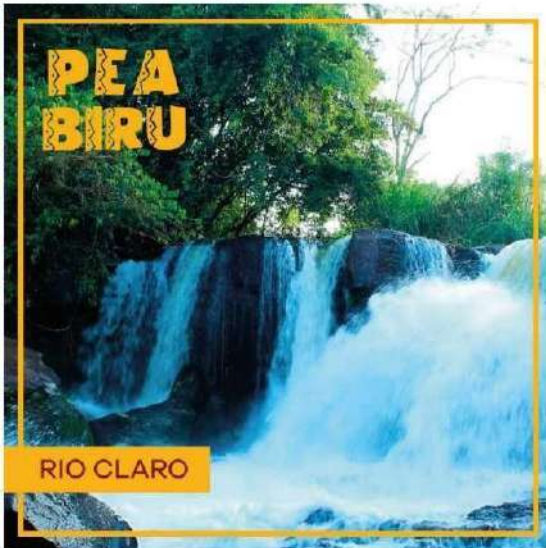
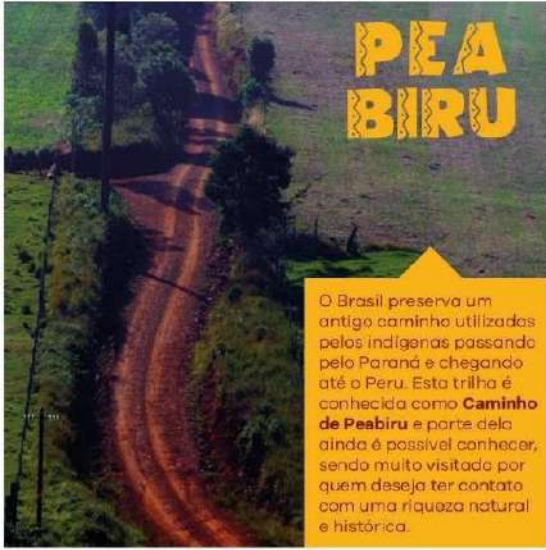
ESBOÇO

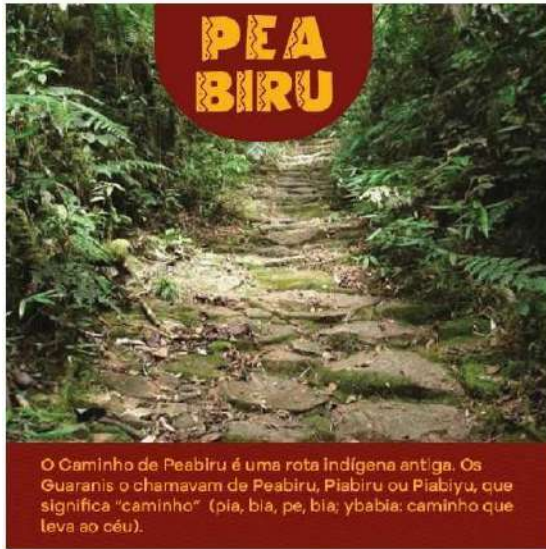


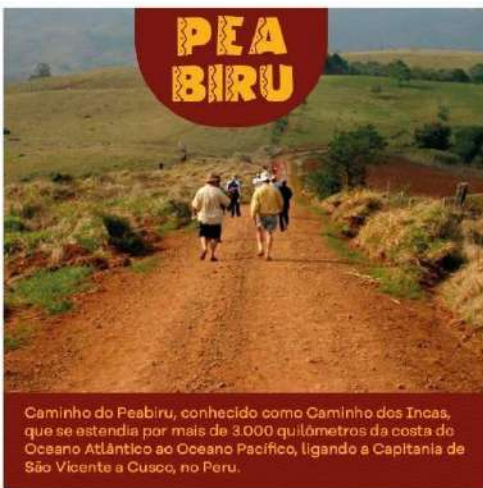


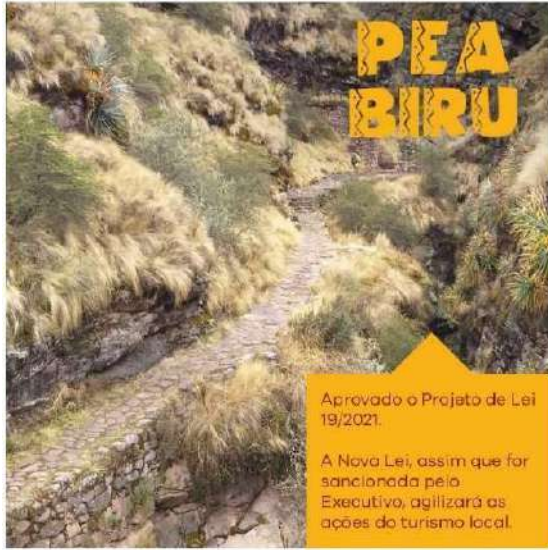
PROPOSTA VISUAL 











Contato

(41) 99199-0666
pammela@srozo.com

Redes Sociais

instagram.com/psrozo
behance.net/psrozo

obrigada!

Anexo II – Metodologia 5W2H

What? - O QUÊ? (atividade)	Marketing Digital / Social Media
Why? - POR QUÊ? (propósito)	Divulgar/Impulsionar as atividades locais Atrair turistas
Where? - ONDE? (lugar)	Redes Sociais (Instagram e Facebook)
When? - QUANDO? (tempo)	Implementação em 2021 Início da execução em 2022
Who? - QUEM? (equipe)	Empresa contratada /Parceria público - privada entre o Município e a UP
How? - COMO? (método)	Utilizar investidores locais para captar os recursos em troca de publicidade / Projeto de extensão universitária com recursos de Design - Publicidade Propaganda - Marketing
How much? - QUANTO? (custo)	R\$ 600,00 mês / sem custos

Anexo III – Pesquisa de Custos

	Gerenciamento de Redes	Identidade Visual	Observações
Empresa A	R\$ 360,00	R\$ 550,00	
Empresa B	R\$ 144,00*	R\$ 800,00	*O valor indicado é somente para a criação das artes
Empresa C	R\$ 638,00	R\$ 487,00	
Empresa D	R\$ 340,00	*	*A empresa não trabalha com ID

Empresa E	R\$ 1.500,00	*	*A empresa não trabalha com ID
Média	R\$ 596,40	R\$ 612,33	

* valores estimados para 12 publicações mensais

Anexo IV – Plano de Negócio (quadro resumo)

Nome do seu Negócio	
Marketing / Redes Sociais (Social Media)	
Principais Objetivos	
Divulgação (Cidade, Ecoturismo, Gastronomia) Atrair turismo Catalisar outros projetos	
O que você vende	Para quem você vende
Divulgação da Cidade Entretenimento	Turistas Aventureiros Famílias
Quais são seus pontos fortes	Quais são seus pontos fracos
Custo (baixo ou zero) Fácil aplicação prática Ferramentas atuais Alto alcance	Alcance seletivo (público jovem) Pessoas sem acesso à internet Dependência institucional para execução do projeto
Como posso utilizar os pontos fortes a meu favor	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar parcerias para financiamento do projeto; • Realizar reuniões institucionais para demonstrar os benefícios da execução do projeto (fomento do turismo a sem custo para o município; ganho pedagógico para a instituição) 	
Como posso trabalhar para os pontos fracos não afetarem o negócio	
<ul style="list-style-type: none"> • Criar formas de atingir um alcance maior em indivíduos menos ativos em redes sociais (público mais idoso) • Mapear redes de preferência deste público e fomentar a conexão entre as redes (por exemplo, links no Instagram para grupos de Whatsapp e páginas de Facebook) • Estimular os parceiros institucionais para compreender os benefícios deste tipo de trabalho/divulgação 	



POLO EAD CRUZEIRO DO SUL EM PEABIRU

Diego Percicotty
 Welupek Erick
 Patrik Bandeira da
 Costa
 Jhessica do
 Prado Sanches
 Maria Eduarda
 Cardoso de Rocco

1. Dados do empreendimento; 2. Objetivo; 3. O que vendemos; 4. Público-alvo; 5. Pontos fortes; 6. Pontos fracos; 7. Utilizando pontos fortes ao nosso favor; 8. Trabalhando pontos fracos para que não afetem o negócio; 9. Metodologia 5W2H; 10. Quanto custa; 11. Estimativa de vendas e previsão de retorno do investimento; 12. Valor das mensalidades; 13. Análise de mercado; 14. Produtos e/ou serviços; 15. Equipe necessária; 16. Análise de cenários.

Sumário executivo

O Polo EAD em Peabiru tem por objetivo atender a demanda dos moradores locais que anseiam por educação e capacitação profissional. Dessa forma, vamos oferecer cursos de diversas áreas para suprir os interesses da população, que em sua maioria são jovens que estão terminando o ensino médio ou que já acabaram e estão sem estudar. Das cidades próximas, o município de Campo Mourão se destaca por possuir seis Polos EAD. Com isso, precisamos de diferenciais para poder chamar a atenção no cenário. Os pontos que temos como diferencial são: proximidade do polo e da comunidade, diversas opções de curso e a qualidade de ensino.

1. DADOS DO EMPREENDIMENTO

- Nome da sua empresa: Polo EAD Cruzeiro do Sul
- CNPJ: xxxxxx
- Setor de atuação: Ensino a distância
- Forma Jurídica:
- Endereço: Município de Peabiru – PR

2. OBJETIVOS

- Criação de um Polo EAD em Peabiru
- Criação de cursos em diversas áreas
- Capacitação dos moradores locais

3. O QUE VENDEMOS

- Cursos à distância

4. PÚBLICO-ALVO

- Jovens que estão terminando o ensino médio e que terminaram e estão sem estudar.



5. PONTOS FORTES

- Negócio de fácil implementação;
- Custo razoável;
- Diversidade de cursos ofertados
- Proximidade para os moradores

6. PONTOS FRACOS

- Polos EAD consolidados em municípios próximos
- Número reduzido de alunos matriculados no ensino médio

7. UTILIZANDO OS PONTOS FORTES AO NOSSO FAVOR

- Utilizar a proximidade com a comunidade para melhorar o serviço prestado
- Divulgação através de redes sociais, principalmente Instagram e YouTube, e de um outdoor
- Dar mais atenção aos cursos que atendam as necessidades locais de Peabiru, como cursos na área de educação e saúde

8. TRABALHANDO PARA QUE OS PONTOS FRACOS NÃO AFETEM O NEGÓCIO

- Criar estratégias de marketing para alcançar o maior público possível, reforçando a marca e qualidade de ensino.
- Realizar workshops sobre carreiras profissionais, com o intuito de despertar o interesse dos alunos.

9. METODOLOGIA 5W2H

What - O que será feito?

- A criação de um Polo EAD com uma boa estrutura e diversidade de cursos, tendo como objetivo a capacitação dos moradores.

Why - Por quê?

- Facilitar para os jovens interessados o ingresso em cursos à distância.
- Capacitação dos moradores

Where? - Onde?

- Peabiru, PR.

When - Quando?

- 2022.

Who? - Quem?

- Empreendedores locais

How? - Como?

- Alugar espaço comercial;
- Comprar os computadores, mesas e cadeiras, além dos utensílios necessários;
- Contratar funcionários.



How much? - Quanto custa?

Aluguel	R\$ 800,00
Funcionários + Contador	R\$ 5.700,00
Internet e telefone	R\$ 300,00
Água e luz	R\$ 300,00
Marketing em redes sociais	R\$ 2.700,00
Marketing em outdoor	R\$ 1.800,00
Total	R\$ 11.600,00

10. DIVULGAÇÃO

- Outdoor, mídias digitais (Instagram e YouTube) (Anúncios)
- Instagram: um investimento de 50 reais por dia tem a previsão de 37 a 230 cliques diários. Mensalmente custaria 1500 reais.
- YouTube: custa cerca de 0,40 centavos por visualização. Uma média de 3000visualizações mensais vão custar 1200 reais mensais.
- Outdoor: de acordo com a empresa Outdoor Paraná, o valor unitário para veiculação + impressão é de 680 reais. A locação do painel rodoviário é de 1800 reais mensais.
- BR - 158 - Perímetro urbano frente ao Posto Carreteiro, sentido Campo Mourão/Maringá.

**10.1 Custos de materiais a serem comprados**

Computadores (4)	R\$ 8.000,00
Impressora	R\$ 300,00
Material de escritório	R\$ 300,00
Decoração	R\$ 400,00
Mesas e cadeiras	R\$ 4.000,00
Total	R\$ 13.000,00

10.2 Investimentos pré-operacionais

Registro da empresa na Junta Comercial	R\$ 300,00
Total	R\$ 300,00

10.3 Quadro resumo

1. Custos fixos	R\$ 11.600,00
2. Custos de materiais a serem comprados	R\$ 13.000,00
3. Investimentos pré-operacionais	R\$ 300,00
Total	R\$ 25.000,00

10.4 Estimativa de vendas e previsão de retorno do investimento

- Total de investimento = R\$ 25.000,00
- Total de investimento mensal = R\$ 11.600,00
- Total de receita mensal = R\$ 40.000,00 (número estimado de 100 alunos matriculados pagando R\$ 400,00 de mensalidade)
- Lucro mensal = R\$ 28.400,00
- Lucro anual = R\$ 340.800,00
- Previsão de retorno do investimento: 1 mês

10.5 Valor da mensalidade

- Segundo uma pesquisa realizada no site da Cruzeiro do Sul, o valor da mensalidade dos cursos em média será de R\$ 300,00 a R\$ 500,00.

10.6 Análise de mercado

- Existem seis Polos EAD no município de Campo Mourão, que fica a aproximadamente 15km de Peabiru, sendo que alguns são bem estruturados e de certa forma consolidados. Em Araruna e Engenheiro Beltrão, municípios próximos, apenas um. Em Peabiru, há somente um também.

10.7 Produtos e/ou serviços

- Cursos: Administração, Pedagogia, Letras, Matemática, Ciências Biológicas, Educação Física, Fisioterapia, Nutrição, Marketing, Publicidade e Propaganda, Gastronomia, Ciências Contábeis, Empreendedorismo.
- Os materiais serão disponibilizados de forma online pela instituição responsável, no nosso caso a Cruzeiro do Sul.

10.8 Equipe necessária

- Tutor, recepcionista, faxineira e contador.

10.9 Avaliação de cenários

- A quantidade de estudantes que estão no ensino médio ou que concluíram e estão sem estudar nos mostra um cenário mais desafiador, pois o número está em torno de 500 alunos. A população ocupada segundo as estatísticas é baixa, cerca de 15%.

10.10 Cenário negativo

- A falta de alunos matriculados seria o maior desafio para o negócio. Assim, o Polo EAD irá negociar com a Cruzeiro do Sul maneiras de proporcionar melhores preços e condições mais flexíveis de pagamento, para poder oferecer promoções que sejam vantajosas para os alunos.

10.11 Cenário positivo

- No cenário positivo, o número de alunos irá atender a expectativa do negócio ou superá-la. Dessa forma, maior será o investimento no negócio, alugando-se um espaço maior e contratando mais funcionários.



PEABIRU BIKES E CAIAQUES

Lucas Souza Santos Claro
 Gabriela Mariana
 Antonio Ary José da Cruz
 Mariana Lopes Correa
 Victor Hugo Costa
 Skalski Valentine Bello

1. Sumario Executivo; 2. Resumos dos Principais pontos do plano de negócio; 3. Dados do Empreendimento; 4. Missão da Empresa; 5. Setor de atividade; 6. Forma jurídica; 7. Enquadramento tributário; 8. Capital Social; 9. Fonte de Recursos; 10. Análise do Mercado; 11. Estudo dos Concorrentes; 12. Estudos dos Fornecedores; 13. Descrição dos Principais produtos e serviços; 14. Preço; 15. Estratégias Promocionais; 16. Estrutura de Comercialização; 17. Localização do Negócio; 18. Plano Operacional; 19. Layout ou Arranjo Físico; 20. Processos Operacionais; 21. Necessidade Pessoal; 22. Plano Financeiro; 23. Caixa Mínimo; 24. Investimento Pré – Operacional; 25. Estimativa de Faturamento.

1. SUMARIO EXECUTIVO:

O presente projeto tem previsão para ser viabilizado em janeiro de 2022.

O plano de negócios apresentado, é um sistema de alugueres de bicicletas e caiaques. Espera-se atender moradores do município de Peabiru e turistas, com o objetivo de oferecer ao cliente um passeio diferenciado ao ar livre e potencializar o turismo da cidade. Complementa-se a prática do exercício físico, contribuindo para a melhora da qualidade de vida dos nossos clientes. Optamos pelo simples nacional, pois o faturamento da empresa será menor que R\$360.000,00. A forma jurídica é Sociedade limitada, esta forma jurídica foi escolhida pelo uso de cotas a responsabilidades limitadas dos sócios da empresa. A fonte dos recursos vem de investimento dos sócios.

Alguns pontos Estratégicos para esse empreendimento: o plano será composto por duas fases, a primeira fase é a implementação de um ponto de aluguel de bicicletas na Praça Eleutério Galdino de Andrade com dez bicicletas. A segunda fase será a implementação de um ponto para locação de Caiaques.

A locação de bicicletas e caiaques será de uma hora, o procedimento para o aluguel se dará da seguinte forma: Exposição das bicicletas para atrair os clientes, que irão solicitar o aluguel das bicicletas mediante um prévio cadastro. Após o cadastro será feito o pagamento e logo após o cliente obterá a posse da bicicleta. Feito o passeio os clientes irão efetuar a devolução das bicicletas no mesmo lugar que as retiraram e providenciaremos o Feedback.

2. RESUMOS DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO:

Diante da busca pelo aumento da qualidade de vida das pessoas e pela redução dos impactos ambientais por consequência do trânsito de veículos automotores, o projeto tem como objetivo difundir a utilização das bicicletas na cidade de Peabiru com a locação das bicicletas e utilização de rios com os caiaques. Salientamos que os nossos



funcionários serão orientados para esclarecer aos nossos clientes quanto à preservação do meio ambiente.

Ele refere-se à fundação de uma empresa, denominada Peabiru Bikes e Caiaques, que oferecerá a toda população e aos turistas, o serviço de aluguel de bicicletas e Caiaques. O local escolhido para o início do projeto é a Praça Eleutério Galdino de Andrade, um dos pontos turísticos amplamente utilizado para prática de esportes e lazer em geral.

O projeto Peabiru Bikes utilizará produtos novos e de boa qualidade. Diante o projeto, o investimento inicial será de R\$ 30.000,00, espera-se um retorno em aproximadamente 22 meses e com a tendência é que em 18 meses possamos implementar a segunda fase do projeto. Espera-se que a empresa tenha um lucro de R\$9.942,86 mensal com análises concluídas no plano financeiro, a empresa terá uma rentabilidade de 5,98% ao ano com a implementação da segunda fase.

Dados do Empreendimento Nome Fantasia:

Peabiru Bikes e Caiaques	
Razão Social:	Peabiru Bikes e Caiaques
CNPJ:	00.000.000/0000-00

3. MISSÃO DA EMPRESA:

Peabiru Bikes e Caiaques será uma empresa de alugueres de bicicletas e caiaques, que ser sua melhor opção de lazer, promovendo bem-estar, saúde e diversão, por considerar esses fatores altamente importantes para a qualidade de vida que é cada vez mais importante em nosso cotidiano.

Em sintonia com o meio ambiente, nossa instalação é ecologicamente correta, a começar pela transformação de um container inutilizado do transporte de cargas navais em nossa estação de locação. Interessados na melhoria do dia a dia dos moradores da cidade e impulsionando o turismo da cidade de maneira ecológica.

4. SETOR DE ATIVIDADE:

A empresa Peabiru Bikes e Caiaques se enquadra no setor de serviços, visto que é uma empresa de aluguel de equipamentos recreativos, esportivos e passeio turístico.

1. FORMA JURÍDICA:

Sociedade limitada: esta forma jurídica foi escolhida pelo uso de cotas a responsabilidades limitadas dos sócios da empresa, que melhor atendem os requisitos do negócio.

6. ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO:

Optamos pelo simples nacional, pois o faturamento da empresa será menor que R\$360.000,00. A empresa terá benefícios da redução e simplificação dos tributos, além do recolhimento de imposto único. Teremos benefícios quanto a desburocratização, acesso ao mercado, ao crédito e a justiça, o estímulo a inovação e a exposição.

Tabela 2 – Capital Social

Sócio 1	Gabriela Antonio	R\$ 5.000,00	16,66 %
Sócio 2	Ary Cruz	R\$ 5.000,00	16,66 %
Sócio 3	Mariana Correa	R\$ 5.000,00	16,66 %



<i>Sócio 4</i>	Victor Shalski	R\$ 5.000,00	16,66 %
<i>Sócio 5</i>	Valentina Bello	R\$ 5.000,00	16,66 %
<i>Sócio 6</i>	Lucas Claro	R\$ 5.000,00	16,66 %
Total		R\$ 30.000,00	100 %

7. FONTE DE RECURSOS:

O Capital será composto pelo investimento dos 6 sócios na primeira fase e segunda fase será construída com o lucro da empresa no primeiro ano de abertura.

8. ANÁLISE DO MERCADO:

8.1 Estudo dos Concorrentes:

Haja vista que, conforme pesquisas efetuadas a respeito da concorrência direta sobre o empreendimento do aluguel de bicicletas e Caiaques, constatou-se que na cidade de Peabiru, mercadologicamente não há concorrentes diretos/indiretos, sendo observado que na cidade mais próxima com o seguimento no aluguel de bicicletas se encontra em Londrina, não encontramos concorrentes diretos/indiretos na região próxima ao município do seguimento no aluguel de caiaques, a falta de concorrência direta pode ser um fator positivo para o negócio.

8.2 Estudos dos Fornecedores:

Diante de pesquisas realizadas entre alguns fornecedores foram obtidos orçamentos por meio do site no mercado livre, onde se encontrou produtos de qualidade e melhor preço, esses fornecedores são da região Sul do Brasil e atendem as expectativas de compra, realizando assim uma relação ótima entre fornecedor e empresa, eles estão associados ao nosso crescimento econômico. Segue a lista na tabela 3.

Tabela 3 – Estudos do Concorrente.

<i>1</i>	Fornecimento de bicicletas comuns (fase 1)	Lojas Colombo	R\$ 569,00	Até 12x s/ Juros	45 dias
<i>2</i>	Fornecimento do Container 12,2m x 2,6m x 2,44m (fase 1)	Mercado Livre	R\$ 8.400,00 0	A vista	30 dias
<i>3</i>	Fornecimento do Container 6,2m x 2,6m x 2,44m (fase 1)	Mercado Livre	R\$ 6.500,00 0	Até 12x s/ Juros	45 dias
<i>4</i>	Fornecedor de Caiaques (fase 2)	Mercado Livre	R\$ 2.700,00 0	Até 12x s/ Juros	30 dias

9. DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS:

A Peabiru Bikes e Caiaques será uma empresa que oferecerá serviços de locação de bicicletas e Caiaques, sendo elas alugadas por hora, para possibilitar e atender as necessidades de cada um. O negócio, também irá oferecer opções de lazer para turistas que procuram uma fácil locomoção e passeio turístico, que proporcione a prática do exercício físico e para facilitar a vida da população de Peabiru. As bicicletas e Caiaques



que a Peabiru Bikes e Caiaques disponibilizará será de um único modelo, sendo este modelo: Bicicleta comum e Caiaques para 2 pessoas de Fibra.

10. PREÇO:

Como estratégia de formulação de preços, serão oferecidos preços fixos para todas as bicicletas e conforme os clientes forem conhecendo os serviços e conseqüentemente a demanda, os preços serão reajustados, sem prejudicar os consumidores e a Peabiru Bikes e Caiaques. O preço para alugar as bicicletas é de R\$30,00 em alta temporada e R\$20,00 para baixa temporada, os Caiaques terão o preço em alta temporada de R\$ 160,00 e em baixa temporada de R\$ 120,00.

11. ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS:

A Peabiru Bikes e Caiaques busca por meio de estratégias promocionais pretende atrair uma diversidade de clientes, oferecendo-lhes práticas para a saúde e preservações ao meio ambiente e crescimento do turismo na cidade, sendo assim serão feitas divulgações, para que a empresa venha ser reconhecida na cidade e na região. A principal prioridade será a satisfação dos clientes e atendimento genuíno. A divulgação será realizada pela internet através do Instagram, onde todos os dias será postado uma propaganda. No Google abriremos uma conta gratuita, e lá colocaremos todos os dados e fotos da empresa, que serão renovados e monitorados semanalmente. Terceira ação de marketing será em participação com o outro grupo. Para o dia de inauguração serão ofertados brindes, na forma de chaveiros com o logotipo da empresa.

Promoções para bicicleta simples: Para os clientes que frequentam diariamente, haverá uma promoção na qual sai R\$ 48,00 o aluguel da bicicleta, de terça a sexta, o qual o cliente tem direito há uma hora por dia. Para os clientes que desejam locar as bicicletas por 4 horas, será ofertado um preço especial que será R\$ 60,00. Para clientes que desejam locar bicicletas em período integral de atendimento, o valor será de R\$ 80,00 diário. O mesmo é aplicado aos Caiaques com valor especial de 4 horas de R\$ 400,00.

Promoção para Caiaques: Para os clientes que alugarem o Caiaque terão direito também a uma hora de bicicleta (promoção válida por 48 horas após a devolução do Caiaque).

12. ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO:

A empresa Peabiru Bikes e Caiaques conta com um ponto fixo estratégico, onde as bikes e demais equipamentos serão guardados dentro do Container, utilizamos do modelo da empresa no parque Barigui em Curitiba, conforme Figuras 1,2 e 3 a seguir:



13. LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO:

A Peabiru Bikes e Caiaques será instalada na Praça Eleutério Galdino de Andrade e a segunda fase para os Caiaques no Salto Rio Claro, por se tratar de locais amplos e com um grande fluxo de pessoas que fazem suas atividades físicas e passeios também. Ponto importante Salientar, é sobre o Salto do Rio Claro, é onde se encontra uma bela cachoeira.

14. PLANO OPERACIONAL:

A Peabiru Bikes e Caiques será instalada na Praça Eleutério Galdino de Andrade (figura 4) e segunda fase para os Caiques no Salto Rio Claro (figura 5), por se tratar de locais amplos e com um grande fluxo de pessoas que fazem suas atividades físicas e passeios também. Ponto importante a Salientar, é sobre o Salto do Rio Claro, é onde se encontra uma bela cachoeira.



15. LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO:

A capacidade dos serviços de cada colaborador remete a quantidade de horas trabalhadas e a disponibilidade de bikes a serem locadas, sendo assim, apresenta a seguinte disposição: Terça, quarta e quinta-feira a locação contará com sete horas diárias, das 09:00 às 17:00 horas. Sexta-feira, sábado e domingo de nove horas diárias, das 09:00 às 19:00 horas.

Os finais de semana, (sexta, sábado e domingo) contará com uma disponibilidade de maior atendimento, tendo em vista que o fluxo de clientes aumenta nos finais de semana, fator esse que corrobora para a procura das locações de bicicletas. É importante salientar, que se houver um maior índice de clientes a procura do serviço isto possibilitará o aumento nos números de bicicletas a serem locadas. Na segunda fase o horário das bicicletas continuará o mesmo e a locação remete a quantidade de horas trabalhadas e a disponibilidade de Caiques a serem locadas, sendo assim, apresenta a seguinte disposição: de terça a quinta a locação contará com 4 horas diárias, das 13:00 às 17:00 horas. Sexta, sábado e domingo será das 13:00 às 20:00 horas. Os finais de semana, (sexta, sábado e domingo) contará com uma disponibilidade de maior atendimento, tendo em vista que o fluxo de clientes aumenta nos finais de semana, fator esse que corrobora para a procura das locações de bicicletas e Caiques.

16. PROCESSOS OPERACIONAIS:

O primeiro passo se iniciará com a exposição das bicicletas, onde os clientes que tiverem interesse em fazer a locação, realizarão o processo cadastral. Após regulamentação cadastral será efetuado o pagamento pelo serviço. A devolução da bicicleta ocorrerá em horário estabelecido, efetuado no mesmo local. Após a realização do passeio o cliente fará um feedback sobre o serviço ofertado, atendimento e qualidade dos produtos.





17. NECESSIDADE PESSOAL:

A Peabiru Bikes e Caiques contará com um quadro de 3 sócios na primeira fase e 3 na segunda fase designados à sua função, sendo eles:

Tabela 1: Necessidade Pessoal (fase1).

Quantidade	Cargo/Função	Qualificação exigida
1	Administrador	Formação em Técnico de administração, ser responsável em gerenciar a empresa
2	Vendedor	Ter responsabilidade e ser atencioso com as pessoas.

Tabela 2: Necessidade Pessoal (fase1).

Quantidade	Cargo/Função	Qualificação Exigida
1	Administrador	Formação em Técnico de administração, ser responsável em gerenciar a empresa.
2	Vendedor	Ter responsabilidade e ser atencioso com as pessoas.

18. PLANO FINANCEIRO INVESTIMENTO TOTAL:

A empresa Peabiru Bikes e Caiques realizou o levantamento financeiro com base em clientes, fornecendo e concorrendo, que resultou um investimento de R\$ 30.000,00 para abrir a empresa, conforme mostra tabela abaixo:

Plano Financeiro.

Item	Descrição do Valor	% Investimento
Investimento (Fixo)	R\$ 18.783,00	62,61%
Capital de Giro	R\$ 7.450,00	24,83%
Investimento pré operacional	R\$ 3.768,00	12,56%
Total de Investimento	R\$ 30.000,00	100%

Plano Financeiro.

Item	Descrição do Valor	% Investimento
Investimento (Fixo)	R\$ 44.640,00	89,28%
Capital de Giro	R\$ 3.792,00	7,60%
Investimento pré operacional	R\$ 1.568,00	3,10%
Total de Investimento	R\$ 50.000,00	100%

19. ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS

Dentro da expectativa da primeira fase prevista na tabela 6.1 e 6.2 para segunda fase, observa-se o investimento necessário na aquisição de máquinas e equipamentos que serão

utilizados na empresa. Na tabela 7.1 destacam-se os móveis e utensílios da primeira fase, que segundo o plano operacional são essenciais no atendimento ao público.

Tabela: Máquinas e Equipamentos.

<i>Descrição</i>	<i>Quantidade</i>	<i>Valor UN.</i>	<i>Total</i>	
1	Bicicletas Comum	15	R\$ 569,00	R\$ 8.535,00
2	Máquina de Cartão	1	R\$ 58,80	R\$ 58,80
3	Notebook	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
4	Container	1	R\$ 8.500,00	R\$ 8.500,00
5	Suporte para Bicicletas	2	R\$ 140,00	R\$ 280,00
6	Guarda Volume	1	R\$ 220,00	R\$ 220,00
Subtotal				R\$ 18.253,80

Tabela: Máquinas e Equipamentos.

	<i>Descrição</i>	<i>Quantidade</i>	<i>Valor UN.</i>	<i>Total</i>
1	Bicicletas Comum	5	R\$ 2.700,00	R\$ 32.500,00
2	Máquina de Cartão	1	R\$ 58,80	R\$ 58,80
3	Notebook	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
4	Container	1	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00
5	Colete Salva Vidas	10	R\$ 180,00	R\$ 1.800,00
6	Capacete	10	R\$ 60,00	R\$ 600,00
7	Remo	10	R\$ 50,00	R\$ 500,00
8	Cabo de resgate	5	R\$ 100,00	R\$ 500,00
9	Saia	5	R\$ 170,00	R\$ 850,00
Subtotal				R\$ 44.110,00

Tabela 7– Moveis e Utensílios.

	<i>Descrição</i>	<i>Quantidade</i>	<i>Valor Um.</i>	<i>Total</i>
1	Cadeira	2	R\$ 99,90	R\$ 200,00
2	Mesa	1	R\$ 179,90	R\$ 179,90
3	Banco de Madeira	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Total				R\$ 530,00

20. CAPITAL DE GIRO:

Na tabela abaixo verifica-se que a empresa efetuara o pagamento dos custos mensais todo dia 10, isso equivale na primeira e segunda fase. Percebe-se que não há necessidades de estoque, pois o empreendimento dispensa o mesmo, a empresa irá trabalhar apenas com a prestação de serviços que terá uma revisão semanal. A empresa terá uma necessidade líquida de capital de giro, que trará confiança para a abertura do novo empreendimento.

Tabela: Contas a receber – Cálculos do prazo médio de vendas: Contas a receber

Prazo médio de vendas	%	Número de dias	Média ponderada
Á Vista	100	0	0
Prazo médio Total			0

Tabela: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias.

Recursos da empresa fora de seu caixa	Número de Dias
Contas a Receber – Prazo médio de vendas 30 Estoques – necessidade média de estoque 0 Subtotal 1	30
	0
	30
Recursos de Terceiros no caixa da empresa	0
Fornecedores – Prazo médio de compras 0 Subtotal 2	0
Necessidade líquida de capital – giro em dias	30



Tabela: Caixa Mínimo.

Caixa Mínimo	
Custo Fixo Mensal	R\$ 4.132,00
Custo Variável mensal – Subtotal 2	R\$ 337,06
Custo Total da Empresa	R\$ 4.469,06
Custo Total Diário	R\$ 148,97
Necessidade Líquida de Capital de Giro em Dias	R\$ 30,00
Caixa Mínimo	R\$ 148,97

21. INVESTIMENTO PRÉ – OPERACIONAL:

10% da renda revertido em reflorestamento/preservação da fauna e da flora – (requerer isenção do ISS devido a repasse da receita da empresa no montante de 10% para preservação e reflorestamento da fauna e da flora).

Com essa medida pretende-se isenção do imposto sobre serviço com base no decreto 420/1992.

Decreto 420/1992 estabeleceu alíquotas diferenciadas – incentivo fiscal – visando dar concreção ao preceito veiculado pelo art. 3º da Constituição, ao objetivo da redução das desigualdades regionais e de desenvolvimento nacional. Autoriza-o o art. 151, I, da Constituição.(...) A concessão do benefício da isenção fiscal é ato discricionário, fundado em juízo de conveniência e oportunidade do poder público, cujo controle é vedado ao Judiciário.

Tabela: Investimento pré-operacional.

Despesas de Legalização	Abertura de firma	R\$ 350,00
	Bombeiros	R\$ 98,00
	Alvara de funcionamento	R\$ 220,00
Junta Comercial	DARE	R\$ 140,00
	DARF	R\$ 210,00
Outras Despesas	Reforma de Container	R\$ 2.000,00
	Divulgação	R\$ -
	Brindes	R\$ 500,00
	Uniforme	R\$ 250,00
Total		R\$ 3.768,00

Tabela: Investimento pré-operacional.

Despesas de Legalização	Abertura de firma	R\$ 350,00
	Bombeiros	R\$ 98,00
	Alvara de funcionamento	R\$ 220,00
Junta Comercial	DARE	R\$ -
	DARF	R\$ -
Outras Despesas	Reforma de Container	R\$ 1.000,00
	Divulgação	R\$ -
	Brindes	R\$ -
	Uniforme	R\$ 250,00
Total		R\$ 1.568,00

22. ESTIMATIVA DE FATURAMENTO

22.1 Estimativa de faturamento mensal em alta temporada

Mês	Estimativa de Venda	Preço de Venda (Un).	Faturamento
<i>Janeiro</i>	350	R\$ 30,00	R\$ 10.500,00
<i>Fevereiro/Julho</i>	350	R\$ 30,00	R\$ 10.500,00

Novembro	350	R\$ 30,00	R\$ 10.500,00
	350	R\$ 30,00	R\$ 10.500,00
Dezembro	350	R\$ 30,00	R\$ 10.500,00
Total			R\$ 52,500,00
Estimativa de Faturamento Mensal em Baixa temporada			
Mês	Estimativa de Venda	Preço de Venda (Un).	Faturamento
Março	175	R\$ 20,00	R\$ 3.500,00
Abril	175	R\$ 20,00	R\$ 3.500,00
Maio	175	R\$ 20,00	R\$ 3.500,00
	175	R\$ 20,00	R\$ 3.500,00
Junho			
Agosto	175	R\$ 20,00	R\$ 3.500,00
Setembro	175	R\$ 20,00	R\$ 3.500,00
Outubro	175	R\$ 20,00	R\$ 3.500,00
Total			R\$ 24.500,00

22.2 Estimativa de Faturamento Mensal em alta temporada

Mês	Estimativa de Venda	Preço de Venda (Un).	Faturamento
Janeiro - Bicycletas	350	R\$ 30,00	R\$ 10.500,00
Caiaques	200	R\$ 160,00	R\$ 32.000,00
Fevereiro - BicycletasCaiaques	350	R\$ 30,00	R\$ 10.500,00
	200	R\$ 160,00	R\$ 32.000,00
Julho - Bicycletas			
	350	R\$ 30,00	R\$ 10.500,00
Caiaques	200	R\$ 160,00	R\$ 32.000,00
Novembro - Bicycletas	350	R\$ 30,00	R\$ 10.500,00
Caiaques	200	R\$ 160,00	R\$ 32.000,00
Dezembro - Bicycletas	350	R\$ 30,00	R\$ 10.500,00
Caiaques	200	R\$ 160,00	R\$ 32.000,00
Total			R\$ 212.000,00

22.3 Estimativa de Faturamento Mensal em Baixa temporada

Mês	Estimativa de Venda	Preço de Venda (Un).	Faturamento
Março	175	R\$ 20,00	R\$ 3.500,00
Abril	175	R\$ 20,00	R\$ 3.500,00
Maio	175	R\$ 20,00	R\$ 3.500,00
	175	R\$ 20,00	R\$ 3.500,00
Junho	175	R\$ 20,00	R\$ 3.500,00
Agosto			
Setembro	175	R\$ 20,00	R\$ 3.500,00
Outubro	175	R\$ 20,00	R\$ 3.500,00
Total			R\$ 24.500,00

22.4 Estimativa dos Custos de Comercialização:

Descrição	%	Faturamento Estimado	
1. Impostos			
Impostos Federais			
Simplex	4,50%	R\$ 6.416,65	R\$ 288,75
IRPJ	0%	R\$ 0,00	R\$ 0,00
PIS	0%	R\$ 0,00	R\$ 0,00
COFINS	0%	R\$ 0,00	R\$ 0,00
CSLL	0%	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Impostos Estaduais			
ICMS	0%	R\$ 0,00	R\$ 0,00

Impostos Municipais			
ISS	0%	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Subtotal 1			R\$ 288,75
2.Gastos com vendas			
Taxa de administração do cartão de crédito - Débito	1,99%	R\$ 962,40	R\$ 19,15
Taxa de administração do cartão de crédito - Crédito	3,03%	R\$ 962,40	R\$ 29,16
Subtotal 2			R\$ 48,31
Total			R\$ 337,06

22.5 Estimativa dos Custos de Comercialização:

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total (R\$)
1.Impostos			
Impostos Federais			
Simplex	4,50%	R\$ 166.325,00	R\$ 7.484,62
IRPJ	0%	R\$ 0,00	R\$ 0,00
PIS	0%	R\$ 0,00	R\$ 0,00
COFINS	0%	R\$ 0,00	R\$ 0,00
CSLL	0%	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Impostos Estaduais			
ICMS	0%	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Impostos Municipais			
ISS	0%	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Subtotal 1			R\$ 7.484,62
2.Gastos com vendas			
Taxa de administração do cartão de crédito - Débito	1,99%	R\$ 3.309,87	R\$ 3.309,87
Taxa de administração do cartão de crédito - Crédito	3,03%	R\$ 5.039,65	R\$ 5.039,65
Subtotal 2			R\$ 8.349,52
Total			R\$ 337,06

22.6 Estimativa dos Custos com mão de obra:

Função empregado	N de horas trabalhadas	Valor	Salário mensal	(%) encargo social	(R\$) encargo social	total (R\$)
Administração	1	6,00 x 80	R\$ 480,00	37%	R\$ 177,60	R\$ 657,60
Atendimento	2	4,25 x 156	R\$ 510,00	37%	R\$ 245,31	R\$ 1.816,62
TOTAL						R\$ 2.474,22

22.7 Estimativa dos Custos com mão de obra:

Função empregado	N de horas trabalhadas	Valor	Salário mensal	(%) encargo social	(R\$) encargo social	total (R\$)
Administração	1	12,00 x 80	R\$ 960,00	37%	R\$ 355,20	R\$ 1.315,20
Atendimento	4	9,00 x 156	R\$ 1.404,00	37%	R\$ 519,48	R\$ 7.692,00
TOTAL						R\$ 9.007,20

22.8 Estimativa dos Custos de depreciação:

Ativos Fixos	Valor do Bem	Vida útil	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
Bicicletas	R\$ 8.535,00	8 anos	R\$ 1.066,87	R\$ 88,90

Móveis	R\$ 530,00	5 anos	R\$ 106,00	R\$ 8,83
Coteiners	R\$ 8.500,00	10 anos	R\$ 708,34	R\$ 59,10
Total:				R\$ 156,83

O resultado do Ponto de Equilíbrio mostra que quando a empresa Peabiru Bikes e Caiaques chegar a receita de R\$ 715,79 na primeira fase e R\$ 145.167,78 na segunda fase, atingirá o PE (Ponto de Equilíbrio) e estará cobrindo seus custos totais.

O resultado da Lucratividade mostra que a Peabiru Bikes e Caiaques terá um lucro de 43,15% ao ano na fase 01 e 5,98% ao ano na fase 02, depois que pagar todos os impostos e despesas devidas.

O prazo de Lucratividade para a abertura da segunda fase é de aproximadamente 19 meses e o retorno do investimento apresenta-se em aproximadamente 22 meses de abertura da empresa, contando 19 meses da primeira fase e 3 meses da segunda fase, os sócios conseguiram recuperar todo o valor que foi investido, isso sob forma de lucro empresarial.

A construção do cenário está organizada da seguinte forma:

Hipoteticamente falando, se a demanda das locações caírem em certo mês, conseqüentemente o fluxo de clientes diminuirá, então, terá um cenário pessimista, onde o faturamento da empresa reduzirá em 10%.

Assim também acontece se a demanda aumentar pelo fato de Peabiru ser uma cidade turística muitas pessoas vêm passar os feriados prolongados, férias e até mesmo os finais de semana em busca de lazer. Todavia, a cidade de Peabiru é um lugar propício à prática de esportes e lazer, portanto o fluxo de pessoas que circulam por lá é grande, teremos então o cenário otimista, e tudo indica que com as iniciativas dos outros grupos, o fluxo de turistas aumente, o que conseqüentemente aumentará o faturamento em 40%. Esse cálculo, tanto no cenário pessimista, quanto do otimista, será feito a partir do cenário provável, ou seja, a partir do provável faturamento da empresa em ambas as fases.

NO AMBIENTE INTERNO, AS ANÁLISES FEITAS SÃO:

Forças: Após as pesquisas deste trabalho, pode-se analisar que as principais forças da Peabiru Bikes e Caiaques se baseiam na proximidade com grande fluxo de pessoas, além de contar com um ótimo atendimento e qualidade de serviço, contaremos também com colaboradores bem treinados e motivados, reduzindo assim os custos operacionais. A empresa contará com instalações adequadas, uma boa infraestrutura, terá também uma boa localização.

Esse empreendimento busca atrair o cliente proporcionando-lhe um preço adequado a sua realidade financeira, o que não impede que a empresa aumente sua margem de lucro para desejada pois seremos pioneiros no referido segmento.

Fraquezas: Foram detectadas fraquezas relacionadas à falta de conhecimento no setor ciclístico. Devido ao uso constante das bicicletas percebe-se a necessidade de manutenção das mesmas. Quanto ao fator tempo há uma necessidade de cadastro dos clientes o que pode gerar uma insatisfação no atendimento quanto a espera pelo serviço, essa insatisfação poderá vir também do fato que a empresa conta com um número reduzido de atendentes em dia de grande fluxo.

As oportunidades da Peabiru Bikes e Caiaques se relacionam principalmente a falta de concorrente direto, grande demanda do negócio e as grandes chances que este ramo tem



de sempre estar crescendo e adquirindo inovações que consigam atrair mais clientes. Caso tenha havido necessidade de uma expansão futura, há a possibilidade de aumentar a frota de bicicletas.

As ameaças se baseiam nas consequências que o ambiente externo pode trazer para a Peabiru Bikes e Caiques, podendo afetar o empreendimento. As grandes preocupações seriam a questão de se abrir um novo negócio em tempos de crise econômica e a pandemia atual. A empresa terá que se adequar ao tempo devido as variações climáticas para que elas não afetem sua rentabilidade. Uma outra ameaça que compromete a estabilidade desse empreendimento é o aumento da concorrência, a quantidade elevada das pessoas que já possuem bicicletas, como também um público que não se agrada com este tipo de serviço. Porém, esta empresa procurará se estabilizar diante de todas as situações, procurando conquistar grandes demandas de cliente se solucionando os problemas detectados, não deixando que os mesmos à afetem

AValiação DO PLANO DE NEGÓCIOS

Após a realização deste trabalho foi possível identificar que a cidade de Peabiru tem uma carência nesse ramo de negócio. É importante destacar que abrir a Peabiru Bikes e Caiques será uma grande oportunidade para as pessoas realizarem atividade física, e na contribuição com o meio ambiente e consequentemente uma ótima opção de lazer. Na análise dos concorrentes notou-se que o negócio não terá concorrentes diretos e nem indiretos, onde condiz que as chances de a empresa Peabiru Bikes e Caiques progredir são altas, pois além de não haver concorrência, nessa cidade terá um grande investimento para atrair novos turistas com os planos de negócio realizado por outros grupos.

Com a finalização do plano financeiro, foi possível comprovar a viabilidade da empresa, visto que através de um investimento inicial de R\$ 30.000,00 se espera um faturamento de R\$ 6.416,65 ao mês na primeira fase e R\$ 166.325,00 ao mês na segunda fase, com o lucro esperado de R\$2.768,54 na primeira fase e R\$9.942,86 na segunda fase, depois de pagar todas as despesas devidas. Sendo assim teremos uma rentabilidade de R\$ 5,98% ao ano depois da implementação da segunda fase em que a estimativa de retorno do investimento inicial seria de vinte e dois meses aproximadamente, após o ano da abertura da empresa, sob forma de lucro, para que os sócios recuperem o valor investido no negócio.

AGENDA 2030. NOSSA EMPRESA TEM COMO FINALIDADE IMPLMNETAR OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. CLIQUE NOS ODS PARA SABER MAIS:





Requerimentos finais e questões a serem solucionadas durante o pedido de aprovação do projeto:

- Avaliação de cenários: Patrocínios de empresas para diminuição de gastos com referência a manutenção das bicicletas
- 10% da renda revertido em reflorestamento/preservação da fauna e da flora – (requerer isenção do ISS devido a repasse da receita da empresa no montante de 10% para preservação e reflorestamento da fauna e da flora).



PEABIFEST

Carlos Eduardo
 Erdmann da Costa Carolina
 Francisco de Miranda
 Felipe Luís Moser
 Giovanna Afanaci
 Bianco Mirela Caus

1. Sumário executivo; 2. Dados do empreendimento, 3. Forma jurídica; 4. Missão da empresa; 5. Conceito do negócio; 6. Mercado e competidores; 7. Equipe para viabilizar o projeto; 8. Descrição do produto e serviço; 9. Estrutura e operações; 10. Plano de marketing; 11. Plano financeiro; 12. Avaliação Estratégica.

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Este plano tem como objetivo apresentar os estudos e análises de viabilidade da criação e realização do evento “PeabiFest”, na cidade de Peabiru, sendo uma das mais antigas da região e tem diversas lojas à beira da rodovia com panelas, artesanato, alimentos, brinquedos e diversos outros artigos. O comércio é local e os turistas vão com objetivo de conhecer a cidade histórica e seus encantos naturais, sabendo disso o evento terá seu foco voltado a atender os microempreendedores de Peabiru, onde os mesmos poderão comercializar seus produtos (comidas típicas e artesanatos), famílias de classe média/alta e qualquer pessoa que deseja empreender ou participar do evento. A estrutura do evento será o diferencial, pois com dinâmicas e gincanas que atingem todas as idades, o espaço oferecido, em harmonia com a natureza, gera interesse e atinge público de outras cidades. Ressaltando ainda que contaremos com parcerias e terceirizados com objetivo de prestar sempre o melhor serviço ao nosso cliente

2. DADOS DO EMPREENDIMENTO

- Nome da empresa: PeabiFest
- CNPJ: XX.XXX.XXX/XXXX-XX
- Setor de atuação: Festival
- Porte: Médio
- Endereço: Praça Eleutério Galdino de Andrade - Peabiru/PR

3. FORMA JURÍDICA

A forma jurídica do nosso negócio é de Sociedade Limitada, sendo composta por dois sócios, um patrocinador que possua interesse no negócio e moradores que tenham interesse em comercializar alimentos e/ou artesanatos.

4. MISSÃO DA EMPRESA

A nossa empresa possui como missão aumentar a renda da população, com feiras onde serão comercializadas comidas típicas e artesanatos, expansão do turismo local, lazer, recreação educativa (gincanas). Todos esses atrativos estarão concentrados no mesmo



local do festival. Famílias da cidade que tem interesse em divulgar seu trabalho tanto alimentício quanto artesanal montaram suas "feirinhas".

5. CONCEITO DO NEGÓCIO

5.1 Nome do Negócio:

PeabiFest CNPJ: XX.XXX.XXX/XXXX-XX

5.2 Principais Objetivos:

Proporcionar aos microempreendedores da região uma oportunidade de divulgação de seus serviços e produtos. Turismo, aumento da visibilidade da região e maior contato com a cultura local.

5.3 Para quem você vende?

Pessoas com interesse turístico em Peabiru, sobretudo famílias e os microempreendedores da região interessado em vender seus produtos no festival.

6. MERCADO

O mercado de vendas é um mercado em constante crescimento, movimentando cifras bastante altas em todo o mundo. Os eventos sociais fazem parte da vida de todo indivíduo. E neste contexto que o PeabiFest foi constituído e estará inicialmente voltado ao atendimento de famílias de classe média e alta, e à microempreendedores ou qualquer pessoa interessada em empreender ou participar do evento.

O objetivo principal é a criação de opções para as diversas necessidades do seu público-alvo, possuindo opções de lazer para todas as faixas etárias. O PeabiFest irá trabalhar com fornecedores do município de Peabiru, e irá trabalhar com parceria com cooperativas e autônomos que atuam na área de entretenimento e serviços, como: garçons, músicos, decoradores de ambiente, seguranças, recreação infantil, floriculturas, fotógrafos, recepcionistas, equipe de saúde. Esses fornecedores poderão proporcionar várias alternativas de prestação de serviços, dentro do próprio evento, ou seja, oferecer shows com músicos, oficinas de artesanato, pintura corporal, trilhas, bingo.

7. EQUIPE PARA VIABILIZAR O NEGÓCIO

- A equipe será composta por:
- Equipe de limpeza.
- Profissionais de Educação Física para ministrar as gincanas.
- Equipe de paramédicos.
- Banda local e músicos.
- Apoio da Polícia Militar, da Guarda Municipal ou contratação de segurança privada;
- Equipe organizadora presente no dia do evento para suporte técnico e apoio operacional;

8. DESCRIÇÃO DO PRODUTO E SERVIÇO

8.1 Serviços a serem prestados:

O evento PeabiFest pretende oferecer para os microempreendedores de Peabiru e região o aluguel de barracas com o intuito de comercializar a venda de comidas típicas e artesanatos locais. Para garantir o lazer dos turistas e visitantes do evento, profissionais



de Educação Física realizarão gincanas para todas as idades, como caça ao tesouro, pintura corporal, oficinas de artesanato, trilha e bingo.

9. ESTRUTURA E OPERAÇÕES

O festival será realizado na Praça Eleutério Galdino de Andrade em frente a igreja Matriz de Peabiru-PR. Será necessária a parceria com a prefeitura do município para a liberação do espaço e com patrocinadores para ajudar nos gastos;

- Aluguel de mesas, cadeiras, barracas, caixas de som;
- Tendões e estrutura de atendimento de cada empreendimento participante com ponto de energia elétrica, água e gás;
- Comunicação visual na área destinada ao evento e nos espaços de atendimento de cada empreendedor (banner, bandeirolas, display);
- Banheiro;
- Decoração.



10. PLANO DE MARKETING:

Trabalhar com a divulgação através das redes sociais e televisão com parceiros influentes, distribuição de panfletos e cartazes pelo município, nos comércios e cidades vizinhas, além das universidades do estado e agências de turismo do Brasil.

11. PLANO FINANCEIRO

11.1. INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Abaixo os mobiliários acessórios para o negócio:

ITEM	QTDE	VLR. UNIT.	TOTAL
60 mesas c/ 4 cadeiras de plástico	60	R\$12,00	R\$720,00
Barracas	10	R\$260,00	R\$2.600,00
Caixas de som profissional	2		R\$800,00
Banners	30		R\$20,00
Panfletos	250		R\$21,50
Banheiros químicos	3	R\$1.500,00	R\$4.500,00
Palco para evento 3mX2.20m	1		R\$3.000,00
TOTAL			R\$11.661,50

11.2 CUSTOS OPERACIONAIS

ITEM	QTDE	VLR. UNIT.	TOTAL
DJ			O preço será acertado pessoalmente

Equipe de limpeza	1		A prefeitura irá disponibilizar
Energia Elétrica	1		
Água			
Gás			
Segurança	10		O preço será acertado pessoalmente
Profissionais de educação física	5		
Internet			A prefeitura irá disponibilizar
paramédicos			

12. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA – F.O.F.A.

	Fatores internos (controláveis)	Fatores externos (incontroláveis)
Pontos fortes	<p>VANTAGENS</p> <p>Maior impacto visual; Gera espaço para apoiadores e patrocinadores também comercializarem produtos e serviços próprios; Pode promover uma região como destino turístico e gastronômico; Gera mais visibilidade.</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Público segmentado para cada evento; Busca do público por lazer; Cidade histórica.</p>
Pontos fracos	<p>FRAQUEZAS</p> <p>Exige maior investimento de recursos e atenção à segurança alimentar e à integridade física dos envolvidos; Demanda infraestrutura; Necessita contratar equipes qualificadas para o evento.</p>	<p>AMEAÇAS</p> <p>Crise financeira no país; Cidades turísticas ao redor; Região pouco conhecida; Infraestrutura precária.</p>

- a) Como trabalhar os pontos fracos para que não afetem o negócio Através de patrocínios com investidores e empresas parceiras para diminuir os custos e obter infraestrutura.
- b) Como utilizar os pontos fortes em benefício próprio os próprios moradores da região trabalham nas barracas, o que proporciona um maior contato com a cultura local.
 - O festival possui uma localização privilegiada e de fácil acesso, além de possuir contato com a natureza
 - O que vendemos no festival é o que a grande parte dos turistas que vai para lá conhecer.
 - Oportunidade (ambiente externo) - As condições do ambiente geral exploradas podem obter competitividade estratégica e que ainda não existe nenhum festival q abrange todas essas atividades na região.



PROJETO EMPREENDEDOR EMPREENDER EM PEABIRU

CAPÍTULO 2



FEIRA EM PEABIRU – PLANO DE NEGÓCIO MUNICIPAL

André Moura Santos
 Franciele Fonseca Matos
 Suellen Aparecida
 Mrocza Charlise Cardoso
 Bruna Stefany

1. Sumário Executivo; 2. O Município de Peabiru; 3. Sobre o negócio; 4. Mercado e competidores; 5. Equipe do negócio; 6. Produtos disponibilizados; 7. Estrutura e operações; 8. Plano de publicidade; 9. Plano financeiro; 10. Avaliação de cenários.

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

A proposta que apresentamos neste documento visa o aprimoramento da estrutura da atual feira que ocorre na cidade de Peabiru, bem como promover o maior conforto aos cidadãos que visitam o local e tornar a feira rentável financeiramente, sem a cobrança de taxas abusivas ou que afetem os feirantes locais de forma bruta.

O intuito da mudança visa criar um ambiente de lazer comunitário para a pequena população da cidade e, conforme a feira for naturalmente se expandindo, atrair turistas de cidades próximas da região, promovendo o comércio interno do município e auxiliando na criação direta e indireta de empregos e na melhoria de vida da população.

Apresentamos aqui, como a feira ocorre atualmente, como nós idealizamos a feira, como transformar nossa ideia em realidade e trazemos também dados de previsões financeiras acurados. Em outro documento, o Previsão dos resultados financeiros em 5 anos, temos o nosso Planejamento Financeiro, que abrange todo o nosso projeto e é capaz de ser editado para se adaptar a quaisquer condições que se desejar.

Com isso, visamos demonstrar, não apenas teoricamente, mas também apoiado em fórmulas e dados completamente transparentes, que a proposta de melhoria e expansão da atual feira de Peabiru tem potencial para ser, além de uma grande fonte de renda para a Prefeitura Municipal de Peabiru, uma adição muito bem-vinda à cidade, transformando a feira em um evento de lazer comunitário e ponto turístico chamativo da cidade.

2. O MUNICÍPIO DE PEABIRU

Fundada em 1952, tendo como aniversário 14 de dezembro, Peabiru que em Tupi significa "caminho amassado" nome de uma antiga famosa trilha indígena, Caminhos de Peabiru e tem como principal economia a agricultura (principalmente a familiar) comércio e indústria.

Composta majoritariamente por descendentes alemães, italianos e japoneses, Peabiru é um município do estado do Paraná, localizado na região oeste do estado. O município é o 144º, em termos de população, do estado, com uma população de cerca de 14 mil pessoas em 2021 segundo o último censo do IBGE, onde sua maioria é praticante da religião católica.

Em sua geografia imediata, a cidade é bastante influenciada por sua vizinha Campo Mourão, cidade com população estimada de 96 mil pessoas. A cidade de Peabiru é atravessada pelas BR-158 e BR-173, ambas importantes rodovias federais que atravessam



o país de Norte a Sul. Na agricultura se destaca a produção de milho, amendoim, arroz, algodão, batata doce, cana-de-açúcar entre outros. Na pecuária tem como fonte, bovinos, suínos, galinhas, bicho-da-seda e mel.

Tendo como prato típico, o carneiro ao molho de vinho, a festa gastronômica ocorre todos os anos no terceiro domingo de agosto.

Toda quarta-feira os produtores montam uma feira na praça onde são ofertados produtos coloniais como queijo, leite, ovos, frutas e verduras. Além de pães, pastéis, caldo de cana e crepes. Peabiru é formado por um povo acolhedor, que exhibe na arquitetura das casas, nas suas tradições, na multiplicidade das religiões, nas cores e no rosto de sua gente, a marca dessa extraordinária diversidade étnica e cultural.

3. SOBRE O NEGÓCIO

No município de Peabiru todas as quartas-feiras no período da tarde acontece uma pequena feira onde moradores locais montam suas barracas e vendem alguns produtos relacionados a alimentação como pastéis fritos na hora e produtos coloniais como embutidos e compotas. A feira acontece em um local pequeno e a situação é precária.

Nós temos como intuito, revolucioná-la em um lugar mais estratégico e agradável, onde as pessoas possam se socializar e ao mesmo tempo fazer suas compras, sentar para descansar com a possibilidade de saborear um belo lanche e ter um lazer com entretenimento levando para os peabiruense uma melhor qualidade de vida.

Nosso objetivo é ampliar a feira, trazendo os mesmos feirantes e até mesmo abrindo portas para novos empreendedores, gerando emprego e maior lucratividade para gestão municipal. A feira ficará em um local estratégico que será na praça principal no centro da cidade de Peabiru onde se encontra uma igreja, farmácia, banco dentre outros comércios locais e maior aglomerado de pessoas. As tendas serão acomodadas próximas umas às outras com diversos produtos destinados à alimentação e artesanato. A feira acontecerá três dias na semana, um dia ocorrerá na quarta-feira durante a tarde,

e aos fins de semana, sábado durante a tarde e domingo o dia inteiro, dando assim, a oportunidade de atender o público em geral. Os consumidores terão acesso a segurança e iluminação. A feira contará com um atrativo de música ao vivo aos sábados que será um diferencial para os clientes. Com o propósito de fidelizar o cliente, teremos algumas promoções como o cartão fidelidade, sendo que a cada valor em compras (valor referido pelo feirante) o cliente vai contabilizando pontos no cartão até completar o mesmo e retirar o brinde oferecido pelo feirante, receitas de bolos diferentes durante a semana, encomendas antecipadas terão um desconto, feira pronta, entrega na residência.

O que? – Criar uma feira para o desenvolvimento econômico local.

Por que? – Para aumentar a empregabilidade, visibilidade, incentivo aos produtos agrícolas e coloniais locais.

Onde? – Praça Eleutério Galdino de Andrade.

Quando? – Início do segundo semestre de 2022.

Quem? – Universitários da UP, a Prefeitura de Peabiru e os comerciantes locais da feira já existente.



Como? – Serão montadas tendas nas áreas vender do interior da praça, com abertura pelo período da manhã (após a missa, por exemplo) e término ao fim da tarde. Os horários seriam Quarta-feira (apenas pelo período da tarde), Sábado (pelo período da tarde) e Domingo (o dia inteiro).

Quanto? – 10 Gazebos de 3mx3m (R\$ 300,00/cada) 10x Lonas impermeáveis 2mx2m (R\$ 20/cada) 10x Caixas de madeira (feitas à mão, sob medidas das necessidades específicas) 10 lâmpadas LED de 9W (R\$ 5,00/cada) e 5 lâmpadas LED 30W (R\$ 25,99/cada) 5x Cesto para de lixo (R\$ 27,00). Total aproximado de R\$ 3410.99.

4. MERCADO E COMPETIDORES

4.1 Concorrentes diretos

Os concorrentes diretos à feira, que seriam aqueles que oferecem os mesmos serviços das mesmas maneiras, não existem atualmente, pois a atual é a única feira existente na cidade, que conta com pouco mais de 14 mil habitantes, o que justifica o fato de ter apenas uma feirinha.

4.2 Concorrentes indiretos

A feira conta com vários concorrentes indiretos, que são aqueles que, neste caso, não competem diretamente com a feira, mas vendem produtos que também podem estar à venda nela, como legumes, bolos, pastéis e etc. Nessa categoria, entram os mercados próximos ao novo local da feira, restaurantes e padarias. Na contagem feita, são ao todo, concorrentes que consideramos indiretos:

- 3 mercados próximos a feira;
- 2 restaurantes na mesma rua que a feira;
- 1 padaria próxima a feira.

4.3 A diferenciação

A diferenciação ou o destaque da feira em relação aos seus concorrentes indiretos seriam os horários de funcionamento, principalmente aos fins de semana, os eventos culturais promovidos (como show de música ao vivo aos sábados) e a localização privilegiada, dentro da praça, um local bem arborizado, com iluminação pública e muito conhecido pela população local. Além desses, há também outros pontos de destaque da feira, como:

- A feira oferece lanches feitos na hora, com pastéis e sucos;
- A feira ocorre também aos domingos, dia em que os mercados próximos à feira estão fechados; Venda de pão caseiro (durante o Sábado e Domingo a padaria perto da praça fica fechada);
- Venda de produtos artesanais na feira (com a intenção de valorizar o trabalho artesanal da cidade).

5. EQUIPE DO NEGÓCIO

Na primeira semana de novembro nossa equipe teve uma surpresa: descobrimos que as ideias que tivemos já estavam sendo implementadas neste mês na cidade de Peabiru. Decidimos então entrar em contato com a prefeitura para que pudéssemos comparar com o processo idealizado em nosso projeto. Quem falou conosco foi o Sr. Osmar Oliveira que é o responsável pela Secretaria de Indústria e Comércio no município e também já foi vereador.



De forma muito gentil e prestativa o Sr. Osmar contou que o remanejamento da feirinha já estava previsto para o ano de 2020, porém com a pandemia acabou sendo adiada para este ano. Os comerciantes locais estavam há um bom tempo solicitando que a feirinha saísse do antigo local pois acabava atrapalhando o trânsito na região. Então a prefeitura transferiu a feira para a praça central próximo à igreja (mesmo local planejado por nós).

Antes, quando funcionava como feira do produtor, os feirantes faziam o pagamento de taxas, porém agora sua categoria foi alterada para feira livre, desta forma os feirantes não têm nenhuma despesa nem de estrutura nem de taxas (se diferenciando da nossa proposta de criar uma feira que seja, também, diretamente rentável financeiramente para o município). Os feirantes, porém, montaram uma diretoria a fim de se organizarem melhor e criar um caixa para guardar fundos para futuramente investir por conta própria em mais melhorias para a feira, o valor que já havia sido arrecadado na antiga estrutura de feira do produtor já foi transferido para esse novo caixa.

A prefeitura disponibilizou além do espaço, todas as estruturas metálicas, as lonas para as barraquinhas, iluminação, água, lixeira para cada barraca, mesas e bancos de madeira para os clientes (como previsto em nosso planejamento operacional).

A estrutura fica de forma fixa na praça (diferente do que propomos) e as lonas são guardadas ao término da feira e trazidas novamente por um funcionário da prefeitura a cada montagem e desmontagem, já a colocação das lonas é feita pelos feirantes. Cada feirante deve manter seu espaço limpo, porém a limpeza da praça é realizada também pela Prefeitura.

Ao todo foram instaladas 20 barracas sendo que já existe demanda para mais e a Prefeitura já está providenciando mais, com intuito de incentivar os moradores a empreenderem e promover mais atratividade turística disponibilizando mais variedade, qualidade e preços mais acessíveis de produtos, tendo em vista que haverá uma maior competitividade.

Quanto às datas e horários de funcionamento, esses permanecem os mesmos: nas quartas-feiras das 16:00 às 21:00. O primeiro dia da feira na nova localização foi um sucesso, levando-se em conta que por volta das 19:00 já haviam sido vendidos praticamente todos os produtos. Essa praça é o ponto central da cidade, fica em frente à igreja e à prefeitura e a lanchonetes, sendo assim o local onde as pessoas se reúnem mais frequentemente, principalmente durante a noite no verão.

6. PRODUTOS DISPONIBILIZADOS

A feirinha é um atrativo da Cidade de Peabiru, onde os moradores locais que trabalham na área da lavoura são os próprios feirantes onde levam os mais diversos tipos de hortaliças para a venda. A feira também conta com a venda de pastéis, caldo de cana, salgados e alguns artigos de cozinha.

A nossa proposta com a expansão da feira é de além de manter a venda desses produtos já existentes, a ideia de trazer uma maior opção de produtos derivados da colônia de onde se concentra uma grande quantidade de pessoas encarregadas de dotes coloniais que possam produzir produtos para a venda e assim sucessivamente agregando rentabilidade ao seu trabalho, emprego e valor ao produto.

Uma grande proposta da feira é contar com produtos artesanais, tendo em vista que na Cidade se concentra muitos artesãos, que poderão organizar seus produtos artísticos, em destaque; a venda de lembranças para turistas.

Essa ampliação e associação de feirantes vai fazer com que haja qualificação e desenvolvimento dos atuais e de novos empreendedores e criar oportunidade de trabalho e renda através do turismo.



Proposta de produtos a serem vendidos na feira:

- Frutas e legumes de produtores locais;
- Pães especiais (recheados, cobertos, doces, caseiros, integral, grãos);
- Doces, bolos e massas caseiras;
- Conservas, queijos, geleia, embutidos, vinho e tábua de frios;
- Produtos artesanais para uso doméstico e/ou para presentear (como cerâmica, tricô e crochê);
- Cestas de presente com produtos coloniais;
- Tapetes e toalhas de mesa em crochê, panos de louça;
- Pastéis, espetinhos de carne e frango, caldo de cana, coxinha;
- Dentre outros, como sorvetes e café.

7. ESTRUTURA E OPERAÇÃO

A estrutura atual da feira é bem simples, que fica localizada em um estacionamento ao lado da rodovia, os feirantes montam barracas improvisadas com lonas, mesas, araras e até mesmo em seus próprios automóveis (picapes), colocam cadeiras de praia e bancos para que os clientes possam consumir os alimentos no local. A feira ocorre somente às quartas-feiras durante o dia, o que impede que algumas pessoas possam frequentar, pois estão em horário de trabalho.

O remanejamento da feirinha para a praça central tem como intuito alterar o local e realizar uma significativa melhoria tanto em seu aspecto estético quanto funcional, que juntamente ao subsídio da prefeitura, tornarão a feira mais atrativa e organizada, além de potencializar a movimentação, já que ficará alocada em um ponto central e de maior movimentação, sendo assim um espaço mais acolhedor e agradável como ponto de lazer.

A feira terá novo horário de funcionamento e abrirá em mais dias da semana, além disso contará com mais barracas ampliando a gama de produtos ofertados, gerando mais atratividade para os compradores e mais empregos para os próprios moradores.

A cargo da Prefeitura de Peabiru fica a compra e manutenção dos materiais necessários para o funcionamento da feira, descritos no Plano de Ação, bem como a organização do local onde a feira ocorrerá (a Praça Eleutério Galdino de Andrade). Fica a cargo do feirante a montagem e desmontagem dos equipamentos durante os dias da feira.

A cargo dos Feirantes fica o transporte das mercadorias, a organização das mesmas nas barracas da feira e a limpeza do local.

Para a manutenção da feira, os Feirantes deverão pagar uma taxa para utilização do espaço disponibilizado pela Prefeitura no valor fixo de R\$ 142, 12 taxa essa correspondente ao valor de investimento inicial que não será coberto pela prefeitura.

8. PLANO DE PUBLICIDADE

O Plano de Publicidade consiste em ações publicitárias para a divulgação da nova feira, sua nova localização, seus novos eventos e novos horários de funcionamento. Com isso temos 2 principais canais de publicidade para divulgar a feira: o Carro de Som e o Rádio. Ambos os meios são muito comuns e utilizados em Peabiru, sendo uma das melhores formas de alcançar boa parte do público com um baixo orçamento.

As principais ações publicitárias são:



Nº	Ação	Meio	Meta	Prazo
1	Divulgação do novo local e horário da feira	Carro de som	100 pessoas a mais na feira	1 semana
2	Anúncio de evento de música ao vivo aos sábados na feira	Carro de som	50 pessoas no evento	1 mês
3	Anúncio de vagas para mais feirantes na feira	Rádio	10 feirantes a mais na feira	6 meses

O planejamento para as ações publicitárias seguirá a tabela a seguir:

Nº	Período da campanha	Datas de realização	Custo	Custo Total
1	Junho a Dezembro de 2022	Terça-feira e sexta-feira (durante 1h)	R\$ 80/hora	R\$ 4.880,00
2	Junho a Dezembro de 2022	Sexta-feira (durante 1h)	R\$ 80/hora	R\$ 2.480,00
3	Junho a Dezembro de 2022	Todos os dias (6h às 19h)	R\$ 40-100	R\$ 14.980,00

9. PLANO FINANCEIRO

O Plano Financeiro é composto por 2 principais categorias: Finanças e Planejamento. Essas categorias vêm das ferramentas do Sebrae sobre negócios e planejamento financeiro. Suas principais funções são de tornar-se de mais fácil entendimento cada parte do planejamento financeiro, separando-os em categorias com focos específicos. Abaixo encontra-se um resumo do plano financeiro, que pode ser visto com mais detalhes no documento: "Previsão dos resultados financeiros em 5 anos".

Resumo do Plano Financeiro (Finanças):

Tópico	Descrição
Capital Inicial necessário	Aproximadamente R\$ 3.410,99.
Momentos de necessidade de recursos	Feriados ou datas comemorativas (para planejar eventos) e manutenção preventiva de 6 em 6 meses (para manutenção da feira e do ambiente).
Patrocinadores	Prefeitura Municipal de Peabiru.
Utilização dos recursos	Serão montadas tendas nas áreas vender do interior da praça, com abertura pelo período da manhã (após a missa, por exemplo) e término ao fim da tarde. A cargo da Prefeitura de Peabiru fica a compra e manutenção dos materiais necessários para o funcionamento da feira, descritos no Plano de Ação, bem como a organização do local onde a feira ocorrerá. A cargo dos Feirantes fica o transporte das mercadorias, a organização das mesmas nas barracas da feira e a limpeza do local.
Principais custos	<ul style="list-style-type: none"> Manutenção semestral. Publicidade. Salário/funcionários.
Principais fontes de renda	<ul style="list-style-type: none"> Taxa de utilização; Licença para os feirantes; Cobrança de ponto (opcional).
Plano Financeiro Completo: Tabela "Previsão dos resultados financeiros em 5 anos".	

O Que Fazer	Porque Fazer	Onde Fazer	Quem	Quando	Como	Quanto	Ganho
É o foco da ação, deve iniciar por um verbo no infinitivo	É a razão da ação, um indicativo do ganho futuro	É o local onde ocorrerá a ação	É o responsável pela ação, deve ser um nome específico	É o prazo final para a execução da ação (uma data)	É a forma e recurso aplicados na execução da ação	É o custo envolvido para executar a ação (em R\$)	É o retorno obtido com a ação ao longo de um período
Criar uma nova feira para o desenvolvimento econômico local.	Aumentar a empregabilidade, visibilidade, incentivo aos produtos agrícolas e coloniais locais.	Praça Eleutério Galdino de Andrade.	Prefeitura de Peabiru e os comerciantes locais da feira já existente.	Início do segundo semestre de 2022.	Serão montadas tendas nas áreas vender do interior da praça, com abertura pelo período da manhã (após a missa, por exemplo) e término ao fim da tarde. Os horários seriam Quarta-feira (apenas pelo período da tarde), Sábado (pelo período da tarde) e Domingo (o dia inteiro).	R\$ 3.410,99	R\$ 0,00
Criar reservas para manutenção da feira	As reservas serão utilizadas como auxílio financeiro para promoção de eventos culturais na feira, manutenção da feira e do ambiente, doações para instituições de	Prefeitura de Peabiru.	Prefeitura de Peabiru.	A cada 6 meses.	A reserva da manutenção deve ser utilizada exclusivamente para auxílio financeiro na promoção de eventos culturais na feira (até 50% do valor guardado).	1/10 do valor do capital inicial deve ser investido na manutenção.	Com esse investimento, a feira continua em ótimas condições para funcionamento.

	caridade e investimentos para ganho de capital.				manutenção da feira e do espaço em que ela está instalada (até 30% do valor guardado), doações para instituições de caridade (até 10% do valor guardado) e fundos de investimento para ganho de capital a longo prazo (até 10% do valor guardado).		
Taxar a utilização do espaço	Com a taxação da utilização do espaço disponibilizado pela Prefeitura, a feira gera retorno financeiro para a cidade.	Feira.	Prefeitura de Peabiru.	Mensalmente.	A cobrança deve ser feita por um funcionário da Prefeitura, na forma da emissão de um boleto que o feirante deve quitar até o 5º dia útil do mês.	R\$ 142,12	A depender do número de feirantes.
Taxar de ponto na feira	A taxação de ponto pode servir como uma forma extra de renda para a Prefeitura.	Feira.	Prefeitura de Peabiru.	Anualmente.	A cobrança deve ser feita por um funcionário da Prefeitura, na forma da emissão de um boleto que o feirante deve quitar até o 5º dia útil do mês.	R\$ 1.421,25	A depender do número de feirantes.



10. DETALHAMENTO DO PLANO DE AÇÃO

10.1 Criar uma nova feira para o desenvolvimento econômico local

Serão montadas tendas nas áreas vender do interior da praça, com abertura pelo período da manhã (após a missa, por exemplo) e término ao fim da tarde. Os horários seriam Quarta-feira (apenas pelo período da tarde), Sábado (pelo período da tarde) e Domingo (o dia inteiro).

10.2 Criar reservas para manutenção da feira

A manutenção dos espaços da feira está baseada no custo de capital inicial, podendo variar de acordo com diversos fatores, como condição climática, vandalismo e outros. O valor inicial da manutenção foi arbitrariamente definido como sendo 1/10 do valor do Capital Inicial. Porém, este valor é dinâmico e aumenta proporcionalmente a cada feirante a mais que participa da feira. O valor, caso não utilizado, deve ser reservado com o único propósito de manutenção do ambiente, com um limite de reserva de até 10x o valor final da manutenção.

A reserva da manutenção deve ser utilizada exclusivamente para auxílio financeiro na promoção de eventos culturais na feira (até 50% do valor guardado), manutenção da feira e do espaço em que ela está instalada (até 30% do valor guardado), doações para instituições de caridade (até 10% do valor guardado) e fundos de investimento para ganho de capital a longo prazo (até 10% do valor guardado).

10.3 Taxar a utilização do espaço

Para que o ambiente continue a ser agradável e que incentive a população a ter uma ótima experiência, será necessário pagar a taxa mensal de utilização do espaço para a manutenção da feira. A Taxa de Utilização da Feira é uma taxa mensal que deve ser paga à Prefeitura no valor de 1/24 avos sobre o Capital Inicial. Essa cobrança também é dinâmica e aumenta a cada feirante a mais que participa da feira. Mesmo dinâmica, a Taxa deve sempre ser superior a 1/24 avos do valor do Capital Inicial.

10.4 Taxar o ponto na feira

A Cobrança de Ponto é uma taxa cobrada anualmente para que o feirante possa utilizar uma das barracas providenciadas pela Prefeitura. Apenas barracas providenciadas pela Prefeitura serão autorizadas a participar da feira e seus arredores. O valor do ponto é definido como sendo 10 vezes o valor da taxa de utilização do espaço e é cobrado anualmente. Como ponto" estamos nos referindo às barracas na feira.

11. AVALIAÇÃO DE CENÁRIO

Adoção da ideia pela população		
A população de Peabiru se sente ligeiramente incomodada com a mudança do local da feira. Os novos horários da feira não são muito relevantes para a população.	A população de Peabiru aprova a mudança do local da feira. Os novos horários da feira também são aprovados pela população, que passa a visitar mais o local.	A população de Peabiru aprova a mudança do local da feira. Os novos horários da feira também são aprovados pela população. A feira se torna um ponto de lazer comunitário na cidade
Crescimento da feira		
A feira cresce pouco ou nada no decorrer de 12 meses. Há pouca variedade de produtos à venda no local. Os consumidores não se sentem animados em visitá-la.	Um ou dois novos comerciantes participam da feira no decorrer de 12 meses. Há uma variedade agradável de produtos. Os	Dois ou mais novos comerciantes participam da feira no decorrer de 12 meses. Há uma grande variedade de produtos. Os consumidores se



	consumidores se sentem satisfeitos com as mudanças.	sentem muito satisfeitos com as mudanças.
Participação na feira		
A feira começa com 6 feirantes e termina com 6 feirantes ao fim do período de 5 anos.	A feira começa com 10 feirantes e termina com 20 feirantes ao fim do período de 5 anos.	A feira começa com mais de 15 feirantes e termina com 37 feirantes ao fim do
Resultados financeiros		
A feira começa a gerar lucro a partir de 2 anos e meio de operação e atinge uma receita cumulativa de R\$ 9 mil ao fim de 5 anos.	A feira começa a gerar lucro a partir de 2 anos e meio de operação e atinge uma receita cumulativa de R\$ 90 mil ao fim de 5 anos.	A feira começa a gerar lucro a partir de 2 anos e meio de operação e atinge uma receita cumulativa de R\$ 320 mil ao fim de 5 anos

12. ANÁLISE PESTEL

A análise PESTEL é uma estrutura ou ferramenta usada para analisar e monitorar os fatores macro ambientais. Essa ferramenta é especialmente útil ao iniciar um novo negócio ou entrar no mercado externo. É frequentemente usado em colaboração com outras ferramentas analíticas de negócios, como a análise SWOT e as Cinco Forças de Porter, para fornecer uma compreensão clara de uma situação e de fatores internos e externos relacionados.

- Fatores políticos, Assistência e Desenvolvimento Social: Planejamento, coordenação, controle e execução das atividades de desenvolvimento comunitário, promoção e assistência social. Tem por finalidade coordenar o conjunto de serviços assistenciais e de combate a pobreza da municipalidade, visando o aumento da autoestima e dignidade dos cidadãos, competindo-lhe promover políticas de assistência social no município, propor e gerenciar convênios com instituições públicas, privadas ou organização da sociedade civil consoante os objetivos que definem as políticas de assistência social, formular diretrizes e políticas sociais que propiciem o acesso à cidadania, entre outros.
- Fatores econômicos: O PIB da cidade é de cerca de R\$ 0,3 bilhão, sendo que 42,7% do valor adicionado advém dos Serviços. A Agropecuária (31,5%) e a Administração Pública (21,7%) aparecem na sequência, enquanto a Indústria (4,1%) tem a menor participação na economia da cidade. Com esta estrutura, o PIB per capita de Peabiru é de R\$ 23,4 mil, valor inferior à média do estado (R\$ 38,8 mil), da grande região de Maringá (R\$ 33,7 mil) e da pequena região de Campo Mourão (R\$ 36,7 mil).
- Fatores sociais: Peabiru conta com uma população de 14 mil pessoas segundo o censo do IBGE de 2021, em comparação com o último sendo feito, em 2010, a cidade apresentou um crescimento populacional de 2,88%. A grande maioria da população consiste de adultos entre 24 e 54 anos, com uma grande proporção de jovens entre 15 a 24 anos. A cidade conta com uma população ocupada de 14,5%, (2036 pessoas), com uma média salarial de 2,2 salários-mínimos, sendo que aproximadamente da população vive com até meio salário-mínimo por mês. Além disso, 98% da população da cidade, entre 6 e 14 anos, é alfabetizada.
- Fatores tecnológicos: A análise dos fatores tecnológicos sobre a proposta deste Plano de Negócios em Peabiru envolve a análise de áreas dos negócios que podem ser otimizadas através da tecnologia, se alguma inovação tecnológica pode influenciar na atuação da empresa e se os competidores utilizam tecnologias mais sofisticadas/eficientes. Com a análise de Mercados e competidores feita, foi possível estabelecer que não há fatores tecnológicos que possam impactar



negativamente no projeto, tendo em vista que o comércio local se utiliza de pouca automação ou grandes redes de infraestrutura tecnológica, principalmente devido ao fato da baixa população da cidade e relativo baixo desenvolvimento local.

- **Fatores ambientais:** A cobertura de terra é um grande indicador para analisar a qualidade ambiental urbana. O estudo foi realizado na cidade de Peabiru, onde resultados evidenciaram que a distribuição das classes de cobertura de terra apresenta espaços edificados em 47,6% da área de estudo, espaços não edificados em 17,2% e espaços verdes públicos em apenas 1%. Áreas destinadas ao tráfego somam 18,5%, enquanto outras áreas correspondem a 16,6%. Esta distribuição de classes de cobertura de terra pouco contribui com a qualidade ambiental da cidade de Peabiru. Isso indica que há necessidade de planejamento voltado para espaços e áreas verdes, que potencializam a qualidade de vida da população.
- **Fatores legais:** À Secretaria Municipal de Agricultura, Desenvolvimento Econômico, Meio Ambiente e Turismo, compete coordenar e executar a política de desenvolvimento industrial, comercial, de serviços e da agricultura, realizar estudos e pesquisas para fomentar o desenvolvimento de todos os setores da economia, visando maior geração de emprego e renda, realizar gestões para a atração de novas empresas aos Parques Industriais, implantar a infraestrutura necessária no Distrito Industrial, promover convênios com entidades federais, estaduais e da iniciativa privada visando a diversificação da atividade agrícola, a assistência ao pequeno produtor, a conservação das reservas florestais, a conservação do solo e recuperação dos mananciais hídricos, estimular a instalação da feira do produtor, providenciar o controle de fatores que exerçam ou possam exercer efeitos deletérios ao ser humano, proteger as reservas florestais, além do fomento turístico do Município.

13. ANÁLISE SWOT

	Fatores Internos (controláveis)	Fatores Externos (sem controle)
Pontos Fortes	Produtores e produtos locais; É um ponto de encontro; Gera renda dos produtos locais; Localização.	Feirantes externos; Município carente de grandes eventos; Turismo; Parceria com empreendimentos locais.
Pontos Fracos	Poucas barracas; Variedade de produtos.	Supermercados, padarias e confeitarias locais próximos a feira.

13.1 Fatores Internos:

Os fatores internos são aqueles em que a empresa detém total controle, como a capacidade intelectual, tecnologia utilizada, ações de comunicação e marketing, cultura organizacional, gestão de projetos entre outros.

- **Pontos Fortes:** A feira conta com produtores e produtos locais sendo vendidos, o que estimula o comércio na cidade. O local de realização da feira também é muito conhecido pela população e já é tratado naturalmente como uma área de lazer comunitário.
- **Pontos Fracos:** A feira conta com poucas barracas e conseqüentemente pouca variedade de produtos, sendo que os feirantes poderiam expandir essa variedade com a vasta opções de diferentes produtos locais.



13.2 Fatores Externos:

Já os fatores externos são aqueles em que a empresa não detém controle sobre, a análise envolve tanto o microambiente quanto o macroambiente.

- **Pontos Fortes:** Por ser um município carente de grandes eventos, com o crescimento da feira, teríamos mais pessoas de fora vindo até Peabiru movimentando assim o turismo, fazendo também com que feirantes externos queiram se inserir na feira além de instigar os empreendimentos locais a quererem fazer parceria com a feira por causa da movimentação de pessoas.
- **Pontos Fracos:** Os empreendimentos locais, como supermercados, padarias e confeitarias se não aceitarem a parceria com a feira, seriam os concorrentes dos feirantes, visto que as pessoas iriam diretamente ao estabelecimento ao invés de irem à feira.



EXPO PEABIRU

Giovani Mota Lamounier
Amanda Cabral
Evelize Becker

1. conceito; 2. Ideia para plano de negócios; 3. Principal patrocinador; 4. Característica do consumidor – persona; 5. Concorrência; 6. Diferencial; 7. 4 p's; 8. Plano de negócios; 9. Financeiro; 10. Planejamento financeiro; 11. Tabela de pontos fortes e fracos; 12. Avaliação do cenário; 13. Objetivos sustentáveis – ods; 14. Referências.

1. CONCEITO:

O município de Peabiru localizado no estado do Paraná é o foco principal deste projeto, uma população de 13.622 habitantes. O principal meio de empreendimento do município é a mão de obra caseira, muito bem retratada na feira da cidade, como pastéis e caldo de cana.

O foco principal do projeto é a criação de um plano de negócios para a feira da cidade e a sua divulgação, que é o principal evento da cidade, ela é o meio dos empreendedores divulgarem seus produtos, pois como é uma cidade pequena, não possui muitas oportunidades para os pequenos empresários, este é o foco do nosso projeto, desenvolver estratégias para que os pequenos empreendedores possam crescer por meio da feira.

Com o desenvolvimento desta ideia, a cidade terá muitos pontos positivos atrelados ao projeto, entre eles estão: novos empregos, os comerciantes não irão precisar ter controle total da feirinha, pois com a auxílio da prefeitura e da empresa de água Peruille, mais engajamento da repercussão da cidade e seus negócios além da feirinha, com o uso das redes sociais, pois também trará atenção para a cidade em si, pois possíveis compradores terão de passar pela cidade para chegar até o feira na praça.

O projeto terá o investimento de duas instituições como citado no parágrafo anterior, a prefeitura da cidade e a empresa de água mineral Peruille, que terão a responsabilidade de administrar financeiramente a feirinha da cidade em relação à infraestrutura e recursos, a empresa irá fornecer a água que será vendida e utilizada na feirinha e arcará os custos juntamente a prefeitura que ficará mais responsável pela organização em geral.

2. IDEIA PARA PLANO DE NEGÓCIOS:

EXPOPEABIRU

2.1 Presença digital:

Desenvolver a presença digital da empresa no Instagram, assim como o Instagram da prefeitura de Curitiba que utiliza memes da vacinação e do ônibus, buscando atrair o público mais jovem, graças a este engajamento, a prefeitura de Curitiba teve um crescimento muito grande, com o uso das tendências e memes do momento sem muitos recursos financeiros, somente a criatividade e utilizar isso para atrair a atenção para a feira da cidade.

2.2 Empresa parceira:

Ter uma empresa de grande porte como possível patrocinador, como por exemplo empresas varejistas tipo Condor e Walmart, com o intuito de atrair a atenção e compaixão



dos clientes, atraindo assim a atenção de pessoas de fora da cidade, vontade de pessoas de fora para conhecer. O intuito é ter o patrocínio desta empresa com o uso dos materiais, os ingredientes para que os pequenos empreendedores possam trabalhar e vender seus produtos que foram feitos com os materiais da empresa patrocinadora. Delivery - melhor comodidade para os compradores e geração de emprego.

2.3 Delivery

Como sendo uma cidade muito pequena, o delivery não é algo tão utilizado, mas o intuito é mudar isso fazendo com que os produtos da feira vão até as pessoas. Algumas pessoas gostam de ir até o local aproveitar, mas também existem pessoas que só vão em busca das delícias lá disponibilizadas, e para esse público a entrega seria muito utilizada, pois tem um custo de entrega de no máximo R\$5,00).

Possíveis empresas para serem patrocinadoras: <https://cghourobranco.com.br> (usina hidrelétrica)

A Central Geradora Hidrelétrica CGH OURO BRANCO é o único objetivo mercantil da Central Hidrelétrica Ouro Branco Ltda., através da geração de energia pelo aproveitamento hidrelétrico do potencial do rio Mourão. A empresa constitui-se como Produtora de Independente de Energia. A sociedade que compõe a empresa tem como Diretor o Eng. Roberto Anselmo Rubert, que representa os demais sócios.

<https://www.ifood.com.br/nws/Regulamento-TopPlacement/topplacement.html>

iFood é uma empresa brasileira fundada em 2011, atuante no ramo de entrega de comida pela internet, sendo líder no setor na América Latina, com presença na Argentina, no México e na Colômbia.

<https://www.paodeacucar.com/mais/sobre-o-programa>

Pão de Açúcar é uma rede de supermercados pertencente ao GPA, fundada na cidade de São Paulo. Hoje é um tipo de "supermercado de vizinhança" instalado geralmente em bairros nobres, e possuem o foco nos consumidores de perfil cosmopolita das classes A e B, primando pela variedade e qualidade em produtos e serviços personalizados.

3. PRINCIPAL PATROCINADOR:

A feirinha de Peabiru pode ter como sua patrocinadora oficial, juntamente a prefeitura do município, a empresa Peruille localizada no Km 163 da Rodovia Avalino Piacentini, no município de Peabiru – PR. O nome da empresa é a junção do nome da família fundadora Uille de descendência árabe, com a cidade de Peabiru. Por ser uma empresa que praticamente tem o nome da cidade, foi a escolha lógica, pois são uma das empresas titulares da região.

A empresa irá patrocinar a feirinha em meios de infraestrutura e trabalho bruto, deixando somente aos comerciantes, a produção dos itens lá vendidos. O fornecimento de água para isso será 100% da empresa Peruille. Na feirinha a única água comercializada e utilizada será inteiramente da empresa. Garrafinhas da empresa ficaram sobre as mesas e a logo da marca ao longo da feirinha, como em painéis ou cartazes.

Site oficial: <http://www.peruille.com.br>

Instagram Peruille: https://instagram.com/aguaminalperuille?utm_medium=copy_link



4. CARACTERÍSTICAS DO CONSUMIDOR - PERSONA:

4.1 Patrícia:

- 26 anos;
- Classe social C;
- Trabalha como caminhoneira;
- Ama parques, lugares novos e viajar;
- Começou recentemente a trabalhar em uma empresa de transporte de grandes cargas, como grãos e madeira, ela viaja por todo país levando mercadorias, e quando estava indo para Maringá avistou na avenida um outdoor divulgando a Feirinha de Peabiru, como ela ama pastel com caldo de cana ficou muito interessada e foi pesquisar, achou a página do Instagram da prefeitura que resultava e tinha diversos posts sobre a feira, como o que é vendido, onde fica, que horas fica aberta. Gostou muito e foi visitar para provar as delícias oferecidas pela cidade. Agora, sempre que fizer este caminho, vai passar na feirinha de Peabiru.

4.2 Carlos:

- 35 Anos;
- Classe social B;
- Gosta de praticar esportes, principalmente ciclismo;
- Conhecer novos lugares, e cidades com amigos que compartilham do mesmo Hobbie;
- Carlos procura novas estradas e lugares para praticar esportes, na modalidade de ciclismo, junto com seus amigos e familiares. Com a presença digital e localidade ele iria conhecer Peabiru e assim gerar interesse de conhecer e visitar os pontos turísticos da cidade.

5. CONCORRÊNCIA:

A feirinha de Peabiru não possui concorrente direto, por ser a única feira de alimentos na cidade, mas possui concorrentes indiretos como os exemplos abaixo:

5.1 Concorrente Ponto do salgado:

A empresa não possui valores dos produtos para comparação com a feirinha de Peabiru, mas sua presença nas mídias sociais e baixa com somente um Facebook e comentários do Google, o Google também ressalta que é um lugar Casual, bom para levar as crianças e bom para ir em grupo.

5.2 Concorrente Beto lanches:

Um restaurante localizado no centro de Peabiru, também com uma presença digital baixa, somente um Facebook, mas com excelentes avaliações na rede social, sem valores dos produtos.

6. DIFERENCIAL:

Um diferencial que será explorado e conseqüentemente é a feirinha ser o único lugar a vender pastel entre os dois concorrentes, pois os concorrentes se preocupam em vender salgados pequenos com preço médio de R\$ 1 a 3 reais, isso se torna uma vantagem em relação aos concorrentes. Irá elevar a divulgação da feirinha é a presença digital, pois seus



concorrentes não possuem presença digital forte e nem associação com aplicativos de comida como IFood e Rappi.

7. 4P'S

- Produto: Produtos de consumo imediato como pastel e espetinho;
- Praça: Feirinha localizada no centro da cidade;
- Preço: Produtos disponibilizados e Infraestrutura;
- Promoção: Divulgação pelo Instagram, outdoors pela cidade e rodovias de fora da cidade, e carros de som.

8. PLANO DE NEGÓCIOS:



9. FINANCEIRO:

Em relação ao desenvolvimento financeiro da feira de negócios, a ideia é ter como patrocínio uma empresa de grande porte com parceria com a prefeitura de Peabiru. A precificação dos produtos da feira será a oferecida pelos vendedores, (por falta de informação de valores). Todo meio de exposição utilizado, será por meio do patrocínio da empresa anfitriã e da prefeitura e os custos para o desenvolvimento da feira e sua divulgação.

- Outdoors: de R\$ 500,00 a 2.500,00 reais
- Estrutura para montagem de outdoor: R\$150,00
- Local de armazenamento: Armazém disponibilizado na parte de trás da prefeitura com valor de R\$ 600,00 mensal.
- Toldos: de R\$ 100,00 a 500,00 reais
- Mesas e cadeiras(aconselhável de plástico para fácil manuseio): de R\$ 80,00 reais uma unidade a R\$200,00 reais o conjunto com quatro cadeiras
- Carros de som: R\$ 100,00 um dia de passagem.
- Taxa de manutenção das barraquinhas: custo variável, por ser feito toda semana na montagem das barracas.
- Taxa de mão de obra: R\$ 30,00 por pessoa

Como citado anteriormente, será usado a presença digital da empresa no Instagram e redes sociais para atrair o público mais jovem e engajado com este público, e a utilização de outdoors para divulgação da feira, espalhados pela cidade e pelas cidades vizinhas para atrair novos públicos, além das cidades, serão colocados outdoors em rodovias para que pessoas de fora consigam ter o conhecimento da feira ofertada por Peabiru acrescentar o outro plano financeiro.

10. PLANEJAMENTO FINANCEIRO:

10.1. Custos fixos:

- Outdoors: de R\$ 500,00 a 2.500,00 reais
- Estrutura para montagem de outdoor: R\$150,00
- Local de armazenamento: Armazém disponibilizado na parte de trás da prefeitura com valor de R\$ 600,00 mensal.
- Toldos: de R\$ 100,00 unidade - 10 unidade = R\$ 1.000,00
- Mesas e cadeiras(aconselhável de plástico para fácil manuseio): de R\$ 80,00 reais uma unidade a R\$200,00 reais o conjunto com quatro cadeiras = um conjunto por banca = R\$ 2.000,00
- Totalizando = 4.250

10.2. Custos variáveis:

- Carros de som: R \$100,00 um dia de passagem.
- Taxa de manutenção das barraquinhas: custo variável, por ser feito toda semana na montagem das barracas. R\$ 10,00 por barraca
- Taxa de mão de obra: R\$ 30,00 por pessoa três pessoas

Nosso projeto consiste em estruturar a ideia para os patrocinadores e a prefeitura, o propósito como já citado, está em manter a visibilidade da cidade, aumentar a proporção da feirinha e promover o conhecimento para que seja um lugar com turistas, movimentos, e propagação da feira, nesse caso iremos consolidar os valores para ser investido tanto pela prefeitura, quanto por os patrocinadores:



10.3. O papel da prefeitura:

A prefeitura em parceria, terá o papel de colocar o nosso plano de ação em prática, principalmente financeiramente. Inicialmente a prefeitura irá montar os outdoors, estruturas, mão de obra, local de armazenamento financiados pelo caixa da prefeitura. A feira é uma parte da cidade, nossa intenção é promover a cidade em todos os âmbitos, a prefeitura entra com o papel que ela já deve ter, de promover melhorias para a cidade.

- Outdoors, estruturas, mão de obra, montagem da feira.

Patrocinadores: Os patrocinadores serão aqueles que irão nos ajudar a manter a ação. Com visibilidade a empresa também se beneficia, além de ganhar o marketing pelos desenvolvedores do projeto. Os patrocinadores ficariam com os custos fixos para manter o funcionamento, ou seja, os patrocinadores irão manter o que a prefeitura começou inicialmente.

10.4. Valor do Imposto cobrado para feirante:

- R\$ 5 de ISS (caso a atividade seja prestação de serviços); R\$ 1 de ICMS (caso a atividade seja de indústria ou comércio); 5% do salário-mínimo para o INSS
- As taxas mínimas por mês são de: R\$ 50,90 para comércio e Indústria R\$ 54,90 (para prestação de serviços); R\$ 54,90 (para comércio e serviços).

10.5. Planilha de faturamento:

O valor estimado para capital de giro é de R\$ 10.000,00 pela prefeitura e R\$ 5.000,00 pela empresa patrocinadora, o valor estimado para capital de giro é maior para a prefeitura pois é responsável pela maior parte do investimento aplicado na feira, com uma margem de lucro de R\$ 1.000,00 de folga para possíveis necessidade.

O capital de giro deve ser com um valor de R\$ 1.000,00 para cima, pois os custos variáveis possuem esta margem de lucro.

Planejamento Financeiro			
Custos fixos			
	Preços R\$	Unidades	Total
Outdoors	2.500,00	1	2.500,00
Estrutura para montagem de outdoor	150	1	150
Local de armazenamento	600	1	600
Toldos	100	10	1.000
Mesas e cadeiras	200 kit	10	2.000
Faturamento total			4.250
Custos variáveis			
	Preços R\$	Unidades	Total
Carros de som	100	1	100
Taxa de manutenção das barraquinhas	10	10	1.000
Taxa de mão de obra	30	3	90
Faturamento total			1.090
Total de investimento bruto em material e propaganda de marketing = 5.340			
Capital de Giro			
Prefeitura	10.000		
Patrocinador	5.000		
Faturamento total	15.000		

Caso tenha um cenário positivo, teremos um margem de acréscimo de R\$1.000,00 a cada mês para expansão da feirinha, no caso o capital de giro disponível pela prefeitura seria de R\$11.000,00 e pela empresa patrocinadora R\$6.000,00. Essa será uma medida de segurança e de prevenção, feita todo mês caso tenha um aumento no número de barraquinhas.

11. TABELA DE PONTOS FORTE E FRACOS:

	Fatores internos (controláveis)	Fatores externos (incontroláveis)
Pontos fortes	Forças: Ser a única feira de produtos alimentícios da cidade. Uso das redes sociais. Outdoors de propaganda e entregas via deliver.	Oportunidades: Memes via redes sociais para atrair novos clientes e trazer visibilidade a feira.
Pontos fracos	Fraquezas: Poucos visitantes. Pouca visibilidade digital.	Ameaças: Concorrentes e fatores macroeconômicos

12. AVALIAÇÃO DE CENÁRIOS:

12.1. Cenário negativo:

O covid foi um impacto muito prejudicial para os comerciantes de todos os ramos, mas o mundo nunca está totalmente livre de doenças e possivelmente pode ocorrer outra pandemia a qualquer momento após o término da que estamos vivendo, se isso acontecesse, por ser um negócio praticamente inteiro presencial creio que teríamos uma redução de 80% das idas até a feirinha, pois as pessoas já sabem do se trata de algo muito prejudicial e realmente sério. Caso ocorra novamente teríamos um sistema inteiramente de entregas para os moradores, assim não teríamos uma redução tão prejudicial em relação às vendas, teremos sim uma redução nas vendas, pois muitos clientes são leigos e sem o conhecimento de entregas e aversão ao sistema. O valor que servia para estruturação da feira, seria convertido em recursos para as entregas, como a contratação de motoboys e a compra de suas bolsas de entregas.

12.2. Cenário positivo:

Com o crescimento da cidade pretendemos fazer com que a região cresça, e assim como uma nova empresa e visando até mesmo as necessidades da cidade. A cidade por ser uma grande plantadora de Soja, será a nova sede de uma empresa de exportação de Soja fornecido pelos próprios fazendeiros da cidade, gerando lucros, e vendas para a empresa que deseja fazer as exportações e parcerias. Com isso terá um resultado positivo em relação ao movimento da cidade, teremos novos moradores, possíveis trabalhadores da empresa, possíveis empresas terceirizadas de transporte que trará novos caminhoneiros e irá aumentar o fluxo de viagem e conseqüentemente aumento 40% de visitas da feirinha. Em resposta a esse aumento de fluxo, teríamos música ao vivo, com bandas locais que queiram expor o seu trabalho. Assim a feira atrairia mais visitantes por ter mais entretenimento.



13. OBJETIVOS SUSTENTÁVEIS - ODS:



A feirinha de Peabiru é inteiramente feita ao ar livre, as comidas e ingrediente são feitos de forma orgânica pelos moradores da cidade , atualmente a feirinha se identifica com os seguintes fatores sustentáveis:

- Boa saúde e bem-estar;
- Igualmente de gênero;
- 8. Emprego digno e crescimento econômico;
- Cidades e comunidades sustentáveis;
- Consumo e produção responsáveis.



PEABIRU SQUARE

Letícia Darôz
 Pinheiro Juliana
 Larissa Jacyszen
 Pedro Henrique Martins

1. Sumário Executivo; 2. O conceito do negócio; 3. Mercado e competidores; 4. Equipe necessária para execução do projeto; 5. Descrição do serviço; 6. Estrutura e operações necessárias para o empreendimento; 7. Marketing; 8. Plano financeiro; 9. Avaliação estratégica; 10. Avaliação de cenários.

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Peabiru Square é o nome escolhido para um Centro Gastronômico e Cultural que será construído na cidade de Peabiru, Paraná. A Peabiru Square será um espaço destinado para alimentação, entretenimento e venda de artesanatos regionais, que tem como público-alvo os moradores da cidade e turistas. Pretende ser um local bonito, limpo e agradável para consumo de alimentos saborosos, bem como para entreter a população com jogos como sinuca, baralho e xadrez.

Nosso lucro gira em torno da locação de containers preparados para receber uma cozinha ou uma loja de artesanato. O faturamento mensal é de 8.000,00 reais, o lucro mensal é de 6.600,00 reais no primeiro ano e o montante de capital a ser investido é de 234.500,00 reais. O retorno do capital investido inicia a partir do segundo semestre do terceiro ano do negócio.

O empreendimento será executado na forma jurídica de Sociedade Limitada. Serão três sócios, um responsável pela parte administrativa e financeira da empresa, um comercial responsável pela locação dos containers e um para manutenção do imóvel. Cada sócio vai investir 78.116,66 reais de recurso próprio, ou seja, aproximadamente 33,33% do valor integral a ser investido.

2. CONCEITO DO NEGÓCIO

Nosso negócio será um centro gastronômico cultural, ao qual demos o nome de Peabiru Square. O projeto engloba um espaço com containers para locação, praça de alimentação, venda de artesanatos locais e área de jogos. Pretendemos oferecer aos comerciantes a locação de containers prontos para receber uma cozinha ou loja de artesanato, para que tragam seus negócios para a Peabiru Square.

O objetivo é entreter a população e turistas com um espaço inovador, onde terão acesso a comidas locais e bebidas variadas, artesanatos e jogos. O projeto também visa estimular os turistas que passam pela região a consumirem produtos locais, geração de emprego, entretenimento para população mais idosa, valorização da cultura local e ser um ponto de encontro dos habitantes da cidade. Além disso, escolhemos três Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU para colocar em prática na Peabiru Square, são eles: trabalho digno e crescimento econômico (ODS 08), inovação e infraestrutura (ODS 09) e cidades e comunidades sustentáveis (ODS 11).



3. MERCADO E COMPETIDORES

A cidade de Peabiru conta com uma infraestrutura razoável, com 14 mil habitantes e próximo a cidade de Campo Mourão, com 95 mil habitantes.

Imaginamos um local que seja próximo à rodovia PR-317 ou PR-465, que atravessa a cidade. É necessário um espaço que engloba containers de alimentação e artesanato, além do espaço de jogos, praça de alimentação e estacionamento.

Sugerimos regiões no centro da cidade ou a beira da estrada, com o intuito de chamar mais pessoas de outras cidades para conhecer Peabiru.

Nossa concorrência são os restaurantes, bares e sorveterias de Peabiru e a principal feira de rua da cidade. Alguns dos locais são: Posto BCA Peabiru, Vila Santa Fé, Belini Pesca e Lazer, Posto Corujão, Rancho do Vale, Bar do Jorge, Recanto dos amigos, Restaurante e Lanchonete Catafesta, Pizzaria Bom Gosto, Sorveteria da Cris, Quintal do Espeto Peabiru, Maresia Pizza Bar, Parada Obrigatória Lanchonete e Restaurante e A Tuia Churrascaria.

Os pontos que nos diferem da concorrência são o espaço inovador, ambiente para jogos e venda de artesanatos, local com ambientação, integração de alimentação e lazer, dez containers para locação prontos para receber as cozinhas ou loja de artesanato, variedades de comidas no mesmo local e estacionamento próprio.

4. EQUIPE NECESSÁRIA PARA TOCAR O PROJETO

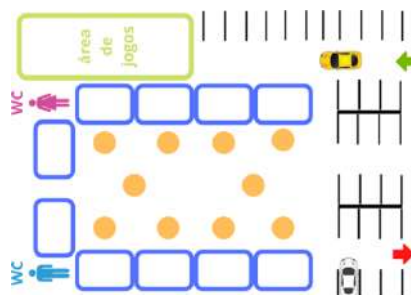
A equipe necessária será composta por três sócios e um colaborador. Um sócio será responsável pela parte administrativa e financeira, um comercial responsável pela locação dos containers e um para manutenção do imóvel.

O colaborador será necessário para ajudar com a parte de administração e financeira. Os outros serviços como limpeza, marketing e manutenção serão terceirizados.

5. DESCRIÇÃO DO SERVIÇO

A Peabiru Square oferecerá dez containers para locação, que podem ser usados tanto por setor gastronômico quanto para venda de artesanatos. Serão dispostos quatro containers de cada lado de forma espelhada e dois acima fechando formato de ferradura, como mostra a imagem abaixo.

Entre os containers ficará a praça de alimentação com mesas e cadeiras confortáveis cobertas por uma tenda. Ao lado da praça, atrás dos containers se encontrará a área de jogos. Na entrada, um estacionamento amplo e seguro e no final da praça banheiros masculino e feminino.



6. ESTRUTURA E OPERAÇÕES NECESSÁRIAS PARA O EMPREENDIMENTO

Nossa estrutura contará com um terreno aberto de espaço amplo, contendo containers (como exemplo na primeira imagem abaixo), praça de alimentação, cobertura simples (como mostra na segunda imagem abaixo), sistema de som, área de jogos, sanitários e estacionamento próprio. Nossa operação se resume em manter o empreendimento registrado, legalizado em conformidade com a legislação municipal e em ótimos estados de uso.



7. MARKETING

A Peabiru Square tem como objetivo ser um lugar muito agradável para socializar e entreter seu público. Nosso centro gastronômico tem um espaço dedicado aos amantes de jogos de tabuleiro, bingo, sinuca e baralho.

Buscaremos diferenciação da concorrência, ao passo que iremos integrar alimentação e lazer, enquanto trazemos comerciantes locais para vender na PeabiruSquare.

Não queremos ser o mais caro, mas também não o mais barato, levando em conta que teremos um ambiente muito aconchegante. Os aluguéis dos nossos containers terão um preço muito bom para o nosso locatário.

Pretendemos divulgar em todas as mídias locais, programas de rádios da cidade, panfletos, jornais, outdoors externos pela cidade e região, atuar também em redes sociais como Instagram, Facebook e Whatsapp.

8. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA FOFA

Pontos fortes: Estimular os turistas que passam pela região a consumirem produtos locais; Geração de empregos; Entretenimento para a população mais idosa; Valorização da cultura local; Ponto de encontro dos habitantes de Peabiru.

Pontos fracos: Lugar novo na cidade; Preço; população de Peabiru comprar a ideia ou não; mix de produtos/serviços; nosso espaço inicial.

Oportunidades: Ampliação de nosso espaço; Criação de novos serviços; Criação de franquias; Captura de parceiros; ser um ponto turístico de Peabiru.

Ameaças: Concorrência; Infraestrutura; Custos; Inflação.



9. 5W2H

What? Peabiru Square.

Why? Criar um espaço inovador e cultural para a cidade. Where? Peabiru, Paraná.

When? A partir de janeiro de 2022.

Who? Sociedade Limitada formada por três sócios. How? Investimento de recurso próprio de cada sócio. How much? 234.500,00 reais no total.

10. AVALIAÇÃO DE CENÁRIOS

A decisão de lançar o empreendimento Peabiru Square tem grande diferencial competitivo por trazer um espaço inovador a cidade, o que torna a empresa forte no quesito disputa de mercado com os demais concorrentes.

Com a implantação do negócio, trará para a economia local posição relevante, pois a mesma gerará emprego e renda para a população Peabiruense.

Nesse momento inicial, para atrair clientes será divulgado promoções com certa frequência e happy hours estendidos, como por exemplo chopp em dobro. Será criado também programa de fidelidade, iremos garantir um benefício adicional em troca de frequência de visitas.



NHACTURAL RESTAURANTE SUSTENTÁVEL

Fabiana Oki
Ana Nalon
Isabel Steffens
Camila Polato

1. Conceito do Negócio; 3. Mercado e Competidores; 4. Equipe de Gestão; 5. Produtos e serviços; 6. Estruturas e Operações; 7. Marketing e Projeção de Vendas; 8. Estratégia de Crescimento; 9. Finanças.

1. O QUE É O NHACTURAL RESTAURANTE SUSTENTÁVEL?

Na prática, a gastronomia sustentável busca repensar toda a cadeia de produção de alimentos. Isso impacta diretamente na gestão, na logística, no uso de recursos, no preparo dos alimentos e até mesmo no que é oferecido no cardápio de restaurantes.

Nos últimos anos, o setor alimentício começou a investir no benefício restaurante sustentável, pois a procura por uma alimentação saudável, com preço qualidade, têm se tornado recorrente entre o público consumidor.

Comidas saudáveis e preparadas com utensílios sustentáveis passaram a agregar muito valor hoje em dia. Os deliveries de comida saudável também fazem sucesso e são uma ótima escolha de investimento.

Mas, a grande questão é: como funciona um restaurante sustentável e o que o torna tão atrativo?

O termo sustentável vem de sustentabilidade, que são atividades feitas para suprir necessidades sem comprometer ações do futuro.

Tudo isso está ligado com o desenvolvimento econômico, que não agride o meio ambiente, usando alternativas naturais inclusive o projeto arquitetônico, que idealmente deve permitir o uso de energia solar, usar revestimentos à base de materiais reciclados e ter sistemas de iluminação inteligente, com sensores de presença e lâmpadas econômicas. Isso tudo sem esquecer-se da criação de ambientes arejados e com ventilação cruzada, para poupar energia elétrica. Por fim, não custa incluir uma cisterna que armazene água da chuva e umas torneiras inteligentes.

O aspecto mais central seja o de evitar o desperdício, mas a dificuldade começa com o próprio cliente.

Um grande aliado do não desperdício é o cardápio degustação. Num cardápio à la carte muito extenso, é impossível acertar o que o público vai pedir. O resultado é um pré-preparo sempre exagerado e uma quantidade imensa de lixo. Não, não precisa ser longo, chato e ter 300 pratos, porque ninguém aguenta mais, mas menus fixos ajudam a evitar as sobras.

Reduzir, reutilizar e reciclar. Os três R's que podem fazer uma enorme diferença para o bolso e para o meio ambiente.



2. SUMÁRIO EXECUTIVO

A procura por alimentos naturais, com menos adição de agrotóxicos vem crescendo continuamente. Segundo especialistas a procura por comida pronta e saudável cresceu ao longo do último ano. Hoje, o Brasil ocupa a 7ª posição no mercado de alimentos e bebidas saudáveis no mundo com consumidores buscando aliar praticidade com a boa alimentação.

O Nhactural é um restaurante sustentável, para pessoas que desejam comida com qualidade sustentável e preço justo, unindo o hábito de alimentação saudável ao seu dia a dia.

Peabiru ainda não tem um restaurante com a indicação de sustentabilidade e preço de qualidade pelo alimento oferecido. Identificamos a carência e necessidade dos habitantes para esse potencial extraordinário de crescimento tanto econômico como social.

3. CONCEITO DO NEGÓCIO

3.1 Principal Objetivo:

O Nhactural é um restaurante sustentável que tem o intuito de oferecer uma alimentação saudável investindo em sistemas de reaproveitamento dos alimentos, estimulando as práticas de consumo consciente, criando cardápios que levem em consideração as sobras do dia anterior, talos, folhas ou cascas, alimentos da época, além de oferecer um espaço sustentável, reaproveitando móveis, utilizando palhetes para confecção de mesas cadeiras, bancos, armários, bancadas, hortas, plantando no ambiente árvores frutíferas, e o que não pode ser aproveitado na cozinha como alimentação será usado para compostagem na nossa horta ou doado para agricultores locais.

Nosso restaurante será voltado para Pessoas físicas (no local) com Buffet de self-service livre, empresas e hospitais (através do Delivery) oferecendo comida com qualidade garantida em marmiteix de vários tamanhos e quantidades de acordo com a necessidade do cliente, e aos sábados ofereceremos o prato típico da cidade “cordeiro ao molho de vinho” com música ao vivo, trazendo um pouco mais da festa típica da cidade para os moradores.

Nosso horário de funcionamento será inicialmente de Segunda de Sábado, de 8:00 a 16:00 para os funcionários e ao público das 10:30 às 14:00 horas, servindo apenas almoços inicial e futuramente almoço e jantares.

4. MERCADO E COMPETIDORES

A crise em 2020 provocou diversas mudanças de hábitos na sociedade, acelerando algumas tendências que já apareciam no mercado e trazendo outras inovações. No setor alimentício isso não seria diferente, visto que o mesmo foi diretamente impactado pelo cenário e foi preciso que os empreendedores se reinventassem em diversos pontos para se manterem firmes.

Mercado - Observando a cidade de PEABIRU vimos que grande parte da população vivente no local, são compostas por descendentes de alemães, italianos e japoneses. Segundo dados do IBGE, no Censo de 2010, o município possui 13.624 habitantes. A população feminina representa 6.994 dos habitantes, enquanto os homens são 6.630, com isso pensamos implantar na cidade um local onde seus moradores pudessem se alimentar saudável aproveitando a cultura, agrícola e pecuária local da cidade, fizemos uma pequena



pesquisa e observamos que a cidade ainda não possui nenhum restaurante sustentável. Os competidores seriam comerciantes e donos de restaurantes, pensões locais, boa parte se encontra no centro e próximo ao centro, embora Peabiru seja uma cidade pequena, na pesquisa de valores das refeições oferecidas estão dentro dos valores entre R\$ 15,00 a R\$25,00 a grande reclamação é devido a qualidade dos alimentos oferecidos e demora no atendimento.

4.1 Tendências de Consumo – Alimentação saudável

Durante a pandemia, sentimentos como estresse e ansiedade foram assuntos amplamente discutidos. Dessa forma, as preferências de consumo para o próximo ano, no geral, visam alimentos que promovam o bem-estar físico e mental, que sejam saudáveis e que fortaleçam a imunidade.

Segundo o presidente de nutrição da norte-americana ADM, líder global em nutrição, “há uma maior demanda para alimentos e bebidas que apoiam o sistema imunológico, melhoram o humor e reduzam impactos ambientais”. Além disso, segundo um levantamento da própria ADM, 50% dos consumidores relataram uma preferência por alimentos e bebidas saudáveis.

4.2 Diminuição de interação humana

Enquanto a questão da pandemia não é controlada, é recomendado que as pessoas mantenham distanciamento entre si e evitem ambientes com muitas pessoas. Atualmente, os restaurantes possuem um maior espaçamento entre as mesas e alguns contam até com placas de acrílico nas mesas ou entre elas, que servem de barreira.

Assim, em 2021, é importante repensar em servir bufês, usar travessas compartilhadas e começar a considerar a digitalização de cardápios, reservas, pedidos e serviços. Os ambientes abertos também devem ganhar destaque frente aos fechados, visto que dessa forma a propagação do vírus é menor.

4.3 Digitalização dos Restaurantes

Essa tendência foi notoriamente acelerada nos últimos meses. Dados afirmam que o volume de pedidos no iFood cresceu 45%, de arco para agosto deste ano, além de ter mais de 75 mil novos restaurantes cadastrados no aplicativo.

5. EQUIPE DE GESTÃO

Nhactural terá uma equipe com profissionais experientes em gestão comercial um Chef de cozinha formado em culinária sustentável. A empresa contará com a presença de um Nutricionista, com experiência nesse segmento de mercado, contribuindo para o planejamento estratégico dos menus de gustativos. Serão contratados também profissionais que além do conhecimento que já possuem terão um treinamento dado pela empresa no local pelo Chef de Cozinha e Nutricionista.

Nhactural, também contará com um contador para cuidar de toda parte financeira.



6. PRODUTOS E SERVIÇOS

Os produtos que serão oferecidos pelo Restaurante Nhactural, serão almoços oferecido de 10:30 às 14:00 horas feitos através de buffet self service sem balança, com direito a escolha de 2 proteínas (carne vermelha, porco, frango, peixe), e todos os sábados serviremos um cardápio voltado ao prato típico da cidade que é carneiro ao molho de vinho, cardápios segundo as estações e marmitex com variedade de quantidade pelo valor de R\$ 15,00 o Buffet e o cordeiro ao molho de vinho R\$ 50.00 a refeição que poderá servir até 2 pessoas, com intuito de garantir que o cliente coma conforme sua necessidade, com garantia de um cardápio de qualidade e sustentabilidade, oferecendo receitas deliciosas usando alimentos frescos e reaproveitáveis, pois nosso diferencial será nosso Menu e uma equipe treinada para melhor atendimento ao cliente, que oferecerá qualidade, sabor, ótimo preço visando sempre o melhor para o cliente sustentabilidade como principal diferencial, massa empresa também terá o objetivo de atender as classes A e B, e, pois a alimentação saudável é de alta qualidade e requinte, com o objetivo de atingir mercado alimentício com produtos diferenciados e exclusivos.

7. ESTRUTURAS E OPERAÇÕES

DESCRIÇÃO DO IMÓVEL

JARDIM VICTÓRIA - PEABIRU / PR

O Loteamento Jardim Victória de PEABIRU, está localizado ao lado do centro da cidade, em frente ao Jardim Bela Vista e o Jardim Porto Seguro.

INFRAESTRUTURA COMPLETA

O loteamento contará com infraestrutura completa, como a execução de asfalto CBUQ (quente), rede de água potável, rede de distribuição de energia e iluminação pública, arborização, rede coletora de águas pluviais etc.

TERRENO NA MEDIDA CERTA .

O lote tem frente de 15m com áreas de até 300m².

CARACTERÍSTICAS DO IMÓVEL

Arborização, asfalto com CBUQ, energia e iluminação, galeria de Águas Pluviais, permite casa germinada, próximo ao Centro, Rede de água potável, Área verde.

Pensamos em uma localização próximo ao centro, porém em lugar onde tivesse área verde, próximo a natureza assim na construção do restaurante iria ser favorável na iluminação e demais necessidades da construção, assim teríamos uma grande diminuição de custos, além do contato direto com fornecedores locais, agricultores, agropecuaristas locais, marceneiros locais e demais artesões.

A infraestrutura básica pode ser resumida em:

Cozinha ampla Refeitório coberto

Refeitório aberto com deck e pequeno palco coberto para músicos. Espaço para treinamento dos funcionários Espaço de horta

Espaço de recreação infantil.

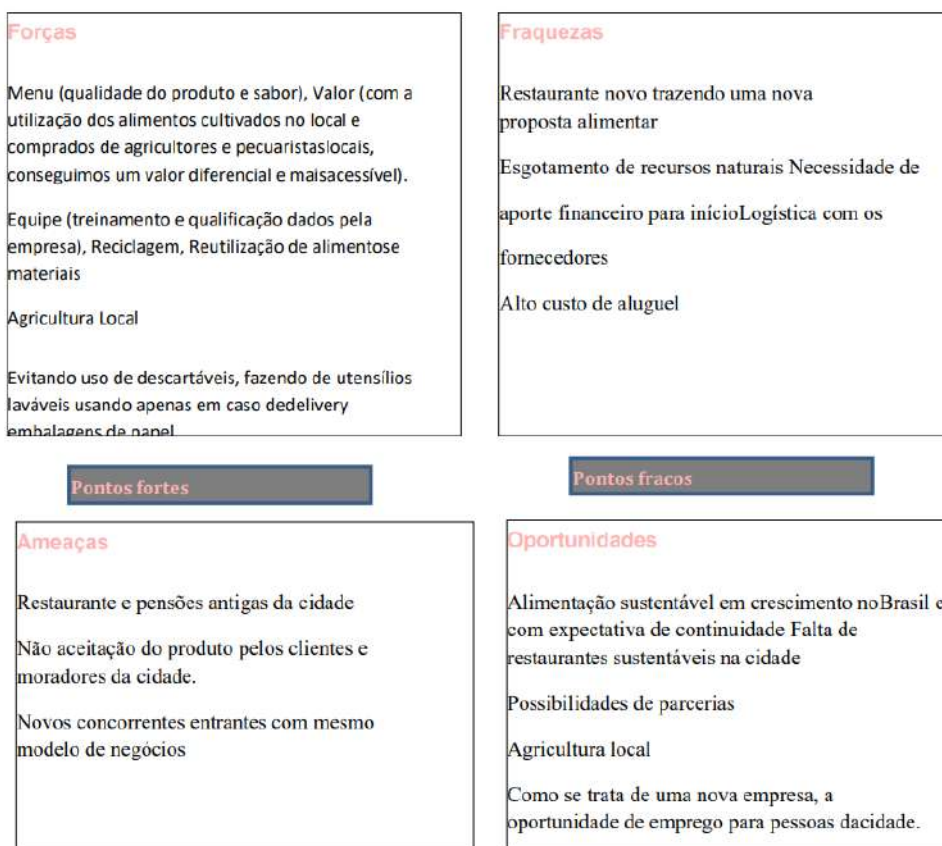


8. MARKETING E PROJEÇÃO DE VENDAS

Divulgação de nosso trabalho será feita através de redes sociais (por impulsos no Instagram e Facebook), festa típica uma vez ao mês na última sexta- feira do mês, panfletagem utilizando panfletos de papel semente e um Outdoor na BR da cidade.

9. ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO

Restaurante Nhactural tem por estratégia de crescimento de médio prazo tirar proveito de seu pioneirismo na área em que atuará para consolidar sua marca e tornar-se referência no mercado de alimentação sustentável. A estratégia de crescimento de longo prazo de Nhactural será embasada na padronização de seu modelo de negócio para levar uma alimentação mais saudável e de baixo custo a população de PEABIRU.



10. CENÁRIO

10.1 Preferencialmente indicar as possibilidades de crescimento e/ou expansão

Diante a conversa com morador e arquiteto Marcos, que nos falou um pouco sobre a cidade de Peabiru, sobre costumes mais rústicos, sobre a dificuldade dos próprios moradores frequentarem lugar que aparentem ter aspecto mais requintado, entre outras dúvidas tiradas, concluímos que a implantação de um restaurante natural sustentável seria uma ótima ideia, pois além de ser algo inovador, onde poderíamos aproveitar um dos grandes fortes da cidade que é a agricultura como parceria, apesar do fato de sermos o primeiro restaurante Sustentável da cidade, enfrentaríamos as seguintes dificuldades de



ser um novo negócio, onde ainda não temos a confiança dos clientes por se tratar de algo novo, pelos clientes não conhecerem a qualidade dos alimentos oferecidos.

Como estratégia pensamos em usar um preço acessível e a oferta de uma alimentação de qualidade e saudável que atenderia ao público de crianças a melhor idade, tendo cardápio destinado para pessoas, hipertensas, diabéticas, onde visamos todo tempo qualidade de vida, desde o preparo até a entrega do alimento, também como estratégia escolhemos trabalhar oferecendo Buffet Self Service com a opção de escolha de 2 carnes sem balança, assim o cliente tem garantia de comer o quanto for necessário segundo suas necessidades, sem desperdício, e aos sábados servindo o carneiro em uma quantidade que atende 2 pessoas, assim 2 amigos podem dividir o valor e comer o prato típico por um valor acessível. Após 8 meses de abertura, pensamos em aumentar o quadro de funcionários, e no início do segundo ano, na probabilidade de servimos jantares, também com grande possibilidade de expansão para cidade mais próxima vizinha como Campo Mourão, Terra Boa e Engenheiro Beltrão, essas possibilidades serão possíveis logo no início do segundo ano, e com passar dos três primeiros anos, podendo se expandir para outras regiões como Paraná, Rio de Janeiro, Manaus, pois nosso crescimento se dará continuamente com o passar dos dias.

10.2. Cenários Alternativos: Há cenários que demonstrem possibilidades de resultados mais otimistas? Há cenários limítrofes que não são o ideal e, mesmo assim, permitem à empresa evoluir?

Inicialmente, trabalharíamos com cenário limítrofe pois nos limitaríamos a venda de refeições apenas em Peabiru, devido ao custo para entrega em cidades vizinhas, e por sermos um restaurante novo, mas, isso não nos limitaria de evoluir a empresa, devido aos sábados oferecemos o prato típico carneiro ao vinho, com música ao vivo e ambiente familiar, além das divulgações que atingiriam cidades vizinhas e turistas que visitam cidade.

Nosso projeto foi montado visando o cenário atual, em quase pós pandemia, onde as pessoas já estão quase todas vacinadas, por este motivo escolhemos montar o restaurante respeitando normal do COVID, sendo bem arejado. Também visamos o preço, pois sabemos das dificuldades atuais onde muitos ficaram desempregados, onde muitos estabelecimentos quebraram por falta de recursos devido a situação da pandemia. Estabelecemos metas de venda abaixo da média normal, um restaurante com média normal antes da pandemia chega vender mais de 100 refeições diárias, devido a pandemia e por ser um restaurante novo, trabalhamos com uma média de 50 refeições por dia na inauguração e nos primeiros meses, chegando a 70 refeições diárias como estabilidade no cenário atual.

CONTA NO CENÁRIO ATUAL

50 refeições vendidas

AO DIA = R\$750

A SEMANA= R\$4.500 AO MÊS = R\$126.000

25 refeições de carneiro A SEMANA= R\$1.250 TOTAL AO MÊS = R\$5.000

TOTAL VALOR MENSAL= R\$131.000,00 DESPESAS = R\$ 58.843,20 FUNDO= R\$12.000 RETIRADA= R\$10.000

GIRO TOTAL= R\$50.156,80 MENSAL



$$50.156,80 \times 7 \text{ MESES} = 351.097,60 / (\text{DIVIDO}) 234.790,20 = 1,49536735349$$

7 PRIMEIROS MESES CONTAS EM CENÁRIO OTIMISTA

100 refeições vendidas

AO DIA = R\$ 1.500

A SEMANA= R\$9.000 AO MÊS = R\$252.000

100 refeições de carneiro A SEMANA= R\$5.000 TOTAL AO MÊS = R\$20.000

TOTAL VALOR MENSAL= R\$272.000,00 DESPESAS = R\$ 58.843,20 FUNDO= R\$12.000 RETIRADA= R\$10.000

GIRO TOTAL = R\$191.156,80 (MENSAL)

$$191.156,80 \times 12 \text{ MESES} = 2.293.881,60 / (\text{DIVIDO}) 234.790,20 = 9,76992055034 - 12 \text{ MESES.}$$

10.3 Note que estabelecer cenários é mais do que apenas denominá-los de otimista e pessimista. Você precisa apresentar as premissas que levarão a cenários mais ou menos convidativos.

Nossas maiores dificuldades nos primeiros meses, serão por sermos um novo restaurante, o que faz com que o cliente fique desconfiado, também temos o fato de sermos um restaurante sustentável, o que é novo na cidade e muitos clientes ficarão em dúvida do que será servido no local, por este motivo visamos trabalhar de uma forma que todos já conhecem que é Buffet Self Service, sem balança, marmiteira e delivery, também oferecendo o prato típico todos os sábados em uma quantidade para duas pessoas onde, duas pessoas podem comer juntas dividindo o valor da refeição para que o cliente possa entender nossa proposta.

Além da divulgação em redes sociais, e nas feiras da cidade, eventos, fazendo uma festa de inauguração no local oferecendo o prato típico, música ao vivo, lembrando a festa da cidade local.

DESPESAS	FIXAS	MESES	
Nomes	R\$		
	55.000+R\$30.000		
Construção			
Gestão/ equipe		R\$ 10.978	
Decoraç	R\$ 15.255		
Alimentos	R\$ 47.837		
			R\$42.8
47,70 + R\$			
			791 50
Com	R\$	Total	Investiment
	234.790,20		nt



(G) Giro e despesa		(M) Mês	1 a 5 anos	SEG á SAB 8:00	
(D) Despesas		(S) Semana		ÁS 14:00	
Pratos	Prato R\$ 15,00	Prato R\$	Prato R\$ 22,00	Custo R\$	
	Carneiro R\$ 50.00	20	Carneiro R\$	40	
		Carneiro R\$	65.00	Carneiro R\$	
	1 ANO	60.00 2 ANO	3 ANO	100.00	
				4 e 5 ANO	
50 buffet	50 refeições vendidas	70 refeições vendidas AO DIA = R\$1.400 A SEMANA= R\$8.400	80 refeições vendidas	100 refeições vendidas AO DIA = R\$4.000	
25 carneiro 4 dias na semana todo sábado)	AO DIA = R\$750	AO MÊS = R\$235.200	AO DIA = R\$1.760A SEMANA= R\$10.560 AO MÊS = R\$295.680	A SEMANA= R\$24.000 AO MÊS = R\$672.000	
	A SEMANA= R\$4.500 AO MÊS = R\$126.000	30 refeições de carneiro	40 refeições de carneiro	80 refeições de carneiro	
1 MÊS	25 refeições de carneiro	A SEMANA= R\$1.800 TOTAL AO MÊS = R\$7.200TOTAL VALOR MENSAL= R\$242.400,00	A SEMANA= R\$2.600	A SEMANA= R\$8.000 TOTAL AO MÊS = R\$32.000 TOTAL VALOR	
	A SEMANA= R\$1.250 TOTAL AO MÊS = R\$5.000		TOTAL AO MÊS = R\$10.400	MENSAL= R\$704.000,00	
PAGAMENTO 1 PARCELA DO INVESTIMENTO	TOTAL VALOR MENSAL= R\$131.000,00		TOTAL VALOR MENSAL= R\$306.080,00		
#####			DESPESAS = R\$ 80.000		
	DESPESAS = R\$ 58.843,20				
	PARCELA=				
PARCELAMO SEM 5x	#####	DESPESAS = R\$ 68.843,20 FUNDO= R\$22.000 RETIRADA= R\$20.000 INVESTIMEN TO = R\$20.000 GIRO TOTAL= R\$111.556,80 MENSAL	FUNDO= R\$20.000 RETIRADA= R\$30.000 INVESTIMEN TO = R\$40.000	DESPESAS = R\$	
				100.000 FUNDO= R\$30.000 RETIRADA= R\$ 30.000 INVESTIMEN TO= R\$200.000	
	FUNDO= R\$12.000 RETIRADA= R\$10.000			GIRO TOTAL= R\$136.080,00 MENSAL	
	GIRO TOTAL= R\$3.198,76 MENSAL				GIRO TOTAL= R\$344.000 MENSAL
60 buffet	60 refeições vendidas	70 refeições vendidas AO DIA = R\$1.400	80 refeições vendidas	100 refeições vendidas AO DIA = R\$4.000	
25 carneiro sábado	AO DIA = R\$900		AO DIA = R\$1.760A SEMANA=		



	A SEMANA= R\$5.400			
2 MÊS	AO MÊS = R\$151.200	A SEMANA= R\$8.400	R\$10.560 AO MÊS =	A SEMANA= R\$24.000
	25 refeições de carneiro	AO MÊS =	R\$ 295.680	AO MÊS =
	A SEMANA= R\$1.250	R\$ 235.200	40 refeições de	R\$ 672.000
PAGAMENTO 2 PARCELA DO INVESTIMENT	TOTAL AO MÊS = R\$5.000	30 refeições de carneiro	carneiro	80 refeições de carneiro
	TOTAL VALOR MENSAL=	A SEMANA= R\$1.800	A SEMANA= R\$2.600	A SEMANA= R\$8.000
	#####	TOTAL AO	TOTAL AO MÊS =	TOTAL AO
			R\$ 10.400	
O	DESPESAS = R\$ 58.843,20	MÊS = R\$7.200	TOTAL VALOR	MÊS = R\$32.000
#####		TOTAL VALOR MENSAL=	MENSAL= R\$306.080,00	TOTAL VALOR
		R\$ 242.400,00	DESPESAS = R\$	MENSAL=
	PARCELA=	DESPESAS =	80.000	R\$ 704.000,00
	#####	R\$ 68.843,20	FUNDO= R\$20.000	
		FUNDO=	RETIRADA=	DESPESAS =
	FUNDO= R\$12.000	R\$ 22.000	R\$ 30.000	R\$ 100.000
	RETIRADA=	RETIRADA=		FUNDO=
	R\$ 10.000	R\$ 20.000	GIRO TOTAL=	R\$ 30.000
		GIRO TOTAL=	R\$ 226.030,00	RETIRADA= R\$
	GIRO TOTAL=	R\$ 131.556,80	MENSAL	30.000
	#####	MENSAL		
	MENSAL			GIRO TOTAL=
				R\$ 544.000
				MENSAL
60 buffet	60 refeições vendidas	70 refeições vendidas	80 refeições vendidas	100 refeições vendidas
25 carneiro sábado	AO DIA = R\$900	AO DIA = R\$1.400	AO DIA = R\$1.760A SEMANA=	AO DIA = R\$4.000
	A SEMANA= R\$5.400			
	AO MÊS = R\$151.200	A SEMANA=	R\$ 10.560	A SEMANA=
	25 refeições de carneiro	R\$ 8.400	AO MÊS = R\$ 295.680	R\$ 24.000
3 MÊS	A SEMANA= R\$1.250	AO MÊS = R\$235.200	40 refeições de	AO MÊS = R\$672.000
	TOTAL AO MÊS =	30 refeições de	carneiro	80 refeições de
PAGAMENTO	R\$5.000 TOTAL VALOR MENSAL=	carneiro	A SEMANA= R\$2.600	carneiro
3 PARCELA DO	#####	A SEMANA= R\$1.800 TOTAL AO	TOTAL AO MÊS = R\$10.400	A SEMANA= R\$8.000 TOTAL AO
INVESTIMENT O		MÊS = R\$7.200 TOTAL VALOR MENSAL=	TOTAL VALOR MENSAL= R\$306.080,00	MÊS =
#####	DESPESAS = R\$ 58.843,20	R\$ 242.400,00	DESPESAS = R\$	R\$32.000 TOTAL VALOR



				MENSAL=
	PARCELA=	DESPESAS =	80.000	R\$ 704.000,00
	#####	R\$ 68.843,20	FUNDO= R\$20.000	
		FUNDO=	RETIRADA=	DESPESAS =
	FUNDO= R\$12.000	R\$ 22.000	R\$ 30.000	R\$ 100.000
	RETIRADA=	RETIRADA=		FUNDO=
	R\$ 10.000	R\$ 20.000		R\$ 30.000
				RETIRADA= R\$ 30.000
	GIRO TOTAL= R\$28.398,76 MENSAL	R\$131.556,80 MENSAL	GIRO TOTAL= R\$226.030,00 MENSAL	GIRO TOTAL= R\$544.000 MENSAL
70 buffet	70 refeições vendidas	70 refeições vendidas AO	80 refeições vendidas	100 refeições vendidas AO DIA =
25 carneiro sábado	AO DIA = R\$1.050	DIA = R\$1.400	AO DIA = R\$1.760A	R\$ 4.000
	A SEMANA= R\$6.300		SEMANA=	
4 MÊS	AO MÊS = R\$176.400	A SEMANA= R\$8.400	R\$10.560 AO MÊS =	A SEMANA= R\$24.000
	25 refeições de carneiro	AO MÊS =	R\$ 295.680	AO MÊS =
	A SEMANA= R\$1.250	R\$ 235.200	40 refeições de	R\$ 672.000
PAGAMENTO 3 PARCELA DO INVESTIMENT	TOTAL AO MÊS = R\$5.000	30 refeições de carneiro	carneiro	80 refeições de carneiro
	TOTAL VALOR	A SEMANA=	A SEMANA= R\$2.600	A SEMANA=
	MENSAL= R\$181.400,00	R\$1.800 TOTAL AO	TOTAL AO MÊS = R\$10.400	R\$8.000 TOTAL AO
O	DESPESAS = R\$ 58.843,20	MÊS = R\$7.200	TOTAL VALOR MENSAL=	MÊS = R\$32.000
#####		TOTAL VALOR	R\$ 306.080,00	TOTAL VALOR
		MENSAL=		
		R\$ 242.400,00	DESPESAS = R\$	MENSAL=
	PARCELA=	DESPESAS =	80.000	R\$ 704.000,00
	#####	R\$ 68.843,20	FUNDO= R\$20.000	
		FUNDO=	RETIRADA=	DESPESAS =
	FUNDO= R\$12.000	R\$ 22.000	R\$ 30.000	R\$ 100.000
	RETIRADA=	RETIRADA=		FUNDO=
	R\$ 10.000	R\$ 20.000	GIRO TOTAL=	R\$ 30.000
			R\$ 226.030,00	RETIRADA= R\$
	GIRO TOTAL=	GIRO TOTAL=	MENSAL	30.000
	#####	R\$ 131.556,80		
	MENSAL	MENSAL		GIRO TOTAL=
				R\$ 544.000
				MENSAL
70 buffet	70 refeições vendidas		80 refeições vendidas	100 refeições vendidas AO DIA = R\$4.000
25 carneiro sábado	AO DIA = R\$1.050	70 refeições vendidas AO DIA = R\$1.400	AO DIA = R\$1.760A	
		A SEMANA= R\$8.400	SEMANA=	



	A SEMANA= R\$6.300	AO MÊS = R\$235.200		
5 MÊS	AO MÊS = R\$176.400	30 refeições de carneiro	R\$ 10.560	A SEMANA=
	25 refeições de	A SEMANA= R\$1.800 TOTAL AO MÊS = R\$7.200 TOTAL VALOR MENSAL= R\$242.400,00 DESPESAS = R\$ 68.843,20 FUNDO= R\$22.000 RETIRADA= R\$20.000	AO MÊS =	R\$ 24.000
	carneiro		R\$ 295.680	AO MÊS =
	A SEMANA= R\$1.250	GIRO TOTAL= R\$131.556,80 MENSAL	40 refeições de	R\$ 672.000
PAGAMENTO 3 PARCELA DO INVESTIMENT	TOTAL AO MÊS = R\$5.000		carneiro	80 refeições de carneiro
	TOTAL VALOR		A SEMANA= R\$2.600	A SEMANA=
	MENSAL= R\$181.400,00		TOTAL AO MÊS = R\$10.400	R\$8.000 TOTAL AO
O	DESPESAS = R\$ 58.843,20		TOTAL VALOR MENSAL=	MÊS = R\$32.000
#####			R\$ 306.080,00	TOTAL VALOR
QUITAMOS O DINHEIRO	PARCELA= R\$46.958,04		DESPESAS = R\$ 80.000	MENSAL= R\$704.000,00
			FUNDO= R\$20.000	
INVESTIDO	FUNDO= R\$12.000		RETIRADA= R\$30.000	DESPESAS = R\$ 100.000
	RETIRADA=			FUNDO=
	R\$ 10.000		GIRO TOTAL=	R\$ 30.000
			R\$ 226.030,00	RETIRADA= R\$
	GIRO TOTAL=		MENSAL	30.000
	#####			
	MENSAL			GIRO TOTAL=
				R\$ 544.000
				MENSAL
70 buffet	70 refeições vendidas	70 refeições vendidas	80 refeições vendidas	100 refeições vendidas
	AO DIA = R\$1.050		AO DIA = R\$1.760	
25 carneiro sábado	A SEMANA= R\$6.300 AO MÊS = R\$176.400	AO DIA = R\$1.400	A SEMANA= R\$10.560 AO MÊS = R\$295.680	AO DIA = R\$4.000
	25 refeições de	A SEMANA=	40 refeições de carneiro	A SEMANA=
6 MÊS	carneiro	R\$8.400 AO MÊS = R\$235.200	A SEMANA= R\$2.600	R\$24.000 AO MÊS = R\$672.000
	A SEMANA= R\$1.250 TOTAL AO MÊS = R\$5.000	30 refeições de carneiro	TOTAL AO MÊS = R\$10.400	80 refeições de carneiro
	TOTAL VALOR MENSAL= R\$181.400,00	A SEMANA= R\$1.800 TOTAL AO MÊS = R\$7.200	TOTAL VALOR MENSAL= R\$306.080,00 DESPESAS = R\$ 80.000	A SEMANA= R\$8.000 TOTAL AO MÊS = R\$32.000



		TOTAL VALOR MENSAL= R\$242.400,00 DESPESAS =	FUNDO= R\$20.000 RETIRADA= R\$30.000	TOTAL VALOR MENSAL= R\$704.000,00
	DESPESAS = R\$ 58.843,20	R\$ 68.843,20 FUNDO= R\$22.000 RETIRADA= R\$20.000		
			GIRO TOTAL= R\$226.030,00 MENSAL	DESPESAS = R\$ 100.000 FUNDO= R\$30.000 RETIRADA= R\$ 30.000
	FUNDO= R\$12.000 RETIRADA= R\$10.000	GIRO TOTAL= R\$131.556,80 MENSAL		GIRO TOTAL= R\$544.000 MENSAL
	GIRO TOTAL= R\$100.556,80 MENSAL			
70 buffet	70 refeições vendidas	70 refeições vendidas AO DIA = R\$1.400	80 refeições vendidas	100 refeições vendidas AO DIA = R\$4.000
25 carneiro sábado	AO DIA = R\$1.050	A SEMANA= R\$8.400	AO DIA = R\$1.760 A SEMANA= R\$10.560	A SEMANA= R\$24.000
	A SEMANA= R\$6.300 AO MÊS = R\$176.400	AO MÊS = R\$235.200	AO MÊS =	AO MÊS = R\$672.000
7 MÊS	25 refeições de	30 refeições de carneiro	R\$ 295.680	80 refeições de carneiro
	carneiro	A SEMANA= R\$1.800 TOTAL AO MÊS = R\$7.200	40 refeições de carneiro	A SEMANA= R\$8.000 TOTAL AO MÊS = R\$32.000
	A SEMANA= R\$1.250 TOTAL AO MÊS = R\$5.000	TOTAL VALOR MENSAL= R\$242.400,00 DESPESAS =	A SEMANA= R\$2.600	TOTAL VALOR MENSAL= R\$704.000,00
	TOTAL VALOR MENSAL= R\$181.400,00	R\$ 68.843,20 FUNDO= R\$22.000 RETIRADA= R\$20.000	TOTAL AO MÊS = R\$10.400	
			TOTAL VALOR MENSAL= R\$306.080,00 DESPESAS = R\$ 80.000	DESPESAS = R\$ 100.000 FUNDO= R\$30.000 RETIRADA= R\$ 30.000
	DESPESAS = R\$ 58.843,20	GIRO TOTAL= R\$131.556,80 MENSAL	FUNDO= R\$20.000 RETIRADA= R\$30.000	
				GIRO TOTAL= R\$544.000 MENSAL
	FUNDO= R\$12.000 RETIRADA= R\$10.000		GIRO TOTAL= R\$226.030,00 MENSAL	
	GIRO TOTAL= R\$100.556,80 MENSAL			



70 buffet	70 refeições vendidas	70 refeições vendidas AO DIA = R\$1.400 A SEMANA= R\$8.400	80 refeições vendidas	100 refeições vendidas AO DIA = R\$4.000
25 carneiro sexta	AO DIA = R\$1.050	AO MÊS = R\$235.200	AO DIA = R\$1.760A SEMANA= R\$10.560 AO MÊS = R\$295.680	A SEMANA= R\$24.000 AO MÊS = R\$672.000
	A SEMANA= R\$6.300 AO MÊS = R\$176.400	30 refeições de carneiro	40 refeições de carneiro	80 refeições de carneiro
8 MÊS	25 refeições de carneiro	A SEMANA= R\$1.800	A SEMANA= R\$2.600	A SEMANA=
	A SEMANA= R\$1.250 TOTAL AO MÊS = R\$5.000			R\$ 8.000
	TOTAL VALOR	TOTAL AO	TOTAL AO MÊS =	TOTAL AO
	MENSAL=	MÊS = R\$7.200	R\$ 10.400	MÊS =
	#####	TOTAL VALOR	TOTAL VALOR	R\$ 32.000
		MENSAL=	MENSAL=	TOTAL VALOR
	DESPESAS = R\$	R\$ 242.400,00	R\$ 306.080,00	MENSAL=
	58.843,20	DESPESAS =	DESPESAS = R\$	R\$ 704.000,00
		R\$ 68.843,20	80.000	
	FUNDO= R\$12.000	FUNDO=	FUNDO= R\$20.000	DESPESAS =
	RETIRADA= R\$ 10.000	R\$ 22.000	RETIRADA= R\$ 30.000	R\$ 100.000
		R\$ 20.000		R\$ 30.000
	GIRO TOTAL=		GIRO TOTAL=	RETIRADA= R\$
	#####	GIRO TOTAL=	R\$ 226.030,00	30.000
	MENSAL	R\$ 131.556,80	MENSAL	INVESTIMEN
		MENSAL		TO= R\$200.000
				GIRO TOTAL=
				R\$ 544.000
				MENSAL
70 buffet	70 refeições vendidas	70 refeições vendidas	80 refeições vendidas	100 refeições vendidas
25 carneiro sábado	AO DIA = R\$1.050	AO DIA = R\$1.400	AO DIA = R\$1.760A SEMANA=	AO DIA = R\$4.000
	A SEMANA= R\$6.300			
9 MÊS	AO MÊS = R\$176.400	A SEMANA= R\$8.400	R\$10.560 AO MÊS =	A SEMANA= R\$24.000
	25 refeições de carneiro	AO MÊS =	R\$ 295.680	AO MÊS =
	A SEMANA= R\$1.250	R\$ 235.200	40 refeições de	R\$ 672.000
	TOTAL AO MÊS =	30 refeições de	carneiro	80 refeições de
	R\$ 5.000	carneiro	A SEMANA=	carneiro
	TOTAL VALOR	A SEMANA=	R\$ 2.600	A SEMANA=
	MENSAL=	R\$ 1.800	TOTAL AO MÊS =	R\$ 8.000
	#####	TOTAL AO	R\$ 10.400	TOTAL AO



		MÊS = R\$7.200	TOTAL VALOR	MÊS =
	DESPESAS = R\$	TOTAL VALOR	MENSAL=	R\$ 32.000
	58.843,20	MENSAL=	R\$ 306.080,00	TOTAL VALOR
		R\$ 242.400,00	DESPESAS = R\$	MENSAL=
	FUNDO= R\$12.000	DESPESAS =	80.000	R\$ 704.000,00
	RETIRADA=	R\$ 68.843,20	FUNDO= R\$20.000	
	R\$ 10.000	FUNDO=	RETIRADA=	DESPESAS =
		R\$ 22.000	R\$ 30.000	R\$ 100.000
	GIRO TOTAL=	RETIRADA=		FUNDO=
	#####	R\$ 20.000	GIRO TOTAL=	R\$ 30.000
	MENSAL		R\$ 226.030,00	RETIRADA= R\$
		GIRO TOTAL=	MENSAL	30.000
		R\$ 131.556,80		
		MENSAL		GIRO TOTAL=
				R\$ 544.000
				MENSAL
70 buffet	70 refeições vendidas	70 refeições vendidas AO DIA = R\$1.400 A SEMANA= R\$8.400	80 refeições vendidas	100 refeições vendidas AO DIA = R\$4.000
25 carneiro sábado	AO DIA = R\$1.050	AO MÊS = R\$235.200	AO DIA = R\$1.760A SEMANA= R\$10.560 AO MÊS = R\$295.680	A SEMANA= R\$24.000 AO MÊS = R\$672.000
	A SEMANA= R\$6.300 AO MÊS = R\$176.400	30 refeições de carneiro	40 refeições de carneiro	80 refeições de carneiro
10 MÊS	25 refeições de carneiro	A SEMANA= R\$1.800 TOTAL AO MÊS = R\$7.200 TOTAL VALOR MENSAL= R\$242.400,00	A SEMANA= R\$2.600	A SEMANA= R\$8.000 TOTAL AO MÊS = R\$32.000 TOTAL VALOR MENSAL= R\$704.000,00
	A SEMANA= R\$1.250 TOTAL AO MÊS = R\$5.000		TOTAL AO MÊS = R\$10.400	
	TOTAL VALOR MENSAL= R\$181.400,00		TOTAL VALOR MENSAL= R\$306.080,00 DESPESAS = R\$ 80.000	
	DESPESAS = R\$ 58.843,20			
	FUNDO= R\$12.000			
	RETIRADA= R\$10.000	DESPESAS =R\$ 68.843,20 FUNDO= R\$22.000 RETIRADA= R\$20.000	FUNDO= R\$20.000 RETIRADA= R\$30.000	
				DESPESAS = R\$



	GIRO TOTAL= R\$100.556,80 MENSAL	GIRO TOTAL= R\$131.556,80 MENSAL	GIRO TOTAL= R\$226.030,00 MENSAL	100.000 FUNDO= R\$30.000 RETIRADA= R\$ 30.000
				GIRO TOTAL= R\$544.000 MENSAL
70 buffet	70 refeições vendidas	70 refeições vendidas AO DIA = R\$1.400	80 refeições vendidas	100 refeições vendidas AO DIA = R\$4.000
25 carneiro sábado	AO DIA = R\$1.050		AO DIA = R\$1.760A SEMANA= R\$10.560	A SEMANA=
	A SEMANA= R\$6.300 AO MÊS = R\$176.400	A SEMANA= R\$8.400	AO MÊS = R\$295.680	R\$24.000 AO MÊS = R\$672.000
	25 refeições de carneiro	AO MÊS = R\$235.200	40 refeições de carneiro	80 refeições de carneiro
	A SEMANA= R\$1.250 TOTAL AO MÊS = R\$5.000	30 refeições de	A SEMANA= R\$2.600	A SEMANA= R\$8.000 TOTAL AO MÊS = R\$32.000
11 MÊS	TOTAL VALOR MENSAL= R\$181.400,00	carneiro	TOTAL AO MÊS = R\$10.400	TOTAL VALOR MENSAL= R\$704.000,00
		A SEMANA= R\$1.800 TOTAL AO MÊS = R\$7.200	TOTAL VALOR MENSAL= R\$306.080,00 DESPESAS = R\$ 80.000	
	DESPESAS = R\$ 58.843,20	TOTAL VALOR MENSAL= R\$242.400,00 DESPESAS =	FUNDO= R\$20.000 RETIRADA= R\$30.000	DESPESAS = R\$ 100.000 FUNDO= R\$30.000 RETIRADA= R\$ 30.000
		R\$ 68.843,20 FUNDO= R\$22.000 RETIRADA= R\$20.000		
	FUNDO= R\$12.000 RETIRADA= R\$10.000		GIRO TOTAL= R\$226.030,00 MENSAL	GIRO TOTAL=
		GIRO TOTAL= R\$131.556,80 MENSAL		R\$544.000 MENSAL
	GIRO TOTAL= R\$100.556,80 MENSAL			
70 buffet	70 refeições vendidas	70 refeições vendidas AO DIA = R\$1.400	80 refeições vendidas	100 refeições vendidas AO DIA = R\$4.000
25 carneiro sábado	AO DIA = R\$1.050	A SEMANA= R\$8.400	AO DIA = R\$1.760A SEMANA= R\$10.560	A SEMANA= R\$24.000
	A SEMANA= R\$6.300 AO MÊS = R\$176.400	AO MÊS = R\$235.200	AO MÊS =	AO MÊS = R\$672.000
	25 refeições de	30 refeições de	R\$ 295.680	80 refeições de



12 MÊS	carneiro	carneiro	40 refeições de carneiro	carneiro
	A SEMANA= R\$1.250 TOTAL AO MÊS = R\$5.000	A SEMANA= R\$1.800 TOTAL AO MÊS = R\$7.200	A SEMANA= R\$2.600	A SEMANA= R\$8.000 TOTAL AO MÊS = R\$32.000
	TOTAL VALOR MENSAL= R\$181.400,00	TOTAL VALOR MENSAL= R\$242.400,00 DESPESAS =	TOTAL AO MÊS = R\$10.400	TOTAL VALOR MENSAL= R\$704.000,00
		R\$ 68.843,20 FUNDO= R\$22.000 RETIRADA= R\$20.000	TOTAL VALOR MENSAL= R\$306.080,00 DESPESAS = R\$ 80.000	
	DESPESAS = R\$ 58.843,20		FUNDO= R\$20.000 RETIRADA= R\$30.000	DESPESAS = R\$ 100.000 FUNDO= R\$30.000 RETIRADA= R\$ 30.000
		GIRO TOTAL=		
	FUNDO= R\$12.000 RETIRADA= R\$10.000	R\$131.556,80 MENSAL	GIRO TOTAL= R\$226.030,00 MENSAL	
	GIRO TOTAL= R\$100.556,80 MENSAL			
				GIRO TOTAL= R\$544.000 MENSAL
1 ANO	1 ANO	2 ANO	3 ANO	4 ANO
GANHO MENSAL (a partir do 6 mês)	#####	R\$ 131.556,80	R\$ 226.030,00	R\$ 544.000,00
FUNDO	12.000			
RETIRADA		20.000	30.000	30.000
	10.000			100.000,00
	58.843,20	68.843,20	80.000	
DESPESAS	####	20.000	40.000	200.000,00
	0			0
INVESTIMENTO				
		R\$ 1.558.681,60	R\$ 2.622.410,00	R\$ 5.984.000,00
GIRO TOTAL ANUAL	R\$ 871.091,04 SOMA DOS MESES.	0	SOMA DOS 11 MESES	0
		SOMA DOS 11 MESES		SOMA DOS 11 MESES
				NO 4 ANO
(L) LUCRO		1.338.681,60	1.632.960,00 ÷	5.984.000,00
(I) INVESTIMENTO	(L)871.091,04 ÷ (I)234.790,20= 3,7100841572	÷ 20.000 =	40.000 = 40.824	÷ 200.000 =
O		77,93408		29.920
LUCRO AO ANO	3,70%	77,93%	65,50%	29%



				VALOR DO 5 ANO
				R\$ 6.528.000,00 SEM INVESTIMENTOS.
				100% LUCRO
	Utensílios do restaurante	Quantidade	Valor	Total R\$ 47.837
	Freezers comerciais	1	R\$ 1.173	
	Geladeira comercial	1	R\$ 4.640	
	Processador de alimentos	1	R\$ 1.919	
	Liquidificador industrial	1	R\$ 306	
	Espremedor de frutas industrial	1	R\$ 182	
	Balança	1		R\$ 305
	Caixa registradora	1		
	Mesas e cadeiras	cadeiras 20 mesas e 80	R\$ 180	R\$ 3.600
	Forno elétrico	1		R\$ 1.662
	Batedeira industrial	1		R\$ 2.341
	Fritadeira	1		
	Cubas gastronômica	10	R\$ 28	R\$ 280
	Chapa			
	Coifa	1		R\$ 474
	Bancada de inox		R\$ 699	
	Tulipas de cerveja	50unidades	R\$ 301	
	Balcão térmico quente e frio	2		R\$ 2.490
	Exaustor	2	R\$ 319	
	Climatizadores	2	R\$ 1.478	
	Bebedouros	1	R\$ 689	
	Armários de Cozinha	20	R\$ 2.300	
	Armários para Funcionários	2	R\$ 700	
	Prateleira de bebidas	5	R\$ 161	R\$ 805
	Micro-ondas	1	R\$ 609	
	Fogão industrial		R\$ 1.702	
	Ar condicionado	4	R\$ 743	R\$ 2.972
	Sistema de segurança	Câmeras kit com 10+ kit cerca elétrica	R\$ 1.695 R\$ 595	R\$ 2.290
	Computador	1	R\$ 1.274	
	Panelas	6	R\$ 309 cada kit com 3	R\$ 618
	Talheres	240	R\$ 636	
	Copos	216	R\$181 cada kit com 24 copos	R\$ 1.629
	Pratos	400	R\$999 cada kit com 100 pratos	R\$ 3.996
	Jarras	60	R\$ 92 kit com 6	R\$ 920
	Potes	Variados	R\$ 500	



	Gás	2	R\$ 360	R\$ 720
	Panos de prato	50	R\$ 2	R\$ 100
	Panela de pressão	1	R\$ 809	
	Porta azeite	25	R\$ 16	R\$ 400
	Porta vinagre	25	R\$ 16	R\$ 400
	Porta molhos	25	R\$ 16	R\$ 400
	Taças	50	R\$ 335	
	Ventiladores de parede	6	R\$ 144	R\$ 864
	Decoração			R\$ 15.255
	Quadros	6	R\$ 111	R\$ 666
	Plantas	6	R\$ 58 cada areca bambu com vaso	R\$ 348
	Toalhas de mesa	40	R\$ 14	R\$ 560
	Almofadas	25	R\$ 69 kit com 5 almofadas	R\$ 345
	Televisão	2	R\$ 1.668	R\$ 3.336
	Marceneiro	1	R\$ 10.000	
	Construção			R\$ 42.210
	Fogão a lenha e churrasqueira		R\$ 2.000 R\$ 2.000	R\$ 4.000
	Material	Cimento, tijolos, ferro, pedra, areia, aréola, etc.	R\$ 20.000	
	Pedreiro	1	R\$ 15.000	
	Área de recreação infantil	Kit pula pula, piscina de bolinhas, escorrega, gangorra	R\$ 1.910	
	Horta	Espaço	R\$ 1.300	
	Local			R\$ 86.290
	Terreno		R\$ 55.000	R\$ 70.645
	Legalização		R\$ 10.000	
	Contador		R\$ 4.239	
	Investimento de marketing	Outdoor Impulsos Panfletos	R\$ 971 R\$ 200 R\$ 235	R\$ 1.406
	Gestão			TOTAL 10.978
	Chef de Cozinha	1	R\$ 1.896	
	Nutricionista	1	R\$ 1.425	
	Gerente	1	R\$ 1.800	
	Atendente	1	R\$ 1.136	
	Garçons	2	R\$ 1.035	R\$ 2.070
	Auxiliar de cozinha	1	R\$ 1.227	
	Cozinheiro (a)	1	R\$ 1.424	
	Lista de compras	Mensal	Quantidade	Valor
				R\$ 43.629,20
	Arroz		50k	R\$ 105
	Feijão		50k	R\$ 236
	Macarrão	3	Fardo com 24 unidades	R\$ 95
	Sal		2 k	R\$ 10
	Óleo de girassol	3	Caixa com 20 unidades	R\$ 192
	Óleo de coco	2	3,2 litros	R\$ 128
	Azeite	2	5 litros	R\$ 119
	Vinagre balsâmico	2	5 litros	R\$ 93
	Vinagre de arroz	2	5 litros	R\$ 37
	Farinha de mandioca		Fardo 25k	R\$ 230
	Farinha de milho		Fardo 25k	R\$ 235
	Feijão fradinho		Saca 25k	R\$ 130
	Trigo de kibe		Saca 25k	R\$ 99
	Grão de bico		Saca 25k	R\$ 330
	Feijão vermelho		Saca 60k	R\$ 300
	Lentilha		Saca 60k	R\$ 260



Arroz integral		Saca 60k	R\$ 147	
Açúcar demerara		Saca 25k	R\$ 124	
Açúcar mascavo		Saca 25k	R\$ 150	
Xilitol		Saca 25k	R\$ 690	
Manteiga	3	3k	R\$ 219	R\$ 657
Quinoa		10k	R\$ 189	
Aveia		10k	R\$ 136	
Chia		5k	R\$ 126	
Linhaça		5k	R\$ 135	
Gergelim		5k	R\$ 122	
Castanhas		50k	R\$ 250	
Nozes		25k	R\$ 430	
Leite desnatado		25 unidades	R\$ 322	
Leite de coco		24 unidades	R\$ 73	
Verduras e legumes	Semanal e diário	Quantidade	Valor	Total
Abobrinha		20k	R\$ 47	
Aipim		20k	R\$ 87	
Alho		10k	R\$ 199	
Azeitona		2,5k	R\$ 50	
Baroa		20k	R\$ 116	
Batata		50k saca	R\$ 170	
Batata doce		20k	R\$ 70	
Berinjela		13k	R\$ 20	
Beterraba		20k	R\$ 80	
Cebola		20k	R\$ 34	
Cenoura		20k	R\$ 60	
Chuchu		20k	R\$ 49	
Ervilha folha		10k	R\$ 180	
Inhame		20k	R\$ 60	
Jiló		14k	R\$ 35	
Maxixe		16k	R\$ 50	
Milho		10k	R\$ 46	
Abobora		20k	R\$ 60	
Nabo		Dúzia	R\$ 36	
Palmito	3 vidro	2,5	R\$ 74	R\$ 222
Pepino japonês		12k	R\$ 46	
Pepino		20k	R\$ 35	
Pimenta		1k	R\$ 17	
Pimentão verde		11k	R\$ 30	
Pimentão amarelo		10k	R\$ 80	
Pimentão vermelho		10k	R\$ 80	
Pinhão		5k cada kg R\$ 8	R\$ 40	
Quiabo		14k	R\$ 40	
Rabanete		Dúzia	R\$ 35	
Tomate		20k	R\$ 100	
Tomate cereja	3	1,7 k	R\$ 2,50	R\$ 7.50
Trigo		5k	R\$ 44	
Vagem		15k	R\$ 66	
Açafrão		Meia dúzia	R\$ 12	
Acelga		Dúzia	R\$ 22	
Agrião		Dúzia	R\$ 28	
Aipo		Dúzia	R\$ 5	
Alcachofra		10k	R\$ 35	
Alecrim		Meia dúzia	R\$ 6	
Alface	4	Dúzia	R\$ 12	R\$ 48
Alho-poró		Dúzia	R\$ 18	
Aspargo		20k	R\$ 239	
Alfavaca		Dúzia	R\$ 5	
Almeirão		Dúzia	R\$ 3.50	
Bertalha		Dúzia	R\$ 12	
Brócolis	4	Dúzia	R\$ 22	R\$ 88
Cebolinha	4	Dúzia	R\$ 18	R\$ 72
Chicória		Dúzia	R\$ 15	



Coentro	4	Dúzia	R\$ 18	R\$ 72
Couve		Dúzia	R\$ 12	
Couve flor	40 unidades	8 unidades	R\$ 8	R\$ 40
Escarola		Dúzia	R\$ 15	
Espinafre		Meia dúzia	R\$ 12	
Estragão		Meia dúzia	R\$ 10	
Broto de feijão		20k	R\$ 50	
Hortelã		Meia dúzia	R\$ 10	
Louro		Meia dúzia	R\$ 8	
Manjericão		Dúzia	R\$ 12	
Manjerona		Dúzia	R\$ 10	
Mostarda		Dúzia	R\$ 10	
Orégano		1k	R\$ 5	
Repolho		25k	R\$ 15	
Rúcula		Dúzia	R\$ 30	
Salsa		Dúzia	R\$ 15	
Mel		1k	R\$ 44	
Frutas				
Banana		20k	R\$ 50	
Laranja		18k	R\$ 66	
Maça		18k	R\$ 88	
Mamão		20k	R\$ 44	
Melancia	8	Unidade R\$ 12	R\$ 96	
Melão	8	Unidade R\$ 12	R\$ 96	
Manga		25k	R\$ 65	
Ameixa		10k	R\$ 95	
Uva		20k	R\$ 95	
Abacaxi		100 unidades	R\$ 260	
Bebidas				
Refrigerantes Naturais		Suco + água gasosa		Total R\$4.236
Chopp artesanal	2	50litros	R\$ 1.400	R\$ 2.800
Vinho branco seco	3	Caixa 12 garrafas	R\$ 186	R\$ 558
Vinho tinto	2	Caixa 12 garrafas	R\$ 259	R\$ 518
Água	20 fardos	-	Serviço grátis	R\$ 360



REESTRUTURAÇÃO DA PASTELARIA

Bruna Pereira de Sousa
Izabella Alexandre
Letícia Helen da Silva
Sara Nicole Faria
Victor Matheus Bessa de Araujo

1. Sumário Executivo; 2. O conceito do negócio; 3. Mercado e competidores; 4. Equipe necessária para tocar o projeto; 5. Produtos e/ou serviços; 6. Estrutura e operações necessárias para o empreendimento; 7. Marketing ou forma de venda; 8. Plano financeiro; 9. Avaliação estratégica; 10. Avaliação de cenários; 11. Objetivo de desenvolvimento sustentável.

1. PADRONIZAÇÃO DOS ITENS QUE PRECISAM CONTAR EM NOSSO PLANO DE NEGÓCIO

1.1 Sumário executivo

O negócio é uma empresa familiar que vende pastéis e salgados fritos na feira, que se localiza no pequeno município de Peabiru. Semanalmente servem pastéis de variados sabores com o caldo de cana feito no próprio local. O atendimento até então era feito em uma barraca improvisada, com uma mesa de apoio onde se encontrava molhos, alimentos já fritos e sem proteção, guardanapos, canudos e papais. Ao fundo a carroceria do caminhão serve como apoio para os demais aparatos necessários para funcionamento, como caixas térmicas, vasilhames e vasilhas. Mas recentemente a prefeitura disponibilizou barracas pré-moldadas com toldo para um novo local.

Os investimentos necessários são baixos tendo em vista que, apesar de ser uma barraca exclusiva para venda de pastéis e não a única a fazer isso, mas com as novas condições de trabalho com as novidades já citadas, torna-se mais atrativo e fácil trabalhar o planejamento.

1.2 O conceito do negócio

A proposta é a reestruturação da pastelaria da feira em Peabiru, dando início pelo nome “Pastel Sertanejo”, levando em consideração o público alvo, foi escolhido como tema “os clássicos sertanejos” como base norteadora para layout do cardápio, tenda, splash e comunicação em geral. A ideia principal é nomear os pastéis com nome de duplas sertanejas.

Pensando na organização e na otimização do atendimento foi planejado um novo fluxo de venda no PDV, fazendo inversão de fazer o pedido e depois efetuar o pagamento, para efetuar o pagamento e após retirar o pedido, podendo ser implementado um totem com senha para aprimorar a experiência do consumo.



1.3 Mercado e competidores

As concorrências da Pastelaria Sertanejo são baseadas em 2 diferentes situações: os concorrentes indiretos que são as outras barracas de comida da feira tais como espetinho, tapioca, panquecas, pães, pierogi, queijos, crepes, barraca de legumes e verduras, e os concorrentes diretos que são outros 3 comércios alimentícios, Pastel da Juuh, Pastelaria da Vó e Pastelaria Tradição.

Com relação às outras barracas da feira de Peabiru, não afetaram diretamente em um nível tão grande por se tratar de outros tipos de alimentos, normalmente as pessoas que frequentam feiras gostam de ter uma variedade de comidas e aproveitar o ambiente, levando em consideração também os aspectos culturais, pessoas procuram feira para consumir pastel.

Já sobre as outras pastelarias da Cidade, temos alguns pontos importantes: como a feira é realizada uma vez por semana, as pessoas procuram esse tipo de ambiente, pois além de periodicidade, sabem da qualidade e do que vão encontrar, sobretudo a vantagem de encontrar uma variedade de coisas para comprar e consumir. Entretanto os outros lugares abrem todos os outros dias da semana. Também podemos analisar que ambos não estão no mesmo lugar, melhorando assim, a possibilidade de ter um fluxo bom em nossa barraca.

1.4 Equipe necessária para tocar o projeto

Todos os esforços e planejamento contribuem para o objetivo principal, que é o sucesso geral da empresa e pequeno negócio. Se tratando de uma barraca inicialmente, contamos com um gestor com as funções de planejar ações, determinar metas e o gerenciamento dos funcionários no PDV, financeiros supervisionando o fluxo de caixa e de infraestrutura ajustando toda fluidez de todos os processos pré-estabelecidos. Visar o negócio, motivar a equipe e garantir que mais valor seja entregue ao cliente final com eficiência e produtividade.

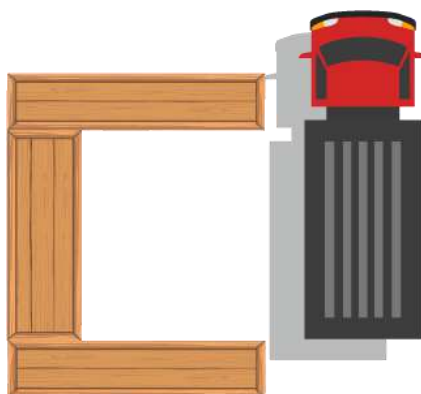
Uma pessoa responsável pelo fluxo de caixa, fechamento de caixa e atendimento e finalização de vendas. Uma pessoa para o manuseio de alimentos entre os estoques da fritadeira, auxiliando no atendimento. Uma pessoa encarregada de fritar e controlar os pedidos que entram e saem.

Na estrutura da parte visual, será terceirizada uma empresa de comunicação visual ou gráfica para a estruturação e execução alinhada com todo o planejamento da reestruturação da barraca.

What (O que será feito)?

Uma nova estrutura, mas que com um bom custo-benefício. A preocupação principal é a mobilidade e a facilidade de comer no local, uma queixa recorrente é o grande fluxo de pessoas e aglomerações. Levando em consideração todas as necessidades, foi pensado em um grande balcão em formato de “U”, pois assim, será possível as pessoas utilizarem esse espaço para se alimentar em grandes dias de fluxo ou horário de pico.





O mesmo se aplica com as novas barracas fornecidas pela prefeitura. Uma boa estrutura, possibilita um bom funcionamento. No PDV foi planejado 2 banners de testeira para sinalizar o local com a nova identidade, novos uniformes foram pensados para padronização da equipe.

Uma estufa para o acondicionamento de alimentos já preparados, assim mais produtos já finalizados ficam à disposição dos possíveis clientes. Pensando no custo-benefício foi planejado um quadro negro com um grande cardápio único e mais eficiente, pois se houver variação os preços podem ser trocados sem grande esforço ou sem precisar confeccionar novos cardápios.

- Why (por que será feito)?

Todo o planejamento visa a maior e mais eficiente lucratividade. A remodelação da de layout de PDV pretende ampliar a cartela de clientes.

- Where (onde será feito)?

As mudanças já ocorrem com o novo local da feira, mas as maiores mudanças serão no layout PDV, identidade visual, financeiro, gestão e fluxo de caixa.

- When (quando será feito)?

O prazo deverá ser estipulado pelo planejamento financeiro, tendo a durabilidade de no máximo 1 ano para concretização.

- Who (por quem será feito)?

As ações devem tomar partido do responsável\ dono do empreendimento, envolvendo todos os funcionários e colaboradores.

- How (como será feito)?

Tendo como base o plano de negócio feito pelos alunos da disciplina de Projeto empreendedor, deve ser elaborado e adaptado à realidade financeira e de execução do maior apoio possível.



- How much (quanto vai custar para fazer)?

Declaração do recurso monetário a ser utilizado para a conclusão do plano de ação será, o total de saídas 7.965,15 + Empréstimo 15.000 somando um total de 22.965,15.

1.5 Produtos e/ou serviços

Nossos produtos e serviços oferecidos serão: variedades de pastéis fritos feitos na hora, bebidas como água mineral (com ou sem gás), refrigerantes em lata e caldo de cana, além de massas de pastéis a pronta entrega para levar.

Nossos benefícios e diferenciais são os valores e combos oferecidos, a variedade de sabores de pastéis e bebidas, a preocupação com a qualidade, o diferencial da pastelaria possuir o tema de “Pastel Sertanejo”, contando com as clássicas duplas sertanejas nomeando os sabores de pastéis em nossos cardápios e a disponibilidade da massa a pronta entrega para levar.

1.6 Estrutura e operações necessárias para o empreendimento

Como a feira já possui seu local e sua barraca, pensamos somente em reestruturá-la para que as pessoas se sintam mais confortáveis e acolhidas. Em questão das despesas, para não exigir muito todos os meses, a “reforma” poderá acontecer aos poucos, conforme o lucro que estiver obtendo, continuará o andamento deste projeto.

1.7 Marketing ou forma de venda

Dentre as grandes mudanças, o PDV já ganhou uma cara nova e um novo local. Mas a principal delas é a inclusão de um tema central. Percebendo uma grande variedade de público e faixa etária que frequentam a feira, foi escolhido o tema “Sertanejo” pois é um estilo musical é consumido por um público diversificado. O tema também traz as irreverências e um grande apelo para o consumo de produtos vendidos no local.

Levando em consideração o investimento e o valor agregado será praticado um preço alto mas com grandes chances de retorno, tendo em vista que a concorrência é baixa e menos elaborada. Sobretudo, a divulgação se dará através do layout do PDV, redes sociais, redes da prefeitura e Whatsapp.



2. PLANO FINANCEIRO

Plano Financeiro - Pastel Sertanejo						
Anos		2021	2022	2023	2024	2025
					R\$ 149.699,50	R\$ 195.500,70
		R\$ 10.000,00	R\$ 67.291,58	R\$ 106.746,78	8	8
	Caixa					
		R\$ 15.000,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
	Empréstimo					
Saldo iniciais	Capital de giro	R\$ 11.000,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
					R\$ 149.699,50	R\$ 195.500,70
	Total de saldos iniciais	R\$ 36.000,00	R\$ 67.291,58	R\$ 106.746,78	8	8
		R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
	Conta de luz					
	Conta da água	R\$ 960,00	R\$ 960,00	R\$ 960,00	R\$ 960,00	R\$ 960,00
		R\$ 14.400,00	R\$ 14.400,00	R\$ 14.400,00	R\$ 14.400,00	R\$ 14.400,00
	Funcionário					
Custos Fixos	Gás	R\$ 960,00	R\$ 960,00	R\$ 960,00	R\$ 960,00	R\$ 960,00
	MEI	R\$ 672,00	R\$ 672,00	R\$ 672,00	R\$ 672,00	R\$ 672,00
	Maquininha Mega Ton	Debito				
		1,48%				
	Total dos Custos Fixos	R\$ 18.192,00	R\$ 18.192,00	R\$ 18.192,00	R\$ 18.192,00	R\$ 18.192,00
		R\$ 1.000,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.600,00	R\$ 1.300,00	R\$ 1.500,00
	Bisnagas					
Matéria Prima		R\$ 1.200,00	R\$ 1.700,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.600,00	R\$ 1.800,00
	Ingredientes					
	Recheios	R\$ 1.600,00	R\$ 1.700,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.200,00
		R\$ 600,00	R\$ 800,00	R\$ 700,00	R\$ 850,00	R\$ 900,00
	Frutas	R\$ 4.400,00	R\$ 5.400,00	R\$ 5.000,00	R\$ 5.250,00	R\$ 5.400,00
	Total					
		R\$ 96,77	R\$ 97,80	R\$ 98,70	R\$ 99,30	R\$ 100,00
Custos Variáveis	Copos					
	Guardanapos	R\$ 54,50	R\$ 55,00	R\$ 56,50	R\$ 57,50	R\$ 57,80
	Total	R\$ 151,27	R\$ 152,80	R\$ 155,20	R\$ 156,80	R\$ 157,80
		R\$ 405,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
	Estufa para salgados					
		R\$ 202,80	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
	Maquininha Mega ton					
	Mesas e cadeiras kit 4	R\$ 1.490,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
	Tenda com Balcão	R\$ 2.599,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
	Quadro negro	R\$ 68,97	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
	Impressora térmica	R\$ 109,91	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
	Freezer	R\$ 621,17	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00

	Utensílios de cozinha	R\$ 800,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Saídas	Batedeira industrial	R\$ 154,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
	Cilindro para massas	R\$ 104,31	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
	Fogão	R\$ 461,61	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
	Notebook	R\$ 371,18	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
	Marketing	R\$ 780,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
			R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	
	Empréstimo	R\$ 0,00				R\$ 0,00
	Total de saídas	R\$ 7.965,15	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 0,00
	Preço unitário					
		R\$ 12.000,00	R\$ 13.200,00	R\$ 13.800,00	R\$ 14.400,00	R\$ 15.000,00
	R\$ 6,00					
		R\$ 14.000,00	R\$ 15.400,00	R\$ 16.100,00	R\$ 16.800,00	R\$ 17.500,00
	R\$ 7,00					
Entradas		R\$ 16.000,00	R\$ 17.600,00	R\$ 18.400,00	R\$ 19.200,00	R\$ 20.000,00
	R\$ 8,00					
		R\$ 20.000,00	R\$ 22.000,00	R\$ 23.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 25.000,00
	R\$ 10,00					
		R\$ 62.000,00	R\$ 68.200,00	R\$ 71.300,00	R\$ 74.400,00	R\$ 77.500,00
	Total					
Lucro ou Prejuízo no Período		R\$ 106.746,78	R\$ 149.699,58	R\$ 195.500,78	R\$ 249.250,98	
		R\$ 67.291,58				

Retorno					
Anos	2021	2022	2023	2024	2025
Lucro líquido	R\$ 31.291,58	R\$ 39.455,20	R\$ 42.952,80	R\$ 45.801,20	R\$ 53.750,20
Receita total	R\$ 62.000,00	R\$ 68.200,00	R\$ 71.300,00	R\$ 74.400,00	R\$ 77.500,00
Lucratividade	R\$ 50,47	R\$ 57,85	R\$ 60,24	R\$ 61,56	R\$ 69,36
Investimentos	R\$36.000,00	R\$67.291,58	R\$107.706,78	R\$151.619,58	R\$198.380,78
Rentabilidade	R\$ 86,92	R\$ 58,63	R\$ 39,88	R\$ 30,21	R\$ 27,09
Prazo de Rotorno	4 anos				

3. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

	Fatores internos (controláveis)	Fatores externos (incontroláveis)
Pontos fortes	Criatividade, disponibilidade.	Nova localização, nova infra.
Pontos fracos	Preço alto, financeiro.	Outras barracas que vendem alimentos.



3.1 Avaliação de cenários

Pensando nas massas de pastéis a pronta entrega em um cenário otimista, podemos ter a ampliação do negócio, além de mais um produto, podendo ser "Pastel Sertanejo, faça você mesmo" na qual reúne a possibilidade de você mesmo montar o seu pastel, escolhendo seu próprio recheio, sendo o diferencial do nosso negócio. Pensando em um cenário inverso e não otimista, temos o "Pastel Sertanejo, na sua casa", o qual seria utilizado caso a probabilidade da feira não desse certo, nesta proposta teremos a opção de vender os pastéis para comerciantes, sendo eles supermercados e/ou restaurantes.

3.2 Objetivo de desenvolvimento sustentável



SABORES DE PEABIRU

Camila Ortega
Letícia Costa
William Carlberg

1. Conceito do Negócio; 2. Pontos Principais; 3. Avaliação de Estrutura; 4. Necessidades dos Clientes; 5. Objetivos ODS's; 6. Plano Financeiro; 7. Marketing; 8. Impacto na Sociedade. 9. Avaliação Estratégica; 10. Avaliação de Cenários.

1. CONCEITO DO NEGÓCIO

A ideia é abrir uma loja no município de Peabiru onde será comercializado produtos locais, seja de fazendeiros, produtores locais e muito mais.

Desta forma, intensificando a força do comércio local e agregando mais valor para o município de forma geral.

2. PRODUTOS:

- Massas (bolachas e pães);
- vinhos, sucos (variedade);
- Queijos (Variedades);
- Embutidos (salames);
- Geleias (variedade);
- Doces (variedade);
- Molhos (churrasco e saladas).

2.1 VERSÕES/NOME DA CESTA:

Cesta temática, cesta pronta, cesta personalizada.

2.2 PONTOS FORTES:

- Variedade de produtos nas cestas Produtos caseiros
- Produtos locais
- Aumento de renda dos agricultores locais

2.3 PONTOS FRACOS

- Distância (por conta de produtos que não podem ser comercializados por muito tempo sem refrigeração).
- Identificar a infraestrutura disponível no Município que são necessárias para o funcionamento do negócio proposto;
- A ideia analisada pela equipe seria um local pequeno e central da cidade, que facilitasse na manutenção e atendimento aos clientes, visando a média variedade de produtos ofertados, um espaço menor já atenderia a necessidade principal do negócio. Concorrência (localização, preço, comunicação etc.).



2.4 DIRETOS:

Ao analisar o comércio local, foi notado a falta de concorrentes diretos para nosso projeto, uma vez que a predominância de comércios locais hoje varia de autopeças, lojas de materiais de construção, loja de produtos diversos, agronegócios, móveis, e muito mais.

2.5 INDIRETO:

Já como concorrente indireto, analisamos o supermercado freitag, por conta da proposta de ofertados produtos variados encontrados neste local, uma vez que o nosso plano de negócios é focado em atender a população ofertando produtos locais.

Além da Merceria Valdinei que comercializa produtos parecidos ao supermercado, porém em escala menor, este por sua vez fica localizado na rua principal da cidade (Avenida São João 422), indiretamente próximo de onde planejamos estabelecer nossa estrutura física.

Supermercado União, localizado na rua central da cidade (Avenida Vila Rica 100), consideramos indireto por conta da oferta de produtos muito maiores que o nosso plano, além de ter mencionado anteriormente o outro concorrente do União sendo o Freitag.

Supermercado Família localizado na rua (Maria Helena Bassi 1274), estaria encaixado na mesma proposta dos outros mencionados anteriormente, porém este encontra-se em local mais afastado do centro da cidade, sendo bem menos impactante para o plano de negócios que elaboramos.

Supermercados, Bom dia, localizado na rua (Avenida Curitiba 1040), com a mesma proposta dos outros diante do nosso plano de ação. Supermercado União localizado na rua (Avenida Vila Rica 100).



Identificação dos pontos principais para se diferenciar da concorrência e se tornar mais competitivo - localização, preço, comunicação, especialização, produtos ou serviços com qualidade superior, atendimento personalizado.



A localização planejada é estar perto das demais lojas na rua central da cidade, com fácil acesso e visibilidade (levando em consideração que boa parte dos concorrentes diretos sendo supermercados ficam em ruas paralelas da principal)

Preço bem mais acessível que os concorrentes por se tratar de produtos caseiros e sem contato com produção industrial como a enorme variedade de produtos oferecidos em mercados tradicionais

Na especialização pode-se considerar a questão da oferta de produtos que valorizem a região e a cidade como foco principal, uma vez que deixa de considerar a oferta de produtos industriais e coloca à disposição dos clientes produtos mais artísticos e caseiros.

Produtos e/ou serviços com qualidade bem superior aos concorrentes uma vez que são caseiros e muitos até mesmo artesanais feitos por produtores locais, trazendo a identidade da região para o mercado.

Atendimento diferenciado por estar em contato mais direto com o cliente fazendo a ponte de contato dos produtos com o consumidor, oferecendo produtos de alta qualidade e confiança para os moradores locais e oferecendo para outras regiões com a oferta de produtos que tenham uma vida mais longa e não estraguem no caminho até o cliente de outra região.

Avaliação se com uma estrutura mais enxuta é possível ser mais eficaz que os concorrentes. Sim, uma vez que a ideia de espaço físico será um local pequeno e fácil de manter, além de manutenção barata e simples demandando pouco investimento de manutenção na estrutura.

Uma vez que empresas geralmente focam em espaços médios para grandes, o nosso projeto prevê algo menor e mais acessível, sendo assim, influenciando bem pouco no valor final do produto ofertado e deixando o custo para o cliente mais acessível para qualquer necessidade. Identificação das necessidades dos clientes que não vêm sendo atendidas pelos concorrentes.

Uma vez que os concorrentes mais diretos são supermercados com grande variedade de ofertas dos produtos industriais e pouco foco no produtor caseiro e local, nossa ideia prevê atender a necessidade da população com a oferta de produtos mais naturais e saudáveis (mesmo com a presença de geleias e doces, porém sem a presença de insumos industriais e conservantes oferecidos por grandes marcas em mercados tradicionais), sendo assim, oferecendo uma melhor qualidade de vida, preços acessíveis e gerando uma economia local mais desenvolvida e direta.

Identificação com as ODS's:



Levando em consideração os pontos relevantes analisados pelas ODS's, consideramos conectadas ao nosso projeto os números 8 e 9 uma vez que são as que mais estão relacionadas com empreendedorismo na prática, sendo elas:

8 - Emprego digno e crescimento econômico (Levando em consideração a criação de um novo meio de negócio local e focando nos produtos da própria cidade para comercialização).



9 – Indústria, Inovação e Infraestrutura (Levando em consideração o apoio à produção local e comercialização de produtos caseiros feitos pela própria população da cidade).



Elaborar o Plano Financeiro do Empreendimento

Prazo	Objetivo	Data da Meta	Meta em R\$
Curto Prazo(Até 1 ano)	Vender mil cestas (aumentando as vendas em épocas sazonais.)	11/10/2022	De 12 a 15 mil
Médio Prazo(Até 3 anos)	Aumentar a renda mensal dos produtores	01/01/2024	Entre 30 a 40 mil ao mês
	Aumentar a equipe de colaboradores	01/03/2023	Aproximadamente R\$7.335,00(5 Funcionários)
Longo Prazo(Até 5 anos)	Expansão da loja física em Peabiru	01/01/2024	Aproximadamente 20 Mil
	Criar uma filial em outra cidade próxima	01/01/2028	De 20 a 25 Mil

Plano Financeiro

Equipamentos Fixos (Estrutura Física, Veículos, tecnologia etc.) Estrutura Física:

4,5 x 7,5 - R\$650,00 (Três quadras da praça principal da cidade - passado pelo Marcos Augusto

-Convidado em aula) R\$600,00

Três quadras acima - R\$1.200,00

Em um prédio comercial valor de até um salário-mínimo

Varia de R\$1.000,00 a R\$2.000,00 na parte mais central da cidade

Veículos:

Um veículo pequeno (carro) para fazer as entregas no município sem imprevistos.

Tecnologia:

Um computador para financeiro e administrativo um computador na loja física e caixa da loja Duas Máquina de cartão

Um celular para contato Internet

Investimentos Pré-Operacionais (Reformas e registros da empresa)

Reformas Físicas:

Pintura interna e externa

Fachada da loja com a logo da empresa

móveis planejados para loja

Registros da empresa:

CNPJ

Funcionários Fornecedores

Cursos e Treinamentos para os colaboradores locais e ação social Divulgação pelo município e via instagram e facebook.

Registro de funcionários:

- Departamento de Marketing
- Departamento de Vendas
- Departamento de Financeiro
- Departamento Administrativo
- Caixa da Loja
- Segurança

Capital de Giro - Venda a prazo (Clientes e fornecedores) Clientes:

Moradores locais com maior presença de público

Consumidores de outras cidades (Com restrição de ofertas de produtos que podem perder qualidade)

Fornecedores:

Produtores locais Fazendeiros. E muito mais.

Quanto de recursos financeiros sua empresa precisa para iniciar a operação? Valor de Aluguel

Valor de Água/Luz Valores de Marketing

Grande força de parceria inicial com os fornecedores dos produtos locais para início das vendas e intensificação da divulgação dos produtos para ganhar o público.

Além do momento inicial, haverá necessidade de recursos em quais outros momentos?

Momentos de instabilidade financeira (quando as vendas não forem muito altas)

De onde virão esses recursos?



Recursos próprios dos donos do empreendimento

Recursos de Terceiros para auxiliar nas atividades da empresa Outros (Empréstimos Bancários e outros)

Como os recursos serão utilizados?

De forma estratégica e mantendo uma margem de reserva para qualquer emergência não planejada que aconteça durante os trabalhos.

Composição de Custos e Despesas: Apresente, em formato de planilha, os principais custos e despesas que decorrem da operacionalização do negócio. Em síntese, quais são os principais custos/despesas da empresa?

Funcionários	Pagamento de Fornecedores	Registros da Empresa
Aluguel	Tecnologia	Promoções de Divulgação
Luz/Água	Marketing	
Reformas da Estrutura	Veículos da Empresa	

Evolução dos Resultados Financeiros e Econômicos (horizonte de cinco anos, mês a mês no primeiro ano e trimestral ou semestral nos demais).

Indicadores de Viabilidade Valores

Lucratividade X / Ano

Rentabilidade X% / Ano

Prazo de Retorno de Investimento X Anos

Retorno do Investimento

Lucro Líquido X 100 Receita Total (y / Ano) y / Ano (Lucro Líquido) X 100 = X%

Receita Atual Lucro Líquido: y / Ano Receita total

Marketing

Pensar no posicionamento do produto/serviço, preço, praça (local da oferta) e promoção.
Preço: Os valores variam por conta da oferta de cestas:

R\$100 para a cesta pronta R\$150 para a cesta temática

R\$170 a R\$250 para a cesta personalizada (Variando de acordo com os produtos escolhidos)

Praça: Região central da cidade, com a presença de poucos concorrentes indiretos que auxiliam na presença da empresa na atuação do mercado local, além da presença nas redes sociais.



Produto: A oferta de produtos é a junção de produtos artesanais e caseiros feitos na região, sendo assim auxiliando e intensificando a economia local.

Promoção: Sorteios de inauguração, descontos em determinada compra após tantos produtos comprados na empresa, auxílio em projetos sociais do município (Doações, Divulgação e muito mais).

Produto/Serviço: Benéficos para a saúde, uma vez que são produtos mais naturais e com zero processo industrial como produtos de grandes marcas, uma vez que atingirmos a presença estratégica diante dos clientes, estaremos seguros no mercado e com a certeza de estar atendendo a demanda não atendida atualmente no município.

Promoção: (meio de veiculação a ser decidido)

Negócios sociais:

Sorteios para o município com renda financeira destinada aos projetos locais;

Doações de cestas para projetos sociais para ajuda monetária destinada exclusivamente aos projetos que receberam as cestas doadas;

Causar um impacto positivo em uma comunidade + ampliar as perspectivas de pessoas marginalizadas pela sociedade + gerar renda compartilhada e autonomia financeira para os indivíduos de classe baixa = objetivos dos negócios sociais.

Tendo um envolvimento na parte de desenvolvimento da empresa, será destinado a realizar tarefas de produtos artesanais ajudando na fabricação das cestas, gerando renda e emprego para comunidade e em específico uma ajuda das pessoas mais frágeis e com antecedentes.

AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA:

	Fatores Internos (Controláveis)	Fatores Externos (Incontroláveis)
Pontos Fortes	Forças Inovação de negócio local Auxílio para produtores Locais	Oportunidades Atender necessidades novas Inovar em formato de comércio local
Pontos Fracos	Fraquezas Equipe interna Financeiro	Ameaças Concorrência próxima Localização não visível de início

AVALIAÇÃO DE CENÁRIOS:

Cenários Alternativos:

Há cenários que demonstram possibilidades de resultados mais otimistas?

- Expansão em cidades com maior infraestrutura, onde os moradores preferem alimentos frescos e naturais.
- Há cenários limítrofes que não são o ideal e, mesmo assim, permitem à empresa evoluir?
- Ter somente uma loja no município de Peabiru e limitar a distância, fazendo somente entregas em uma cidade que se encontra mais próximo, prezando pela qualidade e validade dos produtos.



	Descritivo da Atividade	Status de execução Concluído Em Execução
1	Sumário Executivo	OK
2	Conceito de Negócio	OK
3	Mercado e Competidores	OK
4	Objetivos ODS	OK
5	Equipe para tocar o Projeto	OK
6	Descrição do Produto e/ou Serviço	OK
7	Estrutura e Operações	OK
8	Marketing ou Forma de Venda	OK
9	Plano Financeiro	OK
10	Avaliação Estratégica	OK
11	Avaliação de Cenários	OK



ESCOLA PROFISSIONALIZANTE EMPREENDER PEABIRU

Mayara Cardoso
 Graziela Martins
 Emanuelle Christini
 Backaus Silva Yoneyama
 Alessandra Azevedo Gencissk

1. Sumário Executivo; 2. O conceito do negócio; 3. Mercado e competidores; 4. Equipe para tocar o projeto; 5. Descrição do produto e/ou serviço; 6. Estrutura e operações; 7. Marketing; 8. Plano financeiro; 9. Avaliação estratégica; 10. Avaliação de cenários.

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Este Plano de Negócio consiste em uma escola de ensino profissionalizante e técnico, voltado para a área de Empreendedorismo com a oferta de Consultorias e também com cursos de curta e média duração dentro de algumas especialidades como: Artesanato, Costura, Bordado e prática de Hortifrutí. A empresa irá atuar no setor de Prestação de Serviços, mais precisamente educacionais e tem por base a prática de Objetivos de Desenvolvimento Sustentável de Educação de Qualidade e de Trabalho Decente e Crescimento Econômico (descritos mais detalhadamente no decorrer do plano), tendo como sede o município de Peabiru, situado no Noroeste do estado do Paraná, com aproximadamente 14.000 habitantes e próximo a cidades como Campo Mourão e Engenheiro Beltrão.

Nossos principais clientes são os feirantes da cidade que procuram por especialização e que querem capacitar seus micros negócios, pequenos produtores que objetivam qualificar seus produtos, público da maior idade à procura de aprendizado de novas atividades e/ou que desejam empreender e para o público em geral da cidade que quer virar empreendedor ou deseja fomentar seus negócios, onde a Missão, Visão e Valores da nossa organização são descritos por:

Missão: Proporcionar ensino e auxílio de qualidade à quem deseja aprimorar seus conhecimentos e realizar atividades empreendedoras.

Visão: Ser considerada a melhor escola técnica de Peabiru, bem como auxiliar e fazer parte da maioria dos projetos empreendedores com capacitação no município e em regiões próximas.

Valores: Igualdade, cidadania e inclusão.

O montante do capital a ser investido na Escola Profissionalizante Empreender Peabiru é de 120 mil reais, com lucro anual de aproximadamente 29 mil reais e rentabilidade de 24,7% ao ano, de forma que se espera o retorno do investimento num período de 4 anos. Como responsáveis pela administração do negócio temos 2 pessoas jurídicas como sócias que irão contar com a fonte de recursos próprios para a abertura do negócio, além da utilização de recursos de terceiros através da busca de investidores onde se pretende alcançar o patrocínio vindo de alguma das grandes cooperativas existentes na região de Peabiru. Funcionaremos como uma Empresa de Pequeno Porte (EPP), na forma jurídica de Sociedade Limitada e com enquadramento tributário SIMPLES, onde o Capital Social para a montagem do negócio funcionará da seguinte forma:



Sócios e Investidores	Valor (R\$)	% de Participação
Pessoa Jurídica 1	R\$ 30.000,00	25%
Pessoa Jurídica 2	R\$ 30.000,00	25%
Investidor - Cooperativa	R\$ 60.000,00	50%
Total	R\$ 120.000,00	100%

2. CONCEITO DO NEGÓCIO

2.1 Nome do Negócio

Escola Profissionalizante Empreender Peabiru.

2.2 Sobre Peabiru

Peabiru encontra-se localizado no estado do Paraná, possuindo uma área territorial de 468,59km² com população estimada em 2021 pelo IBGE1 de 14.017 habitantes, fazendo fronteira com Terra Boa, Engenheiro Betão, Quinta do Sol, Fênix, Barbosa Ferraz, Corumbataí do Sul, Campo Mourão e Araruna.

Peabiru e Fronteiras:



Fonte: IPARDES (2012).

Com relação ao IDHM2 do município de Peabiru, houve um aumento de 0,616 no ano de 2000 para 0,723 em 2010, considerando-se os parâmetros atuais de cinco faixas para o índice: muito alto (0,800 – 1,000), alto (0,700 – 0,799), médio (0,600 – 0,699), baixo (0,500–0,599) e muito baixo (0,000 – 0,499). Com isso, Peabiru passou da faixa de médio IDH para alto, porém o índice encontra-se abaixo da média do Estado do Paraná, indicando que o município ainda necessita de muitas melhorias.

Com relação à educação onde se encontra nosso plano de negócio, é onde o índice se apresenta mais baixo, de acordo com pesquisa realizada pelo Atlas de Desenvolvimento Humano do Brasil, com um índice de 0,629, não se estabelecendo ainda com o mesmo

desenvolvimento como longevidade e renda (que também se apresenta bastante frágil). Isso demonstra que este é um espaço onde deve haver investimento para que Peabiru apresente melhoria de qualidade de vida entre seus habitantes.

2.3 Nosso Plano de Negócio

Nosso plano de negócio visa ajudar a comunidade de Peabiru através de uma escola profissionalizante com cursos e consultorias de baixo custo que tragam a interação de pessoas que desejam empreender para que elas tenham auxílio e capacitação para isso, facilitando o sucesso de suas jornadas e possíveis empreendimentos, favorecendo o desenvolvimento e crescimento econômico da cidade de Peabiru.

A Escola Profissionalizante Empreender Peabiru, irá contar com:

- Consultorias e Planos de Negócio;
- Cursos de Empreendedorismo;
- Artesanato;
- Bordados;
- Costura;
- Hortifruti.

Missão: Proporcionar ensino e auxílio de qualidade à quem deseja aprimorar seus conhecimentos e realizar atividades empreendedoras.

Visão: Ser considerada a melhor escola profissionalizante de Peabiru, bem como auxiliar e fazer parte da maioria dos projetos empreendedores com capacitação no município e em regiões próximas.

Valores: Igualdade, cidadania e inclusão.

2.4 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

Nosso Plano de Negócios tem por objetivo auxiliar em determinados objetivos de desenvolvimento sustentável impostos pela ONU3 no ano de 2015 e que devem estar intrínsecos nas organizações, auxiliando a construção e implementação de políticas públicas que tem a tarefa de guiar a humanidade até 2030. Sendo assim, os objetivos presentes em nossa Escola Profissionalizante são:



Objetivo 4 - Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todas e todos. Dentro desse objetivo, pretendemos possibilitar a igualdade de acesso para todas as pessoas, sendo homens e mulheres à educação profissionalizante e técnica com preços acessíveis. Aumentando também o número de jovens e adultos que tenham habilidades relevantes, inclusive competências técnicas e profissionais, para emprego, trabalho decente e empreendedorismo.





Objetivo 8 - Promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo, e o trabalho digno para todos. Através desse objetivo, visamos promover políticas orientadas que apoiem as atividades produtivas, desenvolvimento do empreendedorismo, criatividade e inovação, incentivando e formalizando o crescimento das micro, pequenas e médias empresas.

3. MERCADO E COMPETIDORES

3.1 Setor de negócio de atuação

Prestação de Serviços no setor educacional de ensino profissionalizante.

3.2 Contexto do setor de educação no Brasil

O setor educacional do Brasil vem passando por significativas mudanças devido ao caminho que o desenvolvimento econômico do país tem traçado. O aumento da renda geral do país, mesmo que pouco, traz a necessidade de forças de trabalho que sejam mais especializadas, aumentando assim, a requisição da sociedade por serviços de educação de maior qualidade.

Em contrapartida, segundo dados do Anuário Brasileiro de Educação Básica, mesmo com o acesso amplificado da população brasileira à educação, a taxa de pessoas que chegam a concluir pelo menos o ensino médio é baixa, e isso mostra como ocorre uma defasagem de indivíduos realmente capacitados para ocuparem postos no mercado de trabalho.

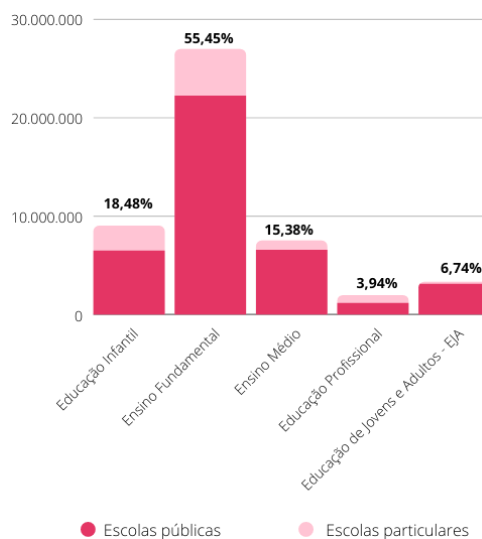
Para cada 100 estudantes que ingressam na escola, 89 concluem o Ensino Fundamental, sendo 48% com uma aprendizagem defasada em matemática. 78 conseguem concluir a segunda etapa do fundamental e o percentual de aprendizagem adequada em matemática bate 21,5% e em português 39,5%. 65 alunos finalizam o ensino médio com até 19 anos e a aprendizagem adequada para matemática e português desmoronam para 9,1% e 29,1% respectivamente.

Com a pandemia trazida pelo vírus do Covid-19, medidas de contenção foram impostas no início de 2020 e diversos estabelecimentos foram fechados, afastando de maneira física, diversas pessoas de escolas, cursos e universidades, fazendo também com que todo o sistema de ensino tivesse que ser transferido para o meio digital, reforçando assim, toda a vulnerabilidade que a educação no Brasil já enfrenta há muito tempo, e evidenciando a enorme diferença da qualidade da educação pública para a educação privada e prejudicando muitos alunos. Além disso, a (SPE) Secretaria de Política Econômica, através de seu boletim Macroeconômico, revelou que todo o resultado negativo que a pandemia trouxe para a educação pode repercutir durante 15 anos na economia do Brasil.

Segundo dados do Censo Escolar, através do gráfico a seguir, constata-se que a maior parte dos alunos no Brasil encontram-se no ensino fundamental, com a segunda posição sendo da educação infantil, e a terceira do ensino médio.



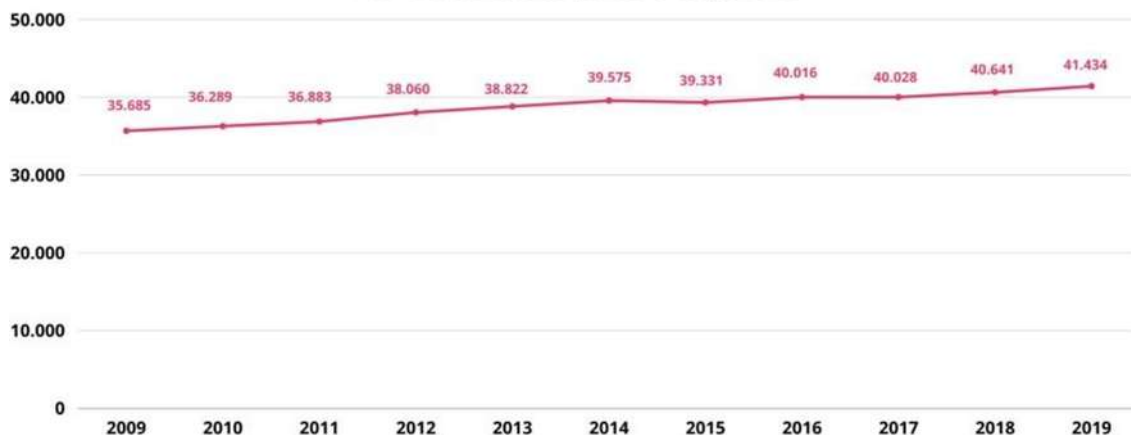
Distribuição de alunos por etapa de ensino:



Fonte: Censo Escolar, 2019.

O número de escolas privadas, assim como o número de alunos presentes nas mesmas, vem mostrando crescimento de 1,72% ao ano de 2009 até 2019, mesmo com as arbitrariedades trazidas pela incerteza da economia e por períodos de recessão.

Taxa de escolas particulares por ano Número de escolas particulares por ano



Fonte: Censo Escolar, 2019.

Mesmo diante e após a pandemia, o momento para o cenário educacional é favorável, trazendo à tona um mercado aquecido para expansão e novas oportunidades. Como o mercado desse setor é descentralizado, as aquisições de negócios são propícias, com receitas previsíveis, boas taxas de retenção e raridade em inadimplência. "Somadas, as escolas representam um mercado educacional e um ecossistema de educação básica com mais de 180 mil instituições de ensino e um universo de 47 milhões de alunos".

Com esse breve contexto, e na atual conjuntura, é certo que nos próximos anos iremos presenciar o crescimento do setor educacional geral no país. Existem vários nichos para

serem preenchidos e previsão de ascensão, mesmo com os problemas evidenciados pela pandemia e que ainda vão durar por muito tempo.

3.3 Tendências no Mercado de Educação pós pandemia

Segundo o Fórum Econômico Mundial, a pandemia do Covid-19 acabou por gerar uma inovação educacional, trazendo flexibilização para esse setor que apresentava resistência a mudanças e novas tecnologias. A partir disso, de acordo com o blog Partners Comunicação Pro Business⁶ essas são as fortes tendências para o mercado da educação:

- Novas tecnologias e ferramentas implementadas às aulas expositivas;
- Reforço da necessidade de crescimento de parcerias público-privadas, onde diversas instituições como governos, docentes, empreendedores, fornecedores tecnológicos e redes de telecomunicação se unem para encontrar soluções educacionais no meio digital, trazendo um futuro mais promissor para os estudantes que irão se beneficiar com maior acesso à tecnologia;
- Aumento do Gap Digital, de forma que economias emergentes devem se atentar para o acesso e viabilização de suas comunidades à internet e ao uso de dispositivos online. Atualmente, apenas 60% da população brasileira tem acesso ao meio digital e está online, por isso é importante também diminuir as diferenças socioeconômicas do país, para que isso se reflita num meio educacional mais propício para todos os cidadãos, viabilizando cada vez mais o ensino à distância e o uso de tecnologias.
- Aprendendo novas habilidades: estamos em um momento em que não existem barreiras geográficas para o mundo se conectar, dessa forma, é possível tornar pessoas do mundo todo compatíveis para que participem em conjunto de projetos educacionais, até a colocação de tutores particulares que possam solucionar dúvidas e ensinar pontualmente estudantes, personalizando e aumentando a qualidade do ensino.

*Obs.: Em nosso plano de negócio, seguiremos as tendências educacionais através de parcerias com outras instituições privadas que nos permitirão inserir novas tecnologias em aula para nossos alunos e teremos um ensino com didática personalizada para cada aluno e atendimento especial para o público da terceira idade, tornando-se um concorrente com diferencial e valor agregado.

3.4 Contexto do nosso nicho de atuação:

A educação profissionalizante em si, tem como objetivo desenvolver habilidades e competências técnicas em jovens e em adultos, em várias atividades do setor produtivo para que seja suprida a demanda por mão de obra de qualidade e com certificação. Os cursos oferecidos nesse aspecto são ofertados independente da escolaridade dos indivíduos, para que os mesmos consigam capacitação ou requalificação profissional.

Este tipo de educação, atualmente, é considerado uma das grandes apostas para que ocorram melhorias na competitividade da indústria no Brasil. Investir nesse setor, significa retomar o crescimento econômico do país continuamente, gerando oportunidades de emprego, aumento de renda e melhoria de vida no geral. Dados fornecidos pelo Mapa do Trabalho Industrial⁷ De 2019 a 2023, informam que nosso país precisará qualificar 10,5 milhões de pessoas em níveis superior, técnico, de qualificação profissional e aperfeiçoamento até 2023.



Visto isso, é importante analisar que o Brasil ainda se encontra entre os últimos colocados quando se trata de disseminação e de qualidade na educação, o que torna necessário que nesse âmbito se mantenham os investimentos para que haja a melhoria da qualidade de ensino, onde por exemplo a taxa de estudantes matriculados em cursos profissionalizantes é apenas de 9,3%, enquanto de acordo com Inep8, na União Europeia, essa proporção é de 50% .

É indiscutível que uma formação profissionalizante gera efeitos na renda, garantindo que os indivíduos tenham probabilidades maiores de prosperar em suas atividades, sejam elas industriais, como empregados, autônomos, ou de cunho empreendedor com empresas próprias.

3.5 Análise do entorno e Concorrência Direta e Indireta

Através de uma análise de concorrentes diretos e indiretos, pudemos identificar algumas instituições em cidades próximas a Peabiru, e na própria cidade. Vale considerar, que devido a pandemia do covid-19, algumas instituições de ensino estão fechadas e/ou funcionando remotamente através do meio digital. Algumas das instituições analisadas são: Sistema FIEP (Senai, Sesi, Senac), Sebrae e Flor D'lis Atelier Escola de Corte e Costura.

Visto isso, e com essa pesquisa inicial feita, delimitamos para uma pesquisa mais detalhada, quatro concorrentes, de acordo com a concordância, objetivos e a partir dos cursos que desejamos oferecer com a nossa escola técnica.

3.5.1 Senai - Concorrente Indireto

Integrante do sistema Fiep, o Senai (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial), existente desde 1942, foi criado para garantir a formação de profissionais qualificados para alimentar as indústrias. Apresenta-se como uma entidade de direito privado e existe no Paraná desde 12 de março de 1943, contribuindo para o avanço da indústria e para a qualificação da comunidade paranaense.

A instituição possui mais de 50 unidades espalhadas pelo estado e possui Institutos de Tecnologia em várias áreas do setor industrial. Atuante na área da educação, disponibiliza cursos de iniciação, aprendizagem industrial, qualificação, aperfeiçoamento, cursos técnicos, graduação tecnológica, extensão e pós-graduação, através das Faculdades da Indústria. Funciona no presencial, com cursos à distância e in company, com o intuito de atender de forma personalizada às necessidades dos alunos e da indústria.

Presta serviços de consultoria, e possui uma vasta rede privada de laboratórios integrados com apoio para o desenvolvimento da inovação e cooperação entre as indústrias, tendo como missão, visão e valores:

Missão: Servir e fortalecer a indústria para melhorar a vida das pessoas.

Visão: Referência em soluções para o desenvolvimento sustentável da indústria.

Valores do Senai

- Respeitamos: Tratamos as pessoas com dignidade e confiança, aceitando que cada ser humano é único, com uma vocação e um valor próprio.



- Dialogamos: Buscamos a escuta e a comunicação assertiva, honesta e inclusiva, de forma a alcançar as melhores soluções para as pessoas, organização e indústria.
- Somos íntegros: Agimos de maneira íntegra, ética, transparente e responsável na condução dos negócios e relações que estabelecemos com todos os nossos interlocutores.
- Somos sustentáveis: Usamos os recursos com consciência e responsabilidade, disseminando este uso para indústrias e sociedade.
- Inovamos: Olhamos cada tarefa, processo, produto e serviço em uma nova perspectiva e, se preciso, os reinventamos, para melhor atender o desenvolvimento da indústria.
- Agregamos valor: Somos comprometidos em agregar valor para nossos clientes, indústria e sociedade.

Fonte: Senai, 2021

Dentre os diversos cursos que o Senai⁹ oferece no Paraná em cidades próximas a Peabiru, os mais pertinentes para a pesquisa de concorrência do nosso plano de negócio são:

- Curso de Iniciação Profissional em Empreendedorismo

- Curso rápido oferecido em modalidade EAD, com carga horária de 14 horas;
- Público-alvo: pessoas em busca de iniciação profissional em empreendedorismo;
- Conteúdo: conhecimentos sobre como intã empreender, empreender, como fazer gestão de micro e pequenas empresas, plano de negócios, e como identificar oportunidades e fazer planejamentos de empreendedorismo;
- Custo: grátis.

- Qualificação Profissional em Desenhista de Moda

- Curso presencial oferecido na cidade de Apucarana (136 km de Peabiru), no período vespertino com vários módulos e carga horária total de 220h;
- Público-alvo: pessoas que buscam qualificação no setor de moda;
- Conteúdo: Terminologias e Simbologias Técnicas do Vestuário (12h), Ciências Aplicadas do Vestuário (30h), Introdução à História da Moda (12h), Tecnologia da Confecção (20h), Ilustração de Moda (56h) e Desenho Técnico de Produtos de Moda (90h);
- Custo: R\$750,00.

3.5.2 Senac - Concorrente Direto

Dentro do sistema FIEP, existe também além do Senai, o Senac (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial)¹⁰, que atua principalmente com cursos de profissionalização em mais de 600 unidades pedagógicas e unidades móveis, contando com uma estrutura e sistemas de alta qualidade.

Criado em 10 de janeiro de 1946, através dos Decretos leis nº 8.621 e 8.622, autorizando a Confederação Nacional do Comércio a organizar e administrar, nacionalmente, escolas e oficinas de aprendizagem para trabalhadores e pessoas interessadas em ingressarem no



setor comercial, sendo uma entidade privada e sem fins lucrativos, ofertando cursos livres, escola técnica, graduação, pós graduação e cursos de extensão para diversas áreas.

Missão: Educar para o trabalho em atividades do comércio de bens, serviços e turismo.

Visão: Ser a instituição brasileira que oferece as melhores soluções em educação profissional, reconhecida pelas empresas.

Valores: Transparência, Inclusão Social, Excelência, Inovação, Atitude Empreendedora, Educação para Autonomia e Desenvolvimento Sustentável.

Existe uma sede do Senac em Peabiru, onde eles oferecem cursos nas áreas de artes, área da beleza, do comércio, da educação, comunicação, design, gastronomia, moda, gestão, idiomas, produção de alimentos, saúde, segurança, tecnologia da informação, trânsito, turismo e na área de zeladoria a nível técnico, livre, de extensão, graduação e pós-graduação, EAD e cursos in company. Dentre esses cursos destacamos:

- A arte de se comunicar e de vender mais em Peabiru com duração de 30h; EAD e grátis;
- Curso de Empreendedorismo digital em Peabiru com duração de 60h; EAD e grátis;
- Curso de corte e costura em malha em Peabiru com duração de 60h;
- Presencial e custo de R\$1.163,40 podendo ser parcelado em até 5x.

Com aprovação do MEC, os cursos são aplicados por docentes qualificados e boa parte deles são ofertados gratuitamente ou com grandes descontos para aqueles que não possuem boas condições financeiras.

3.5.3 Sebrae Peabiru - Concorrente Direto

O SEBRAE11 (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) é uma instituição privada existente desde 1972 com o objetivo de promoção da competitividade e do desenvolvimento sustentável de micro pequenas empresas, em prol de fortalecer e acelerar o empreendedorismo através de parcerias com o setor público e privado, programas de capacitação, feiras, workshops de negócios, acesso ao crédito e a inovação e impulso ao associativismo.

Atuante em todo o território nacional, conta com 27 unidades além da sede nacional em Brasília, oferecendo cursos, seminários, consultorias e assistência técnica para pequenos negócios dos mais diversos setores, com mais de 5 mil empregados em todo o Brasil, e mais de 8 mil consultores.

Desde 2015, o Sebrae em parceria com a prefeitura de Peabiru inaugurou a Sala do Empreendedor, uma iniciativa com foco no incentivo de legalizar negócios informais e prestar assistência aos microempreendedores individuais, instalada no mesmo prédio que a Agência do Trabalhador do município.

Missão: Transformar os pequenos negócios em protagonistas do desenvolvimento sustentável do Brasil.

Visão: Ser referência na promoção do empreendedorismo e na geração de valor para os pequenos negócios.

Dentre os cursos e assistência que o Sebrae presta a comunidade de Peabiru destacamos.

- Curso: MEI – Microempreendedor Individual: Como se Formalizar;



- Gratuito, online e com duração de 2h;
- Curso: Como se Tornar um Microempreendedor Individual.
- Gratuito, online e com duração de 2h.

3.5.4 Flor D'lis Atelier Escola de Corte e Costura - Concorrente Indireto

Localizada próximo a Peabiru em Campo Mourão, oferece cursos de corte e costura e de artesanato em geral, além disso prestam consultorias de imagem e de coloração pessoal. Os cursos variam de preço de acordo com a escolha de duração, onde o curso de Corte e Costura com período de 1 ano, tem um custo de R\$ 330 por mês.

3.5.5 Análise Geral de Concorrentes

Através da tabela a seguir, fizemos um comparativo com os principais fatores a serem analisados de cada concorrente pesquisado para que cheguemos a um negócio viável:

Nome do negócio	Local e tipo de Concorrência	Curso/ Serviço	Formato	Valor
Senai	Campo Mourão - Indireta	Iniciação Profissional em Empreendedorismo	EAD - duração 14h	Gratuito
	Apucarana - Indireta	Qualificação Profissional em Desenhista de Moda	Presencial - duração 220h.	R\$ 750,00
Senac	Peabiru - Direta	Empreendedorismo Digital	EAD - duração 60h	Gratuito
	Peabiru - Direta	Corte e Costura em Malha	Presencial - duração 60h	R\$1.163,40 podendo ser parcelado em até 5x.
Sebrae	Peabiru - Direta	Sala do Empreendedor Peabiru	Consultoria	Gratuito
	Todas as sedes - Direta	Como se tornar um Microempreendedor Individual	EAD - duração 2h	Gratuito
Flor D'lis Escola de Corte e Costura	Campo Mourão - Indireta	Corte e Costura	Presencial - duração 1 ano	R\$330,00 por mês

A partir disso, conclui-se então, que mesmo apresentando alguns concorrentes fortes e com serviços prestados na própria Peabiru, a maioria possui duração muito curta e funciona online, sem acompanhamento e didática personalizados como nossa escola propõe. Os presenciais qualificados a nível profissionalizante ofertados na cidade tem custos que variam aproximadamente de R\$ 700 a R\$1.000,00, o que não se adequa ao público que visamos atingir e o curso de custo mais acessível de R\$ 330,00 mensais fica em outra cidade, o que acaba por tornar-se de qualquer forma o investimento mais caro pelo fator do deslocamento ao habitantes de Peabiru.

4. EQUIPE PARA TOCAR O PROJETO:

Para comandar o projeto vamos necessitar de 1 administrador para gerenciar a escola. A função do administrador será controlar o andamento da escola, tomar decisões estratégicas para o bom funcionamento da escola e comandar a equipe responsável por cada curso disponibilizado.

Serão necessários 2 diretores para gerenciar os cursos, sendo um diretor responsável pelos serviços de : Consultoria e Plano de Negócios e Curso de Empreendedorismo, e o outro diretor para gerenciar os cursos de: Artesanato, Bordados, Costura e Hortifruti.

No início contaremos com 1 secretária para fazer atendimento a interessados nos cursos e realização de matrículas, repassando informações importantes sobre a demanda para o diretor do curso responsável.



Serão contratados 5 professores para ministrar os cursos, 1 para cada curso ofertado, onde os professores decidirão junto com o diretor como será o andamento dos cursos, e quais as principais atividades a serem realizadas com os alunos. Para a consultoria e os demais cursos poderão ser firmada parceria com Faculdades Locais ou Instituições de regiões próximas para que os alunos tenham professores qualificados e possam receber certificados, bem como consultores profissionais para atender os aspirantes ou já microempreendedores.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO E/OU SERVIÇO

Serão ofertados cursos de empreendedorismo, consultoria e acompanhamento de negócios, curso profissionalizante de bordado, costura, artesanato, hortifruti e todos esses também para a maior idade. Os objetivos principais a longo prazo são:

- Aumentar em até 30% o número de empreendedores e microempresas em Peabiru;
- Tornar pelo menos 60% dos feirantes de Peabiru profissionalizados e capacitados para venda de seus produtos e serviços;
- Assegurar o aumento de até 10% relacionado ao trabalho digno e legalizado à comunidade de Peabiru, bem como diminuir as desigualdades sociais.

Nossos cursos são voltados para feirantes que procuram por especialização, pequenos produtores que procuram por especialização, pessoas da maior idade que desejam exercitar seus aprendizados, que também desejam empreender e para o público em geral que deseja fomentar seus negócios.

Os cursos serão de curta duração, levando no máximo seis meses para completar todos os módulos, e para as consultorias, o tempo de execução e consultas irão funcionar de acordo com o negócio em questão.

6. ESTRUTURA E OPERAÇÕES

A estrutura da escola terá espaço(s) cedido(s) pela Prefeitura de Peabiru por meio de parceria firmada. A prefeitura cederá o espaço e nós entraremos com a mão de obra e o restante dos investimentos necessários em comunhão com investidores e patrocinadores para o funcionamento da escola.

Temos 5 opções de cursos em nossa escola, além da consultoria, e como grade de funcionamento sugerimos destinar um dia da semana para a realização de cada curso ou atividade. Para os cursos de artesanato, costura, bordado e hortifruti e empreendedorismo vamos buscar na comunidade de Peabiru e nos entornos, parceiros e profissionais de entidades públicas e privadas para ministrar tais cursos.

6.1 Curso de Costura

- São necessárias 2 mesas para modelagem, materiais de costura (linhas, agulhas, tesouras, papéis para modelagem);
- 2 salas com tamanho de 15m², (1 para aulas teóricas e modelagem e outra com as máquinas);
- Sala de modelagem: 2 mesas de modelagem, 6 cadeiras e 1 quadro negro;
- Sala de costura: máquinas industriais (3 máquinas retas , 3 máquinas overlocks e 3 máquinas galoneiras); máquinas caseiras (2 máquinas domésticas) e uma cadeira para cada máquina, totalizando 11 cadeiras;



- Balancim para aplicar botões de pressão e fazer botões encapados;
- Apostila com passo a passo básico e tarefas para cada aula;
- Máquina de corte de tecido;
- Rolos de Algodão Cru para que os alunos possam construir protótipos e costurar peças pilotos.

6.2 Curso de bordado

- Sala com 15m²;
- São necessárias mesas com cadeiras;
- material de bordado: tecido - algodão cru 20 x 20 (20m por mês);
- bastidor 16cm;
- lápis ou lapiseira, fita crepe, linha de meada ou novelo, agulha de costura nº 7, tesoura de ponta pequena, tinta, aquarela, pincel, saquinho de papel kraft,
- fitas diversas.
- Apostila com passo a passo básico e tarefas.

6.3 Curso de Artesanato

- São necessárias mesas com cadeiras;
- Sala de 15m²;
- variedades de colas (quente, isopor, gel, branca, madeira, tecido, isopor);
- tesouras (bordado, multiuso, arremate);
- estilete, régua ou fita métrica;
- lápis e caneta, pincéis e tintas (tecido, acrílica, lavável, guache, esmalte, tinta a óleo, tinta nanquim);
- papéis (cartão, cartolina, metro, seda, arroz, manteiga, crepom, laminado, Vergé, kraft);
- isopor, mdf, tecidos (algodão, malha, tricolore, linho, camurça, chita, brim);
- agulha e linha, enchimentos, lixa, rolinhos, moldes, resina, jornal velho.

6.4 Curso de Hortifruti

- Espaço com boa incidência solar e disponibilidade de água;
- Área de terra plana, propícia para plantação de mudas;
- Sala com 15m² para aulas teóricas;
- 1 quadro para explicações;
- 1 projetor;
- 1 computador;
- Internet disponível;
- Mudas e sementes;
- Ferramentas e outros insumos;
- Apostila.

6.5 Curso de Empreendedorismo/ Consultorias

- 1 quadro para explicações;
- 1 Computador em sala para o professor;
- 1 projetor para passar conteúdo nas aulas;



- apostilas para os alunos;
- 10 conjuntos de cadeira com carteira;
- 1 mesa para professor;
- 1 cadeira para o professor;
- Internet disponível para uso durante a aula;
- 1 sala medindo 35m².

Obs*: Os cursos de Empreendedorismo, Consultorias, Artesanato, Bordado e Hortifruti (aulas teóricas) poderão ser ministrados no mesmo espaço (sala) que disponha de todos os materiais necessários, visto que a cada dia da semana o mesmo espaço poderá ser ocupado para diferentes fins. Já para o curso de costura, é necessário que haja duas salas personalizadas devido ao uso das mesas de modelagens e máquinas.

7. MARKETING OU FORMA DE VENDA

7.1 Produto

Nosso produto classifica-se como intangível, visto que iremos trabalhar com a oferta de serviços educacionais, no setor de ensino profissionalizante e com uma forma de ensino personalizada, com custo acessível, turmas pequenas e com didática também especializada para o público da terceira idade. Dessa forma, visamos sanar uma necessidade da comunidade de Peabiru, auxiliando aqueles que desejam empreender ou profissionalizar seus serviços.

7.2 Preço:

Após o estudo de um panorama feito acerca dos custos da Escola Profissionalizante Empreender Peabiru, análise de público-alvo, mercado e concorrência, chegamos aos seguintes valores:

- Curso de Costura: R\$300,00 para a mensalidade com módulos de estudo que duram até 6 meses e materiais inclusos;
- Curso de Bordado: R\$250,00 para a mensalidade com módulos de estudo que duram até 6 meses e materiais inclusos;
- Curso de Artesanato: R\$200,00 para a mensalidade com módulos de estudo que duram até 3 meses e com materiais inclusos;
- Curso de Hortifruti: R\$150,00 para a mensalidade com módulos de estudo que duram até 6 meses e com materiais inclusos;
- Curso de empreendedorismo: R\$ 150,00 para a mensalidade com módulos de estudo que duram até 3 meses e com materiais inclusos;
- Consultoria para novos negócios: conforme orçamento e negócio proposto a consultoria tem um prazo máximo de 1 ano para acompanhamento e um valor que pode chegar até R\$150,00 por mês.

7.3 Praça

Nosso serviço e atividades irão funcionar em espaços disponibilizados pela Prefeitura de Peabiru e pela possível parceria com escolas locais do Município que possuam o espaço e infraestrutura necessária para o funcionamento da Escola. Cada curso ocuparia uma ou mais sedes diferentes conforme o tamanho, infraestrutura e materiais necessários, citados no tópico de Estrutura e Operações.



7.4 Promoção

A comunicação do nosso empreendimento se dará conforme o público alvo que desejamos atingir, dessa forma, pensando em empreendedores iniciantes, feirantes e vendedores locais que desejam obter especialização e pessoas de maior idade que também desejam se aprimorar, vamos divulgar nossos serviços através de panfletos distribuídos diretamente nas casas e em pontos de comércio como padaria e/ou mercados, na prefeitura de Peabiru, com carros de som, e através de pôsteres e outdoors em pontos estratégicos de grande visualização na cidade, eventos e na feira.

Além disso, como estratégia promocional, contamos com uma diferenciação, pois visamos oferecer dentro do nosso setor de Consultoria uma primeira consultoria grátis de acompanhamento de negócio, direcionando o cliente para as etapas que devem ser feitas para que ele obtenha sucesso no seu empreendimento. Conforme a situação e o tipo de negócio proposto, chegamos a um orçamento e a um valor de investimento por parte do cliente para a continuidade da consultoria, que pode chegar no máximo até R\$150,00 mensais durante 1 ano.

Visto que estamos oferecendo um serviço, nosso canal de distribuição irá funcionar com os clientes finais sendo os alunos e os intermediários sendo os professores vindos de outras instituições e parceiros de empresas com consultoria estratégica para prestar auxílio nas consultorias.

8. PLANO FINANCEIRO

Para iniciar as atividades da escola profissionalizante, listamos todos os materiais que serão necessários para ministrar os cursos ofertados. O espaço físico da escola será cedido pela prefeitura por meio de parceria firmada onde o valor aproximado de aluguel do imóvel seria de R\$1.600,00, mas não teremos esse gasto em nosso orçamento.

1 - ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS			
A - MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS			
DESCRIÇÃO	QTDE.	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
1 máquinas retas	3	R\$ 2.429,10	R\$ 7.287,30
2 máquinas overlocks	3	R\$ 1.529,91	R\$ 4.589,73
3 máquinas colaneras	3	R\$ 2.999,00	R\$ 8.997,00
4 máquinas domésticas	2	R\$ 738,90	R\$ 1.477,80
5 balancim	1	R\$ 399,00	R\$ 399,00
6 máquina de corte	1	R\$ 829,90	R\$ 829,90
7 manutenção das máquinas	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
SUBTOTAL			R\$ 23.880,73
B - MÓVEIS E UTENSÍLIOS			
DESCRIÇÃO	QTDE.	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
1 mesa de modelagem	2	R\$ 2.870,00	R\$ 5.740,00
2 kit materiais de costura	6	R\$ 299,43	R\$ 1.796,58
3 cadeiras	6	R\$ 649,00	R\$ 3.894,00
4 quadro negro	2	R\$ 618,00	R\$ 1.236,00
5 cadeiras para máquinas	11	R\$ 649,00	R\$ 7.139,00
6 rolos de algodão	10	R\$ 68,90	R\$ 689,00
7 materiais de bordado	6	R\$ 249,99	R\$ 1.499,94
8 jogo de mesas e cadeiras	6	R\$ 499,00	R\$ 2.994,00
9 materiais para artesanato	6	R\$ 120,00	R\$ 720,00
10 mudas e sementes	6	R\$ 80,00	R\$ 480,00
11 ferramentas para jardinagem	6	R\$ 130,00	R\$ 780,00
12 computador	5	R\$ 2.300,00	R\$ 11.500,00
13 projetor	1	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00
14 carteiras	10	R\$ 150,00	R\$ 1.500,00
15 mesa de escritório	5	R\$ 400,00	R\$ 2.000,00
16 cadeiras de escritório	5	R\$ 300,00	R\$ 1.500,00
SUBTOTAL			R\$ 44.708,52
TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS (A+B)			R\$ 68.589,25

Para o capital de giro levantamos os seguintes valores que serão necessários mensalmente para a continuidade da escola:

2 - ESTIMATIVA DE CAPITAL DE GIRO				
A - ESTIMATIVA DE ESTOQUE/CUSTO FUNCIONÁRIO				
	DESCRIÇÃO	QTDE.	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
1	administrador	1	R\$ 3.094,00	R\$ 3.094,00
2	gerente	2	R\$ 3.200,00	R\$ 6.400,00
3	professores	6	R\$ 2.200,00	R\$ 13.200,00
4	secretária	1	R\$ 1.600,00	R\$ 1.600,00
5	custos com energia, internet e telefone	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
SUBTOTAL				R\$ 25.094,00

Para o investimento pré-operacional foram obtidos os seguintes valores mostrados na tabela abaixo:

3 - ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAL	
INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$
despesas de legalização	R\$ 10.000,00
divulgação	R\$ 10.000,00
curios e treinamentos	R\$ 6.000,00
TOTAL	R\$ 26.000,00

Com esses dados iniciais chegamos ao nosso plano financeiro, considerando os custos levantados. Os recursos de terceiros é referente a patrocínio recebido por meio de patrocínio com as cooperativas da região. Na tabela abaixo pode-se observar como ficou o plano financeiro:

PLANO FINANCEIRO		
INVESTIMENTO TOTAL		
DESCRIÇÃO DOS INVESTIMENTOS	VALOR R\$	(%)
Investimentos Fixos	R\$ 68.789,25	57,38
Capital de giro	R\$ 25.094,00	20,94
Investimentos pré-operacionais	R\$ 26.000,00	21,68
TOTAL	R\$ 119.883,25	100
FONTE DE RECURSOS		
	VALOR R\$	(%)
Recursos próprios	R\$ 60.000,00	50,00
Recursos de terceiros	R\$ 60.000,00	50,00
TOTAL	R\$ 120.000,00	100

8.1 Retorno do investimento

Com a análise dos custos levantados, chegamos ao valor de lucro anual de R\$29.641,20, com rentabilidade de 24,7% ao ano. De acordo com essas previsões o retorno do investimento realizado será recuperado em 4 anos e 1 mês. Com esses dados nós acreditamos que o negócio é viável, pois de acordo com a aceitação e adesão de alunos é possível expandir o número de turmas dos cursos mais procurados.



INDICADORES DE VIABILIDADE	VALORES
Lucratividade	29.641,20 / ano
Rentabilidade	24,7 % / ano
Prazo de retorno do investimento	4 anos e 1 mês

9. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

9.1 Forças de Porter

As forças de Porter buscam identificar a intensidade das forças que regem o setor onde nosso plano de negócios será aplicado. Quanto menores forem as forças, maior é o poder da nossa empresa e maiores são as potenciais margens do nosso negócio.

- Poder de barganha dos fornecedores (fraco)

Os principais custos da Escola Profissionalizante Empreender Peabiru não se trata do espaço utilizado, como infraestrutura e aluguel visto que teremos uma parceria com a Prefeitura e possíveis escolas locais do município, ou seja, basicamente, os maiores custos cabem a impressão de material de divulgação, de apoio às aulas (apostilas), e em ambos os casos, os fornecedores são gráficas. Boa parte dos custos seriam voltados também aos materiais e ferramentas necessários para as aulas e as manutenções das máquinas. Dessa forma, visto que entre esses fornecedores há um baixo nível de diferenciação entre seus atores, essa força é considerada fraca.

- Ameaça de produtos substitutos (média)

Pensando nas tendências do mercado educacional e em outras soluções para que os alunos recebam apoio pedagógico para tirar suas dúvidas e atingir um bom desempenho, temos como ameaça o ensino online e as práticas EAD (Ensino a distância), além de consultorias que podem ser prestadas por grandes redes como o SENAI e o SEBRAE. Porém, visto que iremos oferecer um ensino presencial, personalizado, com acompanhamento individual de cada aluno e atendimento especial para o público de maior idade, a ameaça de substitutos se torna média pela diferenciação dos nossos serviços, e também porque os concorrentes possuem características diferentes que vão satisfazer mais a um tipo (perfil) de cliente do que a outro, permitindo assim, que a competição ocorra em outros termos além de preço.

- Poder de barganha dos clientes (médio)

O poder de barganha dos nossos clientes poderia ser considerado forte visto que eles podem optar por receber ensino de qualidade de outras entidades presentes na cidade como nossos concorrentes diretos e indiretos, que oferecem ensino online e de duração rápida, o que torna possível o cliente optar por deixar nossos serviços. Porém, quando se trata de ensino personalizado e de cursos mais específicos como costura, bordado, artesanato e hortifrutí, o poder de barganha se torna médio, visto que não existe na cidade de Peabiru outra escola com esse ensino, e assim os alunos teriam que procurar estudo em cidades vizinhas, encarecendo o valor de seus investimentos.



- Ameaça de novos entrantes (fraco)

Visto que a estimativa atual da população de Peabiru é de aproximadamente 14.000 habitantes, a ameaça de novos entrantes não é uma grande preocupação, pois geralmente as maiores redes de ensino ou franquias que poderiam vir a se instalar tendem a procurar cidades maiores, com número populacional maior. Além disso, com o público alvo que pretendemos atender, se houvessem novos entrantes, não haveria um número de clientes possível para ocupar todas as vagas, não gerando o retorno de investimento necessário. No entanto, como o ciclo de vida dos alunos é relativamente baixo, com o tempo, essa ameaça pode se tornar forte.

9.2 Análise Matriz F.O.F.A

<p>Forças</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contar com a parceria da prefeitura e patrocinadores; - Atendimento personalizado aos alunos e alunos da maioridade; - Boa estrutura, disposição e oferta de materiais de qualidade aos alunos; - Treinamento dos professores e equipe; - Preço baseado na estrutura de custos e no benchmarking 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carência de suporte personalizado; - Mercado não explorado na cidade; - Linhas de crédito voltadas para serviços de educação; - Questões sociais; - Programas de incentivo ao empreendedorismo podem gerar ótimas parcerias com a escola;
<p>Fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Não possuir sede própria, o que limita os espaços para as atividades e torna a infraestrutura necessária enxuta; - Ter que buscar profissionais de outras cidades e em instituições parceiras; - Ciclo de vida baixo dos alunos baixo; - Carência de serviços de manutenção necessários na cidade; 	<p>Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ofertas de cursos online e gratuitos de curta duração e grátis; - Ensino à distância; - Professores autônomos que podem ofertar os mesmos cursos; - Existência de oportunidades alternativas para os sócios, como a criação de pequenas escolas que foquem apenas em um curso específico.



10. AVALIAÇÃO DE CENÁRIOS

Para essa análise, vamos considerar um cenário hipotético otimista, em que as turmas ofertadas terão 100% de ocupação. Nossas turmas terão capacidade para 6 alunos em cada turma do curso de costura, hortifruti, artesanato e bordado. A turma de consultoria e de empreendedorismo tem capacidade para 10 alunos cada. Serão ofertadas 4 turmas de cada curso.

Com 100% das turmas ocupadas, teremos uma receita mensal no valor de R\$33.600,00, sendo o lucro do período antes do imposto no valor de R\$8.506,00. Para os cálculos de viabilidade da escola, vamos considerar seu funcionamento durante 10 meses do ano. Assim, depois de pagar os impostos a escola terá um lucro no valor de R\$29.641,20 ao ano. Os valores do cenário estão na tabela abaixo para uma visualização geral dos valores.

CENÁRIO OTIMISTA	
DESCRIÇÃO	VALOR (R\$)
Receita total com vendas	R\$ 336.000,00
(-) Custos variáveis totais	R\$ 301.128,00
Margem de contribuição	R\$ 34.872,00
(-) Impostos	R\$ 5.230,80
Lucro/Prejuízo Operacional	R\$ 29.641,20



COOPERATIVA DE ARTESANATO

Isabela Cruz Vieira
Maicon Roberto Pilato
Mariana Karas
Müller Tatiane Deda

1. Sumário executivo; 2. Conceito do negócio; 3. Mercado e competidores; 4. Equipe necessária para tocar o projeto; 5. Descrição do produto/serviço; 6. Estrutura e operações; 7. Marketing ou forma de venda; 8. Plano financeiro; 9. Avaliação estratégica – matriz swat/fofa; 10. Avaliação de cenários.

1. SUMÁRIO

EXECUTIVO

Why	Propósito	Criação de uma cooperativa para beneficiar os moradores de Peabiru.
What	Atividade	Cursos que promovam a capacitação do participante da cooperativa para sua melhora econômica e educacional. Cursos de culinária e artesanato seriam exemplos. Além de aulas de reforço para crianças e adolescentes, promovendo melhora nos índices educacionais no município.
Where	Lugar	No município de Peabiru. Podendo ser em um galpão ou propriedade comercial. Há a possibilidade de uma parceria com a prefeitura para compra, doação ou aluguel da propriedade para a cooperativa.
Who	Equipe	Profissionais aptos a ensinar os cursos específicos, assim como profissionais capacitados para as aulas de reforço, auxiliares de manutenção da cooperativa, cooperadores moradores de Peabiru, grupo administrativo da cooperativa.
When	Tempo	Indeterminado. Seria um projeto a longo prazo, para inspirar demais lugares em situação parecida com Peabiru.
How	Método	Implantação da cooperativa na região, apresentação da mesma aos moradores de Peabiru, coleta de dados dos interessados a filiação na cooperativa, apresentação de cronograma com cursos e aulas de reforço semanais, recolhimento de materiais feitos nos cursos e vendidos em feiras ou até mesmo de maneira remota, lucro com vendas revertido e dividido entre cooperadores moradores exclusivos de Peabiru.
How much	Custo	O investimento total para a implementação giraria em torno de R\$ 136.000,00 para custos fixos, capital de giro e investimentos pré-operacionais. E referente ao imóvel, caso fosse comprado, seu valor seria de R\$ 1.9000.000,00 e se fosse optado pelo aluguel seu custo seria de R\$ 10.000,00.

2. CONCEITO DO NEGÓCIO

O nosso projeto consiste em implantar uma cooperativa no município de Peabiru, visando beneficiar os moradores e promover assim uma melhoria econômica e educacional na região. Serão disponibilizados cursos de artesanato e culinária, entre outros, além de aulas de reforço para as crianças e adolescentes, com o intuito de obter uma melhora no índice educacional do município.

3. MERCADO E COMPETIDORES

O público alvo seriam pessoas de baixa renda que querem ter uma oportunidade no mercado de trabalho, mas também as portas estarão abertas para todo e qualquer morador do município buscando a integração entre os moradores. Pesquisas indicam que não há um mercado competidor, pois o objetivo será a cooperativa onde fornecemos os cursos



de maneira gratuita na cidade de Peabiru. Na cidade existem sim cursos de culinária e artesanato, porém eles são pagos, o nosso diferencial seria oferecer esses mesmos cursos de forma gratuita.

4. EQUIPE NECESSÁRIA PARA TOCAR O PROJETO

Profissionais capacitados para ensinarem seus respectivos cursos, professores de matérias em geral para as aulas de reforço, auxiliares para a manutenção do espaço onde se localizará a cooperativa, o trabalho voluntário de alguns moradores de Peabiru e o grupo administrativo da cooperativa.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO

A ideia é criar uma cooperativa para a realização de cursos profissionalizantes tais como de culinária e artesanato entre outros. O projeto visa em promover a capacitação dos moradores de Peabiru como objetivo de preparar para o mercado de trabalho, a criação de seu próprio negócio ou simplesmente como um passatempo. E dispor também para as crianças atividades de lazer e recreação, além de aulas de reforço escolar, para que elas possam se ocupar e também se divertir e também melhorar os índices educacionais do município.

6. ESTRUTURA E OPERAÇÕES

Será realizado na cidade de Peabiru, evidentemente, o espaço em idealizado poderá ser um barracão ou uma propriedade comercial com um amplo espaço. E também existe a possibilidade de realizar uma parceria com a prefeitura para o aluguel deste espaço ou até mesmo uma doação de propriedade para a cooperativa acontecer, e em último caso poderá ser feita a compra do imóvel em questão. Serão adquiridos todos os equipamentos necessários para cada determinado curso, por exemplo no de culinária, serão comprados fogões, geladeiras, utensílios, mantimentos entre outros. E para as aulas de reforço contaremos com todos os equipamentos escolares que uma escola convencional possui, e também há a possibilidade de contar com doações destes mesmos equipamentos caso alguém se disponibilize para ajudar o projeto.

7. MARKETING OU FORMA DE VENDA

Realizaremos o marketing do projeto com um forte engajamento nas redes sociais, como Instagram e Facebook, utilizando-se do espaço para anunciar quais cursos serão oferecidos, as suas datas. Outra opção é disponibilizar folhetos informativos e distribuir nos pontos comerciais da cidade, pois sabemos de se tratar de uma cidade pequena muitos não possuem grande conhecimento com a internet. O nosso objetivo é se destacar como algo inovador e inédito na cidade onde as pessoas saberão o que está sendo feito e quando forem pela primeira vez vão querer voltar e trazer mais pessoas para participarem das atividades na cooperativa.



8. PLANO FINANCEIRO

INVESTIMENTOS FIXOS				
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS				
	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
1	Fritadeira industrial	1	R\$ 637,07	R\$ 637,07
2	Exaustor	1	R\$ 399,90	R\$ 399,90
3	Caixa de gordura	1	R\$ 215,00	R\$ 215,00
4	Moedor profissional	1	R\$ 1.070,00	R\$ 1.070,00
5	Chapa de lanche	1	R\$ 1.185,00	R\$ 1.185,00
6	Balcão refrigerado	1	R\$ 6.890,00	R\$ 6.890,00
7	Cortador de massas	5	R\$ 23,09	R\$ 119,50
8	Termômetro	5	R\$ 112,00	R\$ 560,00
9	Liquidificador	1	R\$ 1.049,47	R\$ 1.049,47
10	Purificador de água	1	R\$ 989,32	R\$ 989,32
11	Forno industrial	1	R\$ 2.236,71	R\$ 2.236,71
12	Fogão industrial	1	R\$ 2.925,62	R\$ 2.925,62
13	Geladeira industrial	1	R\$ 7.271,04	R\$ 7.271,04
TOTAL			R\$ 25.548,63	

INVESTIMENTOS FIXOS				
MÓVEIS E UTENSÍLIOS				
	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
1	Lousa	1	R\$ 119,00	R\$ 119,00
2	Cx canetas	1	R\$ 47,35	R\$ 47,35
3	Cx lápis	1	R\$ 41,90	R\$ 41,90
4	Kit cadernos	1	R\$ 62,91	R\$ 62,91
5	Armário multiuso	1	R\$ 549,90	R\$ 549,90
6	Kit carteira e cadeira	1	R\$ 399,90	R\$ 399,90
7	Kit apagador e canetão	1	R\$ 23,95	R\$ 23,95
8	Bancada inox	4	R\$ 874,37	R\$ 3.497,48
9	Bancada manipulação	1	R\$ 2.788,00	R\$ 2.788,00
10	Kit caçarolas	5	R\$ 325,00	R\$ 1.625,00
11	Pia e cuba inox	1	R\$ 2.269,00	R\$ 2.269,00
12	Kit facas	2	R\$ 110,12	R\$ 220,24
13	Lixeira inox	3	R\$ 142,00	R\$ 426,00
14	Kit prato raso	5	R\$ 278,62	R\$ 1.393,10
15	Funil inox	2	R\$ 352,90	R\$ 705,80
16	Estante inox	1	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00
17	Kit avental	10	R\$ 27,90	R\$ 279,00
18	Luvras térmicas	10	R\$ 21,75	R\$ 217,50
19	Kit luvas acrílicas	10	R\$ 26,99	R\$ 269,90
20	Kit talheres	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00
TOTAL			R\$ 20.735,93	

ESTIMATIVA DE CAPITAL DE GIRO			
PRAZO MEDIO DE VENDAS – CONTAS A RECEBER		(%)	NÚMERO DE DIAS
A VISTA	R\$ 20.000,00	40	0 DIAS
A PRAZO 1	R\$ 15.000,00	30	30 DIAS
A PRAZO 2	R\$ 15.000,00	30	60 DIAS
TOTAL	R\$ 50.000,00	100	

ESTIMATIVA DE CAPITAL DE GIRO			
PRAZO MEDIO DE VENDAS – CONTAS A PAGAR		(%)	NÚMERO DE DIAS
LUZ	R\$ 2.500,00	13,37	30 DIAS
ÁGUA	R\$ 500,00	2,67	30 DIAS
INTERNET	R\$ 200,00	1,07	30 DIAS
SEGURANÇA	R\$ 500,00	2,67	30 DIAS
LIMPEZA	R\$ 1.000,00	5,35	30 DIAS
ALIMENTOS	R\$ 4.000,00	21,4	45 DIAS
ALUGUEL	R\$ 10.000,00	53,47	30 DIAS
TOTAL	R\$ 18.700,00	100	

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAL	
INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$
DESPESAS DE LEGALIZAÇÃO	R\$ 1.000,00
OBRAS CIVIS/REFORMAS	R\$ 50.000,00
DIVULGAÇÃO	R\$ 3.000,00
OUTRAS DESPESAS	R\$ 5.000,00
TOTAL	R\$ 59.000,00

INVESTIMENTO TOTAL		
DESCRIÇÃO DOS INVESTIMENTOS	VALOR (R\$)	(%)
INVESTIMENTOS FIXOS	R\$ 46.284,56	33,88
CAPITAL DE GIRO	R\$ 31.300,00	22,92
INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$ 59.000,00	43,2
TOTAL	R\$ 136.584,56	100
FONTE DE RECURSOS	VALOR (R\$)	(%)
RECURSOS PRÓPRIOS	R\$ 80.000,00	57,14
RECURSOS DE TERCEIROS	R\$ 40.000,00	28,57
OUTROS	R\$ 20.000,00	14,29
TOTAL	R\$ 140.000,00	100

9. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA – MATRIZ SWOT/FOFA



10. AVALIAÇÃO DE CENÁRIOS

Quando se é tratado de um projeto dessa magnitude, as possibilidades de tanto dar certo ou dar errado devem ser consideradas, da mesma forma que a cooperativa pode ser um grande sucesso obtendo uma grande aceitação da população em aceitar participar dos cursos ofertados e também se disponibilizarem como voluntários, conseguindo as parcerias com a prefeitura, os produtos feitos na cooperativa obterem uma boa lucratividade para que o capital de giro consiga se manter em uma posição favorável, entre outros fatores. Entretanto, o oposto também pode acontecer, que seria uma baixa aceitação e interesse pelo projeto, a prefeitura não aceitar de antemão, ou aceitar inicialmente e depois abandonar e ver que não é vantajoso para eles, os produtos não darem o retorno planejado podendo ficar com o caixa negativado, todos esses fatores podem acarretar um grande fracasso financeiro e profissional para todos os envolvidos.

ACTIVE IDIOMAS

Samara Czajkowski
 Vinicius Luís Mattos Dos Santos Andressa Lucas
 Tainá Camargo

1. Conceito do negócio; 2. Sumário executivo; 3. O que você vende; 4. Mercado e competidores; 5. Concorrência; 6. Pontos fortes, 7. Pontos fracos; 8. Para quem você vende; 9. Qual é o perfil do comprador; 10. Como você quer que seus produtos/serviços sejam vistos e percebidos pelos clientes? ; 11. Como você vai se diferenciar da concorrência; 12. Estratégia 5W2H; 13. Descrever as principais características dos executivos/gestores; 14. Produtos e/ou serviços; 15. Estrutura e operações necessárias; 16. Plano financeiro; 17. Avaliação estratégica; 18. Elaboração da Avaliação cenários; 19. Referências.

1. O CONCEITO DO NEGÓCIO

1.1 O que será o negócio



Nome do seu Negócio:

O nome da empresa é “Active Idiomas”.

1.2 Significado da logo:



2. SUMÁRIO EXECUTIVO:

Active idiomas é uma empresa criada em união com o governo e parceiros, a qual tem como principal objetivo representar Peabiru e auxiliar na educação e desenvolvimento da população no quesito relacionado a idiomas, sejam eles inglês, espanhol ou francês. O projeto tem enfoque em aumentar o conhecimento da população, consequentemente



podendo gerar muitos empregos, além também da área do turismo a qual já é forte na cidade, entretanto com um investimento e estruturação adequada pode gerar lucro para a cidade atraindo turistas de todo o mundo. A Active idiomas vai muito além de ser apenas uma escola de idiomas. Sua implantação tem como um dos objetivos trazer lucro para Peabiru, além da educação. Tendo em vista isso, a Active idiomas terá uma parceria com uma empresa de turismo, as quais desenvolveram um projeto inovador. Tal projeto funcionará da seguinte forma:

Ambas as empresas precisam de lucro para manter-se no mercado, entretanto pela Active idiomas ser um plano para também atrair lucro para a cidade, será desenvolvido o projeto “+Brasil” o qual terá justamente a finalidade de atrair não só turistas, como também estrangeiros que queiram morar no Brasil. As duas empresas atuariam em conjunto, alunos da escola de idiomas Active que possuíssem bom domínio das 3 línguas ofertadas na escola, ou pelo menos de 1, poderiam trabalhar na empresa de turismo, sendo assim a empresa de turismo estaria capacitada para receber estrangeiros, além de gerar emprego e oportunidade para os alunos. Além da campanha "+Brasil" que será realizada para outros países como uma oportunidade para estrangeiros que queiram morar no

Brasil, seja fazendo intercâmbio ou por tempo indeterminado e tenham interesse em dar aulas seja de inglês, espanhol ou francês.

ODS: O 8º ODS surge justamente com a finalidade de promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos. Está ODS está diretamente ligada ao nosso trabalho devido aos planos da empresa através da criação do projeto “+Brasil”, o qual tem a finalidade de gerar empregos e atrair imigrantes, consequentemente gerando lucros para a cidade.

3. O QUE VOCÊ VENDE:

Active idiomas oferta serviços, os quais são cursos de Idiomas, são eles: inglês, espanhol e francês.

4. MERCADO E COMPETIDORES

- Foi localizado em Peabiru, uma escola de idiomas, a Fisk. Com cursos em uma média de 600 reais a mensalidade. Em Campo Mourão, cidade vizinha, existe também escola de idiomas, preço não localizado.
- Visto que a nossa empresa irá trazer mais conforto para os moradores de Peabiru, por ser bem localizada e com um preço mais acessível que as outras.
- Público-alvo sendo: Crianças e Adultos, de 12 a 35 anos.
- Oportunidade para aqueles que querem aprender um idioma a mais, para pais que querem que seus filhos tenham oportunidades de estudos.
- Uma equipe de marketing para a divulgação da escola, em redes sociais e panfletos na rua. Deixando mais chamativo a divulgação para que as pessoas tenham interesse.
- Uma equipe pode passar nas escolas divulgando e coletando dados para a inscrição de quem se interessar.
- Outra sugestão é ficar uma equipe próxima a feirinha para fazer a divulgação e coletar os dados para as inscrições.

Descreva o setor de negócio, seu histórico e as projeções do mercado e as tendências para o futuro:



Expandir futuramente a grade de cursos trazendo mais oportunidades de ensino para a Active Idiomas. Nosso setor é o de prestação de serviços, sendo esse serviço educacional. Em Peabiru, uma cidade pequena, com algumas, mas ainda com poucas escolas e empresas educacionais, queremos ser um diferencial no ramo.

5. CONCORRÊNCIA:

- Concorrência de um curso de inglês na cidade (aulas online)
- Uma escola de idiomas na cidade, Fisk (<https://fisk.com.br/unidades/Peabiru>)
- Concorrência de uma plataforma com cursos de idiomas e turismo em Peabiru (aulas online)
- (<https://www.procapacitar.com/2018/05/cursos-em-peabiru.html>)

Nossa empresa vem para melhorar a educação local, cursos para proporcionar um futuro melhor para jovens, com mais possibilidades de aprendizado e que pode gerar muitos empregos. Também contribuirá para melhorar o turismo na cidade pois haverá profissionais capacitados para melhor receber/atender os turistas.

Há algumas concorrentes, porém não são tão boas empresas como a nossa, pois oferecem somente aulas online.

6. PONTOS FORTES:

Cursos de idiomas os quais oferecem oportunidade de emprego na agência de turismo para os estudantes que passarem nos testes e forem selecionados.

Ensino de qualidade.

Métodos de qualidade e comprovados de ensino.

Diversidade de horários e dias, para poder encaixar na rotina dos alunos; Profissionais capacitados;

Estrutura adequada; Segurança aos alunos.

7. PONTOS FRACOS?

Verba para começar;

Local adequado (prédio amplo com várias salas);

Patrocínios.

7.1 Como posso utilizar os pontos fortes a meu favor?

Podemos utilizar como publicidade para atrair mais clientes criando campanhas as quais citam ou centralizam os nossos pontos fortes.

7.2 Como posso trabalhar para os pontos fracos não afetarem o negócio?

Achar parcerias para empréstimo de um prédio; Parcerias para doação de materiais para as aulas;

Patrocinadores interessados em ajudar financeiramente, pensando no futuro dos jovens.



8. PARA QUEM VOCÊ VENDE:

Homens e mulheres, de 12 a 35 anos, já são (ou desejam ser) funcionários de multinacionais no Brasil; viajar para fora do país; trabalhar no ramo turístico, ser bilíngue.

9. QUAL É O PERFIL DO COMPRADOR?

Jovens que se interessem em aprender idiomas. Oportunidade de aprendizado que trará oportunidades de empregos.

O perfil do comprador de um curso de idiomas é aumentar a oportunidade de trabalho.

9.1 Por que ele está comprando?

Interesse em um futuro melhor para si, começando pelo investimento na educação, afinal é de extrema importância para qualquer profissional no Brasil que se torne fluente em outras línguas, ou que ao menos saiba se comunicar.

9.2 Quais fatores influenciam a compra?

Interesse na educação, no aprendizado, estrutura da escola, método de ensino, professores qualificados e com boa didática, preço e duração do curso.

9.3 Quando, como e com que periodicidade é feita a compra?

- Quando é feita a compra?
- A pessoa vê o anúncio, fica sabendo por outras pessoas, pode assistir a uma aula experimental, se interessa pelos serviços oferecidos e efetua a compra.
- Como é feita a compra?
- O cliente pode comprar pelo site ou pessoalmente na empresa.
- Com que periodicidade é feita a compra?
- O tempo mínimo dos cursos de idiomas é de 6 meses, portanto esse seria o período mínimo de compra. Após esse período mínimo as pessoas podem contratar por quanto tempo elas quiserem/acharem necessário e até trancar a matrícula se precisarem.

9.4 Onde ele se encontra?

Nas ruas, no trabalho, conectado na internet (redes sociais e sites), em lojas, ouvindo rádio, procurando oportunidades de emprego, universidade, interessados na área turística.

9.5 Como chegar até ele?

Em pequenos municípios uma boa estratégia de divulgação é realizada por meio de panfletagem. Anúncios na internet e rádio, nas ruas e shoppings, panfletos entregues por toda cidade. Entretanto será investido também em anúncios online, criando e aplicando estratégias de marketing nas redes sociais. A empresa Active Idiomas irá utilizar as redes sociais: Instagram, Facebook, LinkedIn, Youtube e TikTok. O foco da empresa será na



criação de estratégias as quais atinjam o público-alvo em questão através de marketing de conteúdo, publicidade e parcerias.

O objetivo do planejamento da Active Idiomas é atrair mais leads e transformá-los em clientes através do funil de conteúdo. Para isso é de extrema importância levar em consideração os 3 tipos de clientes:

- Cliente supermotivado: Sabe que precisa do seu produto/serviço e está procurando.
- Cliente levemente motivado: Sabe que precisa do produto/serviço, mas está procrastinando, ou seja, não está buscando pelo produto ou serviço.
- Cliente não motivado: Ele quer/precisa, mas ainda não sabe. Ele não está procurando. Por isso para atingi-lo é necessário um esforço maior, mostrar o produto/serviço.

Funil de Conteúdo: Ao aplicar o funil de conteúdo deve-se levar em conta os 3 tipos de clientes e qual a firma pretende atingir. Na situação da Active Idiomas o cliente supermotivado geralmente é o que irá buscar o serviço presencialmente, telefone ou Whatsapp. Já o cliente levemente motivado e o não motivado em geral é o essencial para investimento em tráfego pago, já que ambos não estão buscando pelo serviço, porém para o cliente não motivado é necessário um esforço maior. Para atingi-lo, afinal ainda será necessário despertar o interesse (tal pode ser feito através de marketing de conteúdo mostrando que a empresa tem domínio das línguas as quais ensina (inglês, espanhol e francês), criação de conteúdo, investimento em anúncios com tráfego pago, vídeos e imagens bonitas e chamativas do local com as salas, livros das línguas e etc.).

- Atrair (topo de funil): Conquistar visitantes regulares através das redes sociais, seja no orgânico ou tráfego pago.

ORGÂNICO: Existem diversas formas de atrair leads organicamente, o que pode ser realizado através de: interação e criação de relacionamento com os seguidores através de posts e vídeos de conteúdos constantes que estejam relacionados à empresa ou à Active Idiomas. Mostrar o dia a dia no estabelecimento, publicar stories/imagens/reels de alunos (com a permissão), mostrar cenas das aulas seja nos stories ou feed, publicar imagens atrativas.

TRÁFEGO PAGO: No quesito do tráfego pago, deve ser analisado principalmente o cliente levemente motivado e o não motivado. Ambos podem ser atingidos através de uma campanha que atraia o lead para o perfil já estruturado e mostre todas as informações necessárias para o início de relacionamento. Já o levemente motivado, por exemplo, como já possui interesse no produto/serviço, ele apenas não está buscando. Pode ser, por exemplo, criada uma estratégia de OFERTA IRRESISTÍVEL, por exemplo, “MATRICULE-SE E GANHE 10% DE DESCONTO EM UMA VIAGEM PARA INGLATERRA”. Já que a Active Idiomas terá parceria com uma agência de turismo, seria extremamente importante criar campanhas em conjunto. Sendo assim, obviamente o lead terá que inserir o email para receber algum código, então além de despertar o gatilho mental de reciprocidade, você ainda terá o email para poder enviar novas ofertas e novidades/promoções para os leads que se interessarem e cadastrarem o email.

Ensinar: Mesmo se tratando de uma empresa a qual tem objetivo de vender cursos presenciais, é possível criar autoridade através da entrega de um conteúdo, seja gratuito ou pago. A captação do email para envio de promoções e novidades pode ser feita através de um curso pago/gratuito de "Intermediário em inglês em até 10 meses" ou até mesmo



um e-book sobre “10 passos para aprender inglês”. Tudo deve ser voltado ao nicho da empresa, por isso nesse tópico pode ser aplicado também a criação de relacionamento. Mostrar o dia a dia, aulas, alunos, limpeza do ambiente, livros etc. auxiliam na autoridade e confiança.

Vender: Todo o trabalho já realizado nos tópicos anteriores deve ser acompanhado de uma CHAMADA PARA AÇÃO, onde todos levam de uma certa forma o futuro cliente a conhecer os produtos e despertar o interesse em tal. Então, após seguir todos os passos e gerar autoridade e confiança, deve ser iniciada a venda.

- Além das estratégias já citadas acima, a Active Idiomas irá também participar de eventos em escolas e universidades.
- Selecionar contatos de indicações através de seus alunos.
- Participaremos de palestras sobre o nicho de idiomas como parceria em eventos.

10. COMO VOCÊ QUER QUE SEUS PRODUTOS/SERVIÇOS SEJAM VISTOS E PERCEBIDOS PELOS CLIENTES?

Como uma nova opção na área educacional em Peabiru, um lugar inovador com portas abertas a novos conhecimentos para os jovens e que poderá gerar muitas oportunidades de emprego além de um conhecimento de qualidade e comprovado.

11. COMO VOCÊ VAI SE DIFERENCIAR DA CONCORRÊNCIA?

Horários e dias variados para encaixar na rotina dos alunos; Método de ensino com eficácia comprovada;

Aulas presenciais e didáticas;

Criação de conteúdo de valor nas redes sociais; PDFs com planejamento de estudos pros alunos;

PDFs com marketing de conteúdo para seguidores ou pessoas interessadas.

12. ESTRATÉGIA 5W2H:

5W					2H	
What	Why	Who	Where	When	How	How much
O que	Por que	Quem	Onde	Quando	Como	Quanto
Ação, problema, desafio	Justificativa, explicação, motivo	Responsável	Local	Prazo, cronograma	Procedimentos, etapas	Custo, desembolsos
Atrair ao menos 30 clientes antes da abertura da escola Active Idiomas.	A empresa está iniciando no mercado e precisa atrair clientes além de iniciar sua presença no mercado de Peabiru, ou seja, ser vista.	O Auxiliar de Marketing ficará responsável por realizar as campanhas e testes, além de monitorar os resultados	Setor de Marketing presente no local presencial da Active Idiomas.	O cronograma durará 6 meses, com investimento pesado 2 meses antes da abertura. Serão realizadas 3 campanhas, cada uma com 2 meses de duração.	Serão criadas 3 campanhas, uma inicial com objetivo de divulgar a abertura da escola de idiomas com os cursos de Inglês, francês e espanhol. A segunda com uma promoção relâmpago para os 10 primeiros a se matricularem em qualquer curso. E a terceira com promoções e brindes especiais de abertura, como por exemplo, e-books gratuitos.	primeiros 4 meses de campanha R\$200. Em seguida, 2 meses antes da abertura R\$500

Detalhamento do que está presente na imagem:

What: Atrair ao menos 30 clientes antes da abertura da escola Active Idiomas.



Why: A empresa está iniciando no mercado e precisa atrair clientes além de iniciar sua

Who: O Auxiliar de Marketing ficará responsável por realizar as campanhas e testes, além de monitorar os resultados.

Where: Setor de Marketing presente no local presencial da Active Idiomas.

When: O cronograma durará 6 meses, com investimento pesado 2 meses antes da abertura. Serão realizadas 3 campanhas, cada uma com 2 meses de duração.

How: Serão criadas 3 campanhas, uma inicial com objetivo de divulgar a abertura da escola de idiomas com os cursos de Inglês, francês e espanhol. A segunda com uma promoção relâmpago para os 10 primeiros a se maticularem em qualquer curso. E a terceira com promoções e brindes especiais de abertura, como por exemplo, e-books gratuitos.

How much: Os primeiros 4 meses de campanha R\$200. Em seguida, 2 meses antes da abertura R\$500.

13. DESCREVER AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DOS EXECUTIVOS/GESTORES DE SEU NEGÓCIO E QUANTOS SÃO E PARA QUAIS FUNÇÕES. EQUIPE NECESSÁRIA: ADMINISTRADORES, EQUIPE DE MARKETING, PROFESSORES, RESPONSÁVEL PELA LIMPEZADO AMBIENTE.

- Gerente

Uma pessoa. Toma as decisões necessárias para o bom funcionamento da instituição. Com experiência em gestão de negócios e educação de jovens e adultos. Que seja social com as pessoas, um líder nato, proativo e centrado para gerenciar conflitos com cautela.

- Administrativo

Uma pessoa. Para ajudar o gerente a administrar a empresa, lidará com a parte burocrática. Com experiência em administração e educação. Que seja social com pessoas, calmo para tomar decisões e que atue também como RH.

- Professores

Serão necessários dois professores com fluência nos idiomas inglês, Espanhol Francês. Que tenha sede de conhecimento, facilidade de comunicação, tenha empatia e paciência e saiba motivar os alunos.

- Agente de limpeza

Duas pessoas. Colaboradores para cuidar da limpeza do prédio para melhor bemestar de alunos, professores e colaboradores. Que sejam ágeis, organizados, simpáticos, saibam trabalhar em conjunto e tenham discrição.

- Auxiliar de Marketing

O Auxiliar de Marketing será apenas um, e ficará responsável por gerenciar as redes sociais criando posts, stories e vídeos. Além de investir em tráfego pago criando campanhas. Buscando e organizando eventos online e presenciais como feiras,



palestras em escolas ou universidades, parcerias e etc. Que seja criativo, comunicativo, saiba trabalhar com redes sociais, tenha iniciativa e habilidade com escrita.

14. PRODUTOS E/OU SERVIÇOS

A Active Idiomas ofertará 3 idiomas em modalidade presencial: Inglês, espanhol e Francês.

- A finalidade do serviço: para que ele serve?

Os cursos ofertados pela Active Idiomas têm a finalidade de ensinar, em específico inglês, espanhol ou francês para pessoas que tenham interesse em aprender um novo idioma.

- Prazo para realização do serviço;

De acordo com o FSI (Foreign Service Institute), órgão diplomático americano, são necessárias de 600 a 2.200 horas investidas para alcançar a fluência, variando de acordo com a dificuldade do idioma: quanto mais difícil, mais horas necessárias.

Seguindo o GLH, um estudante atinge o nível avançado com aproximadamente 800 horas de aulas.

O tempo de duração dos cursos irá variar de acordo com o conhecimento já adquirido pelo estudante, ou seja, é incerto. Porém, a Active Idiomas trabalha com uma estimativa que pode variar de acordo com o nível de conhecimento de cada estudante.

Inglês: estipulam que o prazo de 1.200 horas é o tempo ideal para qualquer pessoa aprender inglês

Para iniciantes: Até/mínimo 4 anos (Sujeito a alterações de acordo com o desenvolvimento do aluno) para intermediários: Até/mínimo dois anos (Sujeito a alterações de acordo com desenvolvimento do aluno)

francês:

Tipicamente, demora 12 meses para conseguir falar no nível Proficiência

Profissional Completa (contanto que você tenha dedicado entre 5-10 horas por semana).

Espanhol:

Entre 2 à 4 anos.

- Quais benefícios esse serviço trará para o seu cliente?

Curso de qualidade que garante que o aluno saia escrevendo e se comunicando corretamente com o idioma o qual foi cursado.

- Quais são as qualificações da empresa e equipe que realizará os serviços e demais observações.

Todos os professores serão extremamente qualificados. A empresa fará exames para a seleção a fim de que seja selecionado o profissional mais qualificado para o trabalho.



- Para que servem, qual o apelo que procuram atender?
Carência de aprender um novo idioma.

15. ESTRUTURA E OPERAÇÕES NECESSÁRIAS

A Active Idiomas será construída em um terreno o qual está a venda em Peabiru no valor de R\$65.000,00 reais, como é possível observá-lo abaixo:



O valor final da construção ficará em R\$85.000,00 reais, sendo uma recepção, 1 banheiro e 3 salas.

As máquinas e/ou equipamentos necessários para o empreendimento são:

- Projetor
- Cadeira
- Carteira
- Mesa
- Notebook
- Armário
- Quadro
- Bebedouro
- Livros: Material didático
- Galão de água
- copo descartável.

Já os salários dos funcionários serão:

- Professor 1: R\$ 2.149,00 reais
- Professor 2: R\$ 2.069,00 reais
- Professor 3: R\$ 2.309,00 reais
- Administrador: R\$ 1.979,00 reais
- Auxiliar de Marketing: R\$ 1.000,00 reais
- Faxineira R\$ 1.200,00 reais

MARKETING OU FORMA DE VENDA

Como já citado anteriormente, no tópico da estratégia 5w2h, a empresa Active Idiomas irá realizar 3 campanhas antes de seu lançamento, cada uma terá a duração de 2 meses, tais campanhas serão da seguinte forma:

1 CAMPANHA:

A primeira campanha terá foco em apenas divulgar a escola de idiomas a fim de conquistar ao menos seguidores e pessoas que acompanhem a página, afinal as redes sociais da empresa já estão sendo gerenciadas por um profissional da área de Marketing desenvolvendo conteúdo de valor.

2 CAMPANHA:

Já durante a segunda campanha será lançada uma promoção para os 10 primeiros a se maticularem em qualquer um dos cursos de idiomas os quais receberam 10% de desconto durante as primeiras 3 mensalidades. A campanha durará 1 semana. Será realizada no Instagram, Facebook e TikTok.

3 CAMPANHA:

A terceira campanha durará 2 meses e também contará com uma promoção, porém dividida em 2 FASES:

1 FASE: será 30% OFF durante TODO o curso, e o período de inscrição durará apenas 24 HORAS com intuito de ativar o gatilho mental de ESCASSEZ, afinal o lead terá apenas 1 dia para realizar sua matrícula.

2 FASE: Será 20% OFF durante TODO o curso, e o período de inscrição durará 41HORAS, também pensando em ativar o gatilho mental de ESCASSEZ.

Exemplo de campanha a ser aplicada na empresa:

**ESTRATÉGIA PONTO DE VENDA PARA LANÇAMENTO:**

A empresa pretende ser lançada na feira Livre de Peabiru, e como estratégia serão aplicados:



Um ponto de Venda aplicando ações de Trade Marketing. A empresa irá organizar na feira um stand com cartazes, folhetos, atendente especializado em vendas e com conhecimento sobre a empresa e seus serviços. A ideia é aplicar as estratégias de Merchandising e Criação de demanda. Podemos dizer que Merchandising é o conjunto de operações efetuadas dentro do PDV, visando colocar o produto certo, na quantidade certa, com preço certo, no tempo certo, com apresentação visual impecável e dentro de uma exposição correta. Ou seja, são todos os esforços destinados a valorizar o produto para o shopper. Na campanha em questão a ideia é planejar um ponto de venda com estratégias de merchandising trabalhando o visual com música ao vivo, oficinas de entretenimento para crianças, e como principal atração um espaço com óculos de realidade virtual os quais apresentarão 3 (TRÊS) lugares para que o público visualize, sendo eles:

- Na Paris, com o público na realidade virtual falando em francês a fim de atrair pessoas que tenham interesse no curso de francês.
- Em New York, com o público na realidade virtual falando em inglês a fim de atrair pessoas que tenham interesse no curso de inglês.
- Na Espanha, com o público na realidade virtual falando em espanhol a fim de atrair pessoas que tenham interesse no curso de espanhol.



(Imagem ilustrativa)

Outro principal exemplo de trade marketing é atrair e criar situações de compra. É possível fazer isso oferecendo novos produtos, investindo em embalagens diferenciadas, entre outros. Alguns bons exemplos de trade marketing podem ser vistos, e aplicados na situação da Active Idiomas quando as empresas oferecem, por exemplo, criar programas de fidelidade para seus clientes; sorteios; degustação de seus produtos/serviços em importantes pontos de venda; fazem promoções; oferecem bônus nas compras, entre outros.

- A Active Idiomas já começará com um preço abaixo da concorrência
- Sendo em um espaço localizado no centro da cidade, de fácil acesso
- Será ofertado em escolas, praças da cidade
- Além das estratégias já citadas, a Active Idiomas também irá participar de eventos em escolas e universidades.
- Vai selecionar contatos de indicações através de seus alunos.
- Iremos participar de palestras sobre o nicho de idiomas da empresa como parceira em eventos

QUAL A POLÍTICA DE PREÇOS QUE SUA EMPRESA VAI PRATICAR?

Preço na média, de acordo com a ótima qualidade dos nossos serviços.



PRAÇA: Será ofertado para os jovens da cidade, que ficarão sabendo da escola pelas propagandas, feiras e etc que serão feitas especialmente para nosso público-alvo.

Propaganda: Pelas redes sociais, site na internet, panfletos a serem entregues nas ruas, cartazes colados pela cidade, propaganda na rádio,

Plano de divulgação

Público-alvo: Adolescentes e jovens de 12 a 35 anos Meios de comunicação:

- Panfletagem na feira em todo o horário de feira, uma vez na semana;
- Panfletagem perto de escolas no horário da saída dos adolescentes, uma vez no mês;
- Banner em lugar estratégico onde as pessoas sempre passam, como por exemplo perto de um supermercado e lojas;
- Divulgação em redes sociais como Facebook e Instagram, duas vezes na semana às 20 horas pois é o horário que mais tem gente conectado;
- Vídeos nas redes sociais, um toda semana;
- Cartazes em centro comercial;
- Propaganda na rádio em horário nobre, três vezes na semana.

16. PLANO FINANCEIRO

PREÇOS DOS CURSOS OFERECIDOS PELA EMPRESA:

Inglês: R\$ 440,00 Reais Espanhol: R\$ 420,00 Reais Francês: R\$ 490,00 Reais Plano Financeiro no Excel:

ESTIMATIVA DE CAPITAL DE GIRO				
PRAZO MÉDIO DE VENDAS	(%)	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA PONDERADA EM DIAS	
A vista	100	0 dias	Iremos atuar somente com mensalidade.	
A prazo 1		30 dias	O pagameto será todo dia 1.	
A prazo 2		60 dias		

ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS

DESCRIÇÃO	QTDE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
PROJETOR	3	1250,00 reais	R\$ 3.750,00 reais
CARTEIRA			

ESTIMATIVA DE CAPITAL DE GIRO

Estimativa de estoque/custo funcionario

DESCRIÇÃO	QTDE	VALOR UNITÁRIO	2 AULAS SEMANAIS 2 HORAS CADA	ENCARGOS	TOTAL
Professor 1	Hora	85 reais/hora	1.360,00 reais	789,00 reais	R\$ 2.149,00 reais
Professor 2	Hora	80 reais/hora	1.280,00 reais	789,00 reais	R\$ 2.069,00 reais
Professor 3	Hora	95 reais/hora	1.520,00 reais	789,00 reais	R\$ 2.309,00 reais
Administrador	1	1190 reais		789,00 reais	R\$ 1.979,00 reais
Auxiliar de MKT	1	1350 reais		789,00 reais	R\$ 2.139,00 reais
Faxineira	2x na semana	150,00 reais			R\$ 1.200,00 reais
Galão de água	4	15,00 reais			R\$ 60,00 reais
Copo descartavel	2	45,00 reais			R\$ 90,00 reais
Livros de atividade:	Mensal	1.041,00 reais			R\$1.041,00 reais
Luz	Mensal	880,00 reais			R\$ 880,00 reais
Internet	Mensal	R\$100,00 reais			R\$100,00 reais
			Soma total de estoque (aproximadamente)		R\$ 14.016 reais

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAL			
Investimentos	R\$		
Despesas de legalização	R\$1.500,00	Taxas do para abrir a empresa.	
Obras civis e/ou reformas	R\$ 85.000,00	Preço para construção da Escola.	
Divulgação	R\$6.000,00	Trafego pago e panfletagem.	
Cursos e treinamentos	R\$2.500,00	Cursos de Marketing e Administração.	
Outras despesas(Terreno)	R\$65.000,00	Terreno que será comprado na Cidade	
TOTAL	R\$160.000,00		

INVESTIMENTO TOTAL

DESCRIÇÃO DOS INVESTIMENTOS	VALOR R\$	(%)
INVESTIMENTOS FIXOS	R\$ 38.839,00	18,25%
CAPITAL DE GIRO	R\$ 14.016,00	6,58%
INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$ 160.000,00	75,17%
TOTAL	R\$ 212.855,00	100%

FONTES DE RECURSOS	VALOR R\$	(%)
Recursos próprios	80.000,00	37,58%
Recursos de terceiros(Prefeitura)	100.000,00	46,98%
Outros(Empréstimo)	32.855,00	15,44%
TOTAL	212.855,00	100%

TEMPO DE RETORNO DE INVESTIMENTO		VALORES
RECEITA MENSAL:	R\$ 16.100 Reais.	
RECEITA ANUAL:	R\$ 193.200 Reais	
LUCRO ANUAL:	R\$ 25.008,00 Reais	
ROI:	8,51% Ano	
Lucratividade :	25.008,00/Ano	
Prazo de retorno		
do investimento	8.5 Anos	

17. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA:

	Fatores internos (controláveis)	Fatores externos (incontroláveis)
Pontos fortes	F orças :Localização, estrutura, qualificação do curso e vantagens e bonus pela contratação do pacote.	O portunidades : Criar parcerias com empresa de turismo, ter alunos de municípios proximos a Peabiru,
Pontos fracos	F raquezas:Preço, duração do curso, custo inicial elevado.	A meaças: Escolas online, FISK que fica localizada em Peabiru



18. ELABORAÇÃO DA AVALIAÇÃO CENÁRIOS

Preferencialmente indicar as possibilidades de crescimento e/ou expansão Cenários Alternativos: Há cenários que demonstram possibilidades de resultados mais otimistas? Há cenários limítrofes que não são o ideal e, mesmo assim, permitem à empresa evoluir? Note que estabelecer cenários é mais do que apenas denominá-los de otimista e pessimista. Você precisa apresentar as premissas que levarão a cenários mais ou menos convidativos.

Metas de expansão

- Novos idiomas;
- Expansão de faixa etária para ingresso nos cursos;
- Inserção de novos cursos (técnicos voltados a áreas que sejam fortes e gerem muitos empregos na cidade como por exemplo de Turismo, Administração, etc.)
- Promoções, brindes para alunos;
- Cantina, que seria também um meio de obter lucro para a empresa.



BRECHÓ NOVA MODA

Renata Padilha de Oliveira
Hellen Cristina Alves
Lariane Marcati

1. Sumário executivo; 2. Conceito do negócio; 3. Descrição do produto/serviço; 4. Estrutura e operações; 5. Marketing ou forma de venda; 6. Plano financeiro; 7. Avaliação estratégica – matriz swat/fofa; 8. Avaliação de cenários.

Nome: Brechó Nova Moda

Principais Objetivos: Venda de roupas novas, seminovas e usadas, a fim de melhorar as condições e desenvolvimento financeiro dos moradores e da infraestrutura da cidade.

O que se vende: Roupas casuais, esportivas feminina e masculina.

Para quem se vende: Todos os tipos de público. Pessoas de 15 a 80 anos, moradores da cidade de Peabiru, dos bairros próximos ao local ao e que procuram por moda sustentável, roupas com valor acessível e vestimentas em geral.

Quais meus pontos fortes: Valor acessível, moda sustentável, ideia inovadora, novidade na região e outros.



1. SUMARIO EXECUTIVO CONCEITO DE NEGÓCIO:

Brechó sustentável, novas, seminovas e usadas. As roupas variam de R\$29,90 até R\$299,99, e as roupas usadas não possui valor mínimo.

Mercado de Competidores:



Mel Cosméticos: vendem produtos de beleza, produtos com o preço de baixo a médio custo; Mel Centro de Beleza e Estética: oferecem procedimentos estéticos, numa faixa de preço mediano por ser no centro da cidade;

Center Bike: venda e conserto de bicicletas usadas, sendo o preço de baixo custo para os consertos e alto custo para a venda das bicicletas;

Público-alvo da loja Nova Moda, será os de baixa a média renda. Homens e mulheres.

Descrição do produto/ serviço Brechó de todos os estilos de Roupas. Estrutura e operação Loja alugada/ e reformada;

4 Funcionários: 1 caixa; 2 atendentes/ vendedores; 1 gerente;

Marketing ou forma de venda Estratégia mais a frente. Plano Financeiro

Avaliação estratégica Avaliação de cenários

A cidade de Peabiru tem infraestrutura simples no noroeste do Estado com uma população estimada em 14.017 pessoas (2021). Essas cidades do interior costumam ter bastantes lojas de diversos segmentos: lanchonetes, pizzarias, loja de roupas, calçados, salões de beleza, hotéis por sempre ter visitantes das cidades próximas. A maioria destas lojas tem o baixo preço por conta dos moradores serem de baixa renda, trabalhadores agrícolas.

Localização: rua Avenida Raposo Tavares, 835 - Centro - 87250-000 Em frente a Praça Eleutério Galdino de Andrade

Vimos que nas proximidades do Brechó Nova Moda, não existe nenhuma concorrência que siga nesse ramo de brechó, apenas lojas de roupas.

Identificamos que por conta da baixa concorrência, a empresa se destaca por apresentar uma ideia inovadora na cidade, uma loja de roupas esportivas usadas, seminovas e novas, no centro da cidade em frente a uma das praças mais conhecidas da cidade. O Brechó Nova Moda Peabiru, tem como horário de funcionamento das 9h às 19h de segunda a sábado. A cidade de Peabiru tem como principais lojas, como conveniências, loja de roupas simples, calçados, lanchonetes/restaurantes.

ODS:



2. ESTRATÉGIA DE MARKETING

Pensar no posicionamento do produto/serviço, preço, praça (local da oferta) e promoção. A loja vai trabalhar com promoções e preços baixos. Visando um negócio social e sustentável, os valores arrecadados terão 30% revertidos ao desenvolvimento lucrativo da cidade.

Posicionamento (produto/serviço): como você quer que seus produtos/serviços sejam vistos e percebidos pelos clientes?

Não só uma venda de roupas em boas condições e sim como uma oportunidade de dar avanços e chances de um crescimento e desenvolvimento para a cidade. Ao comprar uma roupa, você ajuda diretamente em um futuro melhor para si mesmo.

Como você vai se diferenciar da concorrência?

Por se tratar de um negócio novo na cidade, a loja já ganha um certo destaque, em Peabiru já existem lojas de venda de roupas, mas não com a proposta sustentável de a Nova Moda oferece, o objetivo de ajudar o meio ambiente e ajudar o desenvolvimento financeiro da cidade é totalmente novo e exclusivo entre os moradores. A concorrência direta (brechós) é baixa e quase nula, visando que não existem outros, mas a concorrência secundária (lojas de roupas novas) é média, visando que existem algumas no centro, mas são poucas.

Qual a política de preços que sua empresa vai praticar?

Visando um cenário precário na renda monetária dos moradores e a dificuldade financeira que não só a população como também a cidade está enfrentando, vamos focar em preços acessíveis, de baixo custo.

Praça (canais de distribuição): como seus produtos/serviços chegarão até os clientes?

Possuiremos a loja física localizada na Av. Raposo Tavares, nº 835 funcionando das 8h às 19h. As roupas ficam expostas e podem ser escolhidas presencialmente. Fora a divulgação do Instagram que ocorrerá frequentemente e com distância pequena da loja (máx 8km) poderá ser entregue através de motoboy.

Propaganda/comunicação: como seus clientes ficarão sabendo de seus produtos/serviços?

Pensando porte da nossa empresa e também na etapa que ela se encontra, é relativamente mais fácil elaborar uma estratégia de recursos para reconhecimento e divulgação da marca.

Os recursos atuais com que o marketing estuda e trabalha, envolvem desde a parte de design até estratégias de campanhas e reconhecimento de marca (patrocínios, propagandas, recursos pagos e marketing digital).



A Nova Moda possui presença em várias plataformas. Através da bio do Instagram temos acesso á:

Facebook - para visibilidade e captação de clientes

Contato no Whatsapp - para comunicação frequente e tirar dúvidas LinkedIn - para contatos e imagem profissional e corporativa Twitter para interação e comunicação com o público TikTok - para engajamento e visibilidade de marca. O site será desenvolvido com estilo de onepage, com briefing da empresa e informações básicas da marca.

Planejamento:

O Brechó Nova Moda ganhará um grande posicionamento e visibilidade marcante, porém a introdução de algumas plataformas ajudaria no engajamento e aumento de visibilidade do da loja inicialmente.

Objetivo:

Humanizar a página e criar uma relação mais próxima com o cliente. Alcançar seguidores e reconhecimento dos habitantes de Peabiru.

Divulgar oportunidades e promoções encontrados na loja.

Público-alvo primário:

Pessoas de 15 a 80 anos, moradores da cidade de Peabiru, dos bairros próximos ao local ao e que procuram por moda sustentável, roupas com valor acessível e vestimentas em geral.

Ferramentas e métricas para atingir este plano:

Proponho a criação e divulgação de imagens iniciais, para divulgação antes da abertura, data de inauguração, apresentação do estabelecimento, interações com seguidores e outros. (Instagram, Facebook e LinkedIn),

- Sendo uma a cada dois dias vinculadas no estúdio de criação pelo FB business.
- 5 vídeos rápidos(Instagram e TikTok).
- 4 interações de perguntas no Twitter e Storys diários com um rosto para o Instagram e Facebook (balconista ou vendedor do brechó).
- Conteúdo das imagens, vídeos e perguntas:
- Vídeos dos vendedores montando possíveis looks, vídeos das peças novas que chegaram, vídeos de promoções novas, campanhas sazonais (feriados nacionais e dias comemorativos), trends famosas, perguntas de satisfação ou até mesmo dúvidas dos seguidores.

Valor para investimento:

Ocorreram patrocínios através do gerenciador de anúncios na conta comercial da empresa, com valor mínimo de R\$6,00 reais por dia.

- Público de interesse para a promoção e criação de campanha paga:



- Pessoas de 15 a 80 anos, moradores da cidade de Peabiru, dos bairros próximos ao local ao e que procuram por moda sustentável, roupas com valor acessível e vestimentas em geral.

Palavras-chave:

Moda Sustentável Brechó

Roupas Modas

Loja de roupas Moda Peabiru Roupas Paraná Bazar

Tempo estimado para alcance dos resultados:

Duas semanas (14 dias).

Métricas de KPIs utilizados para atingir o objetivo com estas ferramentas:

Ao finalizar o processo de todo o planejamento que foi aplicado, será possível acompanhar os resultados pelo próprio gerenciador de anúncios, alcance de seguidores e aumento na demanda de pedidos.

Será possível definir de 2 a 4 publicações que tiveram melhor desempenho e ligação com o público, mantê-las engajadas será a chave para uma um fluxo contínuo de crescimento e chegada de leads mais quentes e bem qualificado para o restaurante.

Coleta de feedback:

Através das redes como Twitter, é possível um contato mais próximo com o público, muitas vezes de uma pergunta surgem vários comentários, e bem definidas as perguntas é possível chegar a respostas de satisfação.

Para feedback da comunicação nas redes sociais, contamos com crescimento e comentários referentes às publicações.

Pelo stories, também é possível obter essa análise

A logo e identidade visual da marca possui as cores verde água, preto, amarelo, rosa, roxo e branco.





NM AJUDE PEABIRU

BRECHÓ NOVA MODA

Compre lindas peças e ajude
a cidade de Peabiru - PR.

30% DOS LUCROS SERÃO DOADAS
PARA AJUDAR NO
DESENVOLVIMENTO FINANCEIRO
DA CIDADE.

 @Nova.ModaPeabiru



 @Nova.ModaPeabiru

Venha montar seu
look mais estiloso
com roupas e
acessorios das
melhores marcas
parceiras!

POP ME
TROC AREZZO

NM



PLANO FINANCEIRO INTEGRANTE DO PLANO DE NEGÓCIO:
PLANO FINANCEIRO

A- Máquinas e Equipamentos

Descrição	Quantidade	Valor	Total
Maquina de cartão Moderninha Pro	1	202,80	
Notebook	1	2400,00	
Impressora de nota fiscal	1	639,00	
			3241,80

B- Móveis e Utensílios

Balcão de caixa	1	600,00	
Arara de roupas	2	79,00	158
Arara de parede	4	50,00	200
Cabide	200	0,6	120
Arara Chão	1	149,90	
Manequim	2	180,00	360
			838

C- Reforma

Pintura	4 paredes	600,00	
Papel de parede	1 parede	300,00	
Trocas de tomadas, lâmpadas, interruptores	5 tomadas 5 lâmpadas 5 interruptores	27,00 25,00 50,00	102,00
Banheiro	Utensílios, dispense	150,00	
			1152,00

Total dos investimentos fixos (sub-total A+B+C) = A – 3241,80 + B – 838 + C – 1152, = 5231,80

A- Estimativa do estoque inicial

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Compra de peças	150 pcs	10,00 ~ 50,00	
Doação do patrocinador	70 pcs	0	
Doação da cidade	80 pcs	0	

Prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	%	Número de dias	Média ponderada em dias
A vista	50%	0	0
Prazo 1	30%	30 dias	9
Prazo 2	20%	60 dias	12
		Prazo médio total	21 dias



2º Passo: Como trabalhamos com uma estratégia sustentável, não trabalhamos com fornecedores e valores tabelados.

Caixa Mínimo

Custo fixo mensal

Aluguel 600,00 – Internet 100,00 – Total: 700,00

Custo variável mensal

Água 80,00 – Luz 100,00 – Alimentação 200,00 – Total: 380,00

Custo fixo mensal	700,00
Custo variável	380,00
Custo total	700 + 380 = 1080
Custo total diário	1080 / 30 dias = 36
Necessidade líquida de capital de giro	26 dias
Caixa mínimo	36 x 26 = 936

Capital de giro

Investimentos financeiros	R\$
Estoque inicial	
Caixa mínimo	
Total capital de giro <u>a+b</u>	

Peças	Quantidade	Valor
Patrocinador – máximo 50,00	35 pcs	50,00
	18 pcs	30,00
	17 pcs	20,00

As peças do patrocinador possuem valor máximo de 50,00 não sendo possível ultrapassar esse valor mediante a contrato. São peças novas ou que foram usadas no máximo 2 vezes.

AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA – ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A – FATORES INTERNOS (CONTROLÁVEIS) E FATORES EXTERNOS(INCONTROLÁVEIS) X PONTOS FORTES E PONTOS FRACOS

---	Fatores Internos	Fatores externos
Pontos Fortes	Forças: A Nova Moda é uma das únicas lojas que oferece moda consciente e sustentável na cidade e reverte 30% dos lucros para melhorias financeiras na própria cidade.	Oportunidades: As oportunidades surgem pois a marca tem grande chance de ser divulgada fortemente, por ser um projeto para o bem e receber cadaver mais ajuda para seu crescimento. E também porque ela está fazendo o desenvolvimento financeiro da cidade melhorar, trazendo mais qualidade de vida para os próprios clientes da loja que ao comprar alguma roupa, ajudam a si mesmo indiretamente.
	Fraquezas: A marca depende de fornecedores e patrocinadores para arrecadar mercadoria.	Ameaças: Pode haver uma escassez de produtos para a loja e originar produtos não tão bons ou uma baixa arrecadação de fundos.



ELABORAÇÃO DA AVALIAÇÃO CENÁRIOS

- Há possibilidade de crescimento ou expansão?

Sim. Pelo fato de nossa loja ser um projeto sustentável, há possibilidade de crescimento, entretanto dependemos dos moradores de Peabiru, e das cidades vizinhas, para contribuir com a doação e vendas das peças de roupas.

- Há cenários que demonstrem possibilidades de resultados mais otimistas?

Todo o nosso projeto conta com a colaboração de terceiros, desde os patrocinadores (com as peças doadas para revenda), até os moradores, os quais são os mais importantes, são eles quem ajudarão de forma direta e indireta a divulgar nossa loja, e nossa proposta como lojista.

- Há cenários limítrofes que não são o ideal e, mesmo assim, permitem à empresa evoluir?

Nossa limitação seria a queda nas vendas, ou perda de patrocínio, sendo assim, se esses um desses fatores ocorrerem nossa loja deixaria de crescer, levando até mesmo a uma falência. Ou seja, todo cenário limítrofe afetaria na evolução da empresa.



CENTRO INFANTIL

Rafaela Pinheiro da Silva
Tainá Sanches
Vicenzo Arendt

1. Conceito do negócio; 2. Mercado e competidores; 3. Equipe necessária para tocar o projeto; 4. Produtos ou/e serviços; 5. Estrutura e operações necessárias para o empreendimento; 6. Marketing ou forma de venda; 7. Plano financeiro; 8. Avaliação estratégica; 9. Avaliação de cenários; 10. Conclusão; 11. Referências Bibliográficas; 12. Anexos.

1. CONCEITO DO NEGÓCIO

Centro de saúde que oferta serviços e atendimentos voltados ao público infantil, destinado a toda população de Peabiru e redondezas, estendendo-se possivelmente a seus pais e familiares em eventuais consultas psicológicas que demandem atendimento da família para a eficácia do tratamento/acompanhamento, o projeto abrange as áreas de psiquiatria, psicologia, fonoaudiologia, pediatria, neurologia, fisioterapia e acompanhamento escolar objetivando proporcionar melhora no bem-estar de diversas crianças, pais, e diversos envolvidos. O modelo de negócios adotado é ativado por meio da investidora em negócios sociais ARTEMISIA, a clínica destina-se a atender seus pacientes aplicando preços sustentáveis, ou seja, com valores inferiores aos praticados no mercado de serviços de saúde privado, que é praticamente inacessível para a grande maioria das pessoas. Os valores são inferiores aos praticados no mercado devido a parceria da clínica com profissionais recém-formados e por ter uma infraestrutura pequena e simples.

Os serviços ofertados destinam-se a toda população infanto-juvenil de Peabiru e redondezas, estendendo-se possivelmente a seus pais e familiares em eventuais consultas psicológicas que demandem atendimento da família para a eficácia do tratamento / acompanhamento. A média de preços nesses serviços, quando pagos particularmente pelo cliente pode variar bastante, sabendo que a oferta é bastante escassa em Peabiru, o grupo orçou alguns serviços com clínicas do mesmo segmento em Curitiba e Campo Magro e fez uma média para poder estabelecer uma análise de preços de mercado uma consulta com psiquiatra pode chegar a custar mais de R\$ 300,00; Uma hora de psicoterapia está em média R\$ 180,00; Os valores de neurologia e pediatria não são bem claros, pois a consulta pode variar de acordo com o tratamento, mas os preços giram em torno de R\$ 250,00; As consultas de fisioterapia giram em torno de R\$ 60,00 reais por consulta.

1.1 OBJETIVO

Buscar a melhor forma de proporcionar tratamentos ao público infanto-juvenil, desde saúde mental, fisioterapia e acompanhamentos escolares juntamente com a recreação.

Praticar a minimização de custos operacionais da empresa, tornando possível assim cobrar valores mais baratos do que em grandes clínicas.



2. MERCADO E COMPETIDORES

No município de Peabiru contamos com três concorrentes, a Escola CRIANÇA FELIZ, na Avenida Curitiba, N°1169 - Centro, Peabiru, PR. Centro MENINO DEUS E EU EFMOD ED ESP - Centro, Peabiru, PR. Escola ÁGATA EDUCAÇÃO INFANTIL E ENSINO FUNDAMENTAL - Centro, Peabiru, PR. O perfil do cliente deste empreendimento que se encaixa como um negócio social é o que busca serviços de saúde para seus filhos, classe média e baixa, devido aos custos reduzidos das consultas e ambiente mais simples, os fatores que envolvem o processo de compras é a necessidade pois os serviços estão diretamente ligados à saúde, e a periodicidade pode ser mensal ou semanal, dependendo do caso.

3. EQUIPE NECESSÁRIA PARA TOCAR O PROJETO

Será contratado profissionais recém-formados ou perto de se formar, porém competentes e apaixonados por suas profissões, objetivando a minimização de custos para a empresa, ofertando assim um preço sustentável para o cliente final. A clínica contará também com um gestor empresarial, que irá tocar o negócio, duas secretarias (uma para cada turno), uma profissional de limpeza, além dos profissionais parceiros prestadores de serviço elencados abaixo:

- Psiquiatra
- Psicólogo
- Fonoaudiólogo
- Pediatra
- Neurologista
- Fisioterapeuta
- Professor para acompanhamento/reforço escolar.

Como a clínica, em um primeiro momento, terá um espaço pequeno (duas salas), foram divididos os profissionais parceiros em dias da semana, previamente com o objetivo de nortear este estudo, sendo que os dias específicos para cada tipo de atendimento poderá variar de acordo com a demanda:

	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO
07:00	PSIQUIATRIA	PEDIATRIA	NEUROLOGIA	PSICOLOGIA	FONODIAULOGIA	FISIOTERAPIA
08:00	PSIQUIATRIA	PEDIATRIA	NEUROLOGIA	PSICOLOGIA	FONODIAULOGIA	FISIOTERAPIA
09:00	PSIQUIATRIA	PEDIATRIA	NEUROLOGIA	PSICOLOGIA	FONODIAULOGIA	FISIOTERAPIA
10:00	PSIQUIATRIA	PEDIATRIA	NEUROLOGIA	PSICOLOGIA	FONODIAULOGIA	FISIOTERAPIA
11:00	PSIQUIATRIA	PEDIATRIA	NEUROLOGIA	PSICOLOGIA	FONODIAULOGIA	FISIOTERAPIA
12:00	PSIQUIATRIA	PEDIATRIA	NEUROLOGIA	PSICOLOGIA	FONODIAULOGIA	FISIOTERAPIA
13:00	ALMOÇO	ALMOÇO	ALMOÇO	ALMOÇO	ALMOÇO	ALMOÇO
14:00	PSICOLOGIA	REFORÇO ESCOLAR	FISIOTERAPIA	REFORÇO ESCOLAR	PSICOLOGIA	REFORÇO ESCOLAR
15:00	PSICOLOGIA	REFORÇO ESCOLAR	FISIOTERAPIA	REFORÇO ESCOLAR	PSICOLOGIA	REFORÇO ESCOLAR
16:00	PSICOLOGIA	REFORÇO ESCOLAR	FISIOTERAPIA	REFORÇO ESCOLAR	PSICOLOGIA	REFORÇO ESCOLAR
17:00	PSICOLOGIA	REFORÇO ESCOLAR	FISIOTERAPIA	REFORÇO ESCOLAR	PSICOLOGIA	REFORÇO ESCOLAR
18:00	PSICOLOGIA	REFORÇO ESCOLAR	FISIOTERAPIA	REFORÇO ESCOLAR	PSICOLOGIA	REFORÇO ESCOLAR
19:00	PSICOLOGIA	REFORÇO ESCOLAR	FISIOTERAPIA	REFORÇO ESCOLAR	PSICOLOGIA	REFORÇO ESCOLAR

***O cronograma de atividades estabelecido acima apresenta apenas um pré planejamento das atividades e suas respectivas agendas, porém, no decorrer da abertura da clínica provavelmente será reajustado de acordo com as demandas de profissionais e horários.

A clínica terá duas secretarias contratadas trabalhando em períodos de 6 horas e uma profissional de limpeza trabalhando em um período de 8 horas.

4. PRODUTOS OU/E SERVIÇOS

São oferecidos serviços de psiquiatria, psicologia, fonoaudiologia, pediatria, neurologia, fisioterapia e acompanhamento escolar. Os preços serão praticados nos mínimos valores possíveis, uma vez que o centro opera seguindo diretrizes de minimização de custos (ambiente simples, poucos funcionários de operacional como secretárias e pessoal de limpeza, profissionais recém-formados). A tabela da UNIMED CURITIBA paga R\$ 38,00 reais por consulta para o profissional médico cooperado, não podendo repetir mais de uma vez no mês cada paciente, devido a este fato a maioria das consultas do plano de saúde são sempre bem rápidas. As aulas particulares variam de acordo com o profissional ou com o estabelecimento onde as aulas são ofertadas, podendo chegar até mais de R \$100,00 por hora.

TABELA DE VALORES PRATICADOS PELA CLÍNICA:

SERVIÇO	VALOR POR HORA
PSIQUIATRIA	120
PSICOLOGIA	65
PEDIATRIA	120
REFORÇO ESCOLAR	40
NEUROLOGIA	120
FISIOTERAPIA	40
FONODIAULOGIA	120

5. ESTRUTURA E OPERAÇÕES NECESSÁRIAS PARA O EMPREENDIMENTO (COMPRA E/OU ALUGUEL DO ESPAÇO; CONSTRUÇÃO E/OU EQUIPAMENTOS, SALÁRIOS, PROMOÇÕES ETC.).

Para conter as necessidades e funções da clínica, o projeto visa optar por um ambiente de tamanho médio e simples, que contenha uma sala de espera, um banheiro e duas salas de atendimento, em torno de 15 m² por sala, mais 10 m² de recepção e 5 m² de banheiro, total aproximado em 45 m² no total de área da clínica, bastante objetivo para atender as necessidades do segmento, já que será localizado no centro da cidade de Peabiru, em um imóvel comercial locado.

Visando a ordem necessária a seguir: Captar financiamentos -> Alugar imóvel no centro de Peabiru -> Reformar imóvel, no sentido de deixar apto para o atendimento ao público -> Encontrar profissionais para as atividades fornecidas na clínica -> Treinamento de funcionários de operacional -> Divulgação da clínica -> Inauguração da clínica.

TABELA DE VALOR COM APORTE DE CAPITAL E CUSTOS NO 1MÊS:



DESCRIÇÃO	VALOR		
REFORMA	25.000,00		
CNPJ	1000		
CONTADOR	500		
LICENÇAS	1500		
MOVEIS	10.000		
COMPUTADORES	5.000		
GASTOS EXTRAS	3.000		
TOTAL	46.000,00		
		TOTAL + CUSTO OPERACIONAL PRIMEIRO MES =	56.400,00

TABELA DE CUSTOS OPERACIONAIS (SALÁRIOS, ALUGUEL MATERIAIS)

CUSTO	VALOR MENSAL	
ALUGUEL	3.000,00	
GERENTE	2.100,00	
SECRETÁRIA 1 - MANHÃ	1.500,00	
SECRETÁRIA 2 - TARDE	1.500,00	
FAXINEIRA	1.700,00	
LUZ, ÁGUA, TELFONE, INTERNET, ETC	600	
TOTAL	10.400,00	(CAPITAL DE GIRO MENSAL)

5.1 OBJETOS E UTENSÍLIOS NECESSÁRIOS

3 escrivaninhas, 2 mesas, 10 cadeiras, 1 sofá e 2 poltronas para a sala de espera, 1 galão de álcool gel, 1 caixa de lápis, 1 caixa de caneta bic, 1 pacote grande de papel sulfite, 5 tipos diferentes de jogos para a pedagogia, 4 computadores, 1 impressora que funcione via wifi, 1 galão de água, 2 pacotes copo plástico, 3 uniformes/ jaleco (secretárias e para a profissional de limpeza).

5.2 PRAZOS E CRONOGRAMA PARA A ENTREGA DO PROJETO

Novembro, 2021 - Término do plano de negócios Dezembro, 2021 - Captação de investidores e financiamento Março, 2022 - Busca do imóvel adequado.

Abril, 2022 - Negociação com fornecedores e início da reforma no local.

Maior, 2022 - Reforma e recrutamento de profissionais Junho, 2022 - Término da reforma e divulgação da clínica Julho 2022 - Inauguração da clínica.

5.3 MARKETING OU FORMA DE VENDA (PENSAR NO POSICIONAMENTO DO PRODUTO/SERVIÇO, PREÇO, PRAÇA (LOCAL DE OFERTA) E PROMOÇÃO)

Os serviços englobam consultas de Psiquiatra, Psicólogo, Fonoaudiólogo, Pediatra, Neurologista, Fisioterapeuta, Professor para reforço escolar. Devido a ampla gama de serviços prestados, estima-se uma média de R\$ 120,00 reais para consultas médicas (com retorno), tomando como base os preços praticados na capital, Curitiba, e abatendo 50%



deste valor, uma vez que a renda média de Peabiru é ligeiramente inferior à da capital. Para fisioterapia, seguindo os mesmos parâmetros, estima-se um valor médio de R\$ 40,00 por sessão, podendo ser este valor diminuído no caso da compra de pacotes com 10 sessões por: R\$ 350,00. Aulas particulares e acompanhamento escolar terão o mesmo valor que a fisioterapia. Para o serviço de psicologia, o valor da consulta será R\$ 65,00, também seguindo os mesmos parâmetros supracitados.

O produto será anunciado em redes sociais como, Facebook, Instagram, o próprio site da empresa e panfletos.

Será no momento da construção da clínica, e durante uma comemoração de inauguração, assim que tudo estiver pronto, a clínica abrirá um dia para a comunidade conhecer o espaço e saber mais sobre como serão realizadas as atividades e a definição das programações semanais, além de ter a disponibilidade de conversar com os especialistas.

5.4 PLANO FINANCEIRO

5.4.1 Quanto de recursos financeiros sua empresa precisa para iniciar a operação

TABELA DE APORTE DE CAPITAL INICIAL

DESCRIÇÃO	VALOR		
REFORMA	25.000,00		
CNPJ	1000		
CONTADOR	500		
LICENÇAS	1500		
MOVEIS	10.000		
COMPUTADORES	5.000		
GASTOS EXTRAS	3.000		
TOTAL	46.000,00		
		TOTAL + CUSTO OPERACIONAL MENSAL =	56.400,00

5.4.2 Além do momento inicial, haverá necessidade de recursos em quais outros momentos? De onde virão esses recursos?

O capital inicial será proveniente de uma empresa investidora em negócios sociais denominada ARTEMISIA, SITE: <https://artemisia.org.br/quemsomos/>

Sobre a Artemísia

A Artemísia é uma organização sem fins lucrativos, pioneira na disseminação e no fomento de negócios de impacto social no Brasil. A organização apoia negócios voltados à população em situação de vulnerabilidade econômica, que criam soluções para problemas socioambientais e provocam impacto social positivo por meio de sua atividade principal. Sua missão é identificar e potencializar empreendedores(as) e negócios de impacto social que sejam referência na construção de um Brasil mais ético e justo. A organização já apoiou mais de 500 iniciativas de todo o Brasil em seus diferentes programas, tendo acelerado intensamente mais de 180 negócios de impacto social. Fundada em 2005 pela Potência Ventures, possui atuação nacional e escritório em São Paulo.

5.4.3 Como os recursos serão utilizados?

Como a parte inicial de capital para a abertura da clínica e sua reforma para a construção da estrutura, além de ser também usado no fluxo de caixa como um suporte para os meses subsequentes.



5.5 EM SÍNTESE, QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS CUSTOS/DESPESAS DA EMPRESA?

Estimativa dos investimentos fixos:

CUSTO	VALOR MENSAL
ALUGUEL	3.000,00
GERENTE	2.100,00
SECRETÁRIA 1 - MANHÃ	1.500,00
SECRETÁRIA 2 - TARDE	1.500,00
FAXINEIRA	1.700,00
LUZ, ÁGUA, TELFONE, INTERNET, ETC	600
TOTAL	10.400,00

5.5.1 Indicadores financeiros de rentabilidade e viabilidade.

Capacidade de 12 atendimentos por dia, conforme exemplificado em tabela acima. Para os cálculos de indicadores financeiros, estimamos uma média de 7 atendimentos por dia, calculando-se com uma média de preço entre todos os preços de todos serviços prestados, somando-se o valor de cada um dos sete serviços e calculando a média, obtendo-se o valor estimado médio de 75 reais. Ou seja, em média 7 atendimentos ao dia, por 75 reais.

6. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Matriz F.O.F.A	Fatores internos (controláveis)	Fatores externos (incontroláveis)
<p>Pontos fortes Devido a minimização de custos operacionais, o centro infantil consegue operar de maneira sustentável e lucrativa, com seu enfoque na eficácia dos tratamentos ao público infanto-juvenil</p>	<p>Forças Infra estrutura adequada às necessidades; Preço acessível com profissionais novos na área totalmente capacitados, com serviços internos inovadores; Ativos tangíveis; Máquina, Capital, Ferramentas, etc...</p>	<p>Oportunidades Poucos competidores altamente relevantes; A formação de novas parcerias;</p>
<p>Pontos fracos Não oferecer uma clínica de alto padrão, apresentando uma grande infraestrutura, apresentando seu portfólio com menos profissionais, até mesmo sem profissionais graduados.</p>	<p>Fraquezas Talvez a falta de recursos ou até mesmo de experiência; Porém esses pontos não impactarão o nosso negócio.</p>	<p>Ameaças Competidores emergentes; A mudança do comportamento dos consumidores;</p>



7. AVALIAÇÃO DE CENÁRIOS

De acordo com o estudo que nos propusemos a fazer, pudemos perceber que empreender neste ramo seria um processo de médio a longo prazo para começar a dar lucro. Conforme pudemos ver na planilha de progressão financeira, a clínica mesmo operando com 60% de sua capacidade, e pagando todas as contas e dividendos dos profissionais parceiros, ainda assim iria operar em prejuízo. Possivelmente, em um cenário melhor, operando próximo de 100% de sua capacidade de atendimento, seria possível sobrar algum dinheiro para reinvestir no próprio negócio.

8. CONCLUSÃO

Concluindo o estudo, pudemos perceber que gerir um empreendimento no ramo dos negócios sociais e sustentáveis não seria uma tarefa para um administrador que esteja apenas buscando pelo lucro, mas sim aliado a isso a sua motivação deve ser criar um negócio que trará um impacto significativo para toda uma comunidade, uma vez que a missão de negócio da clínica em questão estudada engloba preços abaixo dos valores de mercado em outras clínicas privadas, e ao fazer o estudo também pudemos perceber que em um primeiro momento, mesmo com a clínica possivelmente operando com 60% de sua capacidade de atendimentos, ainda assim estaria operando no negativo. Alguns ajustes na parte financeira podem ainda ser melhor afinados, como por exemplo, ter apenas uma secretária contratada, ou aumentar o valor das consultas, porém cada pequena ação deve ser pensada para que a essência do empreendimento não se perca.

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Diagnóstico de Potencialidade Local no Município de Peabiru- Paraná. Universidade Estadual do Paraná – Campus de Campo Mourão. 2019.

DORNELAS, J.A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015. –Disponível em: Minha Biblioteca: Empreendedorismo, transformando ideias em negócios. Capítulo 5 – plano de negócios

DORNELAS, José. Plano de negócios, exemplos práticos. Link biblioteca virtual: Minha Biblioteca: Plano de negócios, exemplos práticos - 2ª Edição. 2018. Capítulo 2,3 e 4.

SALIM, Cesar. Introdução ao empreendedorismo: Minha Biblioteca: Introdução ao Empreendedorismo

SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). Como elaborar um plano de negócios. Brasília: Sebrae, 2013.

ANEXOS:

Análises feitas antes do desenvolvimento do projeto:

Visão geral

Centro de saúde que oferta serviços e atendimentos voltados ao público infantil nas áreas de psiquiatria, psicologia, fonoaudiologia, pediatria, neurologia, fisioterapia e acompanhamento escolar / recreação infantil objetivando proporcionar melhora no bem-estar de diversas crianças, pais, e diversos envolvidos.

O que é oferecido?



Os serviços de psiquiatria, psicologia, fonoaudiologia, pediatria, neurologia, fisioterapia e acompanhamento escolar / recreação infantil são ofertados a preços praticados nos mínimos valores possíveis, uma vez que o centro opera seguindo diretrizes de minimização de custos (ambiente simples, poucos funcionários de operacional como secretárias e pessoal de limpeza, profissionais recém-formados).

Para quem oferecemos nossos serviços?

Os serviços ofertados destinam-se a toda população infanto-juvenil de Peabiru e redondezas, estendendo-se possivelmente a seus pais e familiares em eventuais consultas psicológicas que demandem atendimento da família para a eficácia do tratamento / acompanhamento.

Objetivos

1. Buscar a melhor forma de proporcionar tratamentos ao público infanto-juvenil, desde saúde mental, a fisioterapia e acompanhamentos escolares e recreação;
2. Praticando a minimização de custos operacionais da empresa, tornando possível assim os valores cobrados mais baratos do que em grandes clínicas.

Não são objetivos megalomaniacos, a empresa terá investimentos de recursos privados, e seu operacional objetiva a minimização de custos. O prazo estabelecido desde o término do projeto até sua execução final é de 8 meses.

5w2h:

What? - O quê? - (O que será feito? e qual o objetivo do projeto?)

Um projeto totalmente voltado para as crianças da cidade de Peabiru com o objetivo principal de proporcionar a elas uma vida mais saudável e alegre.

Why? - Por quê? - (Quais motivos apontados para levar essa ideia à frente?)

A real necessidade desse público infanto-juvenil de Peabiru e dos principais envolvidos, pais e responsáveis, ou seja, ajudar no desenvolvimento das crianças e auxiliar os pais que estejam em horário de serviço.

Where? - Onde? - (Em que local o projeto será desenvolvido?) No centro da cidade de Peabiru, imóvel comercial locado.

When? - Quando? - (Definir os prazos programados e o cronograma para a entrega do projeto.)

Outubro 2021- Término do plano de negócios Novembro 2021- Captação de investidores
Dezembro 2021- Procurar imóvel

Janeiro 2021- Negociação com fornecedores e executores da reforma no local

Fevereiro 2021- Início da reforma

Março 2021- Procurar profissionais (atendimento, médicos, pedagogos, etc)

Abril 2021- Término da reforma

Mai 2021- Treinamento de profissionais Junho 2021- Divulgação da clínica Julho 2021- Inauguração da clínica



Who? - Quem? - (Quem é o responsável e quem irá executar cada atividade?)Cada atividade terá o seu respectivo profissional atuando.

How? - Como? - (Definir os procedimentos e etapas, descrevendo os passos/metapas de forma resumida.)

Procedimentos todos voltados para a área da saúde física e mental dessas crianças;

Com foco na meta que é proporcionar os melhores tratamentos para esse público infanto-juvenil a fim de ajudá-los a viver uma vida da melhor forma;

How Much? - (Quanto? Estimativa de custos dispensados ao projeto.) Gestor Empresarial - R\$ 2.100,00 / mês

Duas secretárias - R\$ 1.500,00 cada uma = R\$ 3.000,00 / mês

Faxineira - R\$ 1.700,00 / mês

Aluguel (estimativa) - R\$ 3.000,00 / mês

Custos operacionais (luz, água, material escritório, etc) - R\$ 600,00 / mês

Reforma do espaço e compra de móveis e materiais (estimativa) - R\$ 25.000,00

Data e Término das definições do projeto.

Outubro 2021- Término do plano de negócios

Novembro 2021- Captação de investidores

Dezembro 2021- Procurar imóvel

Janeiro 2021- Negociação com fornecedores e executores da reforma no local

Fevereiro 2021- Início da reforma

Março 2021- Procurar profissionais (atendimento, médicos, pedagogos, etc)

Abril 2021- Término da reforma

Mai 2021- Treinamento de profissionais Junho 2021- Divulgação da clínica Julho 2021- Inauguração da clínica

Como será definido os recursos humanos:

- Existem limites para esses recursos?

Sim, profissionais recém-formados ou perto de se formar, objetivando custo mínimo para a empresa com um Gestor empresarial. Duas secretárias, uma para cada turno, e uma profissional de limpeza contratada.

- Como será definido o consumo dos recursos?

Escritorinhas, mesas, sofás/poltronas para a sala de espera, álcool gel, material de escritório (lápiz, caneta, papel), computadores, impressora, filtro de água, alguns brinquedos para a parte pedagógica, copo plástico, chá, jalecos padronizados para os profissionais, uniforme das secretárias e um profissional de limpeza (...)

- Definir quem serão os patrocinadores.



Grupo de investidores privados que farão um aporte de capital inicial com dinheiro próprio e de financiamentos privados.

- Quais atividades serão necessárias para realizar o projeto

Definir a sequência das atividades e a dependência entre elas.

Captar financiamentos -> Alugar imóvel -> Reformar imóvel -> Encontrar profissionais para as atividades fornecidas na clínica -> Treinamento de funcionários de operacional -> Divulgação da clínica -> Inauguração da clínica

Definir os perfis e quantificação dos profissionais necessários à realização das atividades, e horário de trabalho dos mesmos. Os profissionais abaixo elencados serão remunerados a partir do número de pacientes atendidos em seu turno / dia :

Psiquiatra Psicólogo Fonoaudiólogo Pediatra Neurologista Fisioterapeuta

Professor para acompanhamento/reforço escolar

Como a clínica, em um primeiro momento, terá um espaço pequeno (duas ou três salas) foram divididos os dias específicos para cada tipo de atendimento:

Segunda: Psiquiatria e Psicologia. Terça:

Reforço escolar e Pediatria. Quarta:

Neurologia e Fisioterapia. Quinta: Reforço escolar e Psicologia. Sexta: Fonoaudiologia e Psicologia.

Sábado (manhã): Reforço escolar e Fisioterapia.

***O cronograma de atividades estabelecido acima apresenta apenas um pré planejamento das atividades e suas respectivas agendas, porém, no decorrer da abertura da clínica provavelmente será reajustado de acordo com as demandas de profissionais e horários.

A clínica terá duas secretarias contratadas trabalhando em períodos de 6 horas e uma profissional de limpeza trabalhando em um período de 8 horas.

Após essas definições é necessário perguntar se o patrocinador concorda com o prazo e custo previsto.

Pontos Favoráveis (fortes)

Devido a minimização de custos operacionais, o centro infantil consegue operar de maneira sustentável e lucrativa, com seu enfoque na eficácia dos tratamentos ao público infanto-juvenil.

Pontos Desfavoráveis (fracos)

Não oferecer uma clínica de alto padrão, apresentando uma grande infraestrutura, apresentando seu portfólio com menos profissionais, até mesmo sem profissionais graduados.

Como utilizar os pontos favoráveis em nosso favor?

Estes pontos fortes podem e devem ser amplamente divulgados em todo o material e plataformas de divulgação do centro, pois eles sintetizam as diretrizes sob a qual a clínica opera fazendo com que o público-alvo seja atraído.



Como posso trabalhar para que os pontos fracos não afetem o negócio?

Esses pontos fracos não impactam diretamente no negócio, pois são espaços com segmentações de clientes diversos e, portanto, os preços praticados são diferentes. Porém, manter um ambiente limpo, claro e confortável no nosso centro seria muito conveniente, já que em comparação com os concorrentes de alto padrão, não teremos um grande projeto de arquitetura ou um design moderno e luxuoso.

4'PS DO MARKETING

PRODUTO:

- O que o cliente deseja do produto? Um produto intangível, com acesso a serviços de saúde infantil com preços que sejam acessíveis ao seu orçamento.
- Quais atributos são preciso ter? Qualidade nos serviços prestados, que contarão com profissionais recém-formados, porém competentes e apaixonados por suas profissões.
- Como será usado? Será voltado para o tratamento infantil e educacional.
- Qual será a sua aparência? Ambiente de tamanho médio e simples, porém objetivamente próprio para atender as necessidades do segmento.
- Qual será o nome? Centro de Saúde Infantil Peabiru

PREÇO:

- Qual o valor oferecido pelo nosso serviço? Os serviços englobam consultas de Psiquiatra, Psicólogo, Fonoaudiólogo, Pediatra, Neurologista, Fisioterapeuta, Professor para reforço escolar. Devido a ampla gama de serviços prestados, estima-se uma média de R\$ 120,00 reais para consultas médicas (com retorno), tomando como base os preços praticados na capital, Curitiba, e abatendo 50% deste valor, uma vez que a renda média de Peabiru é ligeiramente inferior à da capital. Para fisioterapia, seguindo os mesmos parâmetros, estima-se um valor médio de R\$ 40,00 por sessão, podendo ser este valor diminuído no caso da compra de pacotes com 10 sessões por: R\$
- 350,00. Aulas particulares e acompanhamento escolar terão o mesmo valor que a fisioterapia. Para o serviço de psicologia, o valor da consulta será R\$ 65,00, também seguindo os mesmos parâmetros supracitados.
- Existem outras clínicas infantis no município de Peabiru? Atualmente já existem três órgãos voltados para o público infantil em Peabiru.
- O cliente é sensível ao preço? Sim, uma vez que valores que sejam praticados muito acima da média impactarão significativamente na demanda de clientes, pois não seriam compatíveis com a renda da população do município.
- Como a clínica será comparada? A clínica será comparada com outras que atuam no mesmo segmento em Curitiba e outras cidades próximas a Peabiru.

PRAÇA:

- Qual o tipo de esforço de venda?
- Quais os acessos dos canais de distribuição? O canal de distribuição é a própria clínica em si, pois os serviços só podem ser ofertados em sua sede física. Então, o deslocamento dos pacientes até o local (carro, ônibus, táxi) se fará necessário.



- Onde estão os concorrentes? No município de Peabiru contamos com três concorrentes, a Escola CRIANÇA FELIZ, na Avenida Curitiba, N°1169 - Centro, Peabiru, PR. Centro MENINO DEUS E EU EF MOD ED ESP - Centro, Peabiru, PR. Escola ÁGATA EDUCAÇÃO INFANTIL E ENSINO FUNDAMENTAL - Centro, Peabiru, PR
- Onde o cliente procura pelo nosso serviço? Diretamente no local, no nosso Site ou através das nossas redes sociais como, Instagram e Facebook.

PROMOÇÃO:

- Onde será anunciado o produto? O produto será anunciado em redes sociais como, Facebook, Instagram, o próprio site da empresa e panfletos.
- Qual o melhor momento para promover? Será no momento da construção da clínica, e durante uma comemoração de inauguração, assim que tudo estiver pronto, a clínica abrirá um dia para a comunidade conhecer o espaço e saber mais sobre como será realizada as atividades e a definição das programações semanais, além de ter a disponibilidade de conversar com os especialistas.
- Qual o padrão de mercado para esse tipo de serviço? Está relacionado com o serviço de uma clínica pediátrica, desenvolvendo atividades educacionais, com padrões normais e patológicos.



PROJETO PESQUISA E SOCIEDADE: OBSTÁCULOS DE ACESSO À RENDA NO MUNICÍPIO DE PEABIRU

CAPÍTULO 3



SISTEMA DE COMPOSTAGEM

Cristhian Selenko
João Dallegrave

1. O município de Peabiru; 2. Solução proposta para superar os obstáculos de acesso a renda; Referências.

1. O MUNICÍPIO DE PEABIRU

O município de Peabiru está localizado no estado do Paraná, próximo ao município de Campo Mourão. Com uma população de 14.017 habitantes, uma densidade demográfica de 29,89hab./km², possui 20% de sua população rural (IBGE, 2021). Os obstáculos de acesso a renda são notados pela falta de gestão e aproveitamento do assentamento já existente na região, e também da área verde de sua densidade demográfica.

2. SOLUÇÃO PROPOSTA PARA SUPERAR OS OBSTÁCULOS DE ACESSO A RENDA

Como o município apresenta uma concentração de habitantes rurais superior à média do estado, e como uma parcela significativa da composição da renda vem do setor primário (agricultura), a solução proposta para superar os obstáculos de acesso a renda do município está relacionada com o objetivo de desenvolvimento sustentável número #02 da ONU, denominado “Fome Zero e Agricultura Sustentável”, que visa, dentre outras metas, erradicar a fome e promover a agricultura sustentável.

A densidade demográfica é considerada o principal ponto forte do município, o espaço tem disponibilidade para arrecadamentos importantes como o ICMS ecológico e de Biogás, porém esse espaço não vem sendo aproveitado de forma sustentável, já que não foi elegível para o recolhimento do ICMS ecológico no ano de 2021 (IAT, 2021).

Para tanto, foi proposto um projeto que tem como base um assentamento de 1.713,50 hectares, situado no município, que abriga em torno de 90 famílias, com uma área de 505,26 hectares de floresta de Reserva Particular do Patrimônio Natural (De Moraes et al, 2009; Peabiru, 2015).

O projeto pretende regularizar o assentamento Santa Rita para que o município possa voltar a receber o ICMS Ecológico, parcela do imposto destinado a Unidades de Conservação e Mananciais, em torno de 1,3 milhões de reais anualmente. O assentamento Santa Rita está localizado a 17km da área urbana de Peabiru. Para o recebimento dessa parcela, o município deve estar de acordo com alguns critérios, como possuir terras indígenas ou unidades de conservação, possuir uma gestão eficaz de resíduos sólidos, um programa de coleta seletiva e uma disposição final adequada de resíduos. O biogás também se faz importante no acesso à renda do município, já que com o total de 16,6% de sua densidade demográfica é composta por áreas verdes o município torna-se elegível também para gerar crédito de carbono.

Para o cumprimento desses critérios, descreve-se o plano de ação em estrutura 5W2H, a seguir:



O QUÊ?

Uma regularização do assentamento Santa Rita, devido ao não recebimento do ICMS Ecológico em 2021 e geração de Crédito de Carbono a partir do biogás, junto a abordagem de desperdício zero nas áreas urbanas e rurais do município.

ONDE?

No assentamento Santa Rita e na comunidade de empreendedores e moradores do município de Peabiru, no Paraná.

QUANDO?

É proposto iniciar em 2022, para recuperar o ICMS Ecológico.

COMO?

Através da criação de uma ONG encarregada de articular com o governo e empresas privadas, junto da conscientização por palestras, propagandas e divulgações, de forma a utilizar a compostagem para atingir o desperdício zero e uma forma correta de destinação de resíduos, fechando o ciclo com o insumo final da compostagem retornando para as famílias do assentamento Santa Rita a fim de auxiliar na qualidade da agricultura.

QUEM?

A proposta é incluir quatro grandes grupos presentes no município de Peabiru, sendo: (i) os pequenos produtores do assentamento Santa Rita, que estão encarregados pela agricultura sustentável e familiar, portanto, por uma parcela dos alimentos gerados no município; (ii) o governo, encarregado pelas campanhas de conscientização, como propagandas, e pelo recolhimento dos resíduos sólidos urbanos, utilizados na compostagem; (iii) empresas privadas, responsáveis pela transformação dos resíduos sólidos em insumos para a agricultura, tanto através da compostagem, quanto através de recursos financeiros retornados advindos de créditos de carbono por conta da geração de biogás; e (iv) a ONG proposta com o objetivo de articular os três grupos citados anteriormente, e coordenar o projeto para assegurar sua correta execução.

POR QUÊ?

O objetivo principal é erradicar a fome no município de Peabiru através do projeto, que, com sucesso possa influenciar outros municípios da região, de forma a atingir as metas da ODS #2, além da preservação da área de floresta do município no assentamento, e a recuperação do ICMS Ecológico.

QUANTO?

Os custos da implantação do projeto são variados. Os maiores custos ficam por conta da contribuição de empresas privadas da região, que colaboram com os custos de implementação da estrutura física com a finalidade de transformar os resíduos urbanos em insumos de compostagem e biogás. Estas empresas também obtêm um lucro através de uma parcela da receita que provém da venda dos insumos da compostagem e dos créditos de carbono gerados pelo biogás. Os custos do governo são referentes a divulgação do projeto, distribuição e manutenção de pontos de coleta de resíduos, assim como os custos da gestão de resíduos sólidos já presente no município. O custo para as famílias do assentamento Santa Rita é originado da compra de matéria prima para a agricultura, como já acontece atualmente, assim como a compra do produto final da



compostagem. Uma simulação dos custos está descrita nas tabelas a seguir, obtidos com base em Pires (2011), Aires (2013) e Borsato (2015).

Custo de Implantação - Fixos				
Item	Descrição	Qtde. Unid.	Valor Unit.	Valor Total
1	Barracão pré-moldado	3000 m2	R\$ 250,00	R\$ 750.000,00
2	Piso	3000 m2	R\$ 65,00	R\$ 195.000,00
3	Iluminação e Segurança	1 Unid.	R\$ 100,00	R\$ 100,00
2	Projeto	1 Unid.	R\$ 13.000,00	R\$ 13.000,00
3	Alvará	1 Unid.	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00
4	Equipamento - Aeração Forçada	1 Unid.	R\$ 600.000,00	R\$ 600.000,00
5	Equipamento - Retroescavadeira	1 Unid.	R\$ 205.000,00	R\$ 205.000,00
6	Equipamento - Empacotadora	1 Unid.	R\$ 75.000,00	R\$ 75.000,00
7	Equipamento - Picador e peneira	1 Unid.	R\$ 48.000,00	R\$ 48.000,00
8	Equipamento - Geração de Biogás	1 Unid.	R\$ 1.500.000,00	R\$ 1.500.000,00
Total				R\$ 3.389.600,00
Custos Mensais - Variáveis				
Item	Descrição	Qtde. Unid.	Valor Unit.	Valor Total
1	Vigilância	1 Unid.	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
2	Manutenção - Sistema de Aeração	1 Unid.	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
3	Manutenção - Retroescavadeira	1 Unid.	R\$ 1.025,00	R\$ 1.025,00
4	Manutenção - Empacotadora	1 Unid.	R\$ 375,00	R\$ 375,00
5	Manutenção - Picador e Peneira	1 Unid.	R\$ 240,00	R\$ 240,00
6	Energia Elétrica	1 Unid.	R\$ 15.800,00	R\$ 15.800,00
7	Pessoal	1 Unid.	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00
Total				R\$ 56.940,00
Receitas				
Item	Descrição	Qtde. Unid.	Valor Unit.	Valor Total
1	Recebimento da Matéria Orgânica	400 Ton.	R\$ 40,00	R\$ 16.000,00
2	Produção Mensal de Composto	220 Ton.	R\$ 200,00	R\$ 44.000,00
3	Produção Mensal de Biogás	40000 kw	R\$ 0,30	R\$ 12.000,00
Total				R\$ 72.000,00

REFERÊNCIAS

AIRES, Airon Magno. Viabilidade econômica de plantas de compostagem “in- vessel” para tratamento de resíduos e geração de biogás. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso.

BORSATO, Vítor Moreira. Análise de viabilidade técnica-econômica-financeira da implantação de um empreendimento de compostagem de resíduos orgânicos a ser instalado na cidade de Ponta Grossa. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Tecnológica Federal do Paraná.



BRASIL. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Cidades e Estados. 2010. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados>. Acesso em: 10 set. 2021.

DE MORAIS, Johnnesley Anes et al. Produção e comercialização do leite no assentamento. Santa Rita. In: XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, 2009.

PARANÁ. INSTITUTO ÁGUA E TERRA (IAT). ICMS Ecológico por Biodiversidade. 2021. Disponível em: <http://www.iat.pr.gov.br/Pagina/ICMS-Ecologico-por-Biodiversidade>. Acesso em: 10 out. 2021.

PARANÁ. PREFEITURA DE PEABIRU. Governo e Meio Ambiente. 2015. Disponível em:
http://peabiru.pr.gov.br/index.php?sessao=a9c0759404vfa9&id=1308_620. Acesso em: 12 out. 21.

PIRES, Adriano Borges. Análise de viabilidade econômica de um sistema de compostagem acelerada para resíduos sólidos urbanos. Faculdade de Engenharia e Arquitetura-Curso de Engenharia Ambiental. Passo Fundo, 2011.



IMPACTO DO DESMATAMENTO

Vitor Hugo Fidelis dos Santos

1. Introdução; 2. História do Município de Peabiru; 3. Área de Proteção Natural do Município; 4. Área de Proteção Natural do Município; 5. Objetivo do Projeto e Link do Site; Referências.

1. INTRODUÇÃO

O projeto de extensão visa o município de Peabiru como base para um estudo interdisciplinar. Consiste em estudar o local e verificar como os conhecimentos que estuda em seu curso pode auxiliar a cidade a desenvolver em qualquer aspecto.

A tecnologia como possui uma fácil acessibilidade, enfatizei na parte de conscientização sobre a área de preservação e a parte turística pensando na parte ambiental e no aspecto econômico.

Trarei uma explicação breve sobre o município e no fim colocarei o link do site HTML que foi criado para falar sobre o município.

2. HISTÓRIA DO MUNICÍPIO DE PEABIRU

Está ligada à história do Caminho do Peabiru, conhecido como Caminho dos Incas, que se estendia por mais de 3.000 quilômetros da costa do Oceano Atlântico ao Oceano Pacífico, ligando a Capitania de São Vicente a Cusco, no Peru e atravessando os rios Tibaji, Ivaí e Piquiri, pelos quais passou a expedição organizada em 1769 pelo capitão-mor Afonso Botelho de Sampaio e Sousa. A região atualmente ocupada pelo município era ocupada pelos índios caingangues.

A cidade começou a se desenvolver de forma mais progressiva em 1903 com os colonizadores e suas famílias se estabeleceram na cidade.

O município se estende por 468,6 km² e contava com 13 996 habitantes no último censo. A densidade demográfica é de 29,9 habitantes por km² no território do município.

Vizinho dos municípios de Engenheiro Beltrão, Campo Mourão e Terra Boa, Peabiru se situa a 15 km a Norte-Leste de Campo Mourão a maior cidade nos arredores.

Situado a 535 metros de altitude, de Peabiru tem as seguintes coordenadas geográficas: Latitude: 23° 55' 5" Sul, Longitude: 52° 20' 20" Oeste.

3. ÁREA DE PROTEÇÃO NATURAL DO MUNICÍPIO

A distribuição das classes de cobertura evidenciou que os espaços edificados totalizam 47,6% da área de estudo, os espaços não edificados constituem 17,2%, destes, apenas 1% corresponde a espaços verdes públicos. As áreas destinadas ao tráfego somam 18,5%, enquanto, outras áreas consistem em 16,6%, evidenciando a existência de classes de cobertura da terra que pouco contribuem com a qualidade ambiental. O ISA revelou que apenas 1 setor do município foi classificado com situação de salubridade ambiental média, todos os outros 13 setores foram enquadrados como baixa salubridade, devido,



principalmente, a ausência de rede de coleta e tratamento de esgoto e, ainda, à disposição final inadequada de resíduos sólidos, evidenciando a carência de infraestrutura considerada básica. As análises referentes a qualidade de ambientes urbanos fornecem resultados para a tomada de decisão por gestores públicos, a fim de nortear ações de planejamento urbano que promovam qualidade de vida à população, harmonizando e valorizando a utilização dos elementos da natureza.



4. IMPACTO DO DESMATAMENTO

O desmatamento é um problema de aspecto global, impacta nossa flora e fauna além de alterações de clima a nível mundial e extinção por invasão ao habitat natural de certas espécies.

Mesmo que o Brasil seja considerado um país “verde” também o local com maior índice de desmatamento, caça ilegal e tantas outras ilegalidades ambientais. O município de Peabiru teve um grande desenvolvimento, com isso tem que haver a consciência do impacto que o ambiente sente.

Na data 09/08/2021 saiu uma reportagem na revista online Hoje Mais sobre uma denúncia de desmatamento e me chamou atenção um ponto da reportagem: “ A mata abrigava uma grande quantidade de espécimes ameaçadas de extinção, como peroba e araucária. O responsável pelo dano foi autuado e responderá judicialmente pelos crimes ambientais cometidos. As áreas afetadas foram embargadas.”.

A área de reserva do assentamento e agora RPPN soma 500 hectares de preservação ambiental.

5. Objetivo do Projeto e Link do Site



O objetivo do projeto é trazer uma maior conscientização a área verde do município, demonstrar o impacto do desmatamento não só no localizado mas em escala global.

Link do site: <https://fidelissantos.github.io/Peabiru/peabiru.html>

REFERÊNCIAS

- <http://www.peabiru.pr.gov.br/>
- <https://www.cidade-brasil.com.br/municipio-peabiru.html>
- <http://periodicos.unesc.net/tecnoambiente/article/view/1924>
- <https://www.hojemais.com.br/maringa/noticia/policia/desmatamento-gera-multa-de-quase-r-100-mil-em-propriedade-rural-de-peabiru>
- <http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/8761>
- <https://peabiru.org.br/2020/03/16/mudancas-climaticas-e-agricultura-familiar-impactos-e-alternativas/>



COOPERATIVA DE TRABALHO E PRODUÇÃO

Guilherme G. Teixeira

1. Do município de peabiru; 2. Dos ods's das nações unidas e da proposta de intervenção; 3. Da atividade apicultrora; 4. Da atividade piscicultura; 5. Considerações finais; referências

1. DO MUNICÍPIO DE PEABIRU

O município de Peabiru fica localizado na região noroeste do estado do Paraná e conta com uma população de 14.017 habitantes de acordo com o censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2021. De acordo com dados do IBGE, o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do município aumentou em 58,55% entre 1991 e 2010, último período apurado pelo instituto, passando de 0,456 para 0,723, apenas 0,001 pontos abaixo da média nacional no mesmo ano.

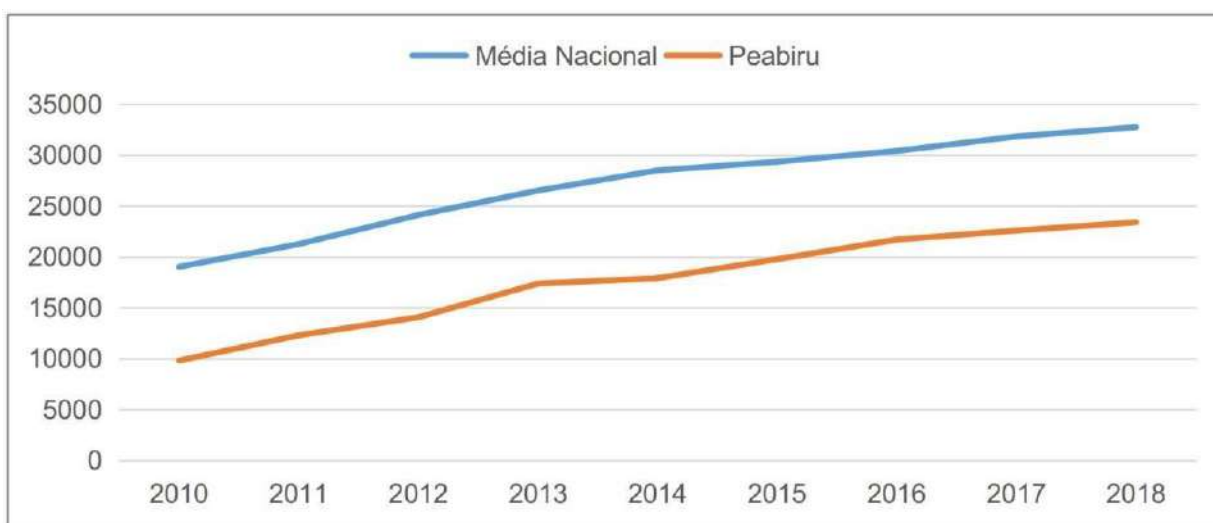
Apesar da defasagem e da não padronização dos dados disponíveis com relação ao município de Peabiru, se tratando de um município pequeno e com pouca variação percentual da população ao longo do tempo, convém utilizá-los mesmo assim, como uma proxy² dos dados mais atuais ainda não disponibilizados pelos órgãos competentes.

Ainda de acordo com os dados abertos do IBGE, a taxa de escolarização da população em idade escolar (entre 6 e 14 anos) era de 98% em 2010. Os dados mais recentes relacionados à saúde pública no município apontam um total de 97 profissionais de saúde no município em 2015 (cerca de um profissional de saúde para cada 144 habitantes), um total de 14 estabelecimentos de saúde (aproximadamente 1 estabelecimento para cada 1.000 habitantes) e uma taxa de mortalidade infantil de 12,12 óbitos por 1.000 nascidos vivos em 2019.

Quanto às informações econômicas do município, os dados abertos do IBGE apontam uma renda média de R\$ 2000 por habitante em 2017, um valor 21,15% mais elevado que a renda média nacional no mesmo ano (R\$ 1.650,78). Os dados também apontam que a receita pública municipal em 2017 foi de R\$ 47.358.640 e as despesas da ordem de R\$ 40.945.410, o que contabiliza aproximadamente R\$ 2.925 gastos para cada habitante do município.

O Produto Interno Bruto (PIB), indicador que mensura a dimensão de uma dada economia, foi estimado em 307 milhões de reais em 2016 para o município de Peabiru, e o PIB per capita do município (PIB dividido pelo número total de habitantes) foi estimado em R\$ 23.403, o que é equivalente a cerca de 72% da média nacional no mesmo período. O gráfico 1 apresenta a evolução do PIB precipita de Peabiru em comparação com a média nacional entre 2010 e 2018.

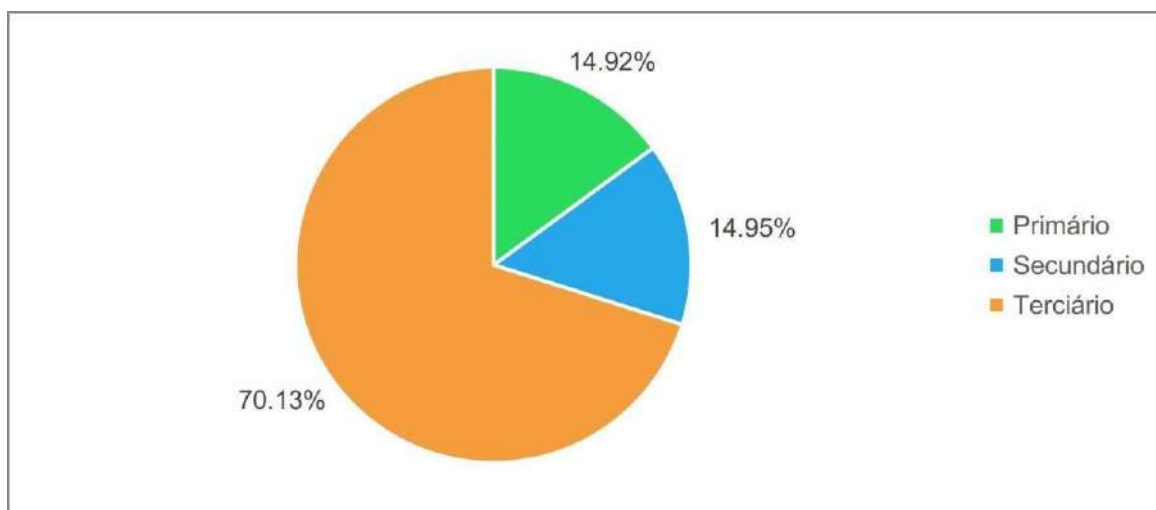




Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) | Nota: Elaborado pelo autor.

O gráfico 2 mostra a participação setorial do PIB peabiruense em 2015, a saber: setor primário (agropecuária e extração) (14,92%), setor secundário (indústria e transformação) (14,95%) e setor terciário (comércio e serviços) (70,13%). Sendo assim, os dados apontam uma participação majoritária do setor de comércio e serviços sobre os demais, que por sua vez apresentam um percentual muito próximo, sugerindo talvez uma relação de interdependência entre os setores primário e secundário.

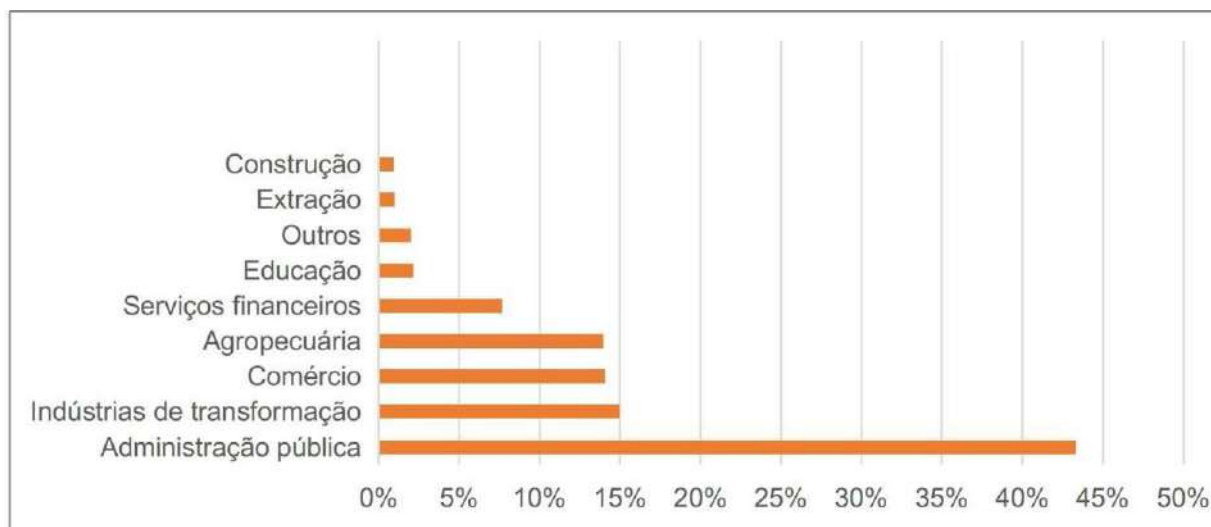
Gráfico 2 - Composição setorial do PIB de Peabiru (2015) (%).



Fonte: Dataviva | Nota: Elaborado pelo autor.

Quanto ao fluxo mensal de renda no município de Peabiru, o gráfico 3 apresenta o percentual de contribuição de cada segmento produtivo para o ano de 2015. Observa-se que os serviços da administração pública respondem isoladamente por 43,31% do fluxo mensal de renda do município, em seguida, indústrias de transformação (14,95%), o comércio em geral (14,06%), segmento agropecuário (13,97%), serviços financeiros (7,69%) e demais segmentos (6,02%).

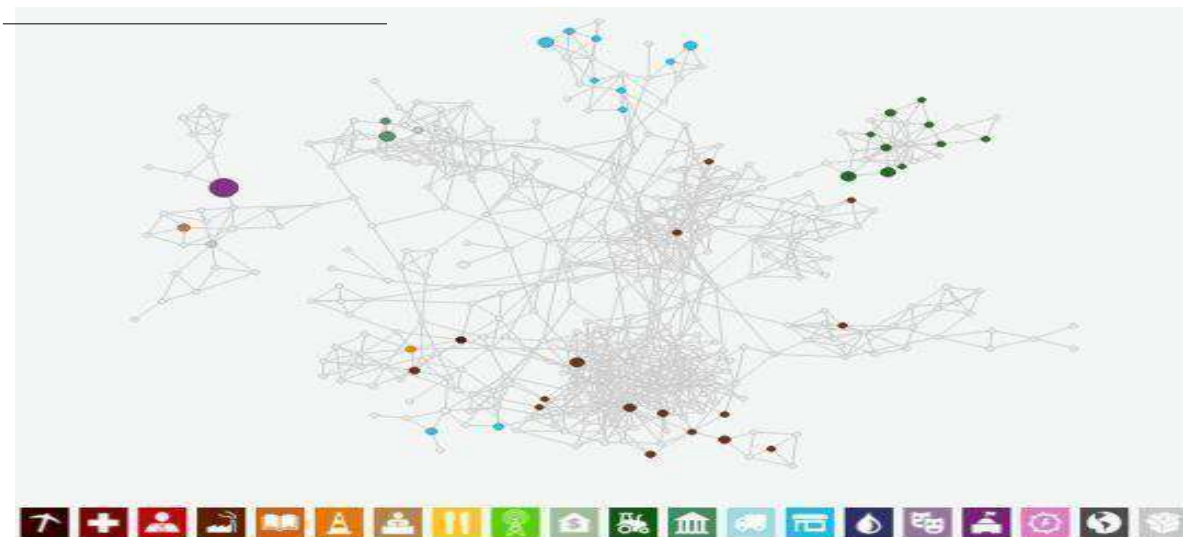
Gráfico 3 - Composição do PIB de Peabiru por segmentos produtivos (2015) (%)



Fonte: Dataviva | Nota: Elaborado pelo autor.

O diagrama 1 apresenta o productspace da lista de atividades que respondem pelo fluxo de renda mensal no município de Peabiru. Cada atividade é representada por uma circunferência que tem maior participação na renda do município quanto maior o seu tamanho. Quanto mais conexões uma atividade tem, mais facilidade o município tem de passar a desenvolver atividades correlatas que requerem capacidades semelhantes e diversificam sua economia (BARABÁSI ET AL., 2011).

Diagrama 1 -Productspace das atividades econômicas de Peabiru (2015)



Fonte: RAIS | Nota: Dataviva.

Os dados do Dataviva sugerem que dentre as atividades econômicas desenvolvidas no município, a atividade que requer o menor salto de progresso tecnológico para ser desenvolvida é o cultivo de soja, pois se trata de uma atividade primária com relativamente pouca intensidade em tecnologia. Os dados também sugerem que o produto com o menor salto de progresso tecnológico necessário para ser produzido no município são os transformadores elétricos e que o produto cujo salto tecnológico necessário levaria

o município à um maior grau de complexidade e conexões são os maquinismos para relógios.

De acordo com esses dados, a atividade que mais responde pelo fluxo de renda mensal do município é a administração pública em geral (43,31%), seguida dos hipermercados e supermercados (7%), bancos múltiplos com carteira comercial (6,8%), entre outras atividades (quadro 1).

Quadro 1 - Participação das atividades econômicas na renda mensal de Peabiru (2015) (%)

Aministração Pública em Geral	43.31%
Hipermercados e Supermercados	7.00%
Bancos Múltiplos com carteira comercial	6.80%
Cultivo de soja	5.94%
Cultivo de cereais	5.46%
Fabricação de equipamentos e aparelhos elétricos	5.17%
Varejo de artigos de vestuário	3.65%
Fabricação de outros produtos de metal	2.50%
Fabricação de móveis de madeira	2.31%
Ensino Fundamental	2.15%
Varejo de móveis, colchoaria e artigos de iluminação	1.52%
Fabricação de artefatos de concreto e outros	1.44%
Criação de aves	1.25%
Fundição de metais não-ferrosos e suas ligas	1.22%
Criação de bovinos	1.11%
Extração de pedra, areia e argila	0.95%
Obras de terraplanagem	0.94%
Manutenção de automóveis	0.94%
Crédito Cooperativo	0.89%
Varejo de Produtos alimentícios em geral	0.89%
Fabricação de esquadrias de metal	0.88%
Varejo de produtos de padaria, laticínio e doces	0.45%
Fabricação de sabões e detergentes	0.40%
Atividades de apoio a pecuária	0.37%
Atividades de apoio a agricultura	0.35%
Fabricação de móveis de metal	0.34%
Outras atividades	1.77%

Fonte: Dataviva | Nota: Elaborado pelo autor

Ante o exposto, destaca-se que a economia do município ainda é muito dependente do setor público para a geração de renda, atividade que responde por quase metade do fluxo de renda mensal em Peabiru. Destaca-se também que o município tem espaço para expandir a participação do setor secundário no PIB, sobretudo com atividades e produtos com maior grau de complexidade e conexões, preferencialmente a partir das atividades cujos requisitos têm menor distância das capacidades produtivas atuais da região, conforme Balland et al. (2018).

2. DOS ODS'S DAS NAÇÕES UNIDAS E DA PROPOSTA DE INTERVENÇÃO

Em 25 de setembro de 2015, na conferência para o desenvolvimento sustentável, a Organização das Nações Unidas (ONU) propôs aos diferentes países do globo a agenda 2030, um conjunto de ações que visam a erradicação da pobreza, preservação do meio ambiente e do clima e a promoção de paz e prosperidade no planeta. A agenda conta com uma lista de 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) a serem alcançados até 2030 ao redor do mundo, são eles:



- I. Erradicação da pobreza: acabar com a pobreza pelo mundo, sob a forma de pessoas que vivem com menos de 1,90 dólares por dia;
- II. Fome zero e agricultura sustentável: acabar com a fome no mundo, promover boa nutrição, segurança alimentar com agricultura sustentável;
- III. Saúde e bem-estar: garantir bem-estar e saúde de qualidade de forma acessível a todas as pessoas de todas as idades;
- IV. Educação de qualidade: promover o acesso à educação com qualidade, equidade, inclusão e oportunidades para todos;
- V. Igualdade de gênero: garantir plena igualdade de oportunidades independentemente do gênero;
- VI. Água potável e saneamento: assegurar o acesso à água potável e saneamento para todos;
- VII. Energia limpa e acessível: assegurar o fornecimento de energias sustentáveis, modernas e acessíveis a todos;
- VIII. Trabalho decente e crescimento econômico: garantir trabalho digno e crescimento sustentável e inclusivo;
- IX. Indústria, inovação e infraestrutura: promover inovação, industrialização e infraestrutura de forma sustentável e inclusiva para todos;
- X. Redução das desigualdades: promover uma diminuição das desigualdades sinter e intra países;
- XI. Cidades e comunidades sustentáveis: promover a inclusão, segurança, resiliência e sustentabilidade dos ambientes urbanos
- XII. Consumo e produção responsáveis: assegurar alto padrão de consumo e de produção de maneira sustentável;
- XIII. Ação contra a mudança global do clima: implementação internacional de medidas de combate às mudanças climáticas;
- XIV. Vida na água: promover a preservação dos oceanos, mares e vida aquática;
- XV. Vida terrestre: garantir a sustentabilidade dos ecossistemas terrestres, mitigar a desertificação e degradação do meio ambiente;
- XVI. Paz, justiça e instituições eficazes: promover a construção de instituições eficazes a fim de garantir justiça, paz e inclusão para todos;
- XVII. Parcerias e meios de implementação: promover o fortalecimento das cooperações internacionais para o desenvolvimento sustentável;

A partir das condições socioeconômicas do município de Peabiru apresentadas na seção 1, propõe-se um plano de ação que corresponda à agenda 2030 da ONU apresentada nesta seção. O plano consiste na ideia de uma cooperativa de trabalho e produção que utilize as capacidades produtivas já presentes na economia do município, de modo a obter na medida do possível, ganhos de produtividade, sofisticação produtiva e principalmente que atenda ao ODS nº 08 da ONU (trabalho decente e crescimento econômico).

De acordo com a Lei nº 12.690 de 2012, uma cooperativa de trabalho é uma “sociedade constituída por trabalhadores para o exercício de suas atividades laborativas ou profissionais com proveito comum, autonomia e autogestão para obterem melhor qualificação, renda, situação socioeconômica e condições gerais de trabalho” (artigo 2) (PLANALTO, 2012).



A lei diz que a cooperativa pode ser de produção quando os sócios contribuem com trabalho para a produção de bens com vínculo empregatício, ou de serviço quando para a prestação de serviços a terceiros sem vínculo empregatício (artigo 4) (PLANALTO, 2012).

De acordo com a legislação, a cooperativa pode exercer qualquer tipo de serviço, operação ou atividade desde que previsto em seu estado social, devendo obrigatoriamente conter a expressão “cooperativa de trabalho” em sua denominação, ter composição mínima de sete sócios e máxima de dezenove sócios (artigos 6, 10 e 16) (PLANALTO, 2012).

O conselho de administração da cooperativa de trabalho deve ser composto por pelo menos três sócios, eleitos pela assembleia geral, com mandato de até quatro anos de duração e renovação obrigatória de, no mínimo, um terço do colegiado (artigo 15) (PLANALTO, 2012). Por meio do estatuto social, a cooperativa de trabalho pode compor para o conselho de administração e conselho fiscal os conselheiros fiscais, tendo no mínimo três conselheiros (artigo 16) (PLANALTO, 2012). Por fim, elementos como a estrutura inicial da cooperativa, requisitos necessários, estimativas de receita, custos, lucros e implicações gerais para com a agenda 2030 de desenvolvimento sustentável das Nações Unidas serão abordados com maior riqueza de detalhe sobre a proposta de implementação de atividade apicultora na seção 3 e sobre a proposta de implementação de atividade piscicultura na seção 4.

3. DA ATIVIDADE APICULTORA

Uma das atividades idealizadas para o projeto da cooperativa de trabalho e produção concerne a apicultura (criação de abelhas por processos racionais, para extração de mel, cera, própolis etc., e para a polinização de pomares)⁴. A apicultura tem se tornado uma atividade cada vez mais popular no estado do Paraná, crescendo 184,55% entre 1999 e 2019 de acordo com dados da Pesquisa Pecuária Municipal (PPM) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

A atividade apicultora está sujeita a pelo menos dois principais órgãos competentes, a saber: o Ministério da Agricultura, Pesca e Abastecimento (MAPA) e o Ministério do Meio Ambiente (MMA). A regulamentação da atividade passa pela resolução nº 496/2020 do Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA), a instrução normativa nº 141/2006, nº 07/2015 e nº 02/2017 do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA), o decreto nº 6.514/2008 e a Lei nº 9.605 de 1998.

A Lei nº 9.605 de 1998 ou Lei de Crimes Ambientais dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas, atividades lesivas ao meio ambiente ou ações que caracterizam crime contra a fauna, em que estão incluídas as abelhas (PLANALTO, 1998).

A instrução normativa do IBAMA nº 141 de 2006 “regulamenta o controle e o manejo ambiental da fauna sinantrópica nociva”, enquanto a instrução normativa nº 07 de 2015 “institui e normatiza as categorias de uso e manejo da fauna silvestre em cativeiro, e define, no âmbito do IBAMA, os procedimentos autorizativos para as categorias estabelecidas” (IBAMA, 2006; IBAMA, 2015). Outra instrução normativa do órgão é a de número 02 de 2017, que “estabelece diretrizes, requisitos e procedimentos para a avaliação dos riscos de ingredientes ativos de agrotóxicos para insetos polinizadores, utilizando-se as abelhas como organismos indicadores” (IBAMA, 2017).



A resolução CONAMA nº 469 de 2020 “disciplina o uso e o manejo sustentáveis das abelhas nativas sem ferrão em meliponicultura” e o decreto nº 6.514 de 2008 dispõe sobre “as infrações e sanções administrativas ao meio ambiente, estabelece o processo administrativo federal para apuração destas infrações, e dá outras providências” (PLANALTO, 2008; CONAMA, 2020).

As estimativas dos recursos necessários, nível de produção, receitas, custos e lucros foram feitas a partir de recursos abertos disponibilizados pela empresa Apislogia e pela Associação Paulista de Apicultores Criadores de Melíficas Europeias (APACAME).

O quadro 2 apresenta a relação dos principais itens necessários para a operacionalização de um apiário com 200 colônias de abelhas, suas quantidades, valores unitários e totais.

Quadro 2 - Relação dos principais itens necessários para um apiário (200 colônias)

Item	Quantidade	Valor (R\$)	Total (R\$)
Alimentador	200	25	5000
Colmeia com 3 melgueiras	200	250	50000
Fumigador	2	250	500
Cavalete	200	30	6000
Cobertura	200	5	1000
EPI	2	500	1000
Kit de Ferramentas	2	300	600
Centrifuga	2	4000	8000
TOTAL	808	5360	72100

Fonte: Apislogia | Nota: Elaborado pelo autor

O quadro 3 apresenta a relação de custos variáveis diretos anuais envolvidos no processo produtivo de um apiário com 200 colônias de abelhas, suas respectivas quantidades em suas respectivas unidades de média, valores unitários e totais.

Quadro 3 - Relação de custos variáveis diretos anuais para um apiário (200 colônias).

Custos Variáveis (Anual)	Quantidade	Valor (R\$)	Total (R\$)
Cera Aveolada (Un)	1600	4	6400
Açúcar (Kg)	3200	3	9600
Ração (Kg)	800	10	8000
Combustível (Litros)	500	6	3000
Rainha (Un)	40	25	1000
TOTAL	6140	48	28000

Fonte: Apislogia | Nota: Elaborado pelo autor.

O quadro 4 apresenta a relação de produtos, quantidade produzida por colônia, produção total, preço unitário de venda e receita esperadas por ano para um apiário com 200 colônias de abelhas.

Quadro 4 - Perspectiva de produção e receita anual por produto para um apiário (200 colônias)

Produto	Quantidade de	Produção	Preço(R\$)	Receita (R\$)
Mel por colonia (kg)	60	12000	40	480000
Propolis por colônia (kg)	0.6	120	20	2400
Pólen por colonia (kg)	4	800	150	120000
Cera Bruta por colonia (Kg)	1.8	360	65	23400
TOTAL	66.4	13280	275	625800

Fonte: Apislogia | Nota: Elaborado pelo autor



Considerando o total estimado no quadro 2, o total do quadro 3 contabilizado mensalmente somado à outras possíveis despesas não detalhadas envolvidas no primeiro mês de operação, tem-se um total de investimento inicial necessário de cerca de R\$ 70 mil. A partir desse valor, foi feita uma simulação de empréstimo junto ao Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE) com prazo de 60 meses e taxa de juros de 8% ao ano para o cálculo da parcela do empréstimo nas estimativas financeiras do quadro 5.

Quadro 5 - Estimativas financeiras de um apiário de 200 colônias (R\$ - Reais)

Parcela do empréstimo	3021.14
Custo mensal	7930.83
Custo anual	90260.29
Receita mensal	52150.00
Receita anual	625800.00
Impostos anuais (22%)	137676.00
Impostos mensais	11473.00
Lucro anual	397863.71
Lucro mensal	33155.31
Repasse aos cooperados (8)	49732.96
Repasse mensal	4144.41

Fonte: Apislogia | Nota: Elaborado pelo autor.

4. DA ATIVIDADE PISCICULTORA

Outra atividade idealizada no âmbito do plano de ação para a implementação de uma cooperativa de trabalho e produção concerne a piscicultura (criação de peixes). De acordo com dados da Associação Brasileira de Piscicultura a produção de tilápias, peixe mais comumente produzido, cresceu 12,5% em 2020, sendo que o estado do Paraná sozinho respondeu por 44% da produção total nacional.

A atividade piscicultura no Brasil está sujeita a pelo menos três órgãos competentes: o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO), a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e o Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal (DIPOA). A regulamentação da atividade passa pela Lei nº 1.283 de 1950 e pelas normas de qualidade da InetrnaoitnaOl rganziaoitnforSatndardziaoitn7(ISO): ISO 14000, ISO 14001 e ISO 9001.

A Lei nº 1.283 de 1950 discrimina quais produtos e atividades estão sob sua outorga, determina os órgãos componentes para fiscalização, e institui a obrigatoriedade do registro prévio em órgão competente para o funcionamento de qualquer estabelecimento industrial ou entreposto de produtos de origem animal (PLANALTO, 1950).

As normas de qualidade ISO 9001, ISO 14000 e ISO 14001 tratam respectivamente da garantia do equilíbrio e proteção do meio ambiente, do Sistema de Gestão Ambiental (SGA) e diretrizes de padronização em saúde ocupacional, meio ambiente e segurança.

A estimativa dos recursos necessários, nível de produção, receitas, custos e lucros foram feitas a partir de recursos abertos disponibilizados pela empresa 3 Alfa Aquicultura e do Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE). Vale ressaltar que as estimativas foram feitas sem uma precisão estatística.

A seguir, o quadro 6 apresenta as características, quantidades, prazos e produtividade dos tanques necessários para a criação de peixes para engorda (abate) e alevinos (peixes filhotes que ainda não assumiram a forma natural de idade adulta, necessários para reposição e repetição dos ciclos produtivos). Para tal, foi considerada uma quantidade de 6.000 peixes (tilápia) por ciclo (06 meses), cada um pesando entre 1,7 e 02 quilogramas ao final do ciclo.



Quadro 6 - Características dos tanques para criação de peixes de engorda e alevinos

Característica	Engorda	Alevinos
Volume (m ³)	600	600
Altura (m)	1.2	1.2
Largura (m)	10	20
Comprimento (m)	50	25
Area (m ²)	500	500
Quantidade	10	10
Area Total (m ²)	5000	5000
Produtividade (kg/m ²)	0.7	0.6
Produção (kg/ciclo)	3500	3000
Média de venda (kg)	0.6	0.6
Quantidade de peixe	6000	6000
Densidade de peixe/m ³	10	10
Tempo de cultivo (dias)	105	45

Fonte: 3 Alfa Aquicultura | Nota: Elaborado pelo autor.

O quadro 7 apresenta uma relação de insumos produtivos (custo variável) e recursos fixos necessários para operacionalização (itens fixos). Foram considerados tanques com capacidade de 60.000 litros de água e bombas de sucção de 14 metros cúbicos por hora.

Quadro 7 - Relação de itens necessários para a criação de tilápias (6000 peixes por ciclo)

Item	Quantidade	Valor	Total
Ração (Kg)	4956	2.3	11398.8
Calcario (200g/m ²) - saco de 40 kg	50	16.0	800.0
Ureia (5g/m ²) - saco de 25 kg	2	30.0	60.0
Puim (30g/m ²) - saco de 40 kg	8	35.0	262.5
Alevinos	6	180.0	1080.0
Energia Elétrica (Kw/h)	1110	0.6	666.0
TOTAL Variável	6132	263.9	14267.3
Tanque (60000 Litros)	20	3000.0	60000.0
Bomba (14m ³ /h)	9	1000.0	9000.0
TOTAL (Itens fixos)	29	4000	69000

Fonte: 3 Alfa Aquicultura | Nota: Elaborado pelo autor.

Considerando o total de custos variáveis (R\$ 14.267,3) e o total de itens fixos (R\$ 69.000,00) foi feita uma simulação de empréstimo junto ao BRDE com valor total de investimento inicial de R\$ 83.267,00 com prazo de 60 meses e juros anuais de 8% para o cálculo das estimativas financeiras do quadro 8.

Quadro 8 - Estimativas financeiras para a criação de tilápias (6000 peixes por ciclo) (R\$ - Reais)

Preço de Venda (R\$/Kg)	15.00
Quantidade Produzida	3500
Numero de ciclos por ano (quantidade)	02
Receita anual	105000.00
Receita mensal	8750.00
Custo anual	38997.72
Custo mensal (parcela BRDE)	3249.81
Impostos anuais (17%)	17850.00
Impostos mensais	1487.50
Lucro anual	48152.28
Lucro mensal	4012.69
Repasso aos Cooperados (8)	6019.04
Repasso mensal	501.59
Índice de Lucratividade	45.86%

Fonte: 3 Alfa Aquicultura | Nota: Elaborado pelo autor.

Sendo assim, a criação de peixes poderia ser uma atividade paralela ou complementar à proposta de apicultura, proporcionando aos cooperados uma lucratividade 45,86% e um repasse anual de R\$ 6.019,04 para cada cooperado coma produção de apenas 6.000 peixes por ciclo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente relatório descreveu as principais características socioeconômicas do município de Peabiru na seção 1, a agenda 2030, os objetivos de desenvolvimento sustentável das Nações Unidas e uma proposta de intervenção para cumprir o ODS nº08 na seção 2, legislação e estimativas para a atividade apicultora na seção 3, legislação e estimativas para a atividade piscicultura na seção 4, esta seção encerra o relatório trazendo as considerações finais sobre a pesquisa.

Conforme mencionado, o município de Peabiru tem uma economia relativamente diversificada e próxima a um mercado amplo (Campo Mourão, Paraná), mas ainda muito dependente do setor público e com indicadores socioeconômicos relativamente distantes da média nacional, apesar de avanços observados nos últimos anos (seção1).

Por essa razão, a implementação de um projeto de cooperativa de trabalho e produção, tal qual discorrido neste documento pode contribuir para o cumprimento do ODS nº 08 das Nações Unidas (trabalho decente e crescimento econômico), para ampliar as possibilidades de acesso ao emprego e à renda no município, para estimular a economia local na oferta e demanda por bens e serviços, para estimular o cooperativismo na região, para otimizar as capacidades produtivas locais, para redução das desigualdades de renda, para reduzir a dependência da economia local para com o setor público, entre outros motivos.

Destaca-se sobretudo, o potencial de geração de emprego e renda associado às atividades da apicultura e da piscicultura, bem como na ampliação da oferta de alimentos para uma maior segurança alimentar regional e para a sustentabilidade ambiental no possível uso de energias limpas nos processos produtivos, no uso de insumos sustentáveis e no reaproveitamento de resíduos.

Vale ressaltar que, a precisão estatística das estimativas quantitativas feitas ao longo das seções 3 e 4 não foram testadas e podem variar numa ordem desconhecida para mais ou para menos em função de localização geográfica, período, época do ano, detalhes técnicos, quantidade, qualidade, entre outros fatores importantes para a sua aplicação. Também é importante salientar que as estimativas apresentadas não levaram em consideração prováveis dispêndios necessários com a aquisição de terrenos, licenças, alvarás, registros, veículos e serviços contábeis ou administrativos. Finalmente, coloca-se sob dimensão a possibilidade de implementação do projeto aqui apresentado, seus potenciais benefícios, requisitos e viabilidade a fim de proporcionar em última instância progresso econômico e social ao município de Peabiru, mediante à disponibilidade de recursos, meios, interesse e perspectiva da sociedade, do poder público e dos indivíduos.

REFERÊNCIAS

BALLAND, Pierre-Alexandre; BOSCHMA, Ron; DELGADO, Mercedes; FELDMAN, Maryann; FRENKEN, Koen; HE, Canfei; HIDALGO, César A.; GLAESER, Edwards;



MORRISON, Andrea; NEFFKE, Frank; RIGBY, David; STERN, Scott; ZHENG, Siqi; ZHU, Shengjun. The Principle of Relatedness. [S.l.], 2018.

BARABÁSI, A. L.; HAUSMANN, Ricardo; HIDALGO, César A.; KLINGER, B. The Product Space Conditions the Development of Nations. [S.l.], 2011.

CONAMA, Conselho Nacional do Meio Ambiente. Resolução nº 469, de 19 de agosto de 2020. Ministério do Meio Ambiente: Brasília, 2020.

IBAMA, Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis. Instrução Normativa nº 141, de 19 de dezembro de 2006. Ministério do Meio Ambiente: Brasília, 2006.

IBAMA, Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis. Instrução Normativa nº 07, de 30 de abril de 2015. Ministério do Meio Ambiente: Brasília, 2015.

IBAMA, Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis. Instrução Normativa nº 02, de 09 de outubro de 2017. Ministério do Meio Ambiente: Brasília, 2017.

PLANALTO, Presidência da República. Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950. Brasília, 1950. PLANALTO, Presidência da República. Lei nº 9.605 de 12 de fevereiro de 1998. Brasília, 1998. PLANALTO, Presidência da República. Decreto nº 6.514, de 22 de julho de 2008. Brasília, 2008. PLANALTO, Presidência da República. Lei nº 12.690, de 19 de julho de 2012. Brasília, 2012.



EXPANSÃO NA PRODUÇÃO DA CASTA CABERNET SAUVIGNON NO MUNICÍPIO DE PEABIRU

Alexandre Oliver
Amanda Faustino

1. Objetivo; 2. Produto; 3. Justificativa; 4. Prazo; 5. Custos e especificação do produto; 6. Fornecedores; 7. Pontos fortes e pontos fracos; Referências agrônomos responsáveis e a disseminação da Uva entre outros. Os valores médios estão em tópicos abaixo; 1 – Principais Investimentos, 2 – Estrutura de condução do vinhedo, 3 - Irrigação, 4 - Insumos, 5 – Preparo e plantio, 6 – Tratos Culturais e 7 – Total em média.

1. OBJETIVO.

O objetivo desse projeto é implementar a plantação da uva Cabernet Sauvignon e a produção do vinho no município de Peabiru.

2. PRODUTO.

Trata-se da uva Cabernet Sauvignon originária francesa que consegue se adaptar facilmente no sul do Brasil, ou seja, uma uva da espécie *Vitis vinifera* que possivelmente se adapte região de Peabiru.

3. JUSTIFICATIVA.

Verificamos que a diversidade do habitat do Brasil é favorável ao cultivo da casta Cabernet Sauvignon. Existe a possibilidade de cultivo dessa casta devido ao terroir de Peabiru, teríamos a oportunidade de produzir bons vinhos desta casta no município. Hoje é possível a plantação dessa uva e a fabricação do vinho em Peabiru o que possibilitaria a expansão da vitivinicultura na região e aumento de renda para o município.

4. PRAZO.

Indeterminado.

5. CUSTOS E ESPECIFICAÇÃO DO PRODUTO.

Estima-se que o investimento médio inicial perante a produção e a implementação da Casta Cabernet Sauvignon no município gira em torno de R\$187.440,00. Os dados foram levantados conforme a pesquisa apresentada pelo autor MELLO L., M., R. no site EMBRAPA (DEZ/2005) sobre custos de instalação e manutenção. Foi corrigido os custos de acordo com o IPCA (AGO/2021) para tentar atingir um custo médio próximo a preços de 2021. Na tabela 01 de produção foi incluído o projeto/salário dos



PRODUÇÃO CASTA CABERNET SAUVIGNON PARA 1 HA				
ITENS	UNID ADE	QUANTI DADE	PREÇO MÉDIO	TOTAL
1 - PRINCIPAIS INVESTIMENTOS				
Salário/Projeto Agrônomos	Un.	2	R\$ 7.000,00	R\$ 14.000,00
SUBTOTAL				R\$ 14.000,00
2 - ESTRUTURA DE CONDUÇÃO DO VINHEDO				
Postes cantoneiros (12cmx 3,00m)	Un.	4	R\$ 69,47	R\$ 277,86
Postes externos (10cm x 3,00m)	Un.	128	R\$ 37,05	R\$ 4.742,19
Palanques internos (5- 8cm x 3,20m)	Un.	678	R\$ 20,84	R\$ 14.129,35
Palanques internos (5- 8cm x 2,20m)	Un.	434	R\$ 13,89	R\$ 6.029,63
Cabo de aço (250m)	rolo	2	R\$ 984,10	R\$ 1.968,20
Arame 8	kg	85	R\$ 11,58	R\$ 984,10
Arame 12	kg	342	R\$ 12,04	R\$ 4.117,94
Arame 14	kg	860	R\$ 12,04	R\$ 10.355,04
Arame 18	kg	10	R\$ 18,52	R\$ 185,24
Arame frutifio/culturas aéreas	m.	4000	R\$ 0,42	R\$ 1.667,18
Alça pré-formada	Un.	136	R\$ 11,58	R\$ 1.574,56
Tela 18%	m2	10000	R\$ 3,13	R\$ 31.259,62
Tela 30%	m2	800	R\$ 4,63	R\$ 3.704,84
Construção da Latada (m. obra)	m2	10000	R\$ 0,65	R\$ 6.483,48
Instalação do telado (m. obra)	m2	10000	R\$ 0,37	R\$ 3.704,84
SUBTOTAL				R\$ 91.184,09
3 – IRRIGAÇÃO				
Irrigação da terra	Un.	1	R\$ 8.756,00	R\$ 8.756,00
Microaspersão	Un.	1	R\$ 15.050,93	R\$ 15.050,93
SUBTOTAL				R\$ 23.806,93
4 – INSUMOS				
Balainhos com porta enxerto	Ud	556	R\$ 2,78	R\$ 1.544,92
Esterco bovino	Ton	15	R\$ 231,55	R\$ 3.473,29
Calcário (Mineral)	sc	20	R\$ 16,21	R\$ 324,17
Super simples	kg	600	R\$ 1,39	R\$ 833,59
Cloreto de Potássio	kg	170	R\$ 1,99	R\$ 338,53
Uréia	kg	250	R\$ 2,08	R\$ 520,99



Adubo 20/05/2020	kg	250	R\$ 1,85	R\$ 463,10
Ácido Bórico	kg	10	R\$ 8,10	R\$ 81,05
Sulfato de Cobre	kg	25	R\$ 10,42	R\$ 260,50
Cal	Kg	25	R\$ 1,39	R\$ 34,73
Fungicidas de contato	kg	25	R\$ 37,05	R\$ 926,21
Fungicidas sistêmicos	kg	8	R\$ 135,46	R\$ 1.083,66
SUBTOTAL				R\$ 9.884,75

5 - PREPARO DO SOLO E PLANTIO				
Aração	h/m	4	R\$ 69,47	R\$ 277,86
Gradagem	h/m	2	R\$ 69,47	R\$ 138,94
Terraceamento	h/m	1	R\$ 69,47	R\$ 69,47
Calagem	h/m	1	R\$ 69,47	R\$ 69,47
Alinhamento	h/d	2	R\$ 34,73	R\$ 69,47
Preparo das covas	h/d	20	R\$ 34,73	R\$ 694,66
Plantio	h/d	2	R\$ 34,73	R\$ 69,47
Estaqueamento	h/d	3	R\$ 34,73	R\$ 104,20
SUBTOTAL				R\$ 1.493,51
6 - TRATOS CULTURAIS				
Capinas	h/d	24	R\$ 34,73	R\$ 833,59
Adução cobertura	h/d	22	R\$ 34,73	R\$ 764,13
Tutoramento	h/d	2	R\$ 34,73	R\$ 69,47
Plantio das mudas	h/d	2	R\$ 34,73	R\$ 69,47
Condução	h/d	10	R\$ 34,73	R\$ 347,33
Tratamento fitossanitários	h/d	30	R\$ 34,73	R\$ 1.041,99
Enxertia	un.	556	R\$ 1,85	R\$ 1.029,95
SUBTOTAL				R\$ 4.155,90
7 - TOTAL EM MÉDIA				R\$ 187.439,19

Tabela 02. Produção do vinho na escala de 35.000 unidades de garrafas de 750ml

PRODUÇÃO DO VINHO 35.000 garrafas 750ml				
ITENS	UNID ADE	QUANTI DADE	PREÇO MÉDIO	TOTAL
1 - EQUIPAMENTOS E INSTALAÇÕES				
Caixas de plástico para transporte	Un.	400	R\$ 40,46	R\$ 16.185,47
Máquina desengaçadeira/esmagadeira	Un.	1	R\$ 13.486,07	R\$ 13.486,07
Barril de carvalho 200l	Un	30	1.800	R\$ 54.000,00
Bomba para transporte da uva esmagada e do bagaço.	Un.	1	R\$ 7.866,87	R\$ 7.866,87
Bomba para transporte do vinho.	Un.	1	R\$ 4.495,35	R\$ 4.495,35
Recipientes de aço inoxidável com capacidade para 6.000 L.	Un.	5	R\$ 11.238,39	R\$ 56.191,96
Recipientes de aço inoxidável com capacidade para 5.000 L.	Un.	8	R\$ 11.238,39	R\$ 89.907,13
Filtro a cartucho, para filtração do vinho.	Un.	1	R\$ 6.743,04	R\$ 6.743,04
Máquina enchedora e arrolhadora para engarrafamento do vinho, com capacidade para 1.000 garrafas/hora, manual.	Un.	1	R\$ 10.114,55	R\$ 10.114,55

Máquina capsuladora	Un.	1	R\$ 899,07	R\$ 899,07
Obras civis: construção de galpão para cantina rural	Un.	140	R\$ 1.011,46	R\$ 141.604,44
Reserva técnica	\$	10%	R\$ 37.221,55	R\$ 3.722,15
SUBTOTAL				R\$ 405.216,10

2 - INSUMOS				
UVA	Kg	50000	Produção própria	Produção própria
Enzima pectolítica (L).	L	1	R\$ 899,07	R\$ 899,07
Metabissulfito de potássio (kg).	Kg	10	R\$ 15,74	R\$ 157,39
Levedura seca ativa (kg).	Kg	7	R\$ 179,82	R\$ 1.258,71
Açúcar cristal (kg).	Kg	1500	R\$ 1,79	R\$ 2.692,47
Terra filtrante (kg).	Kg	100	R\$ 4,50	R\$ 449,84
Cartuchos para filtro (unidade).	Un.	5	R\$ 674,30	R\$ 3.371,50
Garrafas de 750 mL (unidade).	Un.	35500	R\$ 1,69	R\$ 59.836,32
Rolhas de 44/24 mm (unidade).	Un.	35500	R\$ 1,58	R\$ 55.950,84
Cápsulas retráteis (unidade)	Un.	35500	R\$ 0,23	R\$ 8.159,50
Rótulos (unidade).	Un.	35500	R\$ 0,68	R\$ 24.089,95
Contra-rótulos (unidade).	Un.	35500	R\$ 0,45	R\$ 15.930,45
Papel para encher a garrafa (unidade).	Un.	35500	R\$ 0,02	R\$ 777,10
Cola para rótulos (kg).	Kg	3	R\$ 44,95	R\$ 134,85
Caixa de papelão p/6 garrafas (unidade).	Un.	6000	R\$ 3,82	R\$ 22.918,83
SUBTOTAL				R\$ 196.626,79
3 - MÃO-DE-OBRA DIRETA				
Técnico em enologia	Un.	1	R\$ 6.129,20	R\$ 6.129,20
Auxiliar de produção	Un.	1	R\$ 1.641,75	R\$ 1.641,75
Mão-de-obra temporária	Un.	3	R\$ 1.641,75	R\$ 4.925,25
SUBTOTAL				R\$ 12.696,20
4 - TOTAL EM MÉDIA				R\$ 614.539,09

Esse projeto também tem como objetivo a produção do vinho dessa iguaria onde, conforme a tabela 02 acima, o investimento médio para a produção de 35.000 unidades, em média, de garrafa de 750ml é de R\$ 560.540,60. Os dados foram extraídos do site EMBRAPA (DEZ/2006) e corrigido conforme o IPCA (AGO/2021) para maior precisão do preço médio em 2021. Levando em consideração que a uva é o principal insumo desse produto e que, é cultivada no mesmo lugar de produção do vinho, o projeto se torna mais atrativo.

O total médio de investimento desse projeto é dado pelo somatório do Total valor médio da produção da Casta Cabernet Sauvignon (Tabela 01) mais Total valor médio da produção do vinho (Tabela 02). Colocando em números, o investimento inicial médio é de R\$ 560.539,09 + R\$187.439,19 totalizando um montante médio de R\$ 801.978,28.

Na cultura brasileira o consumo do vinho não se destaca diante as bebidas alcoólicas e está longe de fazer parte do consumo diário do brasileiro. O consumo ainda é discriminado, onde uma parte da sociedade acredita que é um bem de muita sofisticação para o consumo. Para essa mesma parte da sociedade é necessários um motivo, um momento especial, um objetivo para o vinho ser consumido. Onde se cria uma hipótese



de que uma das variáveis determinantes que influência diretamente no consumo é a renda. Outras variáveis podem aparecer, como tipo de uva, preço, clima, bebidas alcoólicas a base de malte entre outros.

6. FORNECEDORES.

Os principais fornecedores foram escolhidos por estarem próximo ao projeto. Alguns fornecedores são essenciais para o projeto mesmo estando afastado geograficamente, são eles; Alibaba e Bejo, esses dois são essenciais para o plantio da casta Cabernet Sauvignon, e que poderão ser nossos principais fornecedores dessa semente. O fornecedor Alibaba também nos entrega a Levedura de maior qualidade para a fabricação do Vinhos Fino dessa uva.

FORNECEDOR	TIPO	INSUMO	LOCAL	MÉTODO DE PAGAMENTO
Bejo	Plantio	Semente	São paulo	Parcelado/ á vista
Sementes feltrin	Plantio	Semente	Rio grande do sul	Parcelado/ ávista
Alibaba	Plantio	Semente	Exterior	Parcelado/ á vista
Fertilize	Plantio	Preparo da terra	Almirante tamandaré - pr	Parcelado/ á vista
Agrohemar	Plantio	Preparo da terra	Ribeirão preto - pr	Parcelado/ávista
Plantei	Plantio	Preparo da terra	São paulo	Parcelado/ávista
Embravalesul	Vinho	Garrafa vidro	Curitiba - pr	Parcelado/ávista
Potes e cia	Vinho	Garrafa vidro	Londrina - pr	Parcelado/ávista
Indupropil	Vinho	Garrafa vidro	Rio grande do sul	Parcelado/ávista
Alibaba	Vinho	Preparação dovinho	Exterior	Parcelado/ávista
Zonacereali Sta	Vinho	Preparação dovinho	São paulo	Parcelado/ávista
Yamanutri	Vinho	Preparação dovinho	Curitiba - pr	Parcelado/ávista
Cristaldiam Ante	Vinho	Preparação dovinho	Campo magro - pr	Parcelado/ávista

7. PONTOS FORTES E PONTOS FRACOS

Os principais pontos fortes são: aumento de renda do município, visto que o município proporciona um evento famoso que oferece um prato típico de Carneiro ao Vinho, sendo assim, o vinho pode se tornar um ponto turístico forte do município; terroir e clima favorável para a plantação da uva e produção do vinho.

Pode-se apontar o principal ponto fraco como o investimento inicial. O valor para plantar e produzir vinhos dessa casta é demasiadamente alto.

REFERÊNCIAS

- <https://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Uva/MesaNorteParana/custos.htm#:~:text=A%20produção%20média%20esperada%20é,%2C%201%2C00%20ao%20quilo.&text=Neste%20cenário%20a%20rentabilidade%20esperada,terra%20e%20do%20capital%20empregado.>



- <https://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Vinho/SistemaProducaoVinhoTitulo/custos.htm>
- <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/203100/1/ComunicadoTecnico-210.pdf>



COOPERATIVA MUNDO VERDE AGROFLORESTAL – VENDA DE CRÉDITOS DE CARBONO COMO FONTE DE RENDA PARA O MUNICÍPIO

Matheus Henrique Dallagrana

O município de Peabiru é localizado próximo a Campo Mourão e possui, segundo o IBGE, cerca de 14.017 habitantes, com PIB per capita de R\$ 23.403,10 (PIB total de R\$ 328.041.253). Sua pirâmide etária ainda conta com grande número de jovens e a remuneração média do trabalhador formal na cidade é de 2,2 salários-mínimos.

Apesar de números que se posicionam razoavelmente na média nacional ou acima da mesma, o município não tem esta mesma posição quando comparado aos seus pares estaduais. Seu PIB per capita supramencionado está abaixo dos R\$ 35.172 encontrados como média do estado do Paraná. O índice de desenvolvimento humano na cidade é de 0,723, enquanto o estadual é de 0,749. Dado desenvolvimento rural, conta com uma densidade demográfica de 29,07 hab./Km², índice inferior ao valor médio do estado, que se encontra em 52,4.

Nos pontos fortes identificados na cidade, se encontram o volume de área de florestas nativas preservadas (15%), assim como alto grau de desenvolvimento agropecuário dada presença da Cooperativa Coamo na cidade. Já nos pontos fracos temos situação não ideal no saneamento público e baixo índice de ensino superior, uma vez que não há polo no município, apenas em cidades vizinhas.

Nos desafios ao acesso a renda, talvez o maior se encontre no baixo nível de especialização nos produtos gerados na cidade, basicamente formulada pelo setor agrário de cultivo, o destaque sendo a cooperativa Coamo e o desvio de curva a fábrica de resistências elétricas da empresa Reymann KL do Brasil.

Seguindo a teoria da complexidade, uma nação (nesse caso município) que produz bens ubíquos possui dificuldade no desenvolvimento econômico e em manter seu capital intelectual, uma vez que este é melhor remunerado fora.

A solução desenvolvida ao longo da matéria destina-se a preservar a área de floresta nativa do município e torná-la financeiramente ativa. A forma em questão é através da comercialização de títulos de carbono emitidos por uma cooperativa local, focada em assistir principalmente à população vulnerável do município.

O quê?	Criar renda ao município de forma a atingir população vulnerável via cooperativa destinada a vender créditos de carbono
Quando?	Após validado projeto, entra o tramite legal, buscando suporte SENAI e BNDES
Como?	Após legalização, emissão de créditos de carbono baseados na área de floresta nativa da cidade, gerando receita a ser utilizada por política distributiva por parte do governo ou entre membros em caso de não participação governamental
Onde?	Município de Peabiru, em sua área de floresta virgem ou replantada, apenas com sede a ter local definido
Por quê?	Desenvolve o município e melhora a qualidade de vida da população, além de tornar financeiramente ativa área hoje ociosa do município
Quem?	Comunidade local, através da criação da cooperativa
Quanto?	Dada complexidade jurídica e de legislação, até R\$ 1.300.000,00 + custos de manutenção



Resultado simplificado: realizando uma análise do ponto de vista financeiro, o projeto é viável, pois estima receitas (3,1 milhões de reais anuais) que ultrapassam os custos (R\$ 1,3 milhão + manutenção de certificação e das áreas além de despesas operacionais) e geraria produto de área hoje ociosa (de atividade econômica). Dito isso, possui barreiras principalmente burocráticas em sua realização, comumente no meio econômico chamados de desvios de infraestrutura social seguindo a hipótese da qualidade das instituições e políticas.



DESENVOLVIMENTO ESTUDANTIL: BOLSA ESCOLA

Iara Homma Cavalcanti

I. Peabiru tem uma população estimada em 14.017 pessoas (2021), sendo 4324 com idade igual ou menor que 19 anos. A preocupação com a educação é evidente, já que o município tem sua maior parte uma área rural, com difícil acesso à cidade e a escola.

No Brasil, cerca de 2,46 milhões de crianças e jovens estão fora das escolas, sendo 1,7 milhão de jovens entre 15 e 17 anos.

Como sabemos, as crianças e jovens são o futuro do país, e para Peabiru é importante que os mesmos estudem para que desenvolvam a cidade futuramente.

II. Pontos Fortes:

- Uma área rural vasta;
- Poucos estudantes;
- Facilidade de incentivo;

Pontos Fracos:

- Difícil acesso as escolas;
- Falta de incentivo do governo;

III.

Os principais obstáculos são a falta de ajuda do governo em infraestrutura e desenvolvimento da cidade, e como o município tem muita área rural, dificulta para as famílias conseguirem trabalhar na cidade ou até mesmo se especializarem em algo.

IV.

A solução seria buscar investimentos governamentais, ou investimentos externos para que as crianças e jovens buscassem as escolas e especializações para crescer na vida e acrescentar na cidade, desenvolvendo a mesma. O governo poderia dar isenção fiscal para alguma empresa se instalar no município e em troca a empresa ofereceria transportes e educação de qualidade.

V.

Quem seriam os responsáveis?

O governo (prefeito e sua equipe);

VI.

O que seria feito?



Seria feito uma estratégia de marketing para que as crianças buscassem a escola para estudar, através de marketing feito por influencers famosos. E para chamar a atenção dos pais seria feito uma horta para implementar na renda das famílias.

Quando o projeto seria aplicado?

O ano inteiro, porém, com grande força no começo do ano, para os alunos começarem a estudar;

Por que e pra que investir na educação?

A educação é o principal fator de desenvolvimento de uma cidade, pois investe diretamente em futuros profissionais;

Como fazer essa modificação?

Procurando investidores, fazendo marketing para que as crianças e adolescentes tenham interesse de estudar e busquem a escola para aprender;

Onde o projeto seria aplicado?

Seria aplicado no município de Peabiru;

Quanto custaria o projeto?

Em torno de R\$34.113.000,00.



EVASÃO ESCOLAR E MEIO AMBIENTE COMO FONTE DE RENDA

Crisan Lemes da Rosa
Daniel Cordeiro da Costa

1. Introdução; 2. O panorama escolar; 3. Proposta de intervenção; 4. Considerações finais; Referências.

INTRODUÇÃO

No Brasil, os pequenos municípios enfrentam grandes dificuldades de acesso a renda, por vários motivos como localização geográfica, densidade demográfica, falta de infraestrutura e qualificação técnica e profissional. Dentre esses pequenos municípios, damos destaque a Peabiru, no Paraná, com cerca de 469,34 Km² de área territorial e com uma população de cerca de 13.624 habitantes, de acordo com o último senso feito na cidade. Em Peabiru a economia do município é baseada no agronegócio (CARAVELA, 2021).

Peabiru - PR é uma pequena cidade que se destaca pelo alto crescimento econômico e pelo elevado potencial de consumo. O pequeno número de novas oportunidades claras de negócios e a baixa regularidade das vendas no ano são os pontos de atenção (CARAVELA, 2021).

O município possui 1,7 mil empregos com carteira assinada, a ocupação predominante destes trabalhadores é a de zelador de edifício (115), seguido de vendedor de comércio varejista

(85) e de motorista de caminhão (rotas regionais e internacionais) (80). A remuneração média dos trabalhadores formais do município é de R\$ 2 mil, valor abaixo da média do estado, de R\$ 2,5 mil (CARAVELA, 2021).

A concentração de renda entre as classes econômicas em Peabiru pode ser considerada baixa e é relativamente inferior à média estadual. As faixas de menor poder aquisitivo (E D) participam com 67,8% do total de remunerações da cidade, enquanto as classes mais altas representam 3,4%. Assim, destaca-se a maior participação das classes mais baixas na composição da renda da cidade, tendo uma concentração 16,6 pontos percentuais maior que a média estadual. As faixas de alta renda possuem participação 12,5 pontos abaixo da média (CARAVELA, 2021). Do total de trabalhadores, as três atividades que mais empregam são: administração pública em geral (404), comércio varejista de supermercados (118) e cultivo de soja (94). Entre os setores característicos da cidade, também se destacam as atividades de fabricação de equipamentos e aparelhos elétricos e comércio atacadista de matérias-primas agrícolas

(CARAVELA, 2021).

Considerando a importância e dificuldade de obter um aumento na renda em pequenos municípios, o presente trabalho busca propor soluções para promover um aumento de renda para pequenos produtores, além de conscientizá-los sobre o meio ambiente e elucidar as oportunidades de geração de renda que esta área pode proporcionar. O desenvolvimento deste projeto foi feito através da Universidade Positivo, com o intuito



de promover o incremento na renda do município. Segundo a fundação LEMANN, 56% dos alunos do ensino médio no município não fazem nenhum tipo de curso fora do horário de aula, além disso, 10% dos alunos, disseram já ter abandonado ou já deixaram de frequentar a escola pelo menos uma vez, sendo um dos principais motivos a necessidade de trabalhar, onde 48% dos alunos disseram trabalhar fora de casa por pelo menos uma hora por dia ou mais. Tendo isto em vista, o projeto apresenta um panorama geral de evasão e abandono escolar, além de apontar um sistema de aulas focadas no desenvolvimento sustentável afim de promover o aumento da renda rural através de um currículo contextualizado e fornecer uma alternativa de renda através de atividades ecológicas, além de proporcionar um maior controle e coordenação do tempo do aluno, através de aulas remotas, também busca possíveis parcerias com empresas e universidades, afim de promover o acesso à tecnologia e uma vaga no ensino superior aos alunos, também sugere atendimentos individuais e aulas motivacionais para os alunos.

O PANORAMA ESCOLAR

Segundo dados do INEP de 2018, 11,0% dos alunos reprovaram nos anos finais do período escolar, sendo, 14,1% no ensino médio, 0,6% abandonaram a escola nos anos finais, sendo, 1,7% no ensino médio. O maior percentual fica nos anos iniciais do ensino médio, sendo seu primeiro ano, com cerca de 34,2% de reprovação e 13,7% no segundo ano, já o percentual de abandono fica em 1,4% no primeiro ano do ensino médio e 2,2% no segundo ano.

Segundo dados do IBGE, os números de matrículas têm diminuído no ano de 2020, ficando 1506 matrículas no ensino fundamental e apenas 353 matrículas no ensino médio.

PROPOSTA DE INTERVENÇÃO

Durante a fase de idealização alguns métodos foram utilizados para selecionar e propor as melhores ideias, sendo, o principal deles o Brainstorming entre os membros da equipe, onde estes propoam suas ideias e sugestões para aprimorar as soluções encontradas pelos demais membros. Desta forma a melhor solução encontrada foi a elaboração de um curso ecológico produtivo visando a conscientização ecológica e proporcionar uma maior produtividade agrícola e uma alternativa de geração de renda com base na sustentabilidade para os familiares dos alunos para que estes possam concluir seus estudos.

As técnicas de produção sustentáveis visam produzir de forma ambientalmente responsável, além de ser economicamente viável e socialmente justo. O Brasil é o quarto maior produtor de orgânicos e este tipo de produção, cresce cerca de 20% ao ano. A agricultura orgânica não faz uso de agrotóxicos e produtos químicos, sendo desta forma sustentável e causando menor impacto ao meio ambiente, tem controle de pragas com alternativas naturais. A adubação verde consiste em uma técnica de plantio de espécies especiais que ajudam a promover uma melhor absorção dos nutrientes do solo.

O objetivo do desenvolvimento sustentável de acordo com as ODS número 12: O ODS 12 aborda a produção e o consumo sustentáveis, com foco em ações globais (12.1) e locais, como alcançar o uso eficiente de recursos naturais (12.2), reduzir o desperdício de alimentos (12.3), manejar resíduos químicos de maneira responsável (12.4). Neste



objetivo, também estão incluídos o cuidado com resíduos sólidos (12.5), a diminuição da emissão de poluentes (12.4). São levantadas possibilidades de práticas para empresas e também para a gestão do Estado, por meio da realização de compras públicas sustentáveis.

A mudança climática pode promover diversos efeitos, como o deslocamento de populações inteiras, queda na produtividade agrícola, aumento dos preços dos alimentos básicos ou do consumo habitual, aumento da pobreza provocadas por fenômenos meteorológicos extremos, propagação de doenças devido ao aumento da temperatura, agravamento do acesso a água potável em determinadas áreas e elevação do nível do mar.

O desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. É o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro. Para ser alcançado, o desenvolvimento sustentável depende de planejamento e do reconhecimento de que os recursos naturais são finitos. Esse conceito representou uma nova forma de desenvolvimento econômico, que leva em conta o meio ambiente. O desenvolvimento sustentável sugere, de fato, qualidade em vez de quantidade, com a redução do uso de matérias-primas e produtos e o aumento da reutilização e da reciclagem.

O efeito estufa é um processo importante para a existência da vida na Terra na forma em que a conhecemos. Sem ele, a temperatura média do planeta seria em torno de 18°C negativos. Para efeito de comparação, a temperatura média global próxima à superfície é de 14°C. Se hoje estamos vivos é devido ao efeito estufa, que mantém o planeta habitável. Os gases de efeito estufa são aqueles que interagem com a radiação solar e contribuem para o efeito estufa. O dióxido de carbono (CO₂), o gás metano (CH₄), o óxido nitroso (N₂O), o ozônio (O₃) estão entre os principais gases do efeito estufa.

Um crédito de carbono é a representação de uma tonelada de carbono que deixou de ser emitida para a atmosfera, contribuindo para a diminuição do efeito estufa. Existem diversas maneiras de gerar créditos de carbono, dentre elas, a substituição de combustíveis em fábricas, onde elas deixam de usar biomassas não renováveis, como lenha de desmatamento, e passam a usar biomassas renováveis, que além de emitirem menos gases geradores de efeito estufa, contribuem para a diminuição do desmatamento. Assim, a partir da diferença dos dois cenários, é calculado quanto de carbono deixou de ser emitido com essa substituição, gerando assim os créditos. O crédito de carbono é a moeda utilizada no mercado de carbono. Nesse mercado, empresas que possuem um nível de emissão muito alto e poucas opções para a redução podem comprar créditos de carbono para compensar suas emissões. Assim, elas indiretamente ajudam a manutenção do projeto de redução e, além de equilibrar o nível de emissões de gases geé na atmosfera, contribuem para o desenvolvimento sustentável de comunidades pobres.

Os créditos de carbono são aliados dos produtores rurais ao tornar suas propriedades sustentáveis, na medida em que conservam matas nativas. Caso a propriedade atenda aos requisitos a seguir, os créditos podem ser vendidos no mercado de carbono internacional. São os chamados projetos de REDD, ou Redução das Emissões provenientes de Desmatamento e Degradação Florestal.

O Programa Floresta+ é uma ação do Ministério do Meio Ambiente para criar, fomentar e consolidar o mercado de serviços ambientais, reconhecendo e valorizando atividades ambientais realizadas e incentivando sua retribuição monetária e não monetária. O Programa tem foco exclusivo em área de vegetação nativa.

Os Green Bonds ou, Títulos Verdes, são similares aos títulos de dívida comuns, com a diferença essencial de que só podem ser usados para financiar investimentos considerados sustentáveis – como, por exemplo, infraestrutura de energia limpa e renovável, transporte



verde e projetos capazes de reduzir emissões e o consumo de água, energia e matérias-primas, projetos esses muitas vezes impulsionados pelas atividades de PD&I.

Os Títulos verdes são uma alternativa de investimento a longo prazo que contribui para o futuro do planeta, por meio da preservação do meio ambiente e estímulo do desenvolvimento sustentável. Além disso, podem ser um importante instrumento para alavancar novos projetos e tecnologias dentro das organizações.

O PSA é um mecanismo financeiro para remunerar produtores rurais, agricultores familiares e assentados, assim como comunidades tradicionais e povos indígenas, pelos serviços ambientais prestados e que geram benefícios para toda a sociedade.

Inventário florestal é a aplicação de técnicas de medição para se obter informações das espécies existentes numa determinada área. Com ele se obtém informações a respeito da cobertura vegetal e exprime características qualitativas e quantitativas de espécies distribuídas em florestas. O georreferenciamento é um instrumento adotado pelo INCRA como uma forma de padronizar a identificação de imóvel. Ele é feito por meio de um processo de reconhecimento das coordenadas geográficas do local, a partir da utilização de mapas ou imagens.

As fazendas verdes são propriedades rurais que dedicam seus esforços para, em conjunto com a produção, realizar também a sustentabilidade e menor degradação dos recursos ambientais. O Sistema Nacional de Unidades Conservação – SNUC - é o conjunto de unidades de conservação (UC) federais, estaduais e municipais. É composto por 12 categorias de UC, cujos objetivos específicos se diferenciam quanto à forma de proteção e usos permitidos: aquelas que precisam de maiores cuidados, pela sua fragilidade e particularidades, e aquelas que podem ser utilizadas de forma sustentável e conservadas ao mesmo tempo.

A Compensação ambiental é um mecanismo financeiro que visa a contrabalançar os impactos ambientais ocorridos ou previstos no processo de licenciamento ambiental. Trata-se, portanto, de um instrumento relacionado com a impossibilidade de o empreendedor cumprir sua obrigação legal de mitigar (prevenir impactos adversos ou a reduzir aqueles que não podem ser evitados) o dano ao meio ambiente e que está baseado nos fundamentos do Princípio do Poluidor- Pagador.

Para geração de créditos de carbono, uma forma simples, de baixo custo e eficiente de sequestrar carbono é através do plantio de árvores. Durante seu crescimento, elas absorvem carbono da atmosfera através do processo de fotossíntese, fixando este carbono em suas biomassas. Para combater o efeito estufa, ganham destaque duas formas de sequestrar carbono: a neutralização de carbono e o crédito de carbono.

O projeto de neutralização consiste na elaboração de um inventário de emissões de gases de efeito estufa que são emitidos por determinada atividade empresarial, o qual irá quantificar as toneladas de carbono equivalente (tCO₂e) que foram lançadas para a atmosfera. Esse inventário é realizado através da coleta de dados, que envolvem deslocamentos que utilizam veículos de qualquer natureza, consumo de eletricidade, geração de resíduos, entre outros.

Realizado o inventário de emissões de gases de efeito estufa, o total de CO₂ é convertido em número de árvores, a fim de saber quantas serão necessárias a ser plantadas para capturar esses gases lançados. A realização desse plantio deixará o balanço entre emissões e absorções de gases de efeito estufa igual a zero. Esse balanço recebe a denominação de neutralização de carbono.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto desenvolvido visa um incremento na renda dos familiares dos alunos, para que estes possam concluir seus estudos sem a necessidade de precisar interrompê-lo para que possa trabalhar. Além disso, o presente trabalho possui o intuito de conscientizar as pessoas, sobre o meio ambiente, as mudanças climáticas e o desenvolvimento sustentável. Utilizando estes como uma forma ecologicamente de geração de renda, como o crédito de carbono, que é a quantidade de carbono que deixou de ser produzida, assim, os produtores rurais podem vender estes créditos para empresas que não atingiram suas metas de emissão. Assim, estes indiretamente ajudam na redução da emissão de gases do efeito estufa, contribuindo também para o desenvolvimento sustentável da cidade.

REFERÊNCIAS

PEABIRU. CARAVELA. Disponível em: <<https://www.caravela.info/regional/peabiru--pr>

>. Acesso em: 18, de novembro de 2021.

PEABIRU. GEDU. Disponível em: <<https://qedu.org.br/cidade/4075-peabiru/aprendizado>>. Acesso em: 18, de novembro de 2021.

PEABIRU. IBGE. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pr/peabiru.html>>. Acesso em: 18, de novembro de 2021.



CURSOS LIVRES

Renan Alberto Pelini
Ian Gregorin

O projeto apresentado pelos alunos Renan e Ian tem como objetivo a criação de um projeto que irá ofertar cursos livres que à população e gere incentivo ao empreendedorismo, trazendo para os moradores uma maior qualidade de vida.

Usando a quarta ODS como uma de nossas bases onde assegurar a educação inclusiva e de qualidade, promover oportunidades de evolução para que se crie seu próprio local de trabalho com desenvolvimento pessoal e profissional. Com o objetivo de que neste projeto a população tenha total conhecimento de como fazer sua empresa, gerenciar as finanças, funcionários, publicidade etc.

Um dos quesitos que estamos propondo é dar o apoio total para o início de seu negócio, onde iremos apresentar desde o básico ao avançado para que se tenha um máximo aprendizado, como esperamos apoio não só da população em geral, é de interesse do negócio proposto é fazer parceria entre a Universidade Positivo, a Prefeitura da cidade e ONG'S geradas em interesses e desenvolvimentos tecnológicos a fim de desenvolver a cada processo apresentado. Um dos benefícios apresentados será a vinda de cursos livres, para aqueles que não tenham tanto o interesse em aplicar um negócio, mas que possam desenvolver novos conhecimentos assim como novas línguas, Excel, edição de imagens e vídeos de maneira assertiva para inserir a população no mercado de trabalho com foco no desenvolvimento pessoal e profissional.

A proposta será viabilizar um espaço físico com a prefeitura para ministrar os cursos de forma presencial e dar informações para a população e criar um ambiente virtual voltado para ministrar os cursos de forma remota e disponibilizar os materiais de forma rápida e fácil.

Os resultados esperados com esse projeto é despertar o interesse em empreender, gerando novas fontes de renda e conseqüentemente novos empregos para a população do município de Peabiru.



PROJETO PESQUISA E MEIO AMBIENTE: RESÍDUOS URBANOS NO MUNICÍPIO DE PEABIRU

CAPÍTULO 4



SUBSÍDIOS GOVERNAMENTAIS PARA A ESTRUTURAÇÃO DE COOPERATIVAS E ASSOCIAÇÕES DE CATADORES COM FOCO EM RECICLAGEM DE ENTULHO

Ana Paula Nijo Cabreira
Maria Eduarda Zanetti de Oms
Milton Santos
Nicolle Yukary de Salles
Tosta Sasaki
Vitória Maçan Duarte

1. Introdução; 2. Metodologia; 3. Resultados; 4. Discussão; 5. Conclusão; Referências.

1. INTRODUÇÃO

O município de Peabiru, localizado no Oeste do Paraná, possui 13.985 habitantes e área territorial de 468,59 km², compoendo, então, a Mesorregião Centro Ocidental Paranaense e a Microrregião Geográfica de Campo Mourão.

Hoje, um dos principais problemas que o município enfrenta é com relação aos resíduos sólidos urbanos (dificuldade para promover a reciclagem, lixo jogado nas ruas e falta de consciência ambiental), como foi descrito pelo representante do Município de Peabiru Arléto Pereira Rocha durante exposição realizada no dia 31 de agosto de 2021.

Tendo em vista a demanda por um novo formato de tratamento e reuso dos entulhos, a necessidade de um local apropriado para o despejo, assim como reestruturação da Cooperativa de Catadores, quais os subsídios governamentais para uma cooperativa de catadores para Peabiru?

2. METODOLOGIA

Para o trabalho em questão, foi utilizada a pesquisa qualitativa para desenvolver o projeto com o objetivo de coletar dados para compreender como o indivíduo se relaciona com o problema do trabalho apresentado, resíduos sólidos urbanos (a dificuldade na coleta do lixo). A finalidade é encontrar maneiras de melhorar a cooperativa de catadores e sua coleta de lixo, descobrindo, assim, quais subsídios governamentais poderiam ser utilizados nessa ação.

Para que isso seja possível, foi estudada uma matéria do SEBRAE para cooperativa de reciclagem e o site oficial do Governo Federal visando a parte financeira do projeto. Importante ressaltar que, por se tratar de uma pesquisa qualitativa, os dados nem sempre serão exatos, com respostas diretas.

Com o objetivo de levar informação e conhecimento para mais pessoas, foi utilizada também a pesquisa de natureza aplicada, para conseguir solucionar problemas socioambientais envolvendo interesses locais e territoriais.



3. RESULTADOS

a) *Cooperativas de catadores de materiais recicláveis*

As Cooperativas ou Associações de catadores (as) de materiais recicláveis são chamados de Empreendimentos Econômicos Solidários, que compreendem uma organização da produção de bens e serviços, da distribuição, do consumo e do crédito com base nos princípios da autogestão, da cooperação e da solidariedade, valendo-se da gestão democrática.

[...] gestão democrática, a distribuição equitativa das riquezas produzidas coletivamente, o respeito ao equilíbrio dos ecossistemas, a valorização do ser humano e do trabalho e o estabelecimento de relações igualitárias entre homens e mulheres. (MARCHI & SANTANA, 2018, p. 188).

A cadeia produtiva da reciclagem, além de oportunidades, gera renda e negócios, propõe a comercialização em rede, a prestação de serviços, a logística reversa e a verticalização da produção.

No cenário atual os catadores ainda trabalham em condições precárias, de forma autônoma nas ruas e em lixões, e a ação de Cooperativas e Associações é fundamental para a melhoria das condições de trabalho, que em última análise contribui para desenvolver o segmento.

A atividade profissional dos catadores de materiais reutilizáveis e recicláveis é reconhecida pelo Ministério do Trabalho e Emprego desde 2002. Segundo a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), essa função contribui para aumentar a vida útil dos aterros sanitários e para a diminuição da demanda por recursos naturais, na medida em que abastece as indústrias recicladoras para reinserção dos resíduos em suas ou em outras cadeias produtivas, em substituição ao uso de matérias-primas virgens.

b) *Política nacional de resíduos sólidos (PNRS) e as Cooperativas de catadores;*

A política nacional de resíduos sólidos (PNRS) de 2010 estabelece que o poder público poderá instituir medidas indutoras para linhas de financiamento para atender, prioritariamente, às iniciativas de implantação de infraestrutura física e aquisição de equipamentos para cooperativas, ou outras formas de associações de catadores (as) de materiais reutilizáveis e recicláveis formadas por pessoas físicas de baixa renda.

A implementação da PNRS é feita especialmente pelos catadores, que atuam nas atividades de coleta seletiva, triagem, classificação, processamento e comercialização dos resíduos que são reutilizáveis e recicláveis, assim contribuem significativamente para a cadeia produtiva da reciclagem.

“reconhecimento do resíduo sólido reutilizável e reciclável como um bem econômico e de valor social, gerador de trabalho e renda e promotor de cidadania” e a “responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos”.

Com a implantação e implementação da PNRS, diversas diretrizes estão sendo criadas e desenvolvidas, como a Lei n 11.445/200710, estabelece as diretrizes nacionais para o saneamento básico, na qual já havia sido estabelecida a contratação de cooperativas e associações de catadores de materiais recicláveis, por parte do titular dos serviços públicos de limpeza urbana e manejo de resíduos sólidos, dispensável de licitação.



c) *Os requisitos para a abertura e estruturação de uma Cooperativa ou Associação de catadores (as)*

- Estrutura Jurídica
- Inscrição Estadual
- Alvará de funcionamento
- Termo de viabilidade de localização
- CNPJ
- Permissão de uso do terreno ou das instalações da central de triagem
- Contrato de aluguel do imóvel, comodato, cessão de uso, termo de posse
- Estatuto ou ata de posse de diretoria registrada na Junta Comercial
- o Ser constituída por pelo menos 7 sócios e sua grande maioria de baixa renda
- Eleições programadas para a troca de diretoria
- Regularidade Fiscal
- Conselho Fiscal
- Previdência Social dos Cooperados ou Associados
- Dispensa Ambiental
- Planejamento estratégico
- Estrutura física mínima

Essa documentação relacionada acima garante legitimidade na abertura de Cooperativa ou Associação, que estará respaldada jurídica e judicialmente.

As documentações relacionadas são emitidas por diretores, tesoureiros ou administradores da Cooperativa, e, também, pela contabilidade que presta serviços à mesma, essa documentação pode ser emitida de forma facilitada, em alguns casos diretamente pela internet e registrada em cartório.

d) *Estatuto ou ata de posse de diretoria*

A Lei 5.764/11, de 1971, que define a Política Nacional do Cooperativismo determina que a constituição de uma sociedade cooperativa seja pautada por um estatuto de cooperativa. O estatuto é similar ao contrato social, sendo necessário para a criação de uma sociedade cooperativa. Neste estatuto ficam estabelecidas as responsabilidades e os responsáveis por cada atribuição para a operação da organização. Funciona basicamente como um conjunto de regras que sugerem como a sociedade deve atuar.

A elaboração do estatuto deve ser pautada na Lei. Para tanto, é indicada a elaboração por um especialista ou advogado, ou utilizando um modelo disponível em sites, que seja emitido de forma responsável e coerente.

O artigo 2112 da Lei 5.764, Lei Geral do Cooperativismo, determina o que deve conter no estatuto social da cooperativa:

Art. 21. O estatuto da cooperativa, além de atender ao disposto no artigo 4º, deverá indicar:

I - a denominação, sede, prazo de duração, área de ação, objeto da sociedade, fixação do exercício social e da data do levantamento do balanço geral;

II - os direitos e deveres dos associados, natureza de suas responsabilidades e as condições de admissão, demissão, eliminação e exclusão e as normas para sua representação nas assembleias gerais;



- III - o capital mínimo, o valor da quota-parte, o mínimo de quotas-partes a ser subscrito pelo associado, o modo de integralização das quotas-partes, bem como as condições de sua retirada nos casos de demissão, eliminação ou de exclusão do associado;
- IV - a forma de devolução das sobras registradas aos associados, ou do rateio das perdas apuradas por insuficiência de contribuição para cobertura das despesas da sociedade;
- V - o modo de administração e fiscalização, estabelecendo os respectivos órgãos, com definição de suas atribuições, poderes e funcionamento, a representação ativa e passiva da sociedade em juízo ou fora dele, o prazo do mandato, bem como o processo de substituição dos administradores e conselheiros fiscais;
- VI - as formalidades de convocação das assembleias gerais e a maioria requerida para a sua instalação e validade de suas deliberações, vedado o direito de voto aos que nelas tiverem interesse particular sem privá-los da participação nos debates;
- VII - os casos de dissolução voluntária da sociedade;
- VIII - o modo e o processo de alienação ou oneração de bens imóveis da sociedade; IX - o modo de reformar o estatuto;
- X - o número mínimo de associados.
- XI - se a cooperativa tem poder para agir como substituta processual de seus associados, na forma do art. 88-A desta Lei.

A Lei 5.764 sugere em seu Art. 4713 que a Cooperativa deve ser administrada por uma Diretoria ou Conselho de Administração, que serão eleitos pela Assembleia Geral, com mandato de até quatro (04) anos e renovação de no mínimo $\frac{1}{3}$ (um terço) do Conselho.

Art. 47. A sociedade será administrada por uma Diretoria ou Conselho de Administração, composto exclusivamente de associados eleitos pela Assembleia Geral, com mandato nunca superior a 4 (quatro) anos, sendo obrigatória a renovação de, no mínimo, $\frac{1}{3}$ (um terço) do Conselho de Administração.

e) Planejamento estratégico

O planejamento estratégico constitui uma ferramenta de gestão indispensável em uma empresa, auxiliando na definição de objetivos e estratégias para alcançar esses objetivos.

As decisões tomadas sem o planejamento tendem a enfraquecer a orientação da empresa e a definição da identidade, gerando desperdícios de recursos financeiros e a tomada de decisões sem análise do impacto para a organização.

Para isso, sugere-se a definição da identidade da organização, assim como a missão ou propósito da Cooperativa, também traçar objetivos a longo prazo e os valores da instituição.

Assim como o planejamento estratégico, o planejamento financeiro deve ser feito de forma eficiente e sustentável. Nesse momento é imprescindível o controle financeiro que garante informações que contribuem para a tomada de decisões e minimizam riscos para a organização.



f) Estrutura Física

No que diz respeito à estrutura física de uma Cooperativa ou Associação de Catadores o espaço e equipamentos vão variar de acordo com o material a ser reciclado.

Na lista a seguir elencamos o que é essencial para qualquer Cooperativa, seja ela de entulhos, plástico ou outros materiais. Para o espaço físico e equipamentos para a instalação de uma cooperativa que atue com entulhos, descreveremos abaixo.

- Estrutura física necessária para a instalação de uma Cooperativa ou Associação de materiais recicláveis;
- Área para recepção do material para reciclagem;
- Área de seleção;
- • Área para a armazenagem de material para encaminhamento à linha de reciclagem/transformação;
- Área para máquinas e processamento;
- Área para estoques;
- Área para resíduos não passível de reciclagem;
- Área externa para manobra, entrada e saída de caminhões;
- Plataforma de carga e descarga;
- Administrativo / Financeiro / Comercial;
- Descanso e refeitório para funcionários;
- Cozinha equipada e adequada para o volume de cooperados ou associados;
- Refeitório com mesas, cadeiras e utensílios;
- Área de lazer e descanso;
- Recepção para clientes e fornecedores;
- Mesas, cadeiras e equipamentos de computação.

g) Subsídios do governo

As cooperativas e associação de catadores têm tido ações primordiais para o melhoramento do meio ambiente, focando na recuperação das embalagens e na obtenção de lucro. Dentro desse meio é possível reconhecer três divisões: a logística, a privada e a social. Devido às necessidades financeiras dessas cooperativas e seus associados, o governo disponibiliza subsídio financeiro, que é um serviço totalmente gratuito, com o objetivo de contribuir na realização de projetos voltados à coleta e à reciclagem de resíduos.

Art. 2º As atribuições do Governo Federal na coordenação e no estímulo às atividades de cooperativismo no território nacional serão exercidas na forma desta Lei e das normas que surgirem em sua decorrência.

Parágrafo único. A ação do Poder Público se exercerá, principalmente, mediante prestação de assistência técnica e de incentivos financeiros e creditórios especiais, necessários à criação, desenvolvimento e integração das entidades cooperativas. (...)

Art. 102. Fica mantido, junto ao Banco Nacional de Crédito Cooperativo S/A., o "Fundo Nacional de Cooperativismo", criado pelo Decreto-Lei n. 59, de 21 de novembro de 1966, destinado a prover recursos de apoio ao movimento cooperativista nacional.

§ 1º O Fundo de que trata este artigo será, suprido por:

I - dotação incluída no orçamento do Ministério da Agricultura para o fim específico de incentivos às atividades cooperativas;



II - juros e amortizações dos financiamentos realizados com seus recursos;
 III - doações, legados e outras rendas eventuais;

IV - dotações consignadas pelo Fundo Federal Agropecuário e pelo Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária - INCRA.

§ 2º Os recursos do Fundo, deduzido o necessário ao custeio de sua administração, serão aplicados pelo Banco Nacional de Crédito Cooperativo S/A., obrigatoriamente, em financiamento de atividades que interessem de maneira relevante o abastecimento das populações, a critério do Conselho Nacional de Cooperativismo.

§ 3º O Conselho Nacional de Cooperativismo poderá, por conta do Fundo, autorizar a concessão de estímulos ou auxílios para execução de atividades que, pela sua relevância socioeconômica, concorram para o desenvolvimento do sistema cooperativista nacional.

O uso desse apoio financeiro permite que as cooperativas tenham um bom desenvolvimento na sua infraestrutura, assim resultando na melhora da qualidade de serviço para esses catadores. A partir desses fatos, esse subsídio ofertado resulta também em equipamentos necessários para que seja possível concluir todas as etapas da melhor forma desde a coleta até o destino final dos resíduos. Com essa iniciativa é possível impulsionar essas cooperativas, beneficiando esses catadores e possibilitando o aumento de trabalho e uma melhor renda. Para isso ser possível, é necessária a implantação de estratégias priorizando a construção e expansão das cooperativas.

h) Materiais para reuso no entulho na cooperativa

Os resíduos sólidos produzidos na construção civil tem sido um dos principais incômodos no município de Peabiru, de acordo com Arleto e durante a pesquisa surgiu o questionamento da possibilidade de aliar a Cooperativa já existente com a principal demanda da cidade.

Depois de ponderar as questões existentes, chega-se à conclusão que seria possível e poderia trazer benefícios para o município e os próximos à Peabiru.

Primeiramente é necessário estabelecer o que é entulho e o que é passível de reutilização: “Entulho são resíduos de construção civil ou de demolição. O volume gerado pelas atividades da construção civil é significativo e por isso é considerado um problema a ser enfrentado pelas construtoras e pelos órgãos públicos. Ou seja, no geral são todos os fragmentos ou restos de tijolo, concreto, argamassa, aço, madeira etc. que são gerados na construção civil ou na demolição, podendo ser: prédios, residências, pontes, de acordo com a ABRECON.

Perante a resolução do 17 CONAMA 307 art. 3º, os entulhos são separados em:

I – Classe A – são os resíduos reutilizáveis ou recicláveis como agregados, tais como:

- De construção, demolição, reformas e reparos de pavimentação e de outras obras de infraestrutura, inclusive solos provenientes de terraplanagem;
- De construção, demolição, reformas e reparos de edificações: componentes cerâmicos (tijolos, blocos, telhas, placas de revestimento etc.), argamassa e concreto;
- De processo de fabricação e/ou demolição de peças pré-moldadas em concreto (blocos, tubos, meios-fios etc.) produzidas nos canteiros de obras.



II – Classe B – são os resíduos recicláveis para outras destinações, tais como: plásticos, papel, papelão, metais, vidros e gesso;

III – Classe C – são os resíduos para os quais não foram desenvolvidas tecnologias ou aplicações economicamente viáveis que permitam a sua reciclagem ou recuperação;

IV – Classe D – são resíduos perigosos oriundos do processo de construção, tais como tintas, solventes, óleos e outros ou aqueles contaminados ou prejudiciais à saúde oriundos de demolições, reformas e reparos de clínicas radiológicas, instalações industriais e outros, bem como telhas e demais objetos e materiais que contenham amianto ou outros produtos nocivos à saúde.

Após entender a variedade de resíduos e correta análise, é preciso reforçar que os entulhos de Classe A, para o correto reuso devem ser o melhor separado possível das demais classes, para um produto final de qualidade superior. Visando que esses tenham uso na construção civil posteriormente. Sendo que produtos com gesso, asfalto, amianto, madeira, plástico, papel, ferragens etc., dificultam o processo nos britadores.

Após a separação, os produtos vão para o Triturador de Resíduos sólidos, que produzirão uma espécie de pó, que será misturado com aglomerante, produzindo uma espécie de argamassa que poderá ser utilizada em:

- Pavimentação de estradas rurais;
- Blocos;
- Bloquetes;
- Calçadas;
- Bancos de praça;
- Calçamentos;
- Enchimentos de fundações;
- Pisos e contrapisos;
- Tubos;
- Mourões;
- Aterro de vias de acesso;
- Acertos topográficos de terrenos;
- Argamassas de assentamento

Tendo em vista que não se sabe a real condição da Associação de catadores de Peabiru, não poderá ser entregue metas reais com relação ao necessário para esta produção, entretanto vale citar que será necessário, uma equipe e locomoção adequada para busca e possível separação no próprio local, podendo essa se aliar ao projeto da Caçamba Social já existente, uma área para despejo, área para tratamento e trituração de material, existem caçambas com triturador já embutido, e área para revenda e distribuição.

Os valores para área e material dependem dos subsídios governamentais previamente apresentados, e/ou do setor privado, sendo assim cabe ao Município estipular e prescrever a receita disponível e posteriormente analisar os materiais que caberiam no orçamento junto com a cooperativa.

4. DISCUSSÃO

Com relação a melhor maneira para implementação deste projeto, partindo do princípio de uma possível reestruturação do zero para a Cooperativa de Catadores, visando a



presente possibilidade de subsídio governamental e melhor lucratividade para o Município de Peabiru.

1. Fazer levantamento das necessidades já obtidas pela atual cooperativa ou pelo município
2. Verificar os subsídios disponíveis ou possíveis alianças com o setor privado
3. Analisar a real estrutura da cooperativa
4. Estabelecer o funcionamento da cooperativa
5. Estruturar com os materiais descritos acima a cooperativa, tendo como objetivo o melhor desenvolvimento do município.

5. CONCLUSÃO

Tendo em vista o que foi abordado no decorrer do trabalho, conclui-se que é possível estabelecer esse novo setor para Peabiru, e com uma cuidadosa análise fiscal da cooperativa aliada ao município será possível disponibilizar à população e à região um novo setor ainda não explorado. A cooperativa tem a capacidade de solucionar um dos maiores problemas da cidade desde haja um trabalho conjunto para a melhor estruturação visando resolver a questão do entulho e ainda gerar lucro a curto ou médio prazo.

Sendo assim, essa proposta não somente poderia resolver o problema como poderia ajudar a população de baixa e média renda com um novo mercado que pode abranger outros municípios além de Peabiru.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Associação Nacional de Catadores e Catadoras de Materiais Recicláveis – ANCAT. Disponível em: <<https://www.ancat.org.br/>>. Acesso em: 10/11/2021.

FEDERAL, Governo. Lei n 5.764, de dezembro de 1971. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L5764.htm>. Acesso em: 18/11/2021.

FEDERAL, Governo. Lei n 11.445, de 05 de janeiro de 2007. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/11445.htm>. Acesso em: 18/11/2021.

FEDERAL, Governo. Lei 12.305, de 2 de agosto de 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm>. Acesso em: 18/11/2021.

FEDERAL, Governo. Obter apoio financeiro para implementação de projetos de coleta e reciclagem de materiais. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/servicos/obter-apoio-financeiro-para-implementacao-de-projetos-de-coleta-e-reciclagem-de-materiais>>. Acesso em: 10/11/2021.

MARCHI, Cristina Maria Dacach Fernandez & SANTANA, Joilson. Projetos Sociais e Ambientais para o Fortalecimento dos Empreendimentos Econômicos Solidários de Catadores de Materiais Recicláveis. In: Gestão dos Resíduos Sólidos: conceitos e perspectivas de atuação. 1. ed., Curitiba: Appris Ltda, 2018. P. 185-198.

Resolução CONAMA nº 307 de 05/07/2002. Disponível em <<https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=98303>>. Acesso em: 15/11/2021.

O que fazer com os entulhos gerados na construção civil? Disponível em: <<https://www.vgresiduos.com.br/blog/o-que-fazer-com-os-entulhos-gerados-na-construcao-civil/>>. Acesso em: 15/11/2021.



INTEGRAÇÃO ENTRE A COOPERATIVA DE CATADORES E A DESTINAÇÃO DOS RESÍDUOS DA CONSTRUÇÃO CIVIL

Camille Giacomitti Marques
Beatriz Midori Hara
Larissa da Silva Curriel
Maria Camila Pereira Galdino
Mariana Sabino Cardoso
Naély Cristine de Almeida da Silva
Valentine Bello

1. Introdução; 2. Metodologia; 3. Resultados e discussão; 4. Conclusão; 5. Referências.

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho faz parte do desenvolvimento de pesquisa, da matéria de Pesquisa aplicada e meio ambiente da Universidade Positivo, em parceria com o município de Peabiru, com foco em explorar a questão dos resíduos sólidos quanto à destinação apropriada para os que são gerados no município.

O município de Peabiru está localizado no estado do Paraná, possui aproximadamente 14 mil habitantes, com um PIB per capita de R\$ 23.403,10, sua economia é baseada na agricultura, comércio e indústria. O cenário da gestão de resíduos sólidos pelo município tem sido de tentativas mais eficazes de melhoria nos últimos anos, haja vista que tenha tido um longo período de negligência sobre as questões ambientais.

Se tratando de um estudo de caso, a relevância do presente exposto reside na observação da aplicabilidade da lei Nº 12.305, de 2 de agosto de 2010 – que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos – PNRS, bem como dos seus reflexos no seio da comunidade de Peabiru. Sabendo-se que a PNRS trouxe propostas mais incisivas para remediar, atenuar e prevenir maiores problemas ambientais com a regulamentação acerca da destinação dos resíduos sólidos, tendo em vista o acentuado aumento da produção do lixo no ano de sua implementação, que foi de 6,8%, resultando num total de 61 milhões de toneladas de resíduos sólidos urbanos, do qual apenas 57% teve destinação apropriada, evidenciando a estrita necessidade dessa regulamentação e mostrando o execrável panorama do país nesse cerne.

Assim sendo, a temática ambiental ganhou uma maior visibilidade e se mostrou estritamente importante, de tal modo, iremos explorá-la no âmbito do município de Peabiru, cuja produção de resíduos, segundo dados de 2014, era alta, chegando a 2,2 milhões de toneladas anuais - sem que houvesse destinação adequada ou participação regulamentada da cooperativa de catadores.

Nesse sentido, abordaremos quais são as alternativas sustentáveis viáveis para a disposição dos resíduos sólidos do município de Peabiru, com enfoque em quais são as melhores formas para inclusão do recolhimento dos entulhos da construção civil pelos catadores da cooperativa e quais as alternativas sustentáveis viáveis para a disposição desses resíduos sólidos do município de Peabiru.



2. METODOLOGIA

O estudo em questão, realizado no município de Peabiru, desenvolveu-se a partir de estudo de caso analisando os temas de coleta, tratamento e disposição final de resíduos da construção civil, tal como a situação dos catadores.

Os dados necessários para a realização do estudo em questão foram obtidos de dados preexistentes, como estudos já realizados anteriormente sobre as temáticas.

Para isso, foram necessários alguns levantamentos, fazendo-nos utilizar os seguintes procedimentos: de teor bibliográfico, com busca de artigos e revistas científicas encontrados nas bases de dados do Google Scholar, Scielo e internet em geral, a partir de buscas sobre frases e palavras chaves da temática; de teor documental, a partir de documentos da base de dados do governo, com análise de legislações nacionais e municipais, licenças, planos e projetos, e da base de dados de outros órgãos competentes, no âmbito das normatizações técnicas de procedimentos. Também usamos nos procedimentos uma entrevista com Cleiton Aparecido da Silva – atual responsável técnico da área de meio ambiente no município e engenheiro ambiental.

Logo, a metodologia de pesquisa escolhida para analisar e criar alternativas para a situação dos entulhos da construção civil e das cooperativas de catadores do município é qualitativa, de natureza aplicada, de objetivo descritivo e explicativo.

Após a realização da coleta dos dados, levantamentos e das observações, foram realizadas análises para esclarecer quais diretrizes, ações e práticas foram e estão sendo tomadas pelo município em relação aos catadores e em relação à gestão dos resíduos da construção civil, além de verificar a possibilidade da inclusão do tratamento dos entulhos nas atividades dos catadores.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A diante, discorreremos sobre o cenário atual da coleta de entulhos em Peabiru e da situação da cooperativa de catadores lá existe.

Acerca dos entulhos, tendo como base o artigo 18 da PNRS, o qual define que:

Art. 18. A elaboração de plano municipal de gestão integrada de resíduos sólidos, nos termos previstos por esta Lei, é condição para o Distrito Federal e os Municípios terem acesso a recursos da União, ou por ela controlados, destinados a empreendimentos e serviços relacionados à limpeza urbana e ao manejo de resíduos sólidos, ou para serem beneficiados por incentivos ou financiamentos de entidades federais de crédito ou fomento para tal finalidade. (Brasil, 2010)

O município de Peabiru tem seus resíduos sólidos regulamentados a partir da lei N° 920/2013, que dispõe sobre o Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos e institui o Código Municipal de Limpeza urbana – PGIRSU.

De acordo com os artigos 8° e 9° da PGIRSU, os resíduos sólidos são classificados como domésticos ou especiais, sendo que os resíduos da construção civil se enquadram nos especiais, haja vista volume, peso e composição que os fazem necessitar de um armazenamento, transporte e destinação que a coleta convencional e seletiva de resíduos não pode suprir. (Peabiru, 2013)



Além disso, segundo a PGIRSU, existe o Programa de Disposição de Materiais Descartados da Construção, o qual, nos artigos 32º ao 37º, infere normatizações acerca dos seguintes pontos sobre os entulhos: transporte, caçambas temporárias, transporte das caçambas, alvará e licença das prestadoras de serviço e remoção da caçamba. Ademais, a lei inclui que a destinação final dos entulhos “deverá atender a Resolução CONAMA nº 307 de 2002” (Peabiru, 2013).

A Resolução CONAMA nº 307 de 2002 diz que a responsabilidade do entulho gerado é do gerador, que deve dispor corretamente dele.

Com base nessas diretrizes, é possível inferir que a coleta de entulhos no município é privada, feita com auxílio de caçambas e a prestadora de serviço possui a responsabilidade sobre a área final de disposição. Além disso, conforme entrevista oral com Cleiton Aparecido da Silva - atual responsável técnico da área de meio ambiente no município e engenheiro ambiental -, a destinação final dos resíduos da construção civil é de total responsabilidade de terceirizadas, visto que a prefeitura não possui uma área adequada para dispor esses rejeitos.

No que diz respeito à cooperativa de catadores e sua integração, dentre todas as ações regulamentadas pela PNRS - tal como plano de gestão, gerenciamento, projetos e ações para atenuar as problemáticas decorrentes e lidar com os mais diversos tipos de resíduos -, inferiu-se as proposições sobre a aplicabilidade da responsabilidade compartilhada e também da logística reversa, conforme, respectivamente, os Art. 3º, incisos XII e XVII e Art. 7º, inciso XII da Lei 10.305/2010:

XII - logística reversa: instrumento de desenvolvimento econômico e social caracterizado por um conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento, em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou outra destinação final ambientalmente adequada;

XVII - responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos: conjunto de atribuições individualizadas e encadeadas dos fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes, dos consumidores e dos titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo dos resíduos sólidos, para minimizar o volume de resíduos sólidos e rejeitos gerados, bem como para reduzir os impactos causados à saúde humana e à qualidade ambiental decorrentes do ciclo de vida dos produtos, nos termos desta Lei;

XII - integração dos catadores de materiais reutilizáveis e recicláveis nas ações que envolvam a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos; (Brasil, 2010)

Valendo ressaltar que no município essas diretrizes não foram implementadas ainda, como também não possuem em seu plano de gerenciamento (PGIRSU) uma regulamentação, visto que nesse plano apenas citam a inclusão socioambiental dos catadores, conforme o artigo 85º:

Art. 85. O poder Público Municipal, por meio de seus diversos órgãos, em especial a Secretaria Municipal de Ação Social preferentemente em parceria com outros órgãos e organismos atuantes na promoção humana, elaborará programa específico com vistas melhoria da condição social dos catadores bem como de suas famílias. Ficando estabelecido como diretrizes deste programa: I - Deverá ser realizado de forma multidisciplinar; II - Ter cunho educativo, sobretudo no que tange a educação para cidadania; III - Valorização da



atividade dos catadores como meio digno de obtenção de renda, de importante relevância social e ambiental; IV - Abranger os catadores e suas famílias em especial seus filhos;(Peabiru, 2013)

Desse modo, sem uma regulamentação do trabalho dos catadores pelo município e sem implantar as diretrizes da PNRS, o município hoje tenta seguir o ideário de alcançar alguma melhoria nas condições de trabalho deles, conforme o artigo 85º supracitado, como se pode observar, segundo fontes de 2017, que nesse ano Peabiru investiu cerca de 500mil na infraestrutura de reciclagem e coleta de lixo no município – que na época possuía cerca de vinte famílias que trabalhavam com o resíduos da coleta seletiva e se beneficiaram desse investimento. Sincronamente, também em 2017, foi criada a “Associação dos Amigos Recicladores – ADARP”, que é uma cooperativa privada e trabalha com a recuperação dos seguintes materiais: sucatas de alumínio, materiais metálicos, materiais plásticos, e outros advindos da coleta seletiva.

Contudo, hoje, após 4 anos dessas melhorias, em Peabiru, segundo Cleiton Aparecido da Silva, a cooperativa está com apenas 6 associados e atualmente a prefeitura tem assumido algumas responsabilidades – por conta de período de eleição para escolher o representante da associação – e por isso está custeando o barracão e, como antes, é responsável pela coleta seletiva, com caminhão, que leva os resíduos ao barracão. Além disso, a cooperativa hoje tem pouca coleta, chegando a, no máximo, 14 toneladas por mês e rendendo apenas 7mil reais ao mês.

Assim, levando em conta esse levantamento do cenário de Peabiru, faz-se necessário expor a Resolução CONAMA nº 307 de 2002, que regulamenta a destinação adequada dos entulhos da construção civil, visando analisar as suas recomendações e conseguir estabelecer propostas viáveis e sustentáveis.

Em seu artigo 3º, divide os resíduos da construção civil em quatro classes: classe A, resíduos reutilizáveis/recicláveis; classe B, resíduos com destinações diferentes (como plástico, papelão, metais, vidros, madeiras etc.); classe C, resíduos não recicláveis; classe D, resíduos perigosos (como tinta, óleos, solvente etc.) (Brasil, 2002)

Segundo o artigo 9º, o descarte dos entulhos precisa passar pelas seguintes fases: caracterização, triagem e acondicionamento, que devem ser feitas pelo gerador; transporte e destinação, que devem ser feitos por uma prestadora de serviços. (Brasil, 2002)

Consonante com o artigo 10º, após a triagem, o gerador deve destinar os resíduos de acordo com sua classificação: classe A e B devem ser reutilizados, reciclados ou armazenados para utilização futura; classe C e D devem ser armazenados, transportados e destinados de acordo com normas específicas. (Brasil, 2002)

Não obstante, para salientar a proposta intervencionista do trabalho, é válido expor: as diretrizes do estado do Paraná quanto a organização do estado e a localização do município de Peabiru nela, as diretrizes da PNRS quanto ao investimento da União e quanto a disposição do município para aderir propostas no que tange a questão dos catadores e dos resíduos da construção civil.

De acordo com o Plano Estadual de Resíduos Sólidos do estado do Paraná – PERSPR, o município de Peabiru se encontra na sub-região 10, Região Metropolitana de Campo Mourão – RCM. Na qual, segundo o PERSPR, 12 prefeituras realizam a coleta dos resíduos da construção civil e 10, incluindo Peabiru, possuem empresas privadas encarregadas.



Logo, Peabiru, não atua com exclusividade ao designar a destinação dos resíduos sólidos para empresas privadas.

Além disso, a PNRS, nos artigos 42º, inciso 3, e 44º, incisos 1, 2 e 3, infere sobre o financiamento do Governo a cerca da implantação de infraestrutura que visa melhorar e atender as cooperativas:

Art. 42. O poder público poderá instituir medidas indutoras e linhas de financiamento para atender, prioritariamente, às iniciativas de:

III - implantação de infraestrutura física e aquisição de equipamentos para cooperativas ou outras formas de associação de catadores de materiais reutilizáveis e recicláveis formadas por pessoas físicas de baixa renda;

Art. 44. A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, no âmbito de suas competências, poderão instituir normas com o objetivo de conceder incentivos fiscais, financeiros ou creditícios, respeitadas as limitações da Lei Complementar no 101, de 4 de maio de 2000 (Lei de Responsabilidade Fiscal), a:

I - indústrias e entidades dedicadas à reutilização, ao tratamento e à reciclagem de resíduos sólidos produzidos no território nacional;

II - projetos relacionados à responsabilidade pelo ciclo de vida dos produtos, prioritariamente em parceria com cooperativas ou outras formas de associação de catadores de materiais reutilizáveis e recicláveis formadas por pessoas físicas de baixa renda;

III - empresas dedicadas à limpeza urbana e a atividades a ela relacionadas. (Brasil, 2010)

Assim, percebe-se que na implementação de novos sistemas que objetivem a reciclagem dos resíduos da construção civil e que beneficiem as pessoas com baixa renda da cooperativa de catadores, o investimento é assegurado pela PNRS.

Ainda, a prefeitura de Peabiru, na PGRISU, dispõe-se a criar parcerias e considera a utilização de subproduto reciclado como uma das melhores alternativas para destinação, vide artigos 38º e 39º:

Art. 38. O poder Público Municipal estabelecerá parcerias, bem como adotará práticas de estímulo ao reaproveitamento dos resíduos da construção civil.

Art. 39. Consideram-se meios de reutilização dos resíduos da construção, e portanto destinação adequada destes rejeitos: a) utilização como forma de aterro nas construções civis, taludes manutenção de estradas rurais; b) reincorporação através de novos subprodutos produzidos do reaproveitamento às construções. (Peabiru, 2013)

Destarte, é importante salientar que uma melhor destinação dos resíduos da construção civil, dentro do próprio município de Peabiru usando a cooperativa de catadores, poderia beneficiar não apenas o meio ambiente a partir da redução do déficit ambiental, já que seriam menos recursos extraídos da natureza ao reciclar mais, mas beneficiaria também o município que poderia utilizar os materiais reciclados, a cooperativa que poderia expandir e gerar mais lucros e os catadores que teriam mais trabalho e mais ganhos.

Desse modo, visando aderir as regulamentações da PNRS, acerca da responsabilidade compartilhada e da logística reversa, e também o desenvolvimento sustentável do



município, aumento do percentual de rejeitos reciclados e a melhoria no trabalho dos catadores de Peabiru, é importante que se faça uma parceria entre o poder público local, prefeituras vizinhas da sub- região 10 – RCMC, a iniciativa privada e a população.

4. CONCLUSÃO

Assim, a alternativa viável seria a parceria da prefeitura com a empresa privada de recolhimento e disposição dos entulhos, pretendendo diminuir o valor que os geradores pagam pelas caçambas, fazendo com que tenham mais aderência ao procedimento correto e evitando o descarte dos rejeitos em áreas inadequadas.

Além disso, essa parceria poderia possibilitar a divisão das caçambas por classe seguindo a Resolução CONAMA nº 307 de 2002, quando o gerador contratasse uma caçamba ela poderia vir com divisões internas, fazendo com que os catadores e a coleta seletiva pudessem retirar os de classe A e B, aumentando a quantia de resíduos reciclados, predispondo mais rentabilidade à cooperativa e aos catadores e possibilitando a expansão do barracão fazendo com que atraísse mais associados e aumentasse de fato a reciclagem na cidade.

Ademais, seria muito importante atingir a população com as informações sobre as etapas que precisam fazer e como fazer – sendo elas: a caracterização, triagem e acondicionamento –, criando campanhas que visassem atingir a população, com panfletagem e com palestras em escolas convidando os pais, estimulando uma aprendizagem e gerando maior adesão da proposta.

Também, seria necessário haver uma parceria da prefeitura com a Associação de amigos catadores, para que fosse possível expandir, dar tecnologias e organizar seu local de trabalho, para que a reciclagem fosse expandida e pudesse receber todos os tipos de materiais de classe A e B. Podendo também ter um investimento da prefeitura numa máquina específica para a reciclagem de entulhos, conhecida no mercado como "Verbam", que tritura resíduos como tijolos, pedras, areia, telhas, brita e similares, fazendo com que se possa criar agregados/subprodutos reciclados, que são de acordo com a NBR 15116/04, que podem ser usados em pavimentos e como concreto não estrutural, o que poderia ser utilizado pela prefeitura, reduzindo gastos com a material novo.

Ainda, à longo prazo, após a obtenção da expansão do barracão e da cooperativa, seria possível a parceria de Peabiru e da Cooperativa de catadores com os outros municípios da RCMC, visando tratar os resíduos da construção civil gerados por eles, expandir o ramo de reciclagem do município e à construção de novas estações de tratamento desses resíduos.

5. REFERÊNCIAS

Alternativa para reciclagem de entulhos de construção civil. AECWEB. Disponível em: <https://www.aecweb.com.br/empresa/baram/13008/conteudo/alternativa-para-reciclagem-de-entulhos-de-construcao-civil/2344> Acesso em: 30/10/2021

BRASIL. DECRETO Nº 7.404. Brasília, DF, 23 DE DEZEMBRO DE 2010. BRASIL. LEI Nº 12.305. Código Civil. Brasília, DF, 2 DE AGOSTO DE 2010. BRASIL. LEI Nº 1.305. Código Civil. Brasília, DF, 8 DE AGOSTO DE 1974. BRASIL. Resolução 307. Conselho Nacional de Meio Ambiente (CONAMA). Ministério do Meio Ambiente. 05/07/2002



Catadores de Materiais Recicláveis. Ministério do Meio ambiente Disponível em <https://antigo.mma.gov.br/cidades-sustentaveis/residuos-solidos/catadores-de-materiais-reciclaveis.html> Acesso em: 29/10/2021

Coleta seletiva em Peabiru é tema de reunião na Coamo. Peabiru. Peabiru.27/10/2014 Disponível em: <http://peabiru.pr.gov.br/index.php?sessao=dd14ac17a1vfdd&id=1305019> Acesso em: 28/10/2021

Descubra soluções eficientes para reaproveitamento dos resíduos da construção civil. VGRESÍDUOS. 11/09/2017

Disponível em: <https://www.vgresiduos.com.br/amp/blog/descubra-solucoes-eficientes-para-reaproveitamento-dos-residuos-da-construcao-civil/> Acesso em: 02/11/2021

DEXTRO, Rafael. Ambientalismo. Infoescola. Disponível em: <https://www.infoescola.com/ecologia/ambientalismo/> Acesso em: 20/09/2021

Diagnóstico de Potencialidade Local no Município de Peabiru- Paraná. Universidade Estadual do Paraná- Campus de Campo Mourão. Unespar, 2019. Disponível em: <https://www.unespar.edu.br/noticias/projeto-da-unespar-quer-mapear-as-potencialidades-de-desenvolvimento-da-microrregiao-de-campo-mourao-diagnostico-piloto-foi-realizado-em-peabiru> Acesso em: 20/09/2021

Município de Peabiru avança na gestão de resíduos sólidos. Tribuna do interior. Campo Mourão. 03/02/2020 Disponível em: <https://www.tribunadointerior.com.br/regiao/municipio-de-peabiru-avanca-na-gestao-de-residuos-solidos/>

PARANÁ. Plano estadual de resíduos sólidos do Paraná. Ministério do meio ambiente. Curitiba, PR, agosto de 2018. Peabiru comunica mudanças na coleta de entulhos. Tribuna do interior. Campo Mourão. 11/12/2014. Disponível em: <https://www.tribunadointerior.com.br/sem-categoria/peabiru-comunica-mudancas-na-coleta-de-entulhos/> Acesso em: 03/11/2021

Peabiru receberá caminhão para coleta de lixo e equipamentos. Tribuna do interior. Campo Mourão. 28/11/2017. Disponível em: <https://www.tribunadointerior.com.br/sem-categoria/peabiru-recebera-caminhao-para-coleta-de-lixo-e-equipamentos/> Acesso em: 29/10/2021

Peabiru. Wikipedia. Disponível em: <https://pt.m.wikipedia.org/wiki/Peabiru> 04/11/2021

PEABIRU. Código Municipal de Limpeza Urbana. Câmara municipal de Peabiru. Peabiru, PR, 2013

SILVA, Cleiton Aparecido da. Gestão de Resíduos Sólidos Urbanos no Município de Peabiru – PR.

Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Medianeira, 25 de agosto de 2018. Disponível em: <http://repositorio.utfpr.edu.br:8080/jspui/handle/1/22858>

SILVA, Cleiton Aparecido da. Cleiton Aparecido da Silva: depoimento [nov. 2021] Entrevistadora: Maria Camila Pereira Galdino. Curitiba: por telefone. Entrevista concedida para o projeto de extensão institucional da Universidade Positivo. Sobe 6,8% produção de lixo no país, mas só 57% têm destino adequado. G1. São Paulo. 26/04/2021 Disponível: <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2011/04/sobe-68-producao-de-lixo-no-pais-mas-so-57-tem-destino-adequado.html> Acesso em: 01/11/2021



Áreas territoriais. IBGE Disponível em:

<https://www.ibge.gov.br/geociencias/organizacao-do-territorio/estrutura-territorial/15761-areas-dos-municipios.html?=&t=o-que-e>

SOUZA, Murilo. Empresas receberão incentivos por parceria com cooperativa de catadores.

Agência Câmara de Notícias. Brasília. 15/09/2010 Disponível em:

<https://www.camara.leg.br/noticias/143109-empresas-receberao-incentivos-por-parceria-com-cooperativa-de-catadores/> Acesso em: 01/11/2021



MELHORIAS PARA AS COOPERATIVAS DE CATADORES

Ana Carolini Firme
 Leticia Neumann Raiane Do Valle
 Tacyane Fernanda Guarize
 William Lima Reis

1. Introdução; 2. Metodologia; 3. Resultados; 4. Discussão; 5. Conclusão; 6. Material de pesquisa

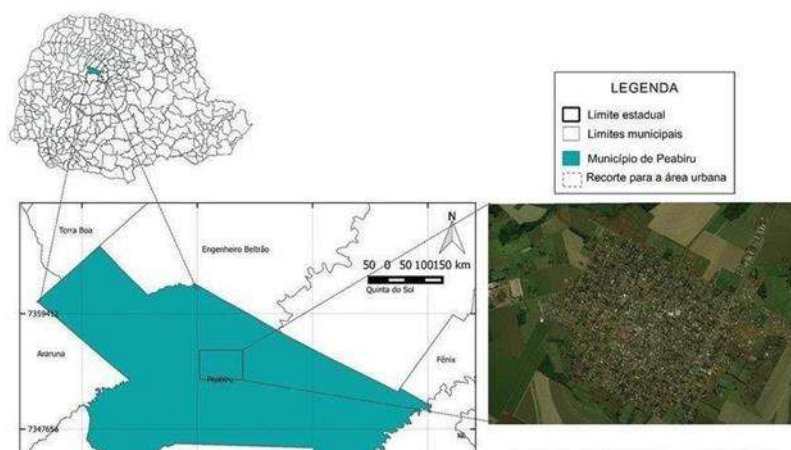
1. INTRODUÇÃO

As cooperativas de tratamento de material reciclável são responsáveis pelo sustento de inúmeras famílias de baixa renda em diversos lugares. Além disso, são encarregados pelo correto manuseio de matérias primas utilizadas nas indústrias diminuindo a necessidade das cidades do uso de aterros sanitários, sendo assim uma alternativa para cidades pequenas como Peabiru. Porém é cada vez mais necessário, para uma melhor produção da cooperativa, condições dignas aos associados e suas famílias, a partir de uma integração socioeconômica desses trabalhadores a comunidade.

Esse projeto visa apresentar ao Município de Peabiru algumas possibilidades de melhorias a essas cooperativas a fim de aprimorar a eficiência e diminuir a desigualdade social na cidade a partir de uma medida sustentável como a separação do lixo.

A boa destinação do material reciclável é importante dentro de uma sociedade, além de proporcionar uma vida mais longa ao aterro sanitário, o reuso de matérias primas, também ajuda a movimentação da economia local e conscientização da população. Esse tema permitiu um estudo mais aprofundado no município.

Peabiru está localizada no noroeste do Estado do Paraná, a 470km de Curitiba. O município que faz parte da Bacia do Ivaí e da região metropolitana Campo Mourão que limita-se com mesmo e outros municípios como Engenheiro Beltrão, Corumbataí do Sul, Barbosa Ferraz, Fênix, Quinta do Sol, Araruna e Terra Boa. As principais rodovias de acesso à cidade são BR 369 (saída para Campo Mourão e Maringá) e PR 465 (faz ligação com Araruna).



A vegetação original era predominantemente composta por floresta tropical com espécies de grande porte, muitas folhas e de cor verde escura, mesclando com espécies de floresta subtropical caracterizada por uma vegetação mais clara. Atualmente a maior parte dessa mata não existe mais, foi substituída por atividades agropecuárias como plantações de café, pastos e outros.

Bandeira de Peabiru



O clima do município de Peabiru é subtropical úmido, com verões quentes e chuvosos, a média da temperatura nesses meses os termômetros passam dos 22°C e nos mais frios abaixo de 13°C.



Área Urbana de Peabiru Fonte: Prefeitura de Peabiru.

2. METODOLOGIA

Durante a pesquisa desse projeto utilizamos uma abordagem qualitativa de natureza aplicada a partir da pesquisa de regulamentos de cooperativas de catadores de lixo, a legislação que envolve o tema e artigos que apresentam a importância da função das cooperativas no tratamento de lixo do ciclo de reciclagem. Além disso essas empresas possuem uma importante função social, proporcionando uma renda a quem se dedica a essa função. Visando se aprofundar no conhecimento do papel dessas cooperativas e buscar um modelo que se possa comparar ao modelo de Peabiru, foi realizada uma visita técnica à cooperativa Eco Recicla, no Município de Curitiba.

Em relação ao Município de Peabiru, foi pesquisado quais foram as evoluções que o município realizou em relação ao tema, foi constatado que a cidade possui apenas uma cooperativa, com isso foi realizado o contato com uma representante e o envio de um questionário que também foi trabalhado na visita a Eco Recicla de Curitiba, a fim de comparar como ambos municípios, Peabiru e Curitiba, trabalham com essas empresas em

diversos aspectos, mas principalmente na relação com os respectivos governos municipais. Outro objetivo desse trabalho de campo foi identificar possíveis melhorias que poderiam ser feitas para um trabalho mais efetivo no município de Peabiru e com isso poder apresentar futuramente aos representantes da cidade.

Um outro fator importante é o comparativo de como ambos municípios trabalham com a questão de educação popular sobre a reciclagem, pois além de proporcionar as pessoas cooperativas melhores condições de trabalho, ajuda as cooperativas nos lucros, que no caso da Eco Recicla de Curitiba, são redistribuídos a cada 15 dias igualmente entre todos os funcionários, gerando uma renda mensal de cerca de R\$800,00 por mês.

3. RESULTADOS

Considerando os problemas ambientais, econômicos e sociais que os resíduos sólidos podem causar em uma sociedade caso eles não tenham uma destinação correta, conhecer o trabalho de duas cooperativas de lixo reciclável foi fundamental para o resultado deste estudo.

A Eco Recicla, fundada em 2014, é uma associação de catadores de materiais recicláveis localizada próxima ao bairro Parolin em Curitiba. Rosangela, a entrevistada, foi bem incisiva em elogiar a prefeitura, já que tem muito apoio dela. Ela conta que anteriormente o local era muito precário, e a partir de 2019 depois que a prefeitura exigiu que virassem associação, eles mandam todo mês um repasse para melhoria do pátio. Foi feito piso, cobertura, trazido materiais de EPI, cozinha de apoio (com garrafa elétrica e micro-ondas, já que não pode ter fogões por restrição dos bombeiros), dispensa para guardar os produtos de limpeza, banheiros feminino e masculino e uma sala administrativa. Além do apoio do município eles também receberam doações do Instituto de Logística Reversa (ILOG) que incluía uma esteira, uma prensa e uma empilhadeira que facilita e acelera o trabalho das pessoas.

Atualmente a equipe é composta por 21 pessoas dividida em quatorze mulheres (dise na esteira e duas na administração e organização do pátio) e mais sete homens que são responsáveis pela coleta dos lixos doados e enfardamento. A maioria dos funcionários moram próximo ao trabalho, com exceção de que 2 moram em Araucária, 1 que mora no Uberaba, 1 na Fazenda Rio Grande e 1 no Boqueirão. A associação abre de segunda a sexta-feira das 8h às 17h, com intervalos no horário de almoço e café da tarde. Geralmente a segunda-feira é o dia da semana que a associação recebe uma quantidade grande de lixo, a maior parte dos resíduos que chegam são por meio de doações. Os doadores possuem um cadastro e alguém da própria associação vai buscar o lixo no endereço e nos dias combinado. Eles não trabalham com carrinhos nas ruas desde que virou associação e não compraram lixo desses carrinheiros, apenas recebem doações. Além de receber doações de lixo eles também recebem móveis, alimentos, roupas que são distribuídos igualmente para as pessoas da cooperativa, e quando não vai ser utilizado por eles, são doados para uma igreja da região.

Os materiais recebidos vão para a triagem para serem devidamente separados e colocados em tambores, cada qual com suas características, depois são presados e transformados em fardos. O vidro, a sucata, o ferro, o papelão, os potes etc., são vendidos por kg para empresas particulares após serem enfardados. Alguns lixos que não podem ser reciclados são encaminhados direto para o aterro. Em relação aos materiais eletrônicos, tem um comprador específico autorizado a fazer o desmanche.



Todo dinheiro que entra é dividido em partes iguais para as pessoas da cooperativa, que estão tirando em média de 800,00 reais a cada quinzena, já que o material também é recolhido a cada quinze dias pelos compradores (Vem caminhão do papel, do plástico, do vidro, em geral tudo que tiver no pátio).

A Associação dos Amigos Recicladores de Peabiru tem uma estrutura mais simples em comparação a de Curitiba. Segundo a Rose, responsável por ceder a entrevista, qualquer pessoa pode levar o lixo até a cooperativa e não possui nenhum tipo de cadastro no local e o lucro é dividido por dias trabalhos. Os associados recebem apenas o bolsa família de apoio do governo, e não existe nenhum apoio de empresa privada. De acordo com o site da prefeitura de Peabiru em maio de 2019 as campanhas da associação receberam o apoio do município.



FOTO 01 - Lixo de doação Foto tirada pela equipe no dia da visita



FOTO 02 - Materiais separados. Foto tirada pela equipe no dia da visita.



FOTO 03 - Fardo de plástico. Foto tirada pela equipe no dia da visita.

4. SELO VERDE

O Selo Verde do Instituto Chico Mendes, faz parte do Programa de Certificação do Compromisso da Responsabilidade Ambiental, pautado pelo modelo de certificação do ISO14001. Para uma instituição pública e privada ser reconhecida como uma empresa ecologicamente, ela deve ser auditada de forma rígida em diversos aspectos. Para uma correta auditoria para a obtenção do Selo verde, é recomendável que a instituição esteja amparada na correta implementação da norma ISO14001:1996, que tem por objetivos, segundo a Fundação Universitária Ibero-americana.



“Os objetivos perseguidos nesse item são:

- Integrar as responsabilidades ambientais na estrutura da organização e no sistema de gestão e atuação global da empresa;
 - Estabelecer as responsabilidades em nível de alta direção, direções de área e equipes de programa;
 - Determinar os objetivos de comunicação e formação;
 - fixar os mecanismos de comunicação interna e externa;
- Avaliar as diferentes necessidades de formação do pessoal.”
- (Apostila Fundação Universitária FUNIBER: As Normas ISO14001, página 118).

A auditoria realizada pelo Instituto Chico Mendes, é amplamente amparada pelo que é estabelecido na lei 10165/2000, que impõe ao Instituto e ao IBAMA, a fiscalização na atuação de empresas que possuem uma atividade que podem afetar o meio ambiente. Como uma forma de recompensa a correta execução do que é estabelecido por lei, é

cedido as instituições públicas ou privadas o “Selo Verde”, que serve para mostrar a investidores e possíveis parcerias econômicas, o alto engajamento da pessoa jurídica com as responsabilidades socioambientais.

Para isso, o auditor responsável deve seguir uma rígida cartilha estabelecida pela norma ISO14001, que deve verificar todos os aspectos administrativos e procedimentais da instituição, que envolve desde uma descrição das condições de trabalho dos funcionários, as condições estruturais, a destinação dos resíduos, como são processados, a destinação de cada material, entre outros fatores, que visam a sustentabilidade eco social da empresa.

Para o município de Peabiru, o “Selo Verde de Ação Social Ambiental” e o “Selo Verde Gestão Ambiental Responsável” seriam essenciais para aumentar a visibilidade em um âmbito nacional e atrair investimentos para as Associações de catadores e políticas públicas de coleta de lixo reciclável. Vale ressaltar que para a obtenção desses certificados, é necessário um Programa de Gestão Ambiental que seja funcional e que realmente esteja acontecendo.

Segundo Rodrigo Berté, em “Gestão Socioambiental no Brasil”:

“A certificação e a rotulagem ambientais não são obrigatórias, pois não existe determinação legal que obrigue as organizações a buscarem certificação. Ela vem sendo construída de forma transparente e participativa; contudo, nenhuma organização realiza a certificação de apenas um tipo de qualidade.” (Berté, Rodrigo. “Gestão Socioambiental no Brasil”, Editora Inter saberes, 1ª Edição 2013, página 191) Além disso, ele destaca a importância das séries ISO14000, em relação ao gerenciamento ambiental, como já trabalhado anteriormente, e o ISO26000/2010 que se refere a responsabilidade social de organizações públicas e privadas, sendo de suma importância a implementação para as associações de catadores de material Reciclável.

Para uma correta aplicação do ISO26000, a ABNT, estabelece que deve se criar medidas que visem o beneficiamento das pessoas que trabalham com o ambiente sem gerar riscos ambientais, além disso, os órgãos públicos devem taxar as empresas que poluem o ambiente em grande quantidade o meio ambiente, sempre de forma transparente. A fim de diminuir esse impacto, e com isso incentivar empresas como por exemplo as associações de catadores.

LEGISLAÇÃO BRASILEIRA

A Constituição federal, em seu artigo 23, defende que é de responsabilidade de qualquer esfera pública, a defesa do meio ambiente (Inciso VI) e promover a integração social dos setores menos favorecidos para combater a pobreza extrema (Inciso X). Além disso, a lei 12305/2010 instituiu a Política Nacional dos Resíduos sólidos, bem como está conceituado o seu artigo 1º:

“(…) Dispondo sobre seus princípios, objetivos e instrumentos, bem como sobre as diretrizes relativas à gestão integrada e ao gerenciamento de resíduos sólidos, incluídos os perigosos, às responsabilidades dos geradores e do poder público e aos instrumentos econômicos aplicáveis.

§ 1º Estão sujeitas à observância desta Lei as pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado, responsáveis, direta ou indiretamente, pela geração de resíduos sólidos e as que desenvolvam ações relacionadas à gestão integrada ou ao gerenciamento de resíduos sólidos.”



CONSTITUIÇÃO FEDERAL

Além disso, essa lei estabelece em seu artigo 7, os objetivos da política nacional dos resíduos sólidos, como a gestão dos resíduos sólidos por parte das instituições públicas e a “integração dos catadores de materiais reutilizáveis e recicláveis nas ações que envolvam a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos” (Inciso XII). No Artigo 8, dentre os instrumentos utilizados para a implementação está a lei, se destaca no Inciso IV, que estabelece o incentivo, por meios públicos, a criação e desenvolvimento de cooperativas e associações de catadores de material reciclável, e no inciso VI “a cooperação técnica e financeira entre os setores público e privado para o desenvolvimento de pesquisas de novos produtos, métodos, processos e tecnologias de gestão, reciclagem, reutilização, tratamento de resíduos e disposição final ambientalmente adequada de rejeitos”.

Outro aspecto importante, está que nos artigos 15 e 17 do Plano Nacional dos Resíduos Sólidos, estabelece que o governo federal e os governos estaduais devem estabelecer metas para a emancipação econômica dos catadores de materiais recicláveis, delegando, em seu artigo 18 aos municípios coleta seletiva periódica, a fim de doar esse material e apoiar as associações e cooperativas, bem como ocorre com o programa Se-Pa-Re do município de Curitiba. O investimento estrutural nas cooperativas e associações com recursos públicos estão previstos no artigo 33.

É notável que a legislação vem sendo aprimorada com o passar dos anos, a fim de incluir cada vez mais uma visão cada vez mais social, vale citar que segundo a lei 11445/2007, em seu artigo 7, a “triagem para fins de reuso ou reciclagem, de tratamento” era de responsabilidade do serviço público de limpeza e não das cooperativas e associações de catadores, como estabelecido em 2010 no Plano Nacional de Resíduos Sólidos.

LEGISLAÇÃO DO ESTADO DO PARANÁ

No ano de 2021, o estado do Paraná aprovou a lei estadual 20607/2021, que dispõe o Plano Estadual de Resíduos do Estado do Paraná (PERS/PR). Vale destacar que os trabalhadores com materiais recicláveis, baseado no artigo 1º, no 3º Parágrafo, possuem voz na gestão estadual dos resíduos sólidos, agregando mudanças, por meios democráticos, na legislação. Além disso, como cidadãos devem fiscalizar se os órgãos os quais estão subordinados estão executando as diretrizes corretamente. Além disso, essa lei segue os mesmos princípios do Plano Nacional de Resíduos Sólidos.

Um aspecto importante do Artigo 5º, Parágrafo 1, constitui uma revisão nos planos de gerenciamento de resíduos sólidos dos municípios até 10 de junho de 2022, com uma especial atenção aos grandes geradores de materiais sólidos, ou seja, facilitar os meios de logística reversa, que é a principal missão das cooperativas de catadores de recicláveis e diminuir a demanda dos aterros sanitários.

Em relação a questão social, o artigo 6 do PERS/PR, estabelece que uma das diretrizes é a “a inclusão, a proteção e a valorização de catadores e catadoras de materiais recicláveis, bem como suas cooperativas e associações, com apoio efetivo do poder público para viabilizar a atividade dos trabalhadores;”

Para toda a execução de um plano, deve existir estratégias de como fazer, e o PERS/PR é completo em relação ao tema, no artigo 7, inciso X, é destacado como incentivar a aplicação do plano:

“X – O incentivo:



à sensibilização socioambiental da população para a redução do consumo, a segregação adequada dos resíduos para coleta e o estímulo à adoção de padrões sustentáveis de produção e consumo de bens e serviços; ao uso de material reciclado em novos produtos;

à instalação de sistemas integrados de reaproveitamento, reciclagem, tratamento e valorização de resíduos sólidos, considerando as diversas fontes geradoras, bem como, apoio à participa-

Símbolo de Reciclagem são efetiva e operacionalização pelas associações e cooperativas de catadores de materiais recicláveis;”

Por fim, no artigo 11 do PRES/PR, o estado deixa claro que pode, para aumentar os incentivos, não cobrar impostos de forma parcial ou total, ou postergar pagamentos de tributos a empresas na linha de reciclagem de material, principalmente para cooperativas e associações de catadores. O Inciso V destaca que o governo do Paraná pode “desenvolver projetos, programas, convênios e ações de empoderamento, empreendedorismo, capacitação, valorização e proteção dos catadores de materiais recicláveis, especialmente as mulheres que integram este setor, promovendo a gestão compartilhada da gestão de resíduos sólidos e integrando às demais políticas sociais, como de saúde, educação, moradia e assistência social”.

As cooperativas são regidas pela Lei no 5.764, de 16 de dezembro de 1971, que define a Política Nacional de Cooperativismo. Visando suprir os desafios sociais aos quais estão expostos os(as) Catadores(as), a PNRS (2010) estabelece que o poder público poderá instituir medidas indutoras para linhas de financiamento para atender, prioritariamente, às iniciativas de implantação de infraestrutura física e aquisição de equipamentos para cooperativas, ou outras formas de associação de catadores(as) de materiais reutilizáveis e recicláveis formadas por pessoas físicas de baixa renda.

As cooperativas de resíduos sólidos possuem um pequeno cronograma quando funcionam corretamente. Passando pelas seguintes etapas:

- a) Coleta: nela os catadores coletam o lixo reciclável como alumínio, papel, plástico e vidro, e entregam à cooperativa. Essas empresas contam com o trabalho dos catadores ou até mesmo funcionários dessas próprias empresas.
- b) Triagem: quando o material chega às cooperativas ele precisa ser separado para que nas empresas recicladoras sejam tratados e reciclados, portanto, devem ser colocados em seus respectivos latões, de acordo com o tipo de cada material.
- c) Prensa: o material já separado é prensado e para que isso aconteça é preciso de grandes prensas que compactam material em grande quantidade.
- d) Venda: nessa etapa todo o material é transportado e vendido para empresas recicladoras que fazem o processo de reciclagem, tornando a usar esses materiais como matéria-prima.

Vale ressaltar que as legislações nacionais e internacionais vigentes proporciona aos catadores de material reciclável todo amparo possível para a melhor execução de seu serviço, colocando-os em destaque como parte da logística reversa para uma gestão municipal cada vez mais sustentável. Certificações como o Selo Verde do Instituto Chico Mendes e a constante atualização dos Planos de Gerenciamento de Resíduos Sólidos podem proporcionar mais investimentos nas associações e cooperativas. Ou seja, para que



tudo funcione de melhor maneira é necessário o apoio da prefeitura da região, além de empresas privadas.

DISCUSSÃO E PROPOSTA

Com tudo o que foi exposto, a fim de aprimorar a ação da prefeitura de Peabiru e auxiliar na revisão do Plano Municipal de Resíduos sólidos, vale destacar algumas medidas efetivas para uma melhor logística reversa de material reciclável, junto com a associação de catadores:

- 1- O Estabelecimento metas de produção mensal, com base na média das despesas e receitas e para diminuir as faltas dos funcionários. Ainda, a criação um fundo de reserva existente através da base da economia solidária, no qual 10% do fundo seria para manutenção da Cooperativa, como a manutenção do caminhão, despesas de manutenção das máquinas como o óleo da prensa.
- 2- Auxiliar na captação de parceiros e compradores, para ampliar as receitas e investir fortemente na Reciclagem eletrônicos, vidros e outros materiais, cujo valor sejam rentáveis para a associação de catadores, com incentivos semelhantes com os utilizados por parte do governo estadual no PERS/PR
- 3- Um layout bem planejada ajuda na economia do tempo e melhor organização do trabalho. Diante do caso em tela e da descrição dos processos da Associação, seria recomendado o rearranjo desse Layout, com a criação da rampa de alvenaria para melhoria na movimentação dos bags e adequação do piso para a movimentação da empilhadeira e o gerenciamento do espaço físico, com a criação de áreas pré-determinadas para armazenagem e não obstrução dos corredores de movimentação para um melhor fluxo do processo.

CONCLUSÃO

A diminuição dos lixões e aterros sanitários nas cidades brasileiras é uma missão que foi assumida quando assumimos o compromisso, como nação, de cumprir as metas da Agenda 2030 das Nações Unidas. É importante ressaltar esse ponto pois, não se trata apenas de uma questão de espaço municipal, mas sim de saúde pública, seja ela ambiental, sanitária ou social.

O trabalho das Associações de Catadores é de fundamental importância, no que foi chamado pelo Governador do Estado do Paraná na assinatura do PERS/PR, no ciclo da logística reversa dos produtos. Além disso existe a importância social, em ter uma renda para diversas famílias, que não seja apenas dos programas como o Auxílio Brasil, a fim de promover a dignidade que é defendido no 1º artigo da Constituição Federal.

Por fim, vale retomar a importância da Prefeitura de Peabiru nessa nobre missão, por ser quem tem os meios de ser o principal parceiro dessas pessoas que trabalham como material reciclável, pois se não fosse o incessante trabalho de coleta de lixo, talvez essas pessoas tivessem muita mais dificuldade do que já possuem em seu dia a dia, e com isso a importância em criar programas mais específicos para serem cada vez mais efetivos.

MATERIAL DE PESQUISA

- GOOGLE ACADÊMICO



<https://www.mundocoop.com.br/entrevista/a-importancia-das-cooperativas-de-catadores-para-o-brasil.html>

Cooperativa de Reciclagem do Paraná – COOPERSOL

<http://www.cefuria.org.br/catadores/>

<https://www.pensamentoverde.com.br/reciclagem/saiba-funciona-cooperativa-reciclagem/>

<https://globoplay.globo.com/v/7486990/> <http://braparas.com.br/>

<https://ciclovivo.com.br/inovacao/negocios/programa-que-troca-reciclaveis-por-pontos-chega-em-curitiba/> <http://www.cidadania23pr.org.br/cidadania23pr/noticias/versao-impresao/peabiru-recebera-caminhao-para-coleta-de-lixo-e-equipamentos>

<https://www.cidadessustentaveis.org.br/inicial/home> <https://ods.cnm.org.br/mandala-municipal>. <https://oics.cgee.org.br/solucoes-e-casos/solucoes>

- IPARDES:

<http://www.ipardes.pr.gov.br/>

http://www.ipardes.gov.br/perfil_municipal/MontaPerfil.php?codlocal=326&btOk=ok

<http://www.ipardes.gov.br/cadernos/MontaCadPdf1.php?Municipio=87250&btOk=ok>

<https://docplayer.com.br/8590110-Premio-socioambiental-chico-mendes-procert-programa-de-certificacao-do-com-promisso-da-responsabilidade-socioambiental-edicao-2013-selo-verde.html>

<https://institutochicomendes.org.br>

</certificacao-ambiental/>



CASH BACK - LIXO ELETRÔNICO

Luany Mazeika Simão
Mariana dos Reis Scheffer Balzer
Maurilio Zampieri
Paula Vitória de Araújo Oliveira
Queti Ferraz de Almeida Cesar

1. Introdução; 2. Metodologia; 3. Resultados; 4. Conclusão; Referências

INTRODUÇÃO

Essa pesquisa é realizada do âmbito do projeto extensão pesquisa e meio ambiente da Universidade Positivo em parceria com o Município de Peabiru com foco no tratamento de resíduos sólidos no Município de Peabiru, e esclarecendo qual seria a melhor alternativa de descarte de lixo eletrônico.

Peabiru é uma cidade do Estado do Paraná. O município se estende por 468,6 km² e contava com 13996 habitantes no último censo. A densidade demográfica é de 29,9 habitantes por km² no território do município. Apresenta 25% de domicílios com esgotamento sanitário adequado, 95.5% de domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 13.6% de domicílios urbanos em vias públicas com urbanização adequada (População estimada: IBGE, 2021)

Os serviços de limpeza urbana e o manejo de resíduos sólidos são constituídos pelas atividades, infraestruturas e instalações operacionais de: coleta, transporte, transbordo, tratamento e disposição final adequados do lixo doméstico e dos serviços de varrição e limpeza de logradouros e vias públicas, incluindo triagem para fins de reuso ou reciclagem, de tratamento, inclusive por compostagem, e varrição, capina e poda de árvores em vias e logradouros públicos e outros eventuais serviços da limpeza pública urbana (Lei n° 11.445/2007, art. 7°).

Atualmente, se considerada a população total do município, Peabiru coleta, por dia, 0,65 kg de resíduos por habitante. A existência de coleta seletiva depende da forma (porta aberta, em postos de entrega voluntária ou outra modalidade) e de sua abrangência em cada município, ou seja, a prática da coleta seletiva pode ocorrer somente em uma pequena parte, em iniciativas pontuais, como também em todo o território (2). Em relação a coleta de lixo eletrônico no Município, não é fornecida de maneira eficaz pela prefeitura, sendo feita apenas a coleta de recicláveis, não recicláveis e orgânicos. Em relação ao Estado do Paraná e do país, Peabiru possui coleta seletiva de Resíduos Sólidos, e recupera 1,41% do total de resíduos coletados no município. No estado, a taxa de recuperação é de 8,51%, e no país é de 3,62%. Tornando assim, uma falha notável no descarte correto de lixo eletrônico do município, o que vem se tornando um grande problema para a população atual e para as gerações futuras.

METODOLOGIA

O trabalho possui uma abordagem qualitativa e um formato descritivo, pois busca um aprofundamento da compreensão por meio da investigação de informações teóricas,



dados documentais, descrevendo fatos e fenômenos do Município de Peabiru, objetivando resultados fidedignos que possuam aplicabilidade no projeto, assim atenuando/resolvendo o problema do lixo eletrônico, por meio da revisão das seguintes leis (BRASIL.2021 e dos demais relatórios (MAISTROVICZ, vol3, pag1 2021) Descubra soluções eficientes para reaproveitamento dos resíduos da construção civil.) Com pesquisas na base de dados da Scielo e CAPES.

RESULTADOS

Qual seria a melhor alternativa de descarte de lixo eletrônico?

No Brasil, no ano de 2019 foram geradas 2,1 milhões de toneladas de lixo eletrônico. Somos o quinto país que mais produz esse tipo de lixo, segundo o relatório "Global E-WasteMonitor 2020", da Aliança Mundial para o Controle Estatístico dos Resíduos Eletrônicos. Como sabemos o lixo eletrônico possui grandes fatores de riscos para o meio ambiente, contudo o descarte de tal deve ser realizado corretamente.

Primeiramente se houver muito lixo, separe por linhas cujo os tipos são identificados por cores sendo elas: linha verde (celulares, notebooks, impressoras, tablets, mouses, teclados, carregadores, fones de ouvido, pilhas, etc.); linha marrom (TVs, equipamentos de DVD/VHS, aparelhos de som); linha azul (eletrodomésticos portáteis em geral, como batedeiras, liquidificadores, ferros elétricos, secadores de cabelo); linha branca (eletrodomésticos de grande porte, como geladeira e fogão). Separar os equipamentos que funcionam totalmente ou parcialmente dos que nem ligam ou carregam mais, ou estão severamente avariados. Após a separação do lixo procure um ponto de coleta, a Abre tem em seu site um sistema para consulta de locais que recebem produtos eletrônicos e dão encaminhamento ambientalmente adequado (ABREE 2021). A associação conta com mais de 1,3 mil pontos de coleta. A mais próxima de Peabiru: MENDES & CRUZ - CENTRO - CAMPO MOURAO, se encontra na rua Av. Capitão Índio Bandeira, 1500-Centro, Campo Mourão- PR.

Todo o material que é fruto da coleta de lixo eletrônico passa previamente por triagem. Em seguida, os itens são reciclados ou reutilizados, o que gera renda aos profissionais envolvidos na atividade. Apenas as peças que não podem ser reaproveitadas vão para o descarte Final. A depender da necessidade da instituição ou do indivíduo que agendou o serviço de coleta de lixo eletrônico, partes ou mídias de um equipamento que contenham informações importantes e sigilosas passam pela destruição segura de dados.

Assim, o acesso a tais informações torna-se inviável. A coleta de lixo eletrônico é feita por equipe técnica-profissional qualificada. Além disso, cumpre as normas legais como a NBR ISO 9001 e NBR ISO 14001. Tais exigências são uma garantia de que o trabalho será realizado de maneira correta e alcançará o objetivo a que se destina. É importante destacar que os colaboradores que atuam no ramo de coleta de lixo eletrônico são comprometidos com as boas práticas no que se refere a fatores como qualidade, saúde e segurança no trabalho, proteção do meio ambiente e prevenção da poluição. A coleta de lixo eletrônico possibilita, ainda, desenvolver um trabalho de inclusão social e digital, assim como de capacitação, educação ambiental e cultura. Dessa forma, toda a sociedade se beneficia com a prestação de tais serviços.



O QUE FAZER COM A QUANTIDADE DE LIXO ELETRÔNICO ACUMULADA?

Com a lei 20.607/2021, que institui o Plano Estadual de Resíduos Sólidos do Estado do Paraná - PERS/PR. Foi sancionada pelo governador Carlos Massa Ratinho Júnior em 10 de junho de 2021, após uma ampla discussão com a sociedade civil e os deputados estaduais. A política pública orienta caminhos, estratégias, diretrizes e ações sobre o consumo, coleta, reciclagem, tratamento e destinação dos resíduos sólidos no território estadual. Um dos pilares é a gestão democrática, por meio da participação da população e de associações representativas dos vários segmentos da comunidade, desde a elaboração até a fiscalização e avaliação do plano.

Uma das propostas da equipe é fortalecer a logística reversa de embalagens pós consumo e a economia circular no município de Peabiru. A logística reversa é um conceito que trata da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos, em especial a etapa pós-consumo. Todos têm responsabilidade: fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes e consumidores.

Na logística reversa, os resíduos seguem o caminho inverso, ou seja, após seu consumo o retorno até sua origem. Todos ganham com essa iniciativa. As empresas economizam em matéria-prima, aumenta a produtividade, as oportunidades de trabalho e menos resíduo é descartado de maneira incorreta em aterros sanitários, tornando o processo mais sustentável.

Criar um espaço pequeno visando a base da coleta. Como o volume não será tão alto e teremos o serviço de entrega do lixo eletrônico, esta estrutura pode ser enxuta com apenas 1 funcionário fixo. Oferecemos as melhores opções para a redução, recuperação e reciclagem de uma variedade de equipamentos elétricos para as empresas e para pessoas físicas. Compramos dê de computadores CPUS, e aparelhos eletrônicos em geral. Na avaliação, após contato, realizamos a avaliação dos lotes de informática da sua empresa ou P.F de acordo com volume ou tipo de equipamento. na coleta, contamos com uma logística especializada e segura. Dependendo do volume não cobramos taxa de entrega. E por fim no processamento onde contamos com uma logística especializada e segura.

Uma possibilidade de descarte para a cidade de Peabiru seria formatar parcerias com lojas de eletrônicos da cidade para recebimento destes descartes, estas lojas já fariam uma avaliação de aproveitamento de peças e componentes, não sendo reutilizado os mesmos ficam separados e a prefeitura realiza a coleta a cada 15 dias e envia a empresas de reciclagem destes materiais. Com isso as pessoas que entregam este lixo nos pontos de coletas ganham desconto em produtos e serviços caso tenham peças ou componentes reaproveitados pelas mesmas.

Com isso os moradores da cidade contribuem para a manutenção de um ambiente mais livre do descarte do lixo que polui o meio ambiente e sendo incentivado ao descarte correto e logística reversa.

CONCLUSÃO

Portanto, levando em consideração as dificuldades citadas pelo representante de Peabiru, e as demais informações adquiridas através das pesquisas presentes neste relatório, seria viável que o município levasse em consideração a proposta de implementação do ponto fixo de recebimento de lixo eletrônico, ou entrasse com uma parceria com as lojas locais de eletrônico, para realizar a coleta correta e finalizar a troca com ênfase na logística reversa. O ponto fixo sugerido, foi pensado com base na renda disponível para aplicação



do projeto levando em consideração que um ponto móvel sairia das condições disponíveis para contribuir com o projeto.

REFERÊNCIAS

CIDADE-BRASIL. Município de Peabiru. Publicado 08 abril 2021. Cidade-Brasil. Disponível em: <https://www.cidade-brasil.com.br/municipio-peabiru.html>. Acesso em: 19 outubro 2021. IBGE. Município Peabiru: histórico. População estimada: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Estimativas da população residente com data de referência 1o de julho de 2021. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/peabiru/historico>. Acesso em: 19 outubro 2021.

ÁGUA E SANEAMENTO. Município Peabiru. Disponível em: <https://www.aguaesaneamento.org.br/municipios-e-saneamento/pr/peabiru>. Acesso em: 19 outubro 2021.

CIDADE BRASIL. Município de Peabiru. Disponível em: <https://www.cidade-brasil.com.br/municipio-peabiru.html>. Acesso em: 19 de outubro de 2021.

IBGE. Peabiru – PR. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/peabiru/historico>. Acesso em: 19 de outubro de 2021.

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DO PARANÁ. Governador sanciona lei que institui o Plano Estadual de Resíduos Sólidos do Paraná. Disponível em: <https://www.aen.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=113044>. Acesso em: 19 de outubro de 2021.

MAISTROVICK, Ana Carolina. Uma Solução Parcial Para o Lixo Eletrônico: Geração de Energia Elétrica e Conservação do Meio Ambiente. REVISTA AGRO GEO AMBIENTAL, 2021. Disponível em: <https://agrogeoambiental.ifsuldeminas.edu.br/index.php/Agrogeoambiental/article/view/299>. Acesso em: 19 de outubro de 2021.

VGResíduos. Descubra soluções eficientes para reaproveitamento dos resíduos da construção civil. Disponível em: <https://www.vgresiduos.com.br/blog/ descubra-solucoes-eficientes-para-reaproveitamento-dos-residuos-da-construcao-civil/>.

Acesso em: 19 de outubro de 2021.

AGÊNCIA BRASIL. Descarte correto do lixo eletrônico. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-05/agencia-brasil-explica-como-e-o-descarte-correto-do-lixo-eletronico>. Acesso em: 19 de outubro de 2021.

CICLO VIVO. Volume de resíduos eletrônicos aumenta mais de 21% em 5 anos. Disponível em: <https://ciclovivo.com.br/planeta/desenvolvimento/residuos-eletronicos-aumenta-5-anos/>. Acesso em: 19 de outubro de 2021.



QUAIS AS ALTERNATIVAS PARA A TRANSFORMAÇÃO DO LIXO (ORGÂNICO) EM ENERGIA EM PEABIRU? QUAIS AS VANTAGENS?

Carolina do Prado Costa
 Ana Geme
 Brendha Bossa
 Giovanna Secchi
 Luiz Eduardo Goes Kwiatkowski
 Osni de Melo Martins Junior

1. Introdução; 2. Metodologia da pesquisa; 3. Resultados e Discussão; 4. Conclusão; Referências.

1. INTRODUÇÃO

Essa pesquisa é realizada do âmbito do projeto extensão pesquisa e meio ambiente UP em parceria com o Município de Peabiru com foco no tratamento de resíduos sólidos no Município de Peabiru; Peabiru (cujo o nome se da de origem indígena, e significa “rumo ao sertão”, segundo o IBGE) é um município do estado do Paraná que faz limite com municípios como Campo Mourão, Araruna, Quinta do Sol e outros. Atualmente é governada pelo prefeito Julio Cezar Frare. Peabiru está associada a Mesorregião do Centro Ocidental Paranaense e Microrregião de Campo Mourão. Sua área corresponde a 469,495 km². Sua população é de aproximadamente 14.017 habitantes. Segundo o censo realizado em 2010,o IDH de Peabiru é alto, sendo o mesmo avaliado em 0,736. Seu PIB é de 136.918,730 mil; Segundo o site aguasaneamento.org.br, Peabiru não possui meios que atendam às necessidades básicas de saneamento para todos os habitantes. Cerca de 2.686 habitantes não têm disponível para si a coleta de lixo. E 2.312 não tem acesso à água. Outrora, 80,81%da população recebe a coleta de resíduos domiciliares e coleta seletiva de resíduos sólidos, e recupera 1,41% do total de resíduos coletados; No Paraná existe uma região (Paranavaí)que se destaca no quesito tratamento e designação do lixo, onde 29 cidades realizam a coleta seletiva e pelo menos 13 cooperativas empregam 176 catadores. Alguns municípios dessa região contam com a presença de biodigestores com substrato de alimentos e bebidas, como também empresas designadas para o tratamento correto quanto ao lixo; resíduos sólidos urbanos no Brasil ou no Paraná (dados que possam permitir uma comparação e/ou desempenho do Município Peabiru).

Problema a) Quais as alternativas para a transformação do lixo (orgânico) em energia em Peabiru? b) Quais as vantagens?.

2. METODOLOGIA DA PESQUISA (ETAPAS REALIZADAS)

O presente artigo, para a elucidação da questão de viabilidade da promoção de uma política municipal de destino de RSU por via da incineração em usina no município de Peabiru, utilizará de uma abordagem qualitativa; ou seja, levando em consideração aspectos múltiplos na questão, partindo da análise da possibilidade técnica do processo acima citado de forma ambientalmente responsável, da viabilidade orçamentária para dar início a tal investida, bem como a efetividade em reverter em renda para o município a longo prazo; logo que a questão em voga é a elucidação de alternativas para manejo permanente de RSU na cidade paranaense, de forma clara e consistente com a realidade



factual, para que posteriormente a administração municipal possa aplicar as informações levantadas em suas políticas públicas, assim, o artigo é de natureza aplicada. Os objetivos são principalmente descritivos, expondo de maneira ordenada o que já se tem estabelecido no quesito técnico de destinação de RSU, enquanto o relaciona com a realidade do município. O procedimento a ser realizado será majoritariamente bibliográfica, uma vez que tanto no aspecto da técnica de destinação, quanto na apreensão de dados do município, já existem estudos anteriores, residindo nesse trabalho a intenção de analisar ambos em contraposição.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com a pesquisa voltada a trazer uma solução eficaz para o meio ambiente, são estudadas alternativas para a destinação dos resíduos do município de Peabiru, incluindo processos como a reutilização, reciclagem, recuperação, compostagem e o aproveitamento energético através do material descartado pela população. Todas essas alternativas de descarte além de evitar danos à saúde e a segurança pública, visam principalmente a minimização dos impactos ambientais.

De acordo com a NBR 10004 / 2004, os resíduos sólidos podem ser classificados como resíduos no estado sólido e semissólido. Esses resíduos resultam das atividades de origem industrial, hospitalar, doméstica, comercial, agrícola, etc. Podendo ser incluídos os lodos provenientes de sistemas de tratamento de água, além de resíduos gerados em equipamentos e instalações de controle da poluição e alguns líquidos que não podem ser descartados na rede pública de esgotos, exigindo assim soluções técnicas e economicamente inviáveis diante da melhor tecnologia disponível.

Em diversos aspectos o descarte mal planejado dos resíduos pode contribuir para a poluição das águas, do ar, do solo, dessa forma, prejudicando o seu ecossistema como um todo. Outro ponto muito importante está relacionado à saúde pública, onde a falta de cuidados com a manipulação e o descarte desses resíduos poderá impactar diretamente na contaminação e proliferação de diversas doenças sobre a população.

A Política Estadual de Resíduos Sólidos dispõe que “ A partir da lei, o Estado poderá transferir recursos voluntariamente aos municípios para gestão de resíduos sólidos, conceder garantias às operações de crédito para a gestão de resíduos sólidos em todas as suas etapas, fomentar o uso de diferentes tecnologias de tratamento, além de estabelecer diretrizes e fornecer meios para criação do Fundo Estadual e Fundos Municipais de Resíduos Sólidos”, segundo a Agência de notícias do Paraná.

São inúmeras as vantagens de reutilizar os resíduos, podemos citar por exemplo: as usinas podem ser instaladas próximas aos centros urbanos; minimiza significativamente o problema dos aterros e lixões; por poder ser construída perto dos centros urbanos, há uma economia com transporte do lixo; reduz a emissão de gases dos aterros sanitários; não é necessário tratamento prévio dos resíduos; é um método de higienização.

Sendo assim, a reutilização de resíduos é considerada uma das melhores formas de tratamento do lixo, sendo inclusive a alternativa recomendada pela ONU para a destinação do resíduo urbano.

INCINERAÇÃO:

A incineração consiste na queima do lixo ou resíduo em fornos desenvolvidos especificamente para essa finalidade. Através da combustão é obtida a energia térmica,



que posteriormente pode ser transformada em energia elétrica. Ao incinerar os resíduos é gerado vapor. Este vapor movimentará as pás ligadas a uma turbina.

FUNCIONAMENTO DOS INCINERADORES:

O princípio de funcionamento dos incineradores é semelhante ao das usinas termelétricas. Porém, ao invés de queimar gás, carvão ou óleo, o lixo será incinerado para a geração de energia elétrica. A geração de eletricidade através da incineração se baseia na produção de gases pela combustão dos RSU. Estes estão em elevadas temperaturas e são capazes de vaporizar a água para movimentar turbinas a vapor. O processo promove a combustão completa dos resíduos, garantindo tratamento sanitário e destruição de componentes orgânicos.

Os resíduos para queima são separados de acordo com o potencial energético dos materiais na combustão. Sendo assim, o processo minimiza a presença de resíduos combustíveis nas cinzas geradas ao final do processo.

Essas cinzas são geralmente encaminhadas para aterros. No aspecto ambiental, as incineradoras enfrentam certa resistência pelo fato da queima de RSU emitir substâncias perigosas como dioxinas, furanos e ácidos. Contudo, o controle da poluição pode ser feito de forma a tratar os gases emitidos com sistemas de neutralização de ácidos, filtração para materiais particulados e retenção de compostos como, por exemplo, óxidos, organoclorados e metais voláteis.

As vezes este lixo também pode ser colocado junto à queima de carvão. É a chamada coqueima de carvão (queima conjunta de dois ou mais combustíveis para geração de energia). A vantagem consiste em substituir o carvão por um combustível (no caso, lixo) mais limpo.

A OPERAÇÃO: –

Antes de entrar nos fornos com grelha de combustão, todos os resíduos sólidos urbanos e vários tipos dos industriais são despejados em um chamado bunker de resíduos, imenso galpão coberto, de onde são transferidos para uma área de mistura, na qual operadores manipulam, em salas separadas e blindadas por vidro, imensos guindastes agarradores. Nesta etapa, os equipamentos misturam os resíduos para criar uma consistência uniforme, adequada para entrar em um silo alimentador. Do silo, o lixo misturado entra no forno, onde há o processo contínuo de secagem, inflamabilidade e incineração na grelha escalonada de combustão. No processo, materiais não-inflamáveis caem em um tanque com água. Dois dos segmentos da grelha são resfriados por água e dois por ar, sendo que o ar da combustão é soprado sob as placas da grelha e ar adicional é alimentado na parede do forno. A caldeira de 25 bar gera, então, vapor de alta pressão que é conduzido para a rede da planta, para turbina a vapor gerar eletricidade e para o sistema de aquecimento (district heat) das cidades.

CONTROLE DE EMISSÕES:

Sempre um tema polêmico quando se pensa em WTE, principalmente no Brasil – a Europa opera 572 usinas, a maior parte delas em áreas densamente povoadas –, é uma etapa de alta preocupação. Segundo a gerente da área de reciclagem e soluções de resíduos da Fortum, Inka Leisio, as emissões são continuamente monitoradas em uma cabine de análise junto ao sistema. A lavagem dos gases é feita com cal, alimentada em reator que recebe as emissões. “Mas antes disso é dosado carvão ativado para absorver mercúrio e



dioxinas”, revela Leisio. Na tubulação do sistema de lavagem, os compostos ácidos gasosos reagem com o pó de cal no caminho para o filtro de tecido, que remove as substâncias nocivas. Na sequência, os gases são ventilados para o equipamento de wet scrubber (purificador úmido), localizado na parte inferior do sistema de controle. Importante dizer que a energia térmica dos gases é recuperada como subproduto para limpeza e também acrescentada à linha do district heat. Também são reaproveitados no processo de incineração ferro e outros metais que ficam na escória, por meio de sistema de separação. Depois de tratamento, a própria escória pode ser usada como carga e outras aplicações em construção civil.

Observamos que para construir uma usina de transformação de energia em Peabiru precisaria de um investimento avaliado entre 1 e 2 milhões de reais. Depois da pesquisa realizada, notamos que ao avaliar o giro monetário de Peabiru, não seria possível fazer esse investimento sem a participação de uma cidade vizinha mais desenvolvida que tenha capacidade e disponibilidade de auxiliar Peabiru com essa instalação. Por ser um grande projeto, calcula-se um prazo de cerca de 3 a 5 anos para a finalização do tal, caso venha a ser consumado de fato

BIODIGESTOR

O Biodigestor seria outra alternativa para transformar o lixo em energia. Ele consiste basicamente em ser executado sem a presença de oxigênio, gerando assim o biogás, que dentre tantas substâncias presentes na sua composição, destaca-se o gás metano, que nesse caso, é a substância que produz a energia. Para se consolidar um projeto de Biodigestor, é necessário estudar todos os tipos de recursos disponíveis. Como a infraestrutura, a verba, o tempo que levaria para ter um retorno, etc. Afinal, é uma tecnologia que demanda uma grande quantidade de investimento para ser implantada.

É uma opção que trás consigo diversas vantagens, como: Redução da poluição, aproveitamento dos desejos animais que muitas vezes são descartados de forma incorreta, além de disponibilizar um gás quase livre de combustíveis fósseis, como também a produção de fertilizantes.

4. CONCLUSÃO

Esse trabalho teve como pilar principal e objeto de pesquisa o seguinte problema: Quais as alternativas para a transformação de lixo em Peabiru? Quais as vantagens?.

Por meio dele, procuramos diversos arquivos e o máximo de informações possíveis que estivessem ao nosso alcance para dar estrutura no desenvolvimento do trabalho, incluindo a visão sobre a relação do artigo com o desenvolvimento sustentável, que tem como principal conceito a preocupação em garantir às vidas futuras um melhor ambiente de vivência, buscando sempre alternativas que auxiliem nesse processo.

Por ser uma cidade razoavelmente pequena, sem muita estrutura e capital para o investimento na parte de aproveitamento do lixo e transformação de energia do mesmo, buscamos alternativas que possivelmente contornariam essa situação, tornando viável o novo destino do lixo, ocasionando assim a diminuição de aterros, podendo ser aproveitados para outro tipo de atração, ou até mesmo plantios. O que seria uma excelente alternativa não só para Peabiru, como também para outras cidades que adotem essa inovação.



O artigo criado foi feito a partir de um problema da cidade de Peabiru, no estado do Paraná, sendo levado em conta as necessidades e alternativas viáveis para tal localidade, o principal problema é em relação ao descarte do lixo urbano, mas também formas de transforma-lo em energia, assim, não gerando apenas prejuízos para o meio ambiente. Levando em conta que na cidade de Peabiru cerca de 2.686 habitantes não têm disponível para si a coleta de lixo. E 2.312 não tem acesso à água, números tanto quanto preocupantes em vista de uma cidade que tem IDH considerado alto.

Tendo estes dados em mente, foi elaborado uma solução prática para estes problemas, a incineração dos RSU, embora requira de um investimento monetário relativamente alto para a cidade, traria diversos benefícios, tanto monetário para a cidade, para os moradores descobertos de coleta de lixo básico e para o meio ambiente. O projeto consiste na construção de uma usina de queima e transformação dos RSU em energia elétrica. As vantagens de implantar este projeto na cidade começaria na questão da logística, visto que as usinas podem ser instaladas próximas a cidade, reduzindo o trajeto dos caminhões de lixo, podendo atender uma área maior da cidade e reduzindo em grande escala a emissão de resíduos líquidos e gasosos nos aterros sanitários.

O funcionamento de forma simplificada consiste em queimar o lixo como fonte de combustível gerando gases capazes de movimentar as turbinas promovendo assim a transformação da energia térmica em energia elétrica e garantem a destruição total dos componentes orgânicos do lixo sobrando apenas as cinzas.

Mesmo as usinas de incineração recebendo certa resistência por conta da produção de gases tóxicos na queimado lixo como dioxinas, furanos e ácidos, porém a anulação destas gases também é feita antes de serem lançados novamente ao ambiente, através da neutralização de ácidos, filtração para materiais particulados e retenção de compostos como, por exemplo, óxidos, organoclorados e metais voláteis. Sendo observados os giros monetários de Peabiru, seria difícil o governo sozinho conseguir o valor necessário para a construção da usina de transformação, que seria aproximadamente entre 1 e 2 milhões de reais, necessitando talvez da ajuda de alguma cidade próxima para dar início ao projeto, mas assim dependendo de uma iniciativa do governo para tal feito que traria apenas benefícios para a cidade e seus moradores.

Adotamos que, em Peabiru, o recurso principal e mais viável seria a incineração, que consiste na queima do lixo, utilizando a combustão para a geração de energia.

Com o devido investimento e participação externa, Peabiru teria sim terreno, mão de obra e capital para o desenvolvimento da obra.

REFERENCIAS

Plano Estadual de Resíduos Sólidos do Paraná- Relatório 15. Produto 15, Relatório final do plano de ação. - Curitiba, 2018.

Município de Peabiru – Cidade Brasil - <https://www.cidade-brasil.com.br/municipio-peabiru.html> - 2021

CABEDA, Taísa; PILAU SOBRINHO, Liton Lanes. A possibilidade de desenvolvimento incluyente e sustentável pelo reconhecimento da biomassa na produção de energia limpa. In: CALGARO, Cleide; SOBRINHO, Liton Lanes Pilau; CRUZ, Paulo Márcio (Orgs.). Constitucionalismo e Meio Ambiente, tomo 5: Sustentabilidade [recurso eletrônico]. Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2021, p.483-499.



CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcindo; SILVA, Roberto. Metodologia científica. 6ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. (Capítulo 5). Base Biblioteca Virtual.

Diagnóstico de Potencialidade Local no Município de Peabiru- Paraná. Universidade Estadual do Paraná – Campus de Campo Mourão. 2019.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (org.) Métodos de pesquisa. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria atualização da edição João Bosco Medeiros. Fundamentos de metodologia científica. 9ed. São Paulo: Atlas, 2021. (Capítulo 9). Base Minha Biblioteca.

MASCARENHAS, Sidnei A. (org.). Metodologia científica. 2ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018. Base Biblioteca Virtual.

PEABIRU. Plano Municipal de Gerenciamento de Resíduos Sólidos Urbanos.

SILVA, Cleiton Aparecido da. Gestão de Resíduos Sólidos Urbanos no Município de Peabiru – PR. [Trabalho de Conclusão de Curso de Pós-Graduação em Gestão Ambiental em Municípios]. Medianeira: Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Campus Medianeira, 2018.. <https://revistaanalytica.com.br>

Biodigestor: Para que serve, tipos, vantagens, desvantagens. www.vgresiduos.com.br/blog/biodigestor/#vantagens-e-desvantagens-dos-biodigestores, VGR, 2018.



PRODUÇÃO DE ENERGIA A PARTIR DE RESÍDUOS

Beatriz Weise
 Gabriela Mantovani
 Matteo Jacomel
 Milene Schmitz
 Samaher Bark T
 hais Carstens

1. Introdução; 2. Metodologia da pesquisa; 3. Resultados; 4. Conclusão; Referências.

1. INTRODUÇÃO

Essa pesquisa foi elaborada no contexto do projeto de extensão pesquisa e meio ambiente no campo de ação da Universidade Positivo com participação do Município de Peabiru.

Peabiru é uma pequena cidade que se destaca pelo alto crescimento econômico e pelo elevado potencial de consumo, um município pertencente ao estado do Paraná, localizado ao sul do Brasil. Fundada em 1952, é considerado um centro local de baixa influência nos municípios vizinhos, segundo o IBGE, Peabiru é o 5º município mais populoso da pequena região de Campo Mourão com um total de 13 622 habitantes, bipartido em 80,81% localizados em áreas urbanas e 19,19% em rurais.

A economia do município é baseada na agricultura, comércio e indústria. Com essa estrutura, o PIB per capita de Peabiru é de R\$ 23,4 mil, valor que ainda é inferior à média do estado (R\$ 38,8 mil).

A atual administração do município vem adotando ferramentas em conjunto com o órgão responsável pela Proteção do Meio Ambiente de Peabiru, provendo resultados práticos e avanços significativos em favor do estado e situação atual dos resíduos que não tem destinação correta ou em partes onde a população é mais vulnerabilidade não á uma coleta desses resíduos, gerando, conseqüentemente, problemas ambientais e sanitários para a população de Peabiru.

O apuramento desse contexto não deixa de lado atuais problemas enfrentados pelo município em relação à coleta de Resíduos, o destino e uso do mesmo. Segundo informações da Prefeitura Municipal de Peabiru, somente 0,81% da população é atendida com coleta de resíduos domiciliares e possui coleta de resíduos sólidos, tendo uma marca de 2.170 habitantes sem o acesso ao recolhimento apropriado; o município então recupera não mais que 1,41% do total de resíduos coletados.

Com os serviços já disponibilizados de limpeza e manejo de resíduos, que são constituídos pelas atividades, infraestruturas e instalações operacionais de: coleta, transporte, transbordo, tratamento e disposição final adequado do lixo doméstico, a referência do baixo retorno recuperado de maneira proveitosa do resíduo coletado no município se deve ao declínio de campanhas, educação e investimento no que se refere ao uso de resíduos para reaproveitamento em benefício do município. Tendo como exemplo primordial dessa pesquisa, o reaproveitamento de resíduos em geração de energia para o município de Peabiru, tendo como principal questão a ser respondida, quais são as alternativas disponíveis para transformar resíduo em energia?



2. METODOLOGIA DA PESQUISA

A abordagem utilizada foi a qualitativa, pois as técnicas encontradas como incineração, biogás e compostagem são muito interessantes e podem desenvolver bem ecologicamente o local. Em alguns sites como o da própria prefeitura de Peabiru eles colocam como uma de suas metas Princípios básicos listados no Plano de Gerenciamento Integrado de Resíduos Sólidos Urbanos de Peabiru (PGIRSU) e Código de Limpeza Urbana:

- Redução de impactos ambientais; II. Sustentabilidade econômica e ambiental;
- Produção de riqueza através da reutilização, reaproveitamento e reciclagem de materiais;
- Inclusão socioambiental dos catadores; V. Educação ambiental como elemento de cidadania; VI. Economia do erário público;
- VII. Disciplinar e organizar a forma de limpeza urbana.

A natureza da pesquisa é aplicada e os objetivos são descritivos. Quanto aos procedimentos, utilizamos o Google acadêmico como site de busca e entre as palavras chaves: produção de energia através de resíduos.

3. RESULTADOS

Os resíduos sólidos possuem alto potencial energético, para ser explorado é necessária a separação dos resíduos após sua coleta. Dentre os resíduos que podem ser utilizados na reciclagem energética estão os restos de alimentos, materiais higiênicos descartáveis, plásticos, entre outros. Entretanto, o resíduo mais reutilizado na reciclagem energética é o plástico. A quantidade de energia que 1 Kg de plástico transforma, por exemplo, é equivalente à contida em 1 Kg de óleo combustível. A gaseificação de biomassa residual é um método que apresenta grande potencial para aproveitamento energético, e é promissor quando se trata da redução da poluição e da disseminação de doenças. Entre os benefícios da reciclagem energética percebe-se a diminuição dos passivos ambientais. Reutilizar resíduos na produção de energia deve ser entendido como uma atividade de destinação. As organizações, além de pensarem nos ganhos financeiros ao destinar seus resíduos, devem, também, pensar na proteção ambiental.

Outros métodos de reciclagem energética:

Incineração

A incineração consiste na queima do lixo ou resíduo em fornos desenvolvidos especificamente para essa finalidade. Através da combustão é obtida a energia térmica, que posteriormente pode ser transformada em energia elétrica.

Não há geração de efluentes líquidos, pois as águas de lavagem são neutralizadas e novamente utilizadas. Os gases poluentes gerados são tratados no sistema de lavagem e de purificação de gases. Os materiais resultantes da queima ainda podem ser reutilizados na produção de artesanato, cerâmica e até borracha.

Compostagem

Compostagem é descrito como um processo de decomposição biológica da matéria orgânica contida em resíduos orgânicos. Os microrganismos e animais invertebrados que



em presença de umidade e oxigênio, se alimentam dessa matéria e propiciam que seus elementos químicos e nutrientes voltem a terra.

O processo químico é feito a partir de microrganismos que geram o biogás, que é canalizado e transformado em energia. O lixo orgânico decomposto também pode ser usado para produzir adubo.

Biogás

Biogás é um tipo de gás inflamável produzido a partir da mistura de dióxido de carbono e metano, por meio da ação de bactérias fermentadoras em matérias orgânicas. Na geração de energia do biogás, vai acontecer a conversão da energia química do gás em energia mecânica, por meio de um processo controlado de combustão. Essa energia mecânica ativa um gerador que produz energia elétrica. Este processo ocorre através de um equipamento chamado biodigestor anaeróbico.

A maior vantagem de transformar matérias orgânicas em biogás é o serviço ambiental. O biogás, por ser produzida por meio de lixo orgânico, é uma fonte de energia renovável, e também inesgotável, sendo mais limpa que o gás natural. Outra vantagem é que o biogás é uma alternativa barata e sustentável para o reaproveitamento e a redução de lixo.

Tem 3 principais finalidades, que são gerar energia elétrica, gerar energia técnica, gerar biometano, conhecido como, combustível verde.

Exemplos:

Empresa mineira de laticínios Embaré.

No Mercado de Resíduos é possível encontrar parceiros que desejam aproveitar as tecnologias de tratamento do resíduo que possibilita a transformação em energia.

A plataforma serve para integrar interessados em resíduos e, sobretudo, estruturar uma rede de contatos que garanta o oferecimento de soluções para compra, venda, tratamento e transporte de resíduos em escala nacional.

É necessário compreender quais regras eles seguem, qual o destino do lixo e qual o tipo de lixo coletado.

4. CONCLUSÃO

Uma alternativa eficaz para Peabiru é aderir a compostagem como produção de energia com os resíduos da cidade, pois como já citado, seus benefícios são muitos, incluindo seu princípio básico: a separação do lixo orgânico, que pode ser feito até pela população em suas próprias residências, e para que isso aconteça de forma generalizada pode-se contar com a ajuda de propagandas com o intuito de ensinar e conscientizar os cidadãos da importância deste ato e seus benefícios para todos.

É de extrema importância entender a necessidade de fazer melhorias de forma sustentável, assim objetivando e atingindo metas propostas para o mundo inteiro, que tem como finalidade reduzir a poluição, fome, sede, desmatamento, e oferecer a todos uma vida sem desigualdade social, e isso inclui um saneamento básico, conseqüentemente, uma boa destinação para os resíduos, uma coleta segura, e energia sustentável e renovável, que Peabiru pode realizar utilizando a compostagem como forma de energia.



REFERÊNCIAS:

MAZZONETTO, Alexandre Witier; FIALHO, Larissa. Geração de energia através de resíduos sólidos na indústria de autopeças-estudo de caso. *Bioenergia em Revista: Diálogos* (ISSN: 2236-9171), v. 6, n. 2, 2016.

COMO EMPREENDER ao transformar lixo ou resíduo em energia? [S. l.], 21 ago. 2018. Disponível em: <https://www.vgresiduos.com.br/blog/como-empreender-ao-transformar-lixo-ou-residuo-em-energia/>. Acesso em: 15 nov. 2021.

Leis Municipais Peabiru. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/legislacao-municipal/3407/leis-de-peabiru/categorias/urbanistica?p=3> Acesso em: 15 nov. 2021.

BIOGÁS: ENERGIA RENOVÁVEL A PARTIR DE RESÍDUOS ORGÂNICOS. [S. l.], 1

dez. 2020. Disponível em: <https://www.erbr.com.br/blog/3/biogas/6/biogas-energia-renovavel-a-partir-de-residuos-organicos>. Acesso em: 15 nov. 2021.

BIOGÁS: o que é, tipos e vantagens do uso. [S. l.], 22 ago. 2019. Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/biogas/>. Acesso em: 15 nov. 2021.



SEMINÁRIO II PROGRAMA DE PÓS- GRADUAÇÃO EM DIREITO (PPGD)

CAPÍTULO 5



PLANO DE INSTALAÇÃO DO SISTEMA PROCON NA CIDADE DE PEABIRU

Roni Sergio de Souza

1. Apresentação; 2. Introdução; 3. Implantação do PROCOM; 4. Do Conselho Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor – CONDECON; 5. Do Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor – FMDC; 6. Roteiro sugestivo de atuação; 7. Benefícios da atuação do Procon Municipal; Anexo.

1. APRESENTAÇÃO

Tendo sido inscrito na disciplina Seminário II, ministrado pelas professoras Maria Tereza Uille Gomes e Clarissa Bueno Wandscheer, recaiu, como matéria avaliativa o desenvolvimento de projeto que versasse, entre outras coisas, a correlação de assuntos pertinentes entre o Projeto de pesquisa de mestrado e a ideia de possível aplicabilidade da essência ou do núcleo desse projeto de pesquisa de mestrado, na cidade de Peabiru/PR, cidade esta escolhida pelo Núcleo PPGD da Universidade Positivo.

Nesse sentido e tendo em vista que o projeto de pesquisa original do mestrado versa sobre Contratos Virtuais e Eletrônicos e os Elementos do Código de Defesa do Consumidor, nada mais certo que o projeto a ser desenvolvido com a possibilidade de aplicação e desenvolvimento na cidade seja algo relacionado a esse assunto. Diante dessas questões e ainda, após pesquisa dos Órgãos existentes na cidade de Peabiru verificou-se que a mesma não consta com sistema de Procon ou outro serviço qualquer que atine e aponte na direção de proteção aos direitos do consumidor. Assim, nada mais correto do que a tentativa dessa abordagem, qual seja, um projeto que vise a implantação do serviço de proteção ao consumidor naquela localidade.

Portanto, sob essa necessidade, a escolha de um sistema de Proteção ao Consumidor, seja com a implantação simples do Procon na cidade e mesmo de um Conselho de Proteção ao Consumidor ou ainda do Fundo de Defesa do Consumidor, como possibilidades, inclusive, de um possível consorcio Regional, mas que atenda essa vertente de proteção, orientação, dos meios protetivos e de direito dos consumidores, é medida que pode e deve atender demasiadamente, não somente a cidade, mas toda a Região de Peabiru e venha de encontro aos anseios catedráticos.

2. INTRODUÇÃO

Os Procons são Órgãos Estaduais e Municipais de defesa do consumidor, criados na forma da lei, especificamente para este fim, com competências, no âmbito de sua jurisdição, para exercer as atividades contidas no Código de Defesa do Consumidor - CDC e no Decreto nº 2.181/97. A atuação dos Procons consiste na elaboração, coordenação e execução da política local de defesa do consumidor, incluindo atribuições como a orientação e educação dos consumidores, bem como o atendimento das demandas de consumo onde haja conflito.



Ressalta-se também que os direitos e deveres individuais e coletivos consignados na Constituição Federal assinalam que o Estado promoverá a defesa do consumidor e um dos elementos-chaves dessa promoção foi a promulgação e instituição da Lei 8.078/90 – Código de Defesa do Consumidor que concretizou e solidificou a determinação constitucional.

Nessa mesma toada os Procons são os braços extensivos dessa aplicabilidade constitucional em busca e solidificação da cidadania que, ao final, é o que busca a chamada Constituição Cidadã. Portanto estabelecer esse órgão de proteção direta dos direitos dos cidadãos é intensificar a jurisdição do Estado perante os seus.

Conscientizar os consumidores sobre seus direitos, aproximando o cidadão do governo, no caso concreto, do governo municipal, já que a ideia é a instituição do órgão no município, além disso, garantir a todos os interessados a possibilidade da busca de seus direitos, tantas e tantas vezes deixados de lado em prol do benefício e interesses daqueles que detém o poder financeiro, são objetivos simples que o PROCOM facilmente consegue, mas com a gigantesca virtude de inserir e incutir numa sociedade, a consciência de possuir, ao menos, o direito básico da proteção de seus interesses.

Evidente que cabe ao poder público, no caso o Municipal, o interesse da implantação do Órgão uma vez que será ele quem implantará coordenará e gerenciará todo o andamento executivo do referido Órgão. Será dever dela, Municipalidade, a administração e responsabilidade pelos bons andamentos dos serviços, contudo, antes de ser um desafio penoso e oneroso, o que não é, uma vez que existem financiamentos Estatais para tal implantação, o Órgão tem o condão de andar por si mesmo e trazer, além de status elevado à cidade, por permitir a defesa de interesse dos direitos de seus Municípios, reorganizar todo o sistema consumerista local, resultando, assim, numa diminuição de demandas e consequentemente do alto custo jurídico e mesmo dos desgastes do próprio ente municipal, que sem a presença de um sistema como, esta sujeito a reclamações de seus cidadãos. Em outras palavras, a implantação do Procon pode alavancar politicamente o próprio governo que o institui.

A busca do equilíbrio nas relações de consumo entre consumidores e fornecedores de produtos e serviços; a educação e a informação dos consumidores e fornecedores quanto aos seus direitos e deveres; a fiscalização da qualidade e da segurança de produtos e serviços, coibindo e punindo os abusos no mercado de consumo são objetivos que o Procon facilmente consegue e com o poder de converter, por sua vez, a sociedade em redor numa sociedade mais desenvolvida com cidadão mais inseridos no meio. Tudo a custo muito pequeno uma vez que a implantação do órgão, tal como se verifica, não exige gastos elevados, ao contrário, os gastos maiores são com treinamentos dos recursos humanos que ao final se reverterá em benefício ao próprio ente municipal.

Outra questão muito importante é que com a implantação do Procon, propriamente dito, existe ainda a possibilidade da implantação DO CONSELHO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR – CONDECON, que é composto por representantes do Procon Municipal, órgãos públicos e entidades civis de defesa dos consumidores, e tem como objetivo definir as diretrizes para utilização dos recursos existentes para o FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR – FMDC, que por sua vez tem a finalidade de concentrar recursos financeiros para a execução e promoção da Política Municipal de Defesa do consumidor.

Como se vê, com a implantação do Órgão, há a possibilidade de a implantação, por sua vez, de todo um sistema ligado à proteção e defesa dos direitos dos consumidores.



Para informação, no Estado do Paraná, estado onde se localiza a cidade de Peabiru, o Procon faz parte do Departamento Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor, órgão vinculado à Secretaria da Justiça, Trabalho e Direitos Humanos do Estado do Paraná, que é o coordenador do Sistema Estadual de Defesa do Consumidor e tem como um de seus pressupostos básicos a municipalização da defesa do consumidor para garantir ao cidadão paranaense o acesso a meios para a proteção e defesa dos seus interesses, portanto totalmente de acordo com os objetivos do presente projeto para a cidade em questão. Segundo dados, ainda, no Paraná, dos 399 municípios 56 deles contam com Procons municipais.

3. IMPLANTAÇÃO DO PROCOM

Como descrito acima cabe ao Poder Executivo Municipal a criação e instalação da Coordenadoria Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor - Procon Municipal e para que isso seja possível existe a necessidade do preenchimento de certos requisitos.

3.1 *Conhecimento das legislações vigentes:*

Entre esses requisitos torna-se essencial o Conhecimento da Lei nº 8.078/90

- Código de Defesa do Consumidor e do Decreto nº 2.181/97, que regulamenta a organização do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC, e estabelece as normas gerais das sanções administrativas previstas no citado Código. Tudo visando a melhor adequação daquilo que será implantado na cidade e seu melhor desenvolvimento e atuação.

Nesse sentido de desenvolvimento é necessário que o Órgão executivo prepare seus ou os servidores que encabeçarão o projeto com capacitações diversas a fim de que qualifiquem para a tarefa de estar à frente à demandas que efetivamente e claramente aparecerão;

3.2 *Projeto de Lei de Iniciativa do Executivo Municipal*

Além do conhecimento amplo da legislação Federal a criação do órgão local deverá ter em sua origem a Propositura de legislação que crie e regule o Procon Municipal, o Conselho Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor – CONDECON e o Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor – FMDC a exemplo do que se segue no ANEXO I

É fato claro que a justificativa do referido projeto é simples pois além de agregar valor ao município agrega ainda valor à própria sociedade como um todo que além de ter um serviço de ponta à sua disposição será direcionada à uma melhor educação consumerista.

3.3 *Infraestrutura para o local de instalação do Procon*

Caberá ainda ao Executivo o fornecimento de infraestrutura necessária para a criação do Procon Municipal e disponibilização de meios para o seu bom funcionamento.

Quando se fala em infraestrutura refere-se ao local onde se será desenvolvida as atividades que podem ser, inicialmente em uma sala, adjunta ou não a outras Secretarias, como a de Bem Estar Social, administração, Jurídica e outras qualquer onde se entenda possível estabelecer, ainda que temporariamente o Órgão.



Importante notar que não há a necessidade de local específico com cômodos amplos e ou salas diversas havendo sim a necessidade de uma aparato de computadores; acesso à internet, balcão de atendimento, arquivos, mesas e cadeiras, sendo certo que cada ambiente será formado pela própria necessidade e demanda local Também sendo certo que muitos começaram pequenos e hoje são grandes órgãos de apoio à sociedade em geral. São exemplos de boa infraestrutura de Procons:

- Local de fácil acesso à população;
- Infraestrutura mínima necessária para o bom atendimento da população: pessoal, telefone, computador e impressora, mobiliário;
- A estrutura organizacional deve contemplar as atividades de coordenação executiva, os serviços de atendimento ao consumidor, fiscalização, assessoria jurídica, apoio administrativo e de educação ao consumidor;
- Considerando a realidade de cada município, recomenda-se, no mínimo, três servidores: um advogado, um profissional da área da educação e um de apoio administrativo.
- Boa dica de estrutura de funcionamento, segundo as melhores cartilhas de instituição do Procon Municipal, seria um quadro funcional bem enxuto, composto por, no mínimo, 03 (três) servidores, devidamente capacitados, sendo preferencialmente: 01 (um) advogado, 01 (uma) pessoa para triagem e 01 (uma) pessoa para atendimento inicial.

Toda a parte de conciliação e repasse de informações ficaria ao encargo do advogado que poderia repassar ainda ao atendente alguma dessas funções mais simples.

Já um Procon bem mais estruturado pode e deve contar ainda com cerca de 14 (dez) servidores, sendo eles, 01 (um) advogado, 01 (um) profissional da área social ou de educação, 01 (um) profissional da área de engenharia de alimentos, 01 (um) profissional na área das ciências contábeis e 05 (cinco) pessoas de apoio administrativo, sendo 02 (duas) para atendimento e triagem e 03 (três) para conciliação.

Outra questão muito importante é que a configuração dos computadores sejam adequadas para suporte ao SINDEC – software criado para unir em rede as bases de dados usadas pelos PROCON's de todo o país.

3.4 Recurso humano

Deverá, ainda, o ente Municipal selecionar os servidores que receberão o treinamento pelo PROCON-PR, ou seja, pelo Órgão Estadual que oferece essa capacitação. Lembrando que o ideal seria a seleção de servidores já comprometidos com esse tipo de assunto, de alguma forma, não havendo, inclusive, nenhuma necessidade de concurso público ou algo parecido para isso e o que se vê em outros Municípios são os descolamentos de servidores, ociosos e em superlotação, mas produtivos e que poderão somar força ao novo Órgão.

Quanto a essa seleção cada cidade tem seu meio adequado e as razões legais de contratação, sendo importante o treinamento que será e poderá ser oferecido a esses servidores escolhidos.



3.5 Convênio com PROCON-PR

Dentro da possibilidade de estruturação do Procon Municipal, existe a necessidade da realização de convênio com o PROCON Estadual a fim de que sejam possibilitadas a realização de treinamentos, capacitações e atualizações dos servidores destinados ao Órgão.

É de notório conhecimento que as legislações e mesmo os entendimentos sobre direitos, deveres e obrigações, no que concerne ao universo consumerista, mudam constantemente e nesse sentido anda mais certo do que manter o chamados staffs, que são servidores direto do Órgão Municipal, atualizado e alinhado sempre com as melhores doutrinas, jurisprudências e entendimentos legais, a fim de permitir uma melhor dirimção dos problemas, bem como, do melhor atendimento.

Nesse sentido é sabido que o Órgão Estatal oferta constantes participação em reuniões e encontros do Sistema Estadual de Defesa do Consumido que visam um melhor ensinamento capacitação e atualizações que se tem acesso, entre outras, através de convênios firmados direto ou indiretamente com o próprio Órgão Estatal e ou terceiros interessados e próprios para esse tipo de atuação.

Além do próprio convênio é certo ainda que um em cem números de institutos de ensino oferecem apoio técnico direito a esse assunto e podem ser acessados através de convênios também, com diminuição drástica dos preços, bem como, com pagamento direto a eles.

4. DO CONSELHO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

– CONDECON

O Conselho Municipal destinado a discutir os assuntos relacionados aos direitos dos consumidores é composto por representantes do Procon Municipal, órgãos públicos e entidades civis de defesa dos consumidores, e tem como objetivo definir as diretrizes para utilização dos recursos existentes no Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor – FMDC.

Como descrito acima deverá ser criado através de Lei própria com autorização Legislativa, mas apesar do enfrentamento político que esse órgão parece ter ou causar, na verdade ele é de grande importância para a cidade e Região é poderá colocar a cidade de Peabiru/PR à frente de muitas tantas cidades de centros maiores que sequer contam com um Conselho municipal de defesa do consumidor.

O Conselho Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor- CONDECON, tem as seguintes atribuições:

- I - Atuar na formulação de estratégias e diretrizes para a política municipal de defesa do consumidor.
- II - Administrar e gerir financeira e economicamente os valores e recursos depositados no Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor - FMDC, bem como deliberar sobre a forma de aplicação e destinação dos recursos na reconstituição dos bens lesados e na prevenção de danos, zelando pela aplicação dos recursos na consecução dos objetivos previstos nesta Lei, bem como nas Leis nº 7.347/85 e 8.078/90 e seu Decreto Regulamentador.
- III - Prestar e solicitar a cooperação e a parceria de outros órgãos públicos;



- IV - Elaborar, revisar e atualizar as normas referidas no § 1º do art. 55 da lei nº 8.078/90.
- V - Aprovar e fiscalizar o cumprimento de convênios e contratos como representante do Município de Palmital, objetivando atender ao disposto no item 11 deste artigo;
- VI - Examinar e aprovar projetos de caráter científico e de pesquisa visando ao estudo, proteção e defesa do consumidor;
- VII - aprovar e publicar a prestação de contas anual do fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor - FMDC, dentro de 60 (sessenta) dias do início do ano subsequente; VIII - Elaborar seu Regimento Interno.

Apenas à título de sugestão, poderão ser representantes do Conselho Municipal:

- I - O coordenador municipal do PROCON é membro nato; II - Um representante da Secretaria de Educação;
- III - Um representante da Vigilância Sanitária; IV - Um representante da Secretaria da Fazenda;
- V - Um representante do Poder Executivo municipal; VI - Um representante da Secretaria de Agricultura; VII - Um representante dos fornecedores;
- VIII - Dois representantes de associações de consumidores que atendam aos requisitos do inciso IV do art. 82 da Lei 8.078/90.
- IX - Um representante da OAB;
- X - Ouvidor Geral do Município.

5. DO FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR – FMDC

Outra importante meta do sistema Procon Municipal é a instituição do Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor – FMDC – que tem como objetivos a criação de condições financeiras e de gerenciamento dos recursos destinados ao desenvolvimento das ações e serviços de proteção e defesa dos direitos dos consumidores.

Os recursos do FMDC permitem a execução de projetos para a modernização administrativa do Procon Municipal, a promoção de eventos educativos e edição de material informativo, o desenvolvimento de programas de capacitação e aperfeiçoamento de recursos humanos, entre outros.

6. ROTEIRO SUGESTIVO DE ATUAÇÃO

6.1 Primeiro Passo: Estímulo à Criação do Procon de forma voluntária pelo Município

- Realização de reuniões com o Chefe do Poder Executivo Municipal e com o Presidente da Câmara dos vereadores para discutir a viabilidade (cronograma e previsão orçamentária) de implantação do Procon Municipal; 8 Consumidor em Ação
- Realização de Audiências Públicas, Palestras e Campanhas junto à Prefeitura e à Câmara Municipal a fim de conscientização e mobilização para a criação do Procon;
- Discussão da Minuta de Projeto de Lei que cria e estrutura o Procon Municipal com o Prefeito e o Presidente da Câmara Municipal, sendo estabelecido prazo para o cumprimento da obrigação legal;



- Acompanhamento do Projeto de lei que cria e estrutura o Procon Municipal ao Poder Legislativo;
- Caso haja resistência no encaminhamento do projeto de lei por parte do Executivo, organizar campanha institucional para a obtenção de assinaturas para projeto de lei de iniciativa popular para criação e estruturação do PROCON municipal;
- Acompanhamento do processo legislativo até a sua aprovação final.

6.2 Segundo Passo: Acompanhamento da Implementação voluntária

- Realizar plano de trabalho no convênio institucional com o Procon/DECON Estadual para apoio técnico à implantação do PROCON no município.
- Realizar reuniões com o Chefe do Poder Executivo Municipal para discutir o cronograma de implantação do Procon, Fundo e Conselho Municipal de Defesa do Consumidor.
- Firmar TAC com o Poder Público local estabelecendo a obrigação e o cronograma das etapas de implantação do Procon.
- Acompanhar as cláusulas do TAC.
- Caso o ajustamento de conduta não seja implementado, ajuizar ACP para obrigação de fazer, ou executar o TAC. Manual de orientação para a criação de PROCONS municipais
- Comunicar ao TCM, Procon Estadual e ao SNDC, através da SENACON, a existência da lei municipal e do possível TAC para acompanharem a implantação do Procon.

6.3 Terceiro Passo: Judicializar a implantação do Procon Municipal, se necessário.

- Promover a execução de Termo de Ajustamento de Conduta caso reste ineficiente a criação do Procon pela adoção da via consensual.
- Interpor Ação Civil Pública com o objetivo de obrigar à Administração Pública Municipal a criar, instalar e manter o Procon Municipal e o Fundo Municipal de Defesa dos Direitos do Consumidor.

7. BENEFÍCIOS DA ATUAÇÃO DO PROCON MUNICIPAL

- Proporcionar o equilíbrio das relações de consumo entre consumidores e fornecedores de produtos e serviços;
- Facilitar o acesso ao órgão de proteção e defesa do consumidor assegurando o pleno exercício da cidadania;
- Informar e conscientizar consumidores e fornecedores quanto aos seus direitos e deveres;
- Garantir que a oferta de produtos e serviços esteja em conformidade com as normas estabelecidas no CDC;



8. MANUAL DE ORIENTAÇÃO PARA A CRIAÇÃO DE PROCONS MUNICIPAIS

- Fiscalizar a qualidade e a segurança de produtos e serviços, coibindo e punindo os abusos no mercado de consumo;
- Atender aos consumidores, processando, regularmente, as reclamações fundamentadas, priorizando a solução de conflitos extrajudicialmente, com a consequente diminuição das demandas judiciais;
- Encaminhar ao Ministério Público estadual as reclamações de caráter repetitivo, a fim de serem adotadas as medidas judiciais tendentes à tutela da coletividade.

REFERENCIAS

<https://procon.rs.gov.br/como-criar-um-procon-municipal>

http://www.procon.pr.gov.br/arquivos/File/Passo_a_Passo_para_a_Cricao_Completo.pdf
f] <http://www.mpce.mp.br/wp-content/uploads/2015/12/CartilhaConsumidorEmAcao.pdf>



ANEXO I

PROJETO DE LEI DE INICIATIVA PRIVATIVA DO PREFEITO

Dispõe sobre a organização do Sistema Municipal de Defesa do Consumidor - SMDC, institui a Coordenadoria Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor - PROCON, o Conselho Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor - CONDECON e o Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor - FMDC e dá outras providências.

Eu, o Prefeito do Município de Peabiru/PR faço saber que a Câmara Municipal aprovou e eu sanciono a seguinte lei:

CAPÍTULO I DO SISTEMA MUNICIPAL DE DEFESA DO CONSUMIDO

Art. 1º A presente Lei estabelece a organização do Sistema Municipal de Defesa do Consumidor - SMDC, nos termos da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e Decreto nº 2.181, de 20 de março de 1997.

Art. 2º São órgãos do Sistema Municipal de Defesa do Consumidor - SMDC:

- I. A Coordenadoria Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor - PROCON;
- II. O Conselho Municipal de Defesa do Consumidor - CONDECON.

Parágrafo único: Integram o Sistema Municipal de Defesa do Consumidor, os 7 órgãos e entidades da Administração Pública municipal e as associações civis que se dedicam à proteção e defesa do consumidor, sediadas no município, observado o disposto nos arts. 82 e 105 da Lei 8.078/90

CAPÍTULO II DA COORDENADORIA MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR – PROCON

Seção I Das Atribuições

Art. 3º Fica criado o PROCON Municipal de (nome da cidade), órgão da Secretaria (nome da secretaria), destinado a promover e implementar as ações direcionadas à educação, orientação, proteção e defesa do consumidor e coordenação da política do Sistema Municipal de Defesa do Consumidor, cabendo-lhe:

- I. Planejar, elaborar, propor, coordenar e executar a política municipal de proteção ao consumidor;
- II. Receber, analisar, avaliar e encaminhar consultas, reclamações e sugestões apresentadas por consumidores, por entidades representativas ou pessoas jurídicas de direito público ou privado;
- III. Orientar permanentemente os consumidores e fornecedores sobre seus direitos, deveres e prerrogativas;
- IV. Encaminhar ao Ministério Público a notícia de fatos tipificados como crimes



contra as relações de consumo e as violações a direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos;

V. Incentivar e apoiar a criação e organização de associações civis de defesa do consumidor e apoiar as já existentes, inclusive com recursos financeiros e outros programas especiais;

VI. Promover medidas e projetos contínuos de educação para o consumo, podendo utilizar os diferentes meios de comunicação e solicitar concurso de outros órgãos da Administração Pública e da sociedade civil;

VII. Colocar à disposição dos consumidores mecanismos que possibilitem informar os menores preços dos produtos básicos, entre outras pesquisas;

VIII. Manter cadastro atualizado de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, divulgando-o pública e anualmente, no mínimo, nos termos do artigo 44, da Lei 8.078/90 e os arts. 57 a 62 do Decreto 2.181/97, remetendo cópia ao Procon Estadual, preferencialmente em meio eletrônico;

IX. Expedir notificações aos fornecedores para prestarem informações sobre reclamações apresentadas pelos consumidores e comparecerem às audiências de conciliação designadas, nos termos do art. 55, § 4º da Lei 8.078/90;

X. Instaurar, instruir e concluir processos administrativos para apurar infrações à Lei 8.078/90, podendo mediar conflitos de consumo, designando audiências de conciliação;

XI. Fiscalizar e aplicar as sanções administrativas previstas no Código de Defesa do Consumidor - Lei nº 8.078/90 e no Decreto 2.181/97;

XII. Solicitar o concurso de órgãos públicos e entidades de notória especialização técnica para a consecução de seus objetivos;

XIII. Encaminhar à Defensoria Pública do Estado os consumidores que necessitem de assistência jurídica;

XIV. Propor a celebração de convênios, termos de cooperação técnica, consórcios públicos, entre outros, com Municípios, Estado e União, com vistas a garantir, fomentar, viabilizar e aperfeiçoar a defesa do consumidor.

Seção II Da Estrutura

Art. 4º A estrutura organizacional do PROCON Municipal será a seguinte:

- I. Coordenadoria Executiva;
- II. Setor de Educação ao Consumidor, Estudos e Pesquisas;
- III. Setor de Atendimento ao Consumidor;
- IV. Setor de Fiscalização; V. Setor de Assessoria Jurídica;
- VI. Setor de Apoio Administrativo; VII. Ouvidoria.

Art. 5º A Coordenadoria Executiva será dirigida pelo Coordenador Executivo, e os serviços por Chefes.

Parágrafo único. Os serviços do PROCON serão executados por servidores públicos municipais, podendo ser auxiliados por estagiários de 2º e 3º graus.

Art. 6º O Coordenador Executivo será nomeado pelo Prefeito Municipal.

Art. 7º O Poder Executivo colocará à disposição do PROCON, os recursos humanos



necessários para o funcionamento do órgão, promovendo os remanejamentos necessários.

Art. 8º O Poder Executivo Municipal disporá os bens materiais e recursos financeiros para o perfeito funcionamento do órgão, promovendo os remanejamentos necessários.

CAPÍTULO III

DO CONSELHO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO e DEFESA DO CONSUMIDOR - CONDECON

Art. 9º Fica instituído o Conselho Municipal de Defesa do Consumidor - CONDECON, com as seguintes atribuições:

- I. Atuar na formulação de estratégias e diretrizes para a política municipal de defesa do consumidor;
- II. Administrar e gerir financeira e economicamente os valores e recursos depositados no Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor – FMDC, bem como deliberar sobre a forma de aplicação e destinação dos recursos na reconstituição dos bens lesados e na prevenção de danos, zelando pela aplicação dos recursos na consecução dos objetivos previstos nesta Lei, bem como nas Leis 7.347/85 e 8.078/90 e seu Decreto regulamentador.
- III. Prestar e solicitar a cooperação e a parceria de outros órgãos públicos;
- IV. Elaborar, revisar e atualizar as normas referidas no § 1º do art. 55 da Lei 8.078/90.
- V. Aprovar e fiscalizar o cumprimento de convênios e contratos como representante do Município de (nome da cidade), objetivando atender ao disposto no item II deste artigo;
- VI. Examinar e aprovar os projetos de caráter científico e de pesquisa visando ao estudo, proteção e defesa do consumidor;
- VII. Aprovar e publicar a prestação de contas anual do Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor – FMDC, dentro de 60 (sessenta) dias do início do ano subsequente;
- VIII. Elaborar seu Regimento Interno.

Art. 10. O CONDECON será composto por representantes do Poder Público e entidades representativas de fornecedores e consumidores, assim discriminados:

- I. O coordenador municipal do PROCON é membro nato
- II. Um representante da Secretaria da Educação;
- III. Um representante da Vigilância Sanitária;
- IV. Um representante da Secretaria da Fazenda;
- V. Um representante do Poder Executivo municipal;
- VI. Um representante da Secretaria da Agricultura;
- VII. Um representante dos fornecedores;
- VIII. Dois representantes de associações de consumidores que atendam aos requisitos do inciso IV do art. 82 da Lei 8.078/90;
- IX. Um representante da Ordem dos Advogados do Brasil;
- X. Ouvidor Geral do Município.



§ 1º O CONDECON elegerá o seu presidente dentre os representantes de órgãos públicos.

§ 2º Deverão ser asseguradas a participação e manifestação dos representantes do Ministério Público Estadual e da Defensoria Pública Estadual nas reuniões do CONDECON.

§ 3º As indicações para nomeação ou substituição de Conselheiros serão feitas pelas entidades ou órgãos, na forma de seus estatutos.

§ 4º Para cada membro será indicado um suplente que substituirá, com direito a voto, nas ausências ou impedimento do titular.

§ 5º Perderá a condição de membro do CONDECON o representante que, sem motivo justificado, deixar de comparecer a 3 (três) reuniões consecutivas ou a 6 (seis) alternadas, no período de 1 (um) ano.

§ 6º Os órgãos e entidades relacionadas neste artigo poderão, a qualquer tempo, propor a substituição de seus respectivos representantes, obedecendo ao disposto no § 2º deste artigo.

§ 7º As funções dos membros do Conselho Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor não serão remuneradas, sendo seu exercício considerado relevante serviço à promoção e preservação da ordem econômica e social local.

§ 8º Os membros do Conselho Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor e seus suplentes, à exceção do membro nato, terão mandato de dois anos, permitida a recondução.

§ 9º Fica facultada a indicação de entidade civil de direitos humanos ou de direitos sociais nos casos de inexistência de associação de consumidores, prevista no inciso VIII deste artigo.

Art. 11. O Conselho reunir-se-á ordinariamente uma vez por mês e extraordinariamente, sempre que convocados pelo Presidente ou por solicitação da maioria de seus membros.

Parágrafo único. As sessões plenárias do Conselho instalar-se-ão com a maioria de seus membros, que deliberarão pela maioria dos votos dos presentes.

CAPÍTULO IV **DO FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR -** **FMDC**

Art. 12. Fica instituído o Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor - FMDC, conforme o disposto no artigo 57 da Lei Federal nº 8.078, de 11/09/90, regulamentado pelo Decreto Federal nº 2.181, de 21/03/97, com o objetivo de receber recursos destinados ao desenvolvimento das ações e serviços de proteção e defesa dos direitos dos consumidores.



Parágrafo único. O FMDC será gerido pelo Conselho Gestor, composto pelos membros do Conselho Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor, nos termos do item II, do art. 9º, desta Lei

Art. 13. O FMDC terá o objetivo de prevenir e reparar os danos causados à coletividade de consumidores no âmbito do município de (nome do município).

Parágrafo único. Os recursos do Fundo ao qual se refere este artigo, serão aplicados:

- I. Na reparação dos danos causados à coletividade de consumidores no âmbito do município de (nome do município)
- II. Na promoção de atividades e eventos educativos, culturais e científicos e na edição de material informativo relacionado à educação, proteção e defesa do consumidor;
- III. No custeio de exames periciais, estudos e trabalhos técnicos necessários à instrução de inquérito civil ou procedimento investigatório preliminar instaurado para a apuração de fato ofensivo ao interesse difuso ou coletivo;
- IV. Na modernização administrativa do PROCON;
- V. No financiamento de projetos relacionados com os objetivos da política Nacional das Relações de Consumo (art. 30 do Decreto 2.181/97);
- VI. No custeio de pesquisas e estudos sobre o mercado de consumo municipal elaborado por profissional de notória especialização ou por instituição sem fins lucrativos incumbida regimental ou estatutariamente da pesquisa, ensino ou desenvolvimento institucional;
- VII. No custeio da participação de representantes do Sistema Municipal de Defesa do Consumidor – SMDC em reuniões, encontros e congressos relacionados à proteção e defesa do consumidor, e ainda investimentos em materiais educativos e de orientação ao consumidor;

Art. 14. Constituem recursos do Fundo o produto da arrecadação:

- I. Das condenações judiciais de que tratam os artigos 11 e 13 da Lei nº 7.347, de 24/07/1985;
- II. Dos valores destinados ao Município, em virtude da aplicação da multa prevista no artigo 56, inciso I e no artigo 57 e seu parágrafo único, da Lei 8.078/90, assim como daquela cominada por descumprimento de obrigação contraída em termo de ajustamento de conduta;
- III. As transferências orçamentárias provenientes de outras entidades públicas;
- IV. Os rendimentos decorrentes de depósitos bancários e aplicações financeiras, observadas as disposições legais pertinentes;
- V. As doações de pessoas físicas e jurídicas nacionais e estrangeiras;
- VI. Outras receitas que vieram a ser destinadas ao Fundo.

Art. 15. As receitas descritas neste artigo serão depositadas obrigatoriamente em conta especial, a ser aberta e mantida em estabelecimento oficial de crédito.

§ 1º As empresas infratoras comunicarão no prazo de 10 (dez) dias, ao CONDECON os depósitos realizados a crédito do Fundo, com especificação da origem.



§ 2º Fica autorizada a aplicação financeira das disponibilidades do Fundo em operações ativas, de modo a preservá-las contra eventual perda do poder aquisitivo da moeda.

§ 3º O saldo credor do Fundo, apurado em balanço no término de cada exercício financeiro, será transferido para o exercício seguinte, a seu crédito.

§ 4º O Presidente do CONDECON é obrigado a publicar mensalmente os demonstrativos de receitas e despesas gravadas nos recursos do Fundo, repassando a cópia aos demais conselheiros, na primeira reunião subsequente.

Art. 16. O Conselho Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor reunir-se-á ordinariamente em sua sede, no seu Município, podendo reunir-se extraordinariamente em qualquer ponto do território estadual.

CAPÍTULO V DA MACRO-REGIÃO

Art. 17. O Poder Executivo municipal poderá propor a celebração de consórcios públicos ou convênios de cooperação com outros municípios, visando estabelecer mecanismos de gestão associada e atuação em conjunto para a implementação de macrorregiões de proteção e defesa do consumidor, nos termos da Lei 11.107, de 06 de abril de 2005.

Art. 18. O protocolo de intenções que anteceder à contratação de consórcios públicos de defesa do consumidor definirá o local de sua sede, que poderá ser 15 estabelecida em quaisquer dos municípios consorciados, bem como a sua denominação obrigatória de PROCON REGIONAL, com competência para atuar em toda a extensão territorial dos entes consorciado

CAPÍTULO VI DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 19. A Prefeitura Municipal prestará apoio administrativo e fornecerá os recursos humanos e materiais ao CONDECON e ao FMDC, que serão administrados por uma secretaria executiva.

Art. 20 No desempenho de suas funções, os órgãos do Sistema Municipal de Defesa do Consumidor poderão manter convênios de cooperação técnica entre si e com outros órgãos e entidades integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, no âmbito de suas respectivas competências e observado o disposto no art. 105 da Lei 8.078/90.

Parágrafo único. O Sistema Municipal de Defesa do Consumidor integra o Sistema Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor, podendo estabelecer convênios para o desenvolvimento de ações e programas de defesa do consumidor com o órgão e coordenador estadual.

Art. 21. Consideram-se colaboradores do Sistema Municipal de Defesa do Consumidor as universidades públicas ou privadas, que desenvolvam estudos e pesquisas relacionadas ao mercado de consumo.



Parágrafo único. Entidades, autoridades, cientistas e técnicos poderão ser convidados a colaborar em estudos ou participar de comissões instituídas pelos órgãos de proteção ao consumidor.

Art. 22. As despesas decorrentes da aplicação desta Lei correrão por conta das dotações orçamentárias do Município.

Art. 23. O Poder Executivo Municipal aprovará, mediante decreto, o Regimento Interno do PROCON Municipal, definindo a sua subdivisão administrativa e dispondo sobre as competências e atribuições específicas das unidades e cargos.

Art. 24. Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação. Art. 25. Revogam-se as disposições em contrário.

Gabinete do Prefeito Municipal de (nome da cidade e data) (nome do prefeito) Prefeito de (nome da cidade)

Registre-se e publique-se (nome do secretário Municipal de Administração) Secretário de Administração.



Curitiba, 07 de dezembro de 2021

Assunto: Sugestão de criação de um Programa de Integridade e Compliance no município de Peabiru-PR.

Exmo. Senhor Prefeito,

Um programa de integridade e compliance representa um conjunto de normas, procedimentos e ações que devem ser seguidos por uma instituição pública ou privada com vistas a garantir o cumprimento de sua missão em conformidade com seus valores e preceitos éticos, bem como com a legislação vigente.

Certo é que um ambiente ético, íntegro e de acordo com a regras de compliance, tanto as corporações empresariais quanto nos órgãos públicos, é condição para a boa gestão dos recursos públicos e a manutenção do equilíbrio fiscal.

No Estado do Paraná em 29 de maio de 2019 houve a promulgação da Lei nº 19.857, a qual criou o Programa Estadual de Integridade e Compliance na Administração Pública Direta e Indireta do Poder Executivo paranaense.

Dito isto, venho por meio deste sugerir a criação de um Programa e Integridade e Compliance no município de Peabiru. Encaminhamos material utilizado pela Controladoria Geral do Estado do Paraná como exemplo e suporte para futuros estudos sobre o tema.

Permanecemos à disposição e, em proveito do ensejo, renovo meus sinceros protestos de elevada estima e consideração

Respeitosamente,

Priscila Agostini Aguiar Mânica
Mestranda em Direito, Tecnologia e Desenvolvimento na Universidade Positivo



Excelentíssimo Senhor
Julio Frare
Prefeito do Município de Peabiru

Decreto 2902 - 1 de outubro de 2019

Publicado no Diário Oficial nº. 10533 de 1 de outubro de 2019

Súmula: Regulamenta a Lei nº 19.857, de 29 de maio de 2019, que instituiu o Programa de Integridade e Compliance da Administração Pública Estadual.

O GOVERNADOR DO ESTADO DO PARANÁ, no uso da atribuição que lhe confere os incisos V e VI do art. 87 da Constituição Estadual, tendo em vista o disposto na Lei nº 19.857, de 29 de maio de 2019 e o contido no protocolado nº 16.023.950-6,

DECRETA:

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1.º A elaboração, implementação, monitoramento e revisão do Programa de Integridade Compliance no âmbito da Administração Pública direta, fundacional, autárquica e serviços sociais autônomos do Estado do Paraná, nos termos da Lei nº 19.857, de 29 de maio de 2019, obedecerá ao disposto neste Decreto.

Art. 2.º Para efeitos deste Decreto, entende-se como:

I - Programa de Integridade e Compliance: o conjunto de mecanismos e procedimentos internos de prevenção, detecção e remediação de práticas de corrupção, fraudes, subornos, irregularidades e desvios éticos e de conduta;

II - Risco: fatores e possibilidades de ocorrência de um evento que impacte o cumprimento dos objetivos do órgão ou entidade, inclusive a vulnerabilidade institucional que pode favorecer ou facilitar práticas de corrupção, fraudes, subornos, irregularidades e desvios éticos e de conduta;

III - Plano de Integridade: é o documento oficial do órgão ou entidade que contempla os principais riscos de integridade do órgão ou entidade, as medidas e preceitos de tratamento dos riscos identificados e a forma de implementação e monitoramento do Programa de Integridade e Compliance;

IV - Identificação dos riscos: oportunidade em que os agentes de compliance analisam as informações e identificam os riscos aos quais o órgão ou entidade está vulnerável;

V - Classificação de riscos: o procedimento de classificar os riscos da entidade



considerando a relação probabilidade versus impacto, graduando-os em crítico, alto, moderado e baixo.

Art. 3.º Compete ao Programa de Integridade e Compliance contribuir para a melhoria da gestão pública e o aperfeiçoamento das políticas públicas, incentivando a transparência, o controle e a participação social.

Capítulo II **PROGRAMA DE INTEGRIDADE E COMPLIANCE**

Art. 4.º São pilares do Programa de Integridade e Compliance do Estado do Paraná:

- I - Suporte da alta administração;
- II - Avaliação de riscos;
- III - código de ética e conduta;
- IV - Controles internos;
- V - Transparência e controle social; VI - treinamento e comunicação; VII - canal de denúncia;
- VIII - investigações internas;
- IX - due diligence, como política de relacionamento com terceiros;
- X - Auditoria e monitoramento.

Seção I **Da identificação e classificação dos riscos**

Art. 5.º A fase de identificação dos riscos é composta pelo tratamento das informações obtidas, dentre outras, por meio dos seguintes canais:

- I - Atendimentos da Ouvidoria;
- II - Resposta aos quesitos do Controle Interno;
- III - Formulários recebidos que descrevam riscos;
- IV - Entrevistas realizadas com servidores públicos.

§ 1.º As entrevistas serão realizadas por pelo menos 2 (dois) servidores, sendo pelo menos 1(um) deles agente de compliance.

§ 2.º As denúncias recebidas durante o processo de identificação dos riscos, considerando a independência das fases previstas no art. 3º da Lei nº 19.857 de 29 de maio de 2019, deverão ser encaminhadas ao canal de denúncias do Programa, conforme disposto no art. 21 deste Decreto.



Seção II

Da estruturação do Plano de Integridade

Art. 6.º As diretrizes da estruturação do Plano de Integridade serão definidas pela Coordenadoria de Integridade e Compliance da CGE.

Art. 7.º A publicação do Plano de Integridade observará o disposto na legislação que regulamenta o acesso a informações públicas e a proteção de dados quanto à classificação das informações sigilosas nele contidas e observará os princípios basilares da transparência e acesso a informações públicas.

Parágrafo único. O eventual sigilo das informações não é oponível aos órgãos de controle da Administração Pública ou ao Poder Judiciário.

Art. 8.º A não aprovação do Plano de Integridade pela autoridade máxima do órgão ou entidade depende de manifestação expressa e da comprovação de que os riscos identificados na análise de riscos já foram efetivamente sanados.

Seção III

Das medidas de mitigação

Art. 9.º A matriz de risco dos órgãos ou entidades será elaborada mediante a utilização de critérios técnicos aplicáveis, considerando o impacto e a probabilidade do risco identificado.

Art. 10. Serão trabalhados preferencialmente os riscos com maior graduação na matriz de riscos.

Art. 11. Para cada risco trabalhado devem ser propostas medidas de mitigação observando as leis, decretos, portarias, resoluções e demais atos normativos relacionados ao objeto de análise.

§ 1.º A adoção e implementação das medidas de mitigação dos riscos deverá ser pautada pela ética, razoabilidade, eficiência, economicidade, inovação e equilíbrio entre o impacto dos riscos e a probabilidade de sua ocorrência.

§ 2.º Toda e qualquer medida de mitigação dos riscos não poderá criar obstáculos ao pleno exercício das funções e atividades do órgão ou entidade, privilegiando a celeridade administrativa e a desburocratização dos serviços.

Seção IV

Da elaboração da matriz de responsabilidades

Art. 12. A matriz de responsabilidades deverá identificar o responsável imediato por cada risco trabalhado no plano de integridade.

Parágrafo único. A autoridade máxima do órgão ou entidade é responsável por todos os riscos identificados no Plano de Integridade.



Seção V

Do desenho dos processos e procedimentos de controle interno, da geração de evidências e da respectiva implementação

Art. 13. Os órgão e entidades, com o apoio do agente de compliance do Núcleo de Integridade e Compliance Setorial - NICS, deverão instituir, monitorar e revisar processos e procedimentos de controle interno, baseados no Plano de Integridade.

Parágrafo único. Todo e qualquer procedimento e processo de controle interno e de boas práticas deverá ser documentado, registrado e arquivado visando a integridade da informação e a segurança jurídica necessária à comprovação dos procedimentos e eventual certificação dos atos e, ainda, observar orientação exarada pela CGE.

Art. 14. A geração de evidências compreende o exame dos processos e procedimentos do ponto de vista sistêmico, de forma a verificar os impactos que cada procedimento pode causar, de modo a não permitir a ocorrência de conflitos ou retrabalho.

Parágrafo único. A geração de evidências terá por escopo analisar eventual possibilidade de simplificação do procedimento de controle interno, mantendo a qualidade e efetividade do processo.

Seção VI Da elaboração do Código de Ética e Conduta

Art. 15. O Código de Ética e Conduta deverá dispor, entre outros, sobre:

- I - Atendimento à legislação;
- II - Padrões de integridade, ética e probidade;
- III - imagem da instituição;
- IV - Conflito de interesses;
- V - Profissionalismo na prestação do serviço público;
- VI - Relação com terceiros;
- VII - segurança da informação e proteção de dados;
- VIII - conduta e comportamento do servidor público;
- IX - Dever de confidencialidade das informações e discrição do servidor público;
- X - Combate à corrupção, às práticas ilícitas, à lavagem de dinheiro, fraudes, subornos e desvios;
- XI - assédio sexual e moral;
- XII - atos discriminatórios.



Art. 16. O Código de Ética e Conduta deverá impor imparcialidade, justiça, ausência de ambiguidades, vedar preconceitos e utilizar linguagem apropriada e universal, bem como refletir os princípios, a cultura e valores do órgão ou entidade, de modo claro e inequívoco.

Parágrafo único. O Código de Ética e Conduta deve esclarecer as consequências legais para os casos de sua violação, de forma clara e objetiva, de modo que todos os servidores e demais interessados possam conhecer previamente as regras e se comprometer com o seu efetivo cumprimento.

Art. 17. Os órgãos e entidades descritos no art. 1º desta lei deverão elaborar, em conjunto com a Controladoria Geral do Estado, Código de Ética e Conduta próprio considerando seus riscos específicos.

Parágrafo único. O Código de Ética e Conduta deverá ser aprovado por ato do Chefe do Poder Executivo e publicado no sítio institucional de cada órgão e entidade e no Portal da Transparência do Estado.

Seção VII **Da comunicação e treinamento**

Art. 18. As ações de comunicação e treinamento do Programa de Integridade e Compliance deverão contemplar todas as iniciativas visando orientar os agentes públicos de forma clara e direta, para que prestem um serviço de maneira íntegra e proba.

Art. 19. São objetivos da comunicação:

- I - Assegurar que todas as pessoas conheçam, entendam e assumam os valores do órgão ou entidade;
- II - Buscar que os servidores guiem suas ações pelos mais elevados padrões éticos;
- III - informar órgão ou entidade sobre fatos mais relevantes;
- IV - Comunicar regras e expectativas do órgão ou entidade a todo público interno e externo com relação à integridade;
- V - Promover o comportamento ético e íntegro em todas as ações do órgão ou entidade;
- VI - Fortalecer o papel de cada colaborador na consolidação da imagem do órgão ou entidade como instituição íntegra;
- VII - buscar o comprometimento e apoio de todos os agentes com o Programa de Integridade e Compliance;
- VIII - explicar o que a entidade ou órgão espera de seus parceiros;
- IX - Comunicar periodicamente as políticas e procedimentos do Programa de



Integridade e Compliance do Estado do Paraná para os agentes e para terceiros com os quais o Estado se relaciona.

Art. 20. Os treinamentos terão por objetivo a disseminação de valores, normas, políticas e procedimentos sobre a conduta ética e íntegra e deverão ser realizados periodicamente, documentados e mediante registro de presença do servidor.

Parágrafo único. A participação do servidor será consignada no respectivo histórico funcional e poderá ser considerada na sua avaliação anual de desempenho.

Seção VIII **Da estruturação e implementação do Canal de Denúncias**

Art. 21. O canal de denúncias, medida indispensável à garantia da manutenção da integridade pública, será gerido pela Coordenadoria de Ouvidoria da CGE, com o objetivo de viabilizar a denúncia de ilícitos cometidos por agentes públicos estaduais, inclusive da alta direção.

§ 1.º O canal de denúncias não se destina a outros fins, senão o da justiça, lealdade e compromisso com o Programa de Integridade e Compliance, permitindo contínua escalada na direção correta, com relação à ética e à integridade.

§ 2.º As informações provenientes do canal de denúncias deverão ser tratadas com profissionalismo, seriedade e sigilo e serão formalmente tramitadas.

§ 3.º Fica garantido o anonimato e vedada a adoção de condutas repressivas ou discriminatórias contra o denunciante.

Art. 22. A Administração Pública deverá incentivar a utilização consciente e de boa-fé do canal de denúncias, por parte de servidores públicos e dos cidadãos, de modo a evitar a denúncia caluniosa.

Seção IX **Da investigação interna**

Art. 23. Compete à Coordenadoria de Corregedoria da CGE, bem como às corregedorias ou setor equivalente dos órgãos e entidades referidos no art. 1º deste decreto a realização de investigação interna quando tiverem ciência da prática de ilícito.

Parágrafo único. A investigação deverá averiguar os fatos, identificar as circunstâncias, os envolvidos e eventual violação de lei.

Seção X **Da transparência e controle social**

Art. 24. Compete à Coordenadoria de Transparência e Controle Social da CGE, em parceria com a Coordenadoria de Desenvolvimento Profissional, a realização de campanhas orientativas e ações educativas, visando fomentar o controle social e o acesso a informações.



Seção XI

Da auditoria e monitoramento

Art. 25. A auditoria e o monitoramento deverão ser empregados para verificar e avaliar a eficácia e recomendar a adoção de novos processos e procedimentos de controle interno.

Parágrafo único. A mensuração do desempenho do Programa de Integridade e Compliance será realizado, entre outros, por indicadores-chave de desempenho.

Seção XII

Dos ajustes e retestes

Art. 26. Os ajustes e retestes compreendem um modelo inteligente, previamente estabelecido e desenvolvido para corrigir e melhorar o desempenho do Programa de Integridade e Compliance, analisando os resultados e permitindo os ajustes necessários a promoção da melhoria contínua como propulsora principal do Programa.

Seção XIII

Do aprimoramento e monitoramento do funcionamento do Programa

Art. 27. O aprimoramento e o monitoramento do funcionamento do Programa de Integridade e Compliance do Estado do Paraná deverá se balizar por ciclos de revisão visando melhoria contínua.

Parágrafo único. O aprimoramento e o monitoramento citado no caput devem focar prioritariamente nos setores dos órgãos ou entidades expostas aos riscos proeminentes.

CAPÍTULO III

DAS COMPETÊNCIAS

Seção I

Da Coordenadoria de Integridade e Compliance

Art. 28. Compete à Coordenadoria de Integridade e Compliance da CGE, além das previstas no Regulamento da CGE:

- I - definir diretrizes e orientar os Núcleos de Integridade e Compliance Setorial – NICS na implementação do Programa de Integridade e Compliance;
- II - revisar o Plano de Integridade, nos termos do §1º do art. 6º da Lei 19.857, de 2019;
- III - exarar recomendações administrativas internas;
- IV - prestar suporte na elaboração do código de ética e conduta do órgão ou entidade.

Seção II

Dos Núcleos de Integridade e Compliance Setorial – NICS

Art. 29. Os NICS atuarão em nível instrumental, vinculados à Controladoria Geral do Estado, e serão alocados fisicamente nos órgãos e entidades da Administração Pública



direta, fundacional, autárquica e serviços sociais autônomos do Estado do Paraná.

Art. 30. Compete ao NICS acompanhar e monitorar a atualização da legislação aplicável ao órgão ou entidade e repassar alterações aos setores responsáveis.

Art. 31. As atribuições do NICS estão previstas no Regulamento da Controladoria Geral do Estado.

Art. 32. A depender da complexidade de atribuições e da estrutura do órgão ou entidade, poderá ser designada equipe técnica para realizar o suporte aos Núcleos, mediante prévia avaliação da necessidade pela CGE.

Parágrafo único. A equipe referida no caput deste artigo será responsável pelo monitoramento e gestão das ações e medidas de integridade a serem implementadas no cumprimento das diretrizes do Programa de Integridade e Compliance.

SEÇÃO III **Dos agentes de compliance**

Art. 33. São prerrogativas do Agente de Compliance, além das previstas no Regulamento da CGE:

I - a inviolabilidade de seus instrumentos de trabalho, de sua correspondência escrita, eletrônica, telemática e telefônica, desde que relativas ao exercício da função;

II - ingressar livremente nas dependências de qualquer órgão ou entidade pública estadual;

III - examinar, em qualquer órgão ou entidade da Administração Pública estadual, documentos, autos de processos findos ou em andamento, quando não estiverem sujeitos a sigilo ou segredo de justiça, assegurada a obtenção de cópias, com possibilidade de tomar apontamentos;

IV - recusar-se a depor como testemunha em processo administrativo ou sobre fato relacionado com pessoa ou fato de que tenha conhecimento a partir de suas funções, mesmo quando autorizado ou solicitado, bem como sobre fato que constitua sigilo profissional.

CAPÍTULO IV **COMITÊ DE INTEGRIDADE E COMPLIANCE**

Art. 34. O Comitê de Integridade e Compliance do Estado do Paraná, criado pela Lei nº 19.857, de 2019 tem como objetivo garantir a efetividade das ações de compliance, por meio da deliberação de questões relacionadas à integridade que lhes forem submetidas, respeitada a linha padrão de reporte.

Art. 35. O Comitê de Integridade e Compliance será composto pelas seguintes autoridades:

I - Governador do Estado;



- II - Chefe da Casa Civil;
- III - Controlador Geral do Estado;
- IV - Procurador Geral do Estado;
- V - Secretário de Estado da Segurança Pública;
- VI - Secretário de Estado da Fazenda;
- VII - Secretário de Estado Administração e Previdência.

Parágrafo único. Em caráter extraordinário, poderão participar das reuniões do Comitê outras autoridades estaduais não previstas no caput.

Art. 36. Os procedimentos e atribuições do Comitê, órgão máximo de decisão em assuntos de integridade e compliance, serão estabelecidos mediante regimento interno aprovado por ato do Chefe do Poder Executivo.

CAPÍTULO V DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 37. Compete à CGE a edição de normativas a respeito da elaboração, implementação, monitoramento e revisão do Programa de Integridade e Compliance no âmbito da Administração Pública direta, fundacional, autárquica e serviços sociais autônomos do Estado do Paraná.

Art. 38. A autoridade máxima do órgão ou entidade deverá fomentar a cultura ética, o respeito às leis e a implementação das políticas de integridade.

Art. 39. A CGE ou a autoridade máxima dos órgãos e entidades poderá contratar profissionalizou pessoas jurídicas para realizar treinamentos, aperfeiçoamentos e cursos direcionados ao procedimento de implementação, consolidação e constante melhoria do Programa de Integridade e Compliance do Estado do Paraná, observadas as diretrizes estabelecidas pela CGE e as exigências do procedimento licitatório, conforme previsto na Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e da Lei nº 15.608, de 16 de agosto de 2007.

Art. 40. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Curitiba, em 01 de outubro de 2019, 198º da Independência e 131º da República.

Carlos Massa Ratinho Junior Governador do Estado

Guto Silva
Chefe da Casa Civil

Raul Clei Coccaro Siqueira Controlador Geral do Estado



Lei 19857 - 29 de Maio de 2019

Publicado no Diário Oficial nº. 10446 de 29 de Maio de 2019

Súmula: Institui o Programa de Integridade e Compliance da Administração Pública Estadual e dá outras providências. A Assembleia Legislativa do Estado do Paraná decretou e eu sanciono a seguinte lei:

CAPÍTULO DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1.º Institui o Programa de Integridade e Compliance no âmbito da Administração Pública Direta e Indireta do Poder Executivo do Estado do Paraná.

§ 1.º O Programa de Integridade e Compliance será implementado de acordo com o perfil do órgão ou entidade do Poder Executivo Estadual, e as medidas protetivas nele estabelecidas serão empregadas de acordo com os riscos que lhe são inerentes.

§ 2.º O estabelecimento deste Programa não abrange as disposições específicas de governança corporativa e compliance das sociedades de economia mista e empresas públicas do Estado do Paraná, que ficam sujeitas às regras contidas na Lei Federal nº 13.303, de 30 de junho de 2016.

CAPÍTULO II DO PROGRAMA DE INTEGRIDADE E COMPLIANCE ESTADUAL Seção I Dos Objetivos

Art. 2.º O Programa de Integridade e Compliance da Administração Pública Estadual tem por objetivo:

- I - adotar princípios éticos e normas de conduta e certificar seu cumprimento;
- II - estabelecer um conjunto de medidas conexas visando à prevenção de possíveis desvios na entrega dos resultados esperados pelos destinatários dos serviços públicos;
- III - fomentar a consciência e a cultura de controles internos na busca contínua da conformidade de seus atos, da observância e cumprimento das normas e da transparência das políticas públicas e de seus resultados;
- IV - aperfeiçoar a estrutura de governança pública, criar e aprimorar a gestão de riscos e os controles da Administração Publicado Estado do Paraná;
- V - fomentar a inovação e a adoção de boas práticas de gestão pública;
- VI - estimular o comportamento íntegro e probo dos agentes públicos e políticos;
- VII - proporcionar a capacitação dos agentes públicos no exercício de cargo, função ou emprego;
- VIII - estabelecer mecanismos de comunicação, monitoramento, controle, avaliação e auditoria;



IX - assegurar que sejam atendidos, pelas diversas áreas da organização, os requerimentos e solicitações de órgãos reguladores e de controle.

Seção II

Das Etapas e Fases do Programa Art. 3.º As fases de implementação do Programa de Integridade e Compliance são: I - identificação e classificação dos riscos;

II - estruturação do Plano de Integridade;

III - definição dos requisitos, como medidas de mitigação dos riscos identificados;

IV - elaboração de matriz de responsabilidade;

V - desenho dos processos e procedimentos de Controle Interno, geração de evidências e respectiva implementação desses processos e procedimentos;

VI - elaboração do Código de Ética e Conduta;

VII - comunicação e treinamento;

VIII - estruturação e implementação do Canal de Denúncias;

IX - realização de auditoria e monitoramento;

X - ajustes e retestes;

XI - aprimoramento e monitoramento do funcionamento do Programa.

§ 1.º As etapas e fases de implementação do Programa de Integridade e Compliance serão estruturadas por ato do Chefe do Poder Executivo e devem ser coordenadas com o objetivo de garantir uma atuação inteligente e harmônica da Administração Pública na condução das ações relacionadas ao Programa.

§ 2.º Os mecanismos estabelecidos nesta Lei visam proteger o órgão e a entidade, bem como impor aos agentes públicos e políticos o compromisso com a ética, o respeito, a integridade e a eficiência na prestação do serviço público.

Seção III Do Plano de Integridade

Art. 4.º O Plano de Integridade é o documento oficial do órgão ou entidade que contempla os principais riscos de integridade da organização, as medidas e preceitos de tratamento dos riscos identificados e a forma de implementação e monitoramento do Programa de Integridade e Compliance.

Art. 5.º São partes integrantes do Plano de Integridade de uma organização, no mínimo:

I - objetivos do Plano;

II - caracterização geral do órgão ou entidade;

III - identificação e classificação dos riscos;

IV - monitoramento, atualização e avaliação do Plano;

V - instâncias de governança.

Art. 6.º O Plano de Integridade, após aprovado pela autoridade máxima do órgão ou entidade, deverá ser divulgado internamente, para ciência e cumprimento pelos agentes públicos envolvidos.

§ 1.º O Plano de Integridade poderá ser revisado a qualquer tempo visando ao seu aprimoramento e à melhora dos resultados esperados.



§ 2.º Os agentes públicos mencionados no caput deste artigo poderão apresentar sugestões para o aprimoramento das ações contidas no Plano de Integridade.

Art. 7.º A partir da concepção do Plano de Integridade, deverão ser concebidos os requisitos, como medidas de mitigação dos riscos identificados, bem como a matriz de responsabilidade dos riscos.

Parágrafo único. Todo e qualquer procedimento, processo de controle e de boas práticas devem ser documentados pela instituição.

Art. 8.º O Plano de Integridade e Compliance será elaborado e implementado pelos Núcleos de Integridade e Compliance, vinculados à Controladoria-Geral do Estado do Paraná - CGE, e alocados fisicamente nos órgãos e entidades.

Parágrafo único. A depender da complexidade de atribuições e dimensão da organização, poderá haver a designação de uma equipe técnica de suporte aos Núcleos previstos no caput deste artigo.

CAPÍTULO III DO COMITÊ DE INTEGRIDADE E COMPLIANCE

Art. 9.º Para garantir a efetividade das ações de compliance, bem como garantir adequada linha de reporte, cria o Comitê de Integridade e Compliance do Estado do Paraná, que será composto por autoridades do Governo do Estado do Paraná.

§ 1.º Os membros do Comitê referido no caput deste artigo não receberão qualquer remuneração, sendo considerados de relevante interesse público os serviços por eles prestados.

§ 2.º A composição, estrutura, procedimentos e atribuições do Comitê referido no caput deste artigo serão disciplinados por ato do Chefe do Poder Executivo.

CAPÍTULO IV DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 10. É dever dos órgãos e entidades utilizar os recursos disponíveis e empreender os esforços necessários para promover ações de fomento à cultura da integridade e do compliance.

§ 1.º No desempenho das atividades e procedimentos relacionados ao Programa de Integridade e Compliance todos os agentes públicos e políticos devem engajar-se, disseminar e demonstrar efetivo alinhamento e compromisso com os princípios e valores do Programa, em todas as suas atitudes diárias.

§ 2.º Para o desenvolvimento e implementação do Programa de Integridade e Compliance a instituição deverá estabelecer ambiente organizacional favorável à governança pública.

§ 3.º Entende-se por ambiente organizacional favorável à governança pública aquele que apresenta efetivo apoio da alta administração, atribuições bem definidas, servidores



cumpridores de seus deveres e com conduta alinhada à ética, à moral, ao respeito às leis, às pessoas e às instituições.

Art. 11. Esta Lei entra em vigor no prazo de sessenta dias a partir da data de sua publicação. Palácio do Governo, em 29 de maio de 2019.

Carlos Massa Ratinho Junior Governador do Estado

Raul Clei Coccaro Siqueira Controlador Geral do Estado

Guto Silva

Chefe da Casa Civil

