

**FACULDADES SÃO JOSÉ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

ANA BEATRIZ ACAUHY DA SILVA
KARINE DRUMMOND DA SILVA
MATHEUS GRIECO MOURA ROSA
ANTONIO FERNANDO VIEIRA NEY

ECALLAW SERVIÇOS DE LIMPEZA LTDA

Rio de Janeiro

2018

**ECALLAW SERVIÇOS DE LIMPEZA LTDA
ECALLAW CLEANING SERVICES**

X
X
X

Nome (s) do (s) autor (es)

Titulação

Orientador

Titulação

X
X
X

RESUMO

X

O objetivo do trabalho é mostrar a elaboração até a implementação de uma empresa de terceirização de serviços de limpeza e conservação. Através de estudos e pesquisas, mostra a viabilidade do negócio e os principais

Palavras-chave: xxxxxxxxxxxx, xxxxxxxxxxxx e xxxxxxxxxxxx. (3 palavras)

X
X
X

ABSTRACT

X

xx
xx
xx
xx
xx
xx

Key-words: xxxxxxxxxxxx, xxxxxxxxxxxx, xxxxxxxxxxxx.

1. INTRODUÇÃO:

O presente trabalho trata-se da Ecallaw Serviços de Limpeza LTDA tendo como objetivo: mostrar o desenvolvimento e a implementação de uma empresa do setor de serviços de limpeza e conservação. Identificar os clientes, o mercado, as estratégias. Estudos feitos mostram que é um mercado em crescimento. Focado na limpeza e conservação de condomínios e instituições de ensino, com o intuito de atingir a excelência e tornar o local apto a convivência.

Com profissionais qualificados e buscando prestar um serviço satisfatório aos clientes, mantendo um padrão e produtos de qualidade, a empresa contribuirá para o desenvolvimento econômico e social, gerando empregos e dando oportunidade as pessoas da comunidade.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

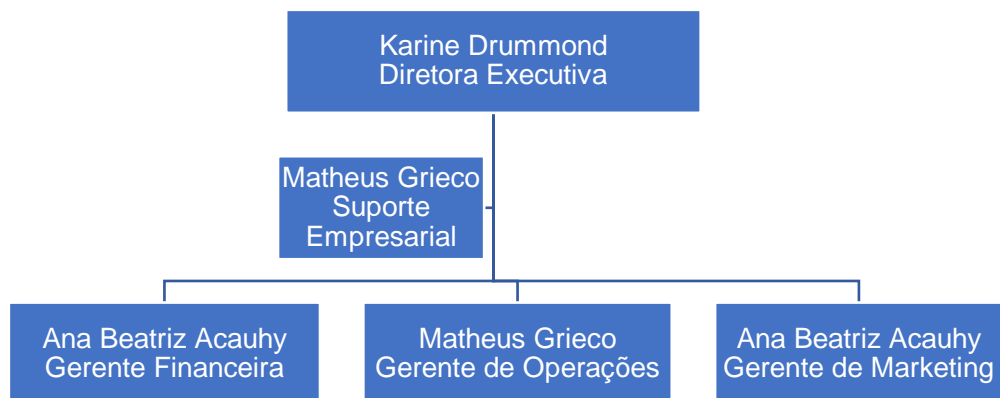
2.1 - RESUMOS DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGOCIOS

A Ecallaw Serviços de Limpeza LTDA é uma empresa focada na terceirização de serviços de limpeza, buscando a qualidade do serviço e a satisfação dos clientes com excelentes produtos e profissionais qualificados, com preço justo e serviço seguro.

Com serviços focados e direcionados aos seguimentos de condomínios e instituições de ensino, obtendo excelência do serviço prestado de acordo com as necessidades dos clientes.

Empresa focada em atender as necessidades dos clientes, com atendimento personalizado e adequado para cada necessidade, com profissionais treinados e atenciosos para os seus serviços e sempre dispostos a ajudar e serem melhores como pessoas e profissionais.

Organograma Funcional da Empresa



2.1.1 - DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

A Ecallaw Serviços de Limpeza LTDA é uma empresa que atua no ramo de conservação, limpeza e terceirização de serviço, que tem como objetivo, atender com excelência e qualidade seus clientes.

Pensando nisso, a empresa fornece aos seus colaboradores treinamento e equipamentos de trabalho com qualidade e personalizados, para que o mesmo desempenhe seu papel com eficiência e qualidade.

Ao serem atendidos nossos clientes pontuam suas necessidades e objetivos, e afim de atende-las fazemos um cronograma personalizado as suas exigências, capacitamos os colaboradores e os treinamos de acordo com nossos clientes e ambientes de trabalho. Sempre priorizando a segurança e a qualidade do serviço.

2.1.2 - NATUREZA DO NEGÓCIO

Empresa composta por três sócios que viabilizam o desenvolvimento e a instalação da empresa, conduzindo a empresa a um caminho de menores riscos, com base em análises do mercado consumidor e das empresas que atuam no ramo.

Pensada através da necessidade de serviço com mão de obra qualificada e atenciosa aos seus clientes, como consumidores, vemos a deficiência do mercado e vimos a oportunidade de entrar no ramo como uma empresa que está disposta a atender as reais necessidades dos clientes.

2.2 - LOGOMARCA



2.3 - DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIENCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES

Sócio 1

ANA BEATRIZ ACAUHY DA SILVA, brasileira, natural do Rio de Janeiro – RJ, solteira, nascida em 13/05/1998, administradora, portadora do CPF nº 143.920.497-79, RG nº 29.710.524-9 DETRAN, residente e domiciliada na rua Agda Elias nº 21 casas 8, CEP 21775-90.

Sócio 2

KARINE DRUMMOND DA SILVA, brasileira, natural do Rio de Janeiro – RJ, solteira, nascida em 26/05/1994, administradora, portadora do CPF nº 151.462.107-05, RG nº 26.571.473-3 DICRJ, residente e domiciliada na rua Carumbé nº 87, CEP 21755-140.

Sócio 3

MATHEUS GRIECO MOURA ROSA, brasileiro, natural do Rio de Janeiro – RJ, solteiro, nascido em 26/12/1995, administrador, portador do CPF nº 058.110.517-60, RG nº

23.485.083-2 DETRAN, residente e domiciliado na rua Imperatriz nº 156 CEP 21710-320.

2.4 - DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome da Empresa: Ecallaw Serviços de Limpeza LTDA

CNPJ/CPF: **05.852.963/0001-12**

Escritório: Avenida Brasil, 34926, santíssimo RJ – CEP: 23095-700

Contato: 21 3159-7004 21 9 7913-2055

Email: adm@ecallaw.com.br / orcserv@ecallaw.com.br

2.5 - MISSÃO VISÃO E VALORES DA EMPRESA

- **MISSÃO**

Conquistar a credibilidade e fidelidade do cliente, executando os serviços contratados com honestidade, comprometimento e agilidade para cumprir com os prazos estabelecidos.

- **VISÃO**

A Ecallaw Serviços de Limpeza LTDA visa estar em posição de destaque no mercado, entre as melhores empresas do ramo. Contribuindo com o bem-estar da sociedade e colaborando com a sustentabilidade.

- **VALORES**

Agilidade, qualidade, ética, comprometimento, respeito, segurança e mão de obra qualificada.

- Nossos diferenciais são:
- Atendimento personalizado;
- Equipamentos de qualidade;
- Treinamentos contínuos;
- Profissionais sempre disponíveis;
- Custo/benefício.

Pensando em um melhor desempenho, trabalhamos com as certificações de normas e exigências para um melhor desempenho, dentre elas estão:

- NR-1 – Prevenção em segurança e saúde no trabalho;
- NR-11 – Transporte, movimentação armazenagem e manuseio de materiais;
- NR-15 – Atividades e operações insalubres;
- NR-21 – Trabalhos a céu aberto;

2.6 - SETORES DE ATIVIDADE

Prestação de serviços de conservação e limpeza.

2.7 - FORMA JURIDICA

Constituída juridicamente como Sociedade por Quotas de Responsabilidades Limitadas.

2.8 - ENQUADRAMENTO TRIBUTARIO

Simple Nacional

2.9 - CAPITAL SOCIAL

	Nome do Sócio Valor (R\$)	% de participação
Sócio 1	Ana Beatriz	34%
Sócio 2	Karine	33%
Sócio 3	Matheus	33%
		Total 100,00

2.10 - FONTE DE RECURSOS

Recursos próprios, de terceiros (Bancos) ou com ambos.

3. ANÁLISE DE MERCADO

Segundo a Federação Nacional das Empresas Prestadoras de Serviços de Limpeza e Conservação - FEBRAC, o de serviço está concentrada nas regiões Sul e Sudeste. E quase 70% são micro e pequenas empresas, em média com 20 funcionários.

A terceirização do serviço é praticada por 50% das empresas privadas, mas o grande filão é o serviço público, com 90% de instituições que mercado é composto por mais de 12 mil empresas, que faturam cerca de R\$ 20 bilhões por ano e empregam cerca de 1,5 milhão de trabalhadores.

Cerca de 72% das empresas prestadoras praticam a terceirização representando 60% do segmento de conservação e limpeza.

O mercado ainda possui grande potencial de crescimento em pequenas empresas, instituições de ensino, condomínios residenciais e outros. O serviço mais terceirizado pelas empresas nacionais são os de conservação e limpeza. O que gera a elevação do número de franquias, que é o setor que ganha mais redes e lojas por ano devido ao baixo investimento inicial.

3.1 – PÚBLICO ALVO

Condomínios e instituições de ensino que necessitam do serviço personalizado para conservar o ambiente e obter um convívio harmonioso e leve aos usuários. Clientes que valorizam o trabalho e o atendimento, fazendo bom uso dos nossos serviços e tendo tranquilidade em seu dia a dia.

3.2 – COMPORTAMENTO DO CLIENTE

De acordo com nossas análises, todos os bairros possuem escolas e condomínios, e maior parte terceirizam esse tipo de serviço, com nossos serviços especializados para esse tipo de cliente temos um grande mercado para atender, nossa empresa localizada na zona oeste do Rio de Janeiro tem por finalidade atender de forma mais rápida e

segura os clientes dessas áreas, onde zona norte e zona sul tem mais variedades e facilidades de encontrar esse tipo de serviço.

Deixando claro que atendemos todo o Rio de Janeiro, pensamos em atender também uma área onde o mercado tem crescido, devido as construções de novas escolas e condomínios.

3.3 – AREA DE ABRANGENCIA



Região metropolitana do Rio de Janeiro e Capital.

3.2 – ANALISE DE CONCORRENTES

Nossa empresa é referência na qualidade do serviço prestado, oferecemos não só o serviço também oferecemos carinho e compreensão dos colaboradores, por se tratar de lugares de atuação onde tem muitas crianças, adolescentes e idosos, prezamos pelo respeito, empatia e reconhecimento, escolhemos nossos colaboradores a dedo para atender as necessidades e saberem se comportar diante de situações diversas.

3.3 – ANÁLISE DOS FORNECEDORES

Nossos fornecedores são fundamentais na execução do nosso trabalho, pois oferecem os insumos que são utilizados na prestação dos nossos serviços. São escolhidos de acordo com as nossas necessidades, os custos e o nosso principal requisito que é a qualidade, para prestar um bom serviço precisamos ter bons materiais e equipamentos, por isso escolhemos os melhores do ramo, e que tem a mesma essência da nossa empresa e zelam, assim como nós, pelo meio ambiente. Um ponto importante que temos como fundamental é o tempo de entrega dos materiais, para otimizar nossos serviços e atender nossos clientes.

Trabalhamos com os seguintes fornecedores:

- CASA AMAZONAS MATERIAL DE LIMPEZA E DESCARTAVEIS;
- CG LIMPEZA
- BY QUEENS CONFECÇÕES

4. PLANO DE MARKETING

Para garantir um ambiente limpo e bem conservado para os colaboradores, clientes e visitantes de um ambiente, a Ecallaw Serviços de Limpeza LTDA desenvolverá amplas estratégias competitivas de marketing, nossa área de atuação e direcionada a condomínios e instituições de ensino, o objetivo da empresa é reduzir os custos com a terceirização do serviço com alta qualidade, focando na excelência do serviço prestado para a conservação de áreas e um espaço agradável para os visitantes.

Utilizaremos como meio de divulgação redes sociais, outdoors, distribuições de panfletos e visitas aos futuros clientes como meio de oferecer e mostrar nosso serviço.

4.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS

Somos uma empresa de conservação e serviços de limpeza, zelamos pela qualidade do serviço e contamos com excelentes colaboradores na execução dos mesmos. Trabalhamos com uma metodologia humana que preza pelo respeito e saúde dos colaboradores, pensando sempre na segurança e qualidade. Pensamos em nossos colaboradores como parte da nossa empresa, sempre cuidando e preservando os mesmos.

Nossos clientes são de segmentos distintos com suas exigências e especificações de forma clara e objetiva, por isso confiam no nosso trabalho, pois focamos em suas especificações. No caso das instituições de ensino que prestam um serviço a outros, eles necessitam de profissionais que tenham ética e paciência ao exercer seu papel na instituição, por isso oferecemos todo um suporte aos nossos colaboradores e aos clientes, aproximando-os e melhorando o ambiente e qualificando ainda mais o nosso serviço.

No caso dos condomínios, nossos colaboradores sabem seus serviços e comportamento diante das situações possíveis. Por isso, somos uma empresa conceituada e bem vista no mercado, pois pensamos sempre não só em nossos clientes, mas em quem consome nosso serviço de forma direta ou indireta.

Terceirização da Mão de Obra

A terceirização da mão de obra tem se tornado uma prática cada vez mais comum na atualidade, as empresas perceberam que através dessa prática eles obtiveram muitos benefícios, como mão de obra altamente qualificada e especializada, menor custo, foco nas atividades contratadas, produtividade e muitos outros benefícios.

Terceirização de Serviços



Os profissionais são criteriosamente avaliados de acordo com os nossos serviços prestados, são treinados e possuem um suporte para aprendizagem do uso de materiais e equipamentos, são apresentados aos seus locais de trabalho e têm suporte de um supervisor em seus postos de trabalho. Assim, nossos clientes ficam livres para seguirem suas atividades rotineiras e confiam no serviço prestado.

Limpeza de condomínios

A limpeza no condomínio é crucial para os que residem no ambiente. Manter as áreas comuns bem varridas, halls e corredores limpos, com aquele cheirinho bom de cuidado é fundamental.

Igualmente importante é manter os funcionários sempre informados, explicar o uso correto dos produtos, além de muni-los de informações como um roteiro de limpeza e o melhor horário para executar um serviço ou outro.

Os consumidores desse tipo de serviço são pessoas que vivem no local, logo precisam de um lugar limpo e saudável para se sentirem melhor e mais em casa o possível, locais onde habitam pessoas de diversas idades, mas os consumidores direto são sempre crianças e idosos, pois sempre estão pelo condomínio praticando alguma atividade, desde caminhada até brincar.



Limpeza de instituições de ensino

A limpeza e conservação das instituições de ensino são algo que fazem parte do cotidiano da instituição, pois é um lugar com circulação de pessoas a todo momento, crianças e adolescentes passam boa parte do seu dia dentro de suas escolas, logo é essencial que o local seja limpo e saudável para o rendimento dos alunos.

Nossa empresa é especializada em limpeza profissional de escolas e instituições de ensino por possui profissionais gabaritados para realizar da melhor forma possível esse tipo de serviço. E não é apenas sobre trabalho em si, a forma como se portar, a maneira de interagir com alunos, professores e demais servidores. Tudo deve ser feito de uma forma que garanta o respeito ao ambiente e também às pessoas.

Ao juntar todas essas características, o melhor mesmo é sempre ter uma limpeza profissional de escolas e instituições de ensino. Porque além da sala, pátio e demais cômodos limpos, você vai ter a certeza que uma equipe qualificada com profissionais respeitados vai fazer esse serviço em um local tão importante para o presente e futuro do país.



4.2 PREÇO

A Ecallaw trabalha com uma tabela de preços diversificada. Os clientes têm a liberdade de ter um orçamento nosso, e entender as diferenças dos nossos serviços para outras empresas, a qualidade e o comprometimento. Os valores variam de acordo com as necessidades dos clientes, que são fatores determinantes para que sejam definidos os serviços e a estrutura em que a empresa vai prestar o serviço.

Como parâmetro para estabelecer o preço temos: valor de mercado; custo x benefício e diferencial. Para cada orçamento existe um preço mínimo, médio e máximo, que varia de acordo com as exigências do cliente e da estrutura em que o serviço vai ser feito.

4.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

A Ecallaw procura oferecer aos clientes o serviço de maneira que obtenha maior proximidade entre as partes, gerando satisfação e fidelidade.

Para isso, serão utilizados panfletos, anúncios e outros meios de comunicação conforme listados abaixo:

- Website;
- Participação em eventos de áreas similares;
- Outdoors;
- Distribuição de panfletos;

- Anúncios de site de serviços;
- Desconto para os clientes;
- Redes Sociais;

As principais ações de marketing promocional serão:

- Concursos e premiações.

Este é um meio que a empresa realiza cadastro possibilitando que estes clientes sejam premiados ou concorram a sorteios. Este meio possibilita que o cliente mantenha novas negociações com a empresa.

- Cartões de fidelidade (descontos em outros estabelecimentos).

O cartão de fidelidade é uma maneira de manter o cliente em sua empresa desde que sejam oferecidos produtos ou serviços compatíveis com a necessidade do cliente. Outra possibilidade de utilizar o cartão de fidelidade são as parcerias com outras empresas de mesmo segmento ou de segmentos diferentes. Estas parcerias oferecem condições de divulgação de sua empresa.

- Brindes e presentes.

Este é um meio regularmente utilizado por empresas em situações que possibilitam tornar a empresa conhecida. Quando realizada a venda, a empresa oferece brindes e presentes que atendam às necessidades deste cliente, como exemplo: brindes como álcool em gel, aromatizante de ambientes, lixeiras personalizadas com a logo da empresa, canetas e outros. Este é um veículo para tornar sua empresa atrativa

- Outras promoções.

Um meio eficiente para a empresa é a participação em feiras, rodadas de negócios e reuniões de negócios. É preciso que a empresa analise a disponibilidade financeira e econômica para a atuação de sua atividade.

4.4 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

Pensando na proximidade e visibilidade da empresa, trabalharemos com a venda direta através de representantes, mostrando o interesse e o diferencial da empresa, além dos meios de propaganda convencionais para divulgação do serviço. Nossos representantes terão por função mostrar a qualidade dos produtos e do serviço que é oferecido, avaliar a necessidade dos clientes e satisfazer suas vontades, como por exemplo, sacos de lixo mais resistentes, novos aromatizantes para ambientes, coleta seletiva e outros.

4.5 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

Escritório: Avenida Brasil nº 34926.
Bairro: Santíssimo – CEP: 23095-700 Cidade: Rio de Janeiro
Contato: (21) 3159-7004 / (21) 9 7913-2055

5 PLANO OPERACIONAL

O plano operacional de uma empresa é essencial para o alcance das estratégias e metas de uma empresa, visando gerar resultados em curto prazo e descrevem as tarefas que serão realizadas pelos colaboradores. Identifica responsabilidade, atividades, recursos, divide tarefas e define responsáveis. Levando em consideração os fatores internos e externos que influenciam na execução do serviço.

5.1 ARRANJO FISICO OU LAYOUT

Hoje nossa estrutura está discriminada em um galpão de 120 metros quadrados dividido em sala de atendimento ao cliente, estoque de equipamentos e materiais e garagem.

5.2 CAPACIDADE PRODUTIVA, COMERCIAL E DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

A empresa terá a capacidade inicial de 6 (seis) serviços por dia e terá 12 funcionários, 2 funcionários na supervisão, 2 motoristas, 4 funcionários de serviços gerais, 2 (1 funcionário e 1 sócio) no atendimento e 2 sócios cuidando da parte administrativa definindo as funções estratégicas, táticas e operacionais da empresa.

5.3 PROCESSOS OPERACIONAIS

O processo operacional é importante as qualificações exigidas em cada função operacional, definir habilidades, quantidade de pessoas, avaliar a quantidade mínima e máxima de produção, otimização do tempo e do serviço e melhor rendimento no serviço.

Elaborar e listar as etapas do serviço de forma clara e com uma visão geral, é um importante papel do gestor, pensando nisso todo o processo de abordagem ao cliente até a execução do serviço e feito pensando nas necessidades dos clientes.

5.4 NECESSIDADE DE PESSOAL

Inicialmente a empresa contará com a seguinte estrutura de equipe:

1. Gestão e administrativo – 2 funcionários
2. Técnica – 8 funcionários
3. Vendas e atendimento – 2 funcionários

Gestão e administrativo – 2 sócios que cuidam da parte administrativa e da gestão da empresa.

Técnica – 8 funcionários que atuam na parte operacional da empresa, funcionários qualificados de acordo com seus cargos, dentre eles: motoristas, serviços gerais e supervisores.

Vendas e atendimento – 1 funcionário e 1 sócio que atuam na parte de atendimento e vendas abordando os clientes, organizando escopo de necessidade e oferecendo os serviços.

Cargo/Função	Qualificação
Serviços Gerais	2º grau completo
Administrativo	Ensino superior
Supervisores	2º grau completo

Motorista	2º grau completo/habilitação
-----------	------------------------------

6. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro exhibe todas as informações importantes que foram apuradas junto ao planejamento financeiro, tais como: o orçamento, o balanço patrimonial, o fluxo de caixa e a análise dos dados.

Investimento total

XX

6.1 Estimativa de investimento fixo

Estão descritos todos as maquinas e equipamentos necessários para o funcionamento do negócio.

- **A- Máquinas e Equipamentos**

	Descrição	Qt de	Valor Unitário	Total
1	Enceradeira	02	R\$1000,00	R\$2.000,00
2	Ar Condicionado	02	R\$2800,00	R\$5.600,00
Sub-total (a)				R\$7.600,00

- **B- Móveis e Utensílios**

	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Mesa p/ escritório	04	R\$180,00	R\$720,00
2	Cadeira p/ escritório	06	R\$180,00	R\$.1080,00
3	Computador	04	R\$2000,00	R\$8.000,00
4	Materiais Diversos	01	R\$2000,00	R\$2.000,00
Sub-total (a)				R\$11.800,00

- **C- Veículos**

	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Carro	02	R\$37.000,00	R\$74.000,00
Sub-total (a)				R\$74.000,00

Total dos investimentos fixos	Sub-total (A+B+C)	R\$93.400,00
-------------------------------	-------------------	--------------

6.2 Capital de Giro

Capital necessário para dar continuidade nas operações da empresa, tais como, atendimento a clientes, prestação de serviços, pagamento de fornecedores e funcionários, compra de materiais de trabalho e demais custos e despesas operacionais.

- **Estimativa do estoque inicial**

	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Descartáveis			
2	Limpeza			
3	Acessórios			
Total de A				R\$10.000

- **Contas a receber – calculo do prazo médio de vendas**

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada
A prazo (1)	100%	-	-

- **Fornecedores – calculo do prazo médio de compras**

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada
A prazo (1)	100%	30	30
Prazo médio total			30

- **Estoques – calculo da necessidade média de estoques**

	Número de dias
Necessidade média de estoques	7 dias

- **Calculo da necessidade liquida de capital de giro em dias**

	Número de dias
Recursos da empresa fora do seu caixa	
1- Contas a Receber- Prazo médio de vendas	
2- Estoques- necessidade média de estoques	7 dias
Subtotal 1	7 dias
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3- Fornecedores – prazo médio de compras	30 dias
Subtotal 2	30 dias
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	23 dias

- **Caixa mínimo**

1. Custo fixo mensal	R\$ 39.193,14
2. Custo variável mensal	R\$ 69.418,60
3. Custo total da empresa	R\$ 108.611,74
4. Custo total diario	R\$ 3.620,39
5. Necessidade liquida de capital de giro em dias	23 dias
Total de B – Caixa mínimo	R\$ 83.268,97

- **Capital de giro (resumo)**

Investimentos financeiros	R\$
A – Estoque inicial	10.000,00
B – Caixa mínimo	83.268,97
Total do capital de giro	93.268,97

6.3 investimentos pré-operacionais

Os investimentos pré-operacionais são gastos que a empresa tem antes de entrar em funcionamento.

Investimentos pré-operacionais	R\$
Despesas de legalização	R\$1.070,00
Obras civis e/ou reformas	-----
Divulgação	R\$1.500,00
Cursos e treinamentos	R\$700,00
Outras despesas	-----
Total	R\$3.270,00

6.4 Investimento total

O investimento total é o calculo de todo o investimento que vai ser feito para a criação da empresa.

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	%
1- Investimentos Fixos	R\$93.400,00	
2- Capital de Giro	R\$93.268,97	
3- Investimentos Pré-Operacionais	R\$3.270,00	
Total	R\$283.338,97	100,00

Fontes de recursos	Valor (R\$)	(%)
1- Recursos próprios	R\$300.000,00	100%
2- Recursos de terceiros		
3- Outros		
Total		100,00

6.5 Estimativa do faturamento anual da empresa

O faturamento é a soma das vendas de serviços feitos pela empresa em determinado período, no caso do nosso investimento, será anual.

Produto/Serviço	Quantidade de serviço	Preço de serviço unit.	Faturamento total	Faturamento total anual
Conservação de condomínios	30	R\$ 2.800,00	R\$ 84.000,00	R\$ 1.008.000,00
Conservação de instituições de ensino	20	R\$ 1.600,00	R\$ 32.000,00	R\$ 384.000,00
Total	50	R\$	R\$ 116.000,00	R\$ 1.392.000,00

6.6 Estimativa de custo unitário da matéria prima

Material/insumos usados	Quantidade	Custo unitário (R\$)	Total (R\$)
Vassoura	25	20,00	500,00
Pá	25	35,00	875,00
Saco de lixo	20	20,00	400,00
Álcool em gel	10	40,00	400,00
Desinfetante	20	10,00	200,00
Carrinho multiuso	3	300,00	900,00
Papel higiênico	10	85,00	850,00
Papel toalha	10	9,00	90,00
Sabonete liquido	10	15,00	150,00
Borrifador	15	5,00	75,00
Disco enceradeira	10	18,00	180,00
Placa sinalizadora	10	35,00	350,00
Pano perfex	15	2,00	30,00
Total	183	594,00	5.000,00

6.7 Estimativa dos custos de comercialização

Se dá aos registros dos gastos obtidos com vendas e tudo o que envolve os serviços prestados.

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo total (R\$)
1. Impostos			
Impostos Federais			
SIMPLES	10,76%	R\$ 116.000,00	12.481,60
IRPJ	0,0%	-	-
PIS	0,0%	-	-
COFINS	0,0%	-	-
CSLL- Contribuição Social sobre o Lucro Líquido	0,0%	-	-
Impostos Estaduais			
ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços	0,0%	-	-
Impostos Municipais			
Imposto sobre Serviço	5%	R\$ 116.000,00	5.800,00
Subtotal1			18.218,60
2. Gastos com Vendas			
Comissões			

Propaganda		1.500,00	1.500,00
Taxa de administração do cartão de crédito			
Subtotal2			
TOTAL			19.781,60

6.8 Apuração dos custos dos materiais diretos

Produto/Serviço	Estimativa de serviço	Custo Unitário de serviço	Custo total de serviço
Conservação de condomínios	30	R\$1.090,00	R\$32.700,00
Conservação de instituições de ensino	20	R\$850,00	R\$17.000,00
TOTAL	50	R\$ 1.940,00	49.700,00

6.9 Estimativa dos custos com mão de obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal (R\$)	(%) de encargos sociais	Encargos sociais (R\$)	Total (R\$)	Total (R\$)
Auxiliar de limpeza	04	R\$1.280,00	33,77	R\$432,25	R\$1.712,25	R\$ 6.849,00
Atendente	01	R\$1.800,00	33,77	R\$405,24	R\$1.605,24	R\$ 1.605,24
Motorista	02	R\$1.700,00	33,77	R\$574,09	R\$2.274,09	R\$ 4.548,18
Supervisor	02	R\$1.800,00	33,77	R\$607,86	R\$2.407,86	R\$ 4.815,72
Total						R\$ 24.662,14

6.10 Estimativa do custo de depreciação

Máquinas e equipamentos se desgastam e com o tempo passam a ficar ultrapassados e se desgastam até a necessidade de comprar novos, por isso é importante verificar a depreciação e seus custos.

Ativos Fixos	Valor do Bem (R\$)	Vida útil em anos	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal
Ar condicionado	R\$5.600,00	5	R\$1.120,00	R\$93,33

Móveis	R\$ 2.000,00	10	R\$ 200,00	R\$ 16,66
Veículos	R\$ 74.000,00	5	R\$ 14.800,00	R\$ 1.234,00
Computador	R\$ 8.000,00	3	R\$ 2.666,66	R\$ 222,22
Total				R\$ 1.566,21

6.11 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

Os custos fixos operacionais são gastos que não se alteram em função da quantidade de serviço que a empresa vai prestar.

Descrição	Custo Total Mensal (R\$)
Aluguel	R\$ 2.600,00
Condomínio	-
IPTU	-
Água	R\$ 100,00
Energia elétrica	R\$ 250,00
Telefone	R\$ 250,00
Honorários contador	R\$ 1.000,00
Pró-labore	R\$ 6.660,00
Manutenção de equipamentos	R\$ 500,00
Salários + encargos	R\$ 24.667,14
Material de limpeza	R\$ 100,00
Material de escritório	R\$ 500,00
Combustível	R\$ 1.000,00
Taxas diversas	-
Serviços de terceiros	-
Depreciação	R\$ 1.566,00
Outras despesas	-
Total	R\$ 39.193,14

6.12 Demonstrativo de resultados

Através de todas as informações reunidas o demonstrativo de resultados vai mostrar se de fato a empresa vai obter lucro ou prejuízo na criação do negócio.

Descrição	(R\$)	%
1.Receita total com vendas	R\$ 116.000,00	100%
2.Custos variáveis totais	-	
(-) custos com materiais	R\$ 49.700,00	43%

diretos e/ou CMV		
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 18.218,60	16%
(-) Gastos com vendas	R\$ 1.500,00	1%
Subtotal de 2	R\$ 69.418,60	60%
3.Margem de contribuição	R\$ 46.581,40	40%
4.(-) Custos Fixos Totais	R\$ 39.193,14	
5.Resultado Operacional (lucro/prejuízo)	R\$ 7.388,25	

6.13 Indicadores de viabilidade

6.13.1 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio indica quanto a empresa tem que produzir para pagar seus custos de funcionamentos, sendo eles fixos ou variáveis.

$$PE = \text{Custo Fixo Total} / \text{Índice da Margem de Contribuição}$$

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = \frac{\text{Margem de Contribuição (Receita Total} \\ - \text{Custo Variável Total)} / \text{Receita Total}}{\text{Receita Total}}$$

Receita total = R\$ 116.000,00

Custo variável total = R\$ 7.388,26

Custo Fixo Total = R\$ 39.193,14

Índice da Margem de Contribuição = $(116.000,00 - 7.388,26) / 116.000,00 = 0,94$

Ponto de equilíbrio = $39.193,14 / 0,4 = 41.694,83$

6.13.2 Lucratividade

A lucratividade é um indicador utilizado para apresentar o ganho que a empresa tem com o seu negócio.

$$\text{Lucratividade} = \text{Lucro Líquido} / \text{Receita total} \times 100$$

Receita total = R\$ 116.000,00

Lucro Líquido = R\$ 7.388,26

Lucratividade = $7.388,26 / 116.000,00 \times 100 = 6,37\%$

6.13.3 Rentabilidade

Rentabilidade serve para medir o retorno que um investimento pode proporcionar ao negócio.

$$\text{Rentabilidade} = \text{Lucro Líquido} / \text{Investimento total} \times 100$$

Lucro Líquido = 7.388,26

Investimento total = 283.338,97

Rentabilidade = $7.388,26 / 283.338,97 \times 100 = 0,026 = 2,6\%$

6.13.4 Prazo de Retorno do Investimento

É o cálculo que indica o tempo que o investidor vai levar para recuperar o que investiu no seu negócio.

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \text{Investimento Total} / \text{Lucro Líquido}$$

Lucro Líquido = 7.388,26

Investimento Total = 283.338,97

Prazo de Retorno do Investimento = $283.338,97 / 7.388,26 = 33$ meses

O prazo para retorno de investimento é de 33 meses, ou seja, 2 (dois) anos e 9 (nove) meses.

REFERÊNCIAS

X
X

<https://www.makiyamaservicos.com.br/single-post/2016/08/10/Limpeza-Profissional-de-Escolas-e-Institui%C3%A7%C3%B5es-de-Ensino>

https://www.google.com.br/search?q=terceiriza%C3%A7%C3%A3o+de+servi%C3%A7o&tbm=isch&source=Inms&sa=X&ved=0ahUKEwjirqOAY-veAhWVG5AKHa1B34Q_AUIDCgD&biw=1536&bih=674&dpr=1.25#imgrc=gbMyHQug3RrkGM:

<http://trabalho.gov.br/seguranca-e-saude-no-trabalho/normatizacao/normas-regulamentadoras>

<http://www.masciconsultoria.com.br/plano-operacional/>

<https://blog.egestor.com.br/plano-operacional-saiba-como-elaborar-com-eficiencia/>

<https://casadaconsultoria.com.br/planejamento-operacional/>

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-e-como-funciona-o-capital-de-giro,a4c8e8da69133410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

<https://saiadolugar.com.br/faturamento/>

<http://www.machadocorrea.com.br/2016/05/ponto-de-equilibrio-empresa-prestadora.html>

<https://www.treasy.com.br/blog/rentabilidade-x-lucratividade-voce-sabe-a-diferenca/>

O correto é: REFERÊNCIAS e não Referências bibliográficas, Referências eletrônicas ou Fontes eletrônicas. Pois, a lista é única, em ordem alfabética, de todas as fontes citadas no texto. Conferir grafia e ano que tem que ser igual nas citações e nas referências. Apresentá-las em espaço simples. Compõe aproximadamente 5% do trabalho.

X

- X **Com um autor:**

ÚLTIMO SOBRENOME, Prenomes. **Título da obra.** Número da edição. Local de publicação: Nome da editora, ano da publicação.

Ex: **SANTOS, R.** Comércio exterior. **3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.**

- **Com dois autores:**

ÚLTIMO SOBRENOME, Prenomes; ÚLTIMO SOBRENOME, Prenomes. **Título da obra.** Número da edição. Local de publicação: Nome da editora, ano da publicação.

Ex: MARTINS, C.; CALDAS, J.F. **Administração geral**. 4. ed. Rio de Janeiro: Saraiva, 1992.

* **Com mais de três autores** – indica-se apenas o primeiro, acrescentando a expressão et al.

Ex: URANI, A . et al. **Constituição de uma matriz de contabilidade social para o Brasil**. Brasília, DF: IPEA, 1994.

- **Parte de obras:**

ÚLTIMO SOBRENOME, Nome do autor da parte. Título da Parte. In: Sobrenome do autor, Prenomes. **Título da obra**. Número da edição. Local de publicação: Nome da editora, ano da publicação.

Ex: CORDEIRO, J.C. O Conflito nas Organizações. In: Saraiva, José Francisco. **Mudança organizacional**. 4. ed. Rio de Janeiro: Saraiva, 1992.

* **Indicação explícita de responsabilidade pelo conjunto da obra, em coletânea de vários autores:** indicar o nome do responsável, seguido da abreviação , no singular, do tipo de participação (organizador, compilador, editor, coordenador, etc.), entre parênteses.

Ex: FERREIRA, Léslie Piccolotto (Org.). **O fonoaudiólogo e a escola**. São Paulo: Summus, 1991.

* **Autor entidade:**

Indicar o nome , por extenso, da entidade.

Ex: UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. **Catálogo de teses da Universidade de São Paulo**, 1922. São Paulo, 1993.

* **Autoria desconhecida:**

Indicar título na entrada. O termo anônimo não deve ser usado em substituição ao nome do autor desconhecido.

Ex: DIAGNÓSTICO do setor editorial brasileiro. São Paulo: Câmara Brasileira do Livro, 1993.

- **Artigos de jornal:**

- **Com o nome do autor:** ÚLTIMO SOBRENOME, Prenomes. Título do Artigo, **Título do jornal**, Local de publicação, dia, mês abreviado, ano, seção, caderno ou parte do jornal e a paginação correspondente. Quando não houver seção, caderno ou parte, a paginação do artigo ou matéria precede a data.

Ex: SANTOS, A.F. As empresas virtuais. **Jornal Diário**, São Paulo, 18 ago 1997. Encarte Técnico, p. 8.

- **Sem o nome do autor: TÍTULO DO JORNAL.** Título do artigo. Local de publicação, dia, mês abreviado, ano.

Ex: ZERO HORA. As empresas virtuais. Porto Alegre, 15 set 1997.

- **Artigos de periódicos (revistas):**

ÚLTIMO SOBRENOME, Prenomes. Título do Artigo. **Título do periódico**, Local de publicação, número de volumes, número do fascículo, página inicial-final do artigo, dia, mês abreviado, ano.

EX: CARVALHO, Antônio José. O fim dos empregos. **Revista de Administração**, São Paulo, 58, n.14, p.170-182, ago-set, 1997.

- * **EVENTOS NO TODO:**

Indicar o nome do evento, numeração (se houver), ano e local de realização. Em seguida, deve-se mencionar o título do documento (anais, atas, tópico temático, etc.), seguido dos dados de local de publicação, editora e data de publicação. Ex.:

SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 1., 1978, Niterói.
Anais... Niterói: UFF, 1979.

→ Trabalhos apresentados em eventos: indicar autor(es), título do trabalho apresentado, seguido da expressão In: , nome do evento, ano e local de realização,

título do documento, local, editora, data da publicação, página inicial e final da parte referenciada. Ex.:

BRAYNER, A . R. A; MEDEIROS, C. B. Incorporação do tempo em SGBD orientado a objetos. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE BANCO DE DADOS, 9, 1994, São Paulo. **Anais**. São Paulo: USP, 1994. p. 16-29.

*** Filmes, videocassete, DVD, entre outros**

Indicar título, diretor, produtor, local, produtora, data e especificação do suporte em unidades físicas. Exemplos:

BLADE RUNER. Direção: Ridley Scott. Produção: Michael Deeley. Intérpretes: Harrison Ford; Rutger Hauer; Sean Young; Edward James Olmos e outros. Roteiro: Humpton Fancher e David Peoples. Música : Vangelis. Los Angeles: Warner Brothers, C 1991. 1 DVD (117 min), Widescreen, color. Produzido por Warner Video Home. Baseado na novela “ Do androids dream of eletric sheep?” de Philip K. Dick.

OS PERIGOS do uso de tóxicos. Produção de Jorge Ramos de Andrade. São Paulo: CERAVI, 1983. 1 Videocassete.

a) **Documento iconográfico** (pintura, gravura, ilustração, fotografia, desenho técnico, transparência, etc.)

Indicar autor, título (quando não existir, deve-se atribuir uma denominação ou a indicação Sem título, entre colchetes), data e especificação do suporte. Exemplos:

KOBAYASHI, K. **Doença dos xavantes**. 1980. 1 fotografia, color, 16 cm x 56 cm.

MATTOS, M. D. **Paisagem Quatro Barras**. 1987. 1 original de arte, óleo sobre tela, 40 cm x 50 cm.

b) **CD, cassete rolo, etc.**

Indicar compositor(es) ou intérpretes), título, local, gravadora (ou equivalente), data e especificação do suporte. Exemplos:

MPB especial. [Rio de Janeiro]: Globo: Movieplay, C 1995. 1 CD.

SILVA, Luiz Inácio Lula da. **Luiz Inácio Lula da Silva**: depoimento [abr. 1991].

Entrevistadores: V. Tremel e M. Garcia. São Paulo: SENAI - SP, 1991. 2 cassetes sonoros. Entrevista concedida ao Projeto Memória do SENAI – SP.

- **TEXTOS COMPLETOS DE PESQUISAS ELETRÔNICAS:**

ÚLTIMO SOBRENOME, Prenomes. **Título**. Data. Endereço eletrônico: endereço.

Ex: WEBBER, S. **Bussiness sources on the internet**. 2003. Disponível em:<<http://www.dis.strach.ac.uk/ftp/pub/interasac/>> Acesso em : 7ago. 2003

Em meio eletrônico:

(CD-ROM, disquetes e obras online devem obedecer aos padrões indicados para os trabalhos acadêmicos em geral, acrescidos das informações relativas à descrição física do meio eletrônico)

→ Livros consultados: indicar as informações sobre o endereço eletrônico, apresentado entre os sinais < >, precedido da expressão Disponível em: e a data de acesso ao documento, precedida da expressão Acesso em: , opcionalmente acrescida dos dados referentes a hora, minutos e segundos.

Ex: ALVES, Castro. Navio negreiro. [S...]: Virtual Books, 2000. Disponível em: <http://www.terra.com.br/virtualbooks/feebook/port/L.port_2/navionegreiro.htm>. Acesso em : 10 jan. 2002, 16:30': 30".

* **Artigo e/ou matéria de revista, boletim, etc.**

VIEIRA, Cássio Leite; LOPES, Marcelo. A queda do cometa. **Neo Interativa**, Rio de Janeiro, n. 2, inverno 1994. 1 CD-ROM.

WINDOWS 98: o melhor caminho para atualização. **PC World**, São Paulo, n. 75, set. 1998. Disponível em : <<http://www.idg.com.br/abre.htm>>. Acesso em: 10 set. 1998.

→ **Artigos de jornal**

SILVA, Ives Gandra da. Pena de morte para o nascituro. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 19 set. 1998. Disponível em: http://www.providafamilia.org/pena_morte_nascituro.htm. Acesso em: 19 set. 1998.

→ **Documento iconográfico:**

VASO . TIFF. 1999. Altura: 1083 pixels. Largura: 827 pixels. 300 dpi. 32 BIT CMYK. 3.5 Mb. Formato TIFF bitmap. Compactado. Disponível em: <C: \Carol\VASO.TIFF>. Acesso em: 28 out. 1999.

• **Leis:**

LOCAL DE JURISDIÇÃO. Órgão competente. Título e número da lei, partes envolvidas (se houver), relator, local, data e dados da publicação.

Ex: BRASIL. Decreto-lei nº 2423, 7 de abril de 1988. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**. Brasília, v.126, n.66, p.6009, 8 abr. 1988.

APÊNDICES E ANEXOS

X
X

Constituem material complementar ao texto, não fazendo parte do corpo do trabalho. Têm por objetivo esclarecer ou ilustrar algum aspecto do trabalho. Exemplos: textos de lei, questionários utilizados na metodologia, tabelas, levantamento de dados, entre outros.

O anexo conforme a ABNT é o “texto ou documento não elaborado pelo autor, que serve de fundamentação, comprovação e ilustração”, enquanto o apêndice é “texto ou documento elaborado pelo autor, a fim de complementar sua argumentação, sem prejuízo da unidade nuclear do trabalho”.

REGRAS GERAIS DE APRESENTAÇÃO

As regras de apresentação representam um item fundamental na produção dos trabalhos acadêmicos. É imprescindível destacar algumas considerações quanto à numeração de páginas, aspectos referentes à digitação, maneira de redação, seqüência de figuras, formatação de tópicos e estrutura de apresentação, seguindo normas da ABNT:

▪ **FORMATO:**

- ✓ Papel branco, formato A4 (21cm X 29,7cm);
- ✓ Modelo de fonte Times New Roman ou Arial;
- ✓ Tamanho de fonte 12 e tamanho menor (10) para citações de mais de três linhas, notas de rodapé, paginação e legendas das ilustrações e tabelas
- ✓ No caso das citações com mais de três linhas, deve-se observar o recuo de 4 cm da margem esquerda.

▪ **MARGENS:**

- ✓ Direita e inferior de 2 cm; esquerda e superior de 3 cm;
- ✓ Marca de parágrafo a 1,5cm da margem (geralmente um Tab nos teclados).

▪ **ESPACEJAMENTO:**

- ✓ O texto deve ser digitado com espaço 1,5;
- ✓ As citações diretas de mais de três linhas, as notas, as referências, as legendas das ilustrações e tabelas, o resumo devem ser digitados em espaços simples;
- ✓ Os títulos das subseções devem ser separados do texto que os precede ou que os sucede por dois espaços 1,5.
- ✓ No que tange às citações diretas longas deve ocorrer um recuo de 4 cm e a redução do tamanho de letra.

PAGINAÇÃO.

Indicar na parte superior à direita. Contar a partir da primeira página, mas numerar a partir da segunda.