

AO MUNICÍPIO DE MERCEDES

EDITAL DE CONCORRÊNCIA N.º 05/2021

ENVELOPE Nº 02 - PROPOSTA

PROponente: ECOBLOC INDUSTRIA E COMERCIO DE ARTEFATOS DE
CIMENTO LTDA

ECOBLOCK

ECOBLOC INDUSTRIA E COMERCIO DE ARTEFATOS DE CIMENTO LTDA
Av. João XXIII, 1660, Lot. Por do Sol, Mercedes/PR

PROPOSTA

À Comissão Permanente de Licitações do Município de Mercedes
Referente à Concorrência nº 05/2021

A empresa *ECOBLOC INDUSTRIA E COMERCIO DE ARTEFATOS DE CIMENTO LTDA*, estabelecida à Av. João XXIII n.º 1660, na Cidade de Mercedes, Estado do Paraná, inscrita no CNPJ sob n.º 42.652.840/0001-89, atuante no ramo industrial de Artefatos de Cimento, neste ato representada por seu Sócio, o Sr. ANILSON WERNER, apresenta a sua proposta relativa a concessão de direito real de uso dos Lotes Urbanos n.º 07, 08, 09 e 11 da Quadra n.º 01, do Loteamento Parque Industrial, com áreas respectivamente de 1.168,70m², 1.085,38m², 850,86 m² e 407,00m², dotados de um barracão em alvenaria medindo aproximadamente 571,27m², um escritório em alvenaria com área de 76,37m² e uma área coberta medindo 241,80m², matriculados no Registro de Imóveis da Comarca de Marechal Cândido Rondon sob a Matrícula n.º 25.517., nos seguintes termos:

- a) Número de empregos diretos: 35 (trinta e cinco) empregos diretos a serem gerados.
- b) Receita bruta anual estimada: R\$ 1.350.000,00 (Um milhão e trezentos e cinquenta mil reais).

A validade desta proposta é de 60(sessenta) dias corridos, contados a partir da data de sua abertura.

Mercedes-PR, 20 de julho de 2021




ECOBLOC Industria e Comercio de Artefatos de Cimento Ltda

ANILSON WERNER

Sócio Administrador

CPF: 037.428.589-63



IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

Nome Fantasia:	ECOBLOCK
Razão Social:	ECOBLOC INDÚSTRIA E COMERCIO DE ARTEFATOS DE CIMENTO LTDA
CNPJ:	42.652.840/0001-89
Empreendedor Responsável:	ANILSON WERNER
Telefone de contato:	(45)9 9999 4896 (45)3256 1623
E-mail de contato:	marmorariacostaoeste@hotmail.com
Data de preenchimento:	20/07/2021

Espaço pretendido (caso haja mais de um imóvel e/ou espaço sendo disponibilizado):

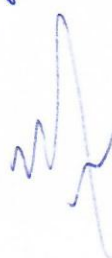

1. EMPREENDEDOR

1.1. Perfil dos Empreendedores

Insira as informações solicitadas para cada sócio do negócio. Se necessário, copie e cole este quadro quantas vezes forem necessárias.

NOME COMPLETO:	Anilson Werner		
Idade:	43	Função na empresa:	Sócio Administrador
Formação escolar (concluídas e/ou em curso). Informe o nome de cada curso, instituição e ano de conclusão:	Ensino médio Completo – Colégio Estadual Frentino Sackser – 1995.		
Experiências profissionais (principalmente aquelas relacionadas ao negócio):	<ul style="list-style-type: none">- Marmorista;- Encarregado de produção;- Encarregado de vendas e entregas de produtos acabados;- Supervisor de produção;- Encarregado da Gestão Financeira dos Empreendimentos;- Atua na área de Pesquisa e Desenvolvimento de novos produtos e serviços dentro da área da construção civil;- Diretor Administrativo dos Empreendimentos;		
Experiência como empreendedor ou em cargos de gestão:	<ul style="list-style-type: none">- Fundador/Sócio Administrador, há 17 anos a frente da empresa SW INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE MÁRMORES LTDA, no Município de Mercedes – PR.- Sócio Administrador da empresa OESTEGRAN DISTRIBUIDORA DE MÁRMORES E GRANITOS LTDA, Localizada no Município de Mercedes- PR.- Fundador/Sócio Administrador, da empresa GCO CONSTRUTORA E		

AW



	<p>INCORPORADORA LTDA, no Município de Mercedes – PR. - Fundador/Sócio Administrador, da empresa ECOBLOC INDÚSTRIA E COMERCIO DE ARTEFATOS DE CIMENTO LTDA, no Município de Mercedes – PR.</p>
--	---

NOME COMPLETO:	Janete Teresinha Kappes Werner		
Idade:	44	Função na empresa:	Engenheira de Produção
Formação escolar (concluídas e/ou em curso). Informe o nome de cada curso, instituição e ano de conclusão:	- Técnico em Química – Colégio Estadual Presidente Castelo Branco – 1996; - Engenharia de Produção – Pontifícia Universidade Católica – 2019; - Pós Graduação Lato Sensu MBA em Gerenciamento de Indústrias – FASUL Faculdade Sul Brasil -2014.		
Experiências profissionais (principalmente aquelas relacionadas ao negócio):	- Técnico Químico; - Encarregada de Laboratório Industrial; - Controle de Qualidade; - Encarregada de Produção Industrial; - Gestão de Compras e Estoques; - Gestão de Recursos Humanos / Seleção de novos empregados; - Desenvolvimento de novos produtos e serviços; - Otimização da produção; - Supervisora de Produção; - Acompanhamento e execução de Projetos Industriais. - Engenheira de Produção;		
Experiência como empreendedor ou em cargos de gestão:	- Engenheira de Produção; - Supervisora de Produção Industrial; - Sócio Administrador, da empresa SW INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE MÁRMORES LTDA, no Município de Mercedes – PR. - Sócio da empresa OESTEGRAN DISTRIBUIDORA DE MÁRMORES E GRANITOS LTDA, Localizada no Município de Mercedes- PR. - Sócio da empresa GCO CONSTRUTORA E INCORPORADORA LTDA, no Município de Mercedes – PR. - Sócio Administrador, da empresa ECOBLOC INDÚSTRIA E COMERCIO DE ARTEFATOS DE CIMENTO LTDA, no Município de Mercedes – PR.		

2. PRODDUTOS, SERVIÇOS E TECNOLOGIA

2.1. Caracterização da Oportunidade de Negócio Identificada

Quais foram as motivações que levaram ao surgimento da empresa? Que oportunidades vocês, empreendedores, enxergaram no mercado para a criação deste negócio? Máximo de 10 linhas.

O crescimento da construção civil em geral junto a escassês de um dos produtos principais da construção civil, o tijolo, derivado de argila e tendo a queima de madeira para o processo de secagem,

AN

AN

como um problema para o meio ambiente.

- Vemos como vantajoso o uso de blocos cimentícios por não haver a necessidade de materiais naturais, podendo ainda ser incorporado em sua composição para a produção, materiais recicláveis, dentre eles, EPS- Isopor, Plásticos, resíduos de marcenaria e principalmente resíduos da própria construção civil em geral.

2.2. Características dos Produtos e Serviços Ofertados

Apresente quais são os produtos e serviços que sua empresa oferece atualmente ao mercado. Quais são os diferenciais de cada produto ou serviço da empresa em relação aos concorrentes? A empresa pretende desenvolver novos produtos e serviços? Se sim, quais? Máximo de 20 linhas.

- A empresa oferece atualmente 12 tipos diferentes de blocos de diversos tamanhos e grau de resistência e Seis tipos de bloquetes (Pavers).

- Nosso diferencial em relação aos nossos concorrentes é a procura constante por diferentes tipos de agregados, os quais podem ser incorporados aos nossos produtos, levando em consideração que não percam a resistência exigida pelos órgãos reguladores, com vários produtos que estão em fase de experimentos e estudos de viabilidade comercial.

Também está em desenvolvimento o produto, tijolo de massa Refratária para uso em isolamento de altas temperaturas, bem como a fabricação de bordas atérmicas para piscinas.

Outro diferencial é o tijolo modular ecológico, o qual também pode ser incorporado o uso de materiais reciclados citados acima.

2.3. Grau de Inovação

A empresa e/ou seus produtos e serviços apresentam algum tipo de inovação significativa em relação ao que é ofertado pelos concorrentes? Se sim, que tipo de inovação seria esta (em produto, serviço, processos, marketing ou organizacional) e justifique a inovação existente. Tipos de inovação:

- **Inovações em produtos e serviços:** caracterizam-se como Inovações de produto, mudanças significativas nas potencialidades de produtos e serviços. Incluem-se bens e serviços totalmente novos e aperfeiçoamentos importantes e significativos para produtos existentes

- **Inovações de processo:** representam mudanças significativas nos métodos de produção e de distribuição.

- **Inovações de marketing:** envolvem a implementação de novos métodos de marketing, incluindo mudanças no design do produto e na embalagem, na promoção do produto, canal de distribuição, e sua colocação, e em métodos de estabelecimento de preços de bens e de serviços.

- **Inovações organizacionais:** referem-se à implementação de novos métodos organizacionais, tais como mudanças em práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas da empresa;

Máximo de 20 linhas

-Com vistas nos mais diversos materiais descartados de forma incorreta e sem valor comercial como por exemplo o EPS/ Isopor já em forma expandida e moldada, como por exemplo caixas de fogões e geladeiras, a empresa buscando a viabilização de uma parceria com o setor público e/ou privado para recolha e separação, trazendo como inovação no setor regional, a incorporação deste derivado no traço de nossos produtos.

3. MERCADO

3.1. Segmento de Clientes e Mercado Potencial

Quais são os seus segmentos de clientes? Ou seja, qual o perfil do(s) grupo(s) de pessoas ou empresas que vocês atendem com seus produtos e serviços? Onde eles se encontram? São clientes a nível regional, nacional ou global? Qual o tamanho deste mercado de potenciais consumidores, em quantidade e/ou volume de consumo? Se possível, apresente informações de fontes confiáveis que reforcem o tamanho do mercado potencial. Máximo de 20 linhas.

AN

[Assinatura]

- Empresa é do segmento da construção civil.
- Construtoras e Engenheiros engajados na construção civil.
- Se encontram em toda a região Oeste do Paraná.
- Este Mercado está em constante expansão, não podendo ser preciso esta informação com dados precisos.

3.2. Análise da Concorrência

Como é a concorrência no segmento em que atua? São muitos concorrentes? Eles já estão bem estabelecidos no mercado? Faça uma análise geral do nível de concorrência no segmento, tanto de concorrente diretos (com soluções similares a sua) quanto de produtos substitutos (soluções diferentes, mas que ajudam a resolver a mesma necessidade vivida pelo cliente). Faça também uma análise individualizada de pelo menos três dos principais concorrentes diretos, identificando seus pontos fortes, pontos fracos e seus diferenciais em relação a eles. Máximo de 20 linhas.

Hoje são poucas as empresas na produção neste produto na região, não tendo nenhuma empresa deste ramo no Município de Mercedes e com isso pouca concorrência também na região. Inicialmente a nossa área de atuação será o Município Mercedense pela falta destes produtos no mercado em geral, trazendo maior comodidade e agilidade na aquisição para os munícipes em suas obras. O nosso objetivo maior é trazer para Mercedes outros investidores nos demais ramos, demonstrando que aqui temos suporte do poder público e disponibilidade de mão de obra.

3.3. Precificação

Quais são os preços praticados pela sua empresa? Em relação aos principais concorrentes, eles são menores, maiores ou estão dentro da mesma faixa? Os clientes enxergam sua empresa (e produtos e serviços) como competitiva em preços ou de qualidade elevada (e por isso se dispõem a pagar um pouco mais caro)? Máximo de 10 linhas

- Em análise constantemente realizada nas empresas que já fazem parte do Grupo e estão instalados em Mercedes, os preços praticados são justos de acordo com o material e o tipo de serviço solicitado.
- Com a elevada qualidade de serviços e produtos oferecidos, o Grupo é considerado referencia nos ramos, os quais as empresas atuam, o qual muitos de nossos clientes indicam a conhecidos e familiares pelo cumprimento de prazos de entrega acordados e a qualidade e excelência dos produtos entregues.

3.4. Vendas e Distribuição

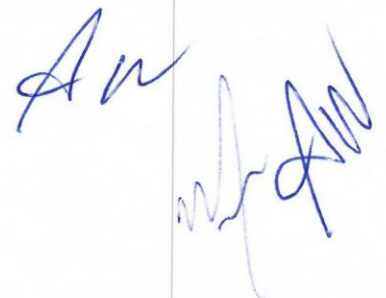
Como você vende para seus clientes? As vendas são feitas pelos sócios, funcionários, representantes comerciais, pela internet, etc.? E como os produtos ou serviços chegam até os clientes finais? Diretamente pela empresa, através de distribuidores, varejistas, internet, etc.? Máximo de 10 linhas.

- As vendas são feitas de diversas maneiras, por vendedor externo/Representante Comercial, vendedores internos treinados e capacitados na área e também por seus sócios administradores.
- A entrega é feita diretamente pela empresa se utilizando de frota própria e por equipe altamente dedicada e capacitada para realizar a entrega.
- O Grupo formou ao longo dos anos inúmeras parcerias, com empresas que revendem os nossos produtos, acelerando assim, o conhecimento e divulgação destes pelo setor comercial.

3.5. Promoção e Comunicação

Como você divulga sua empresa, produtos e serviços? Como os clientes ficam sabendo que vocês existem? Há material impresso (tipo folder), website, redes sociais, anúncios em diferentes formatos (jornais, revistas, internet, etc.)? Máximo de 10 linhas.

Atualmente são inúmeros os formatos de divulgação, podendo ser relacionados a seguir:
WebSite, Facebook, Instagram, Whatsapp, Chamadas de Rádio, Capas de Jornais de circulação regional, revistas



conceitos na área da construção civil como as da Associação dos Engenheiros, revistas populares de circulação com datas específicas, Folders contendo os mais diversos produtos oferecidos, vendedores, frota de veículos adesivados com as informações pertinentes a empresa, colaboradores uniformizados e um dos principais o qual não poderíamos deixar de citar são as próprias indicações de clientes aos seus conhecidos divulgando com propriedade de bom atendimento prestado pela empresa.

4. GESTÃO

4.1. Perfil da Equipe

A empresa possui colaboradores? Se sim, descreva qual o perfil dessa equipe preenchendo o quadro abaixo. Insira quantas linhas forem necessárias. Se não houver funcionários, informe isso no quadro.

Nome	Função/Cargo	Vínculo Empregatício (CLT, MEI, etc.)	Escolaridade Máxima (para graduações, especializações e cursos técnicos, informar a área)	Qtde de anos de experiência na Função/Cargo (incluindo em empregos anteriores)

4.2. Fornecedores e Parceiros

Quais são seus principais fornecedores? Existem fornecedores na região que atendem sua empresa? Quais são eles (nome e cidade)? A empresa conta com algum tipo de parceiro? Quais? Como se dá esta parceria, ou seja, quais são os benefícios para ambas as partes? Máximo de 10 linhas.

- Qualigran, Cachoeiro/ES; CS3, Cachoeiro/ES; Portubelo,/SC; Reveste Materiais de Construção Toledo/PR; Compacta Mineração, Pato Bragado/PR; Pedreira Trevo, Mercedes/PR; AGM Mineração, Mercedes/PR; FG Ferramentas, Curitiba/PR; Mello Abrasivos, Curitiba/PR; Auto Forte, Mercedes/PR; CIWE materiais de Construção, Mercedes/PR; Farmácia Mercedes e Biolar, Mercedes/PR; Escritório Contábil Mercedes, Mercedes/PR; Postos Lagartixa e Groff, Mercedes/PR; Padaria Costa Oeste, Mercedes/PR; Agropecuária Nego Bom, Mercedes/PR; Supermercado Weiss, Rainha, Modelo, Mercedes/PR; Constrular, Mercedes/PR; Multipeças, Mercedes/PR; Ponto da Informática, Mercedes/PR; Livraria Paraná, Mercedes/PR, Restaurante Zanette, Mercedes/PR, Mineração Dalmina, Marechal Cândido Rondon/PR;

4.3. Aspectos Legais de Operação

O negócio exige autorizações especiais para funcionamento? Os sócios conhecem todas elas? Quais são os aspectos legais de operação? Existem legislações específicas que vocês devem observar para exercer legalmente a atividade? Quais são os órgãos que regulam a operação? Precisa de autorizações e/ou certificados da Vigilância Sanitária, do Ministério da saúde, do MAPA, etc.? Máximo de 10 linhas.

- Sim, Temos conhecimentos das autorizações, dentre elas o Registro no CREA com seu Profissional Habilitado;
- Medições de resistências e absorção por laboratório Credenciado na área;

4.4. Impactos Sociais

O produto/serviço ou a operação da empresa geram impactos sociais positivos ou negativos significativos? Trata-se de um negócio que transformar a realidade social atual de pessoas? Como? Ela pode prejudicar de alguma coletividade? De que forma? E o que a empresa faz para amenizar este eventual impacto negativo? Lembrando que nem todos os negócios geram impactos sociais relevantes. Máximo de 10 linhas.

Vemos somente impacto positivo, como a geração de empregos no município, trazendo o engajamento

de pessoas e outras empresas no recolhimento e destinação adequada de produtos sem fim comercial.

4.5. Impactos Ambientais

O processo produtivo de fabricação dos seus produtos ou a prestação dos seus serviços geram impactos ambientais significativos? E a utilização dos produtos/serviços pelos clientes? Quais são os aspectos da legislação ambiental que precisam ser observados para a correta operação de seu empreendimento? O que fazer para minimizar eventuais impactos ambientais negativos? Lembrando que nem todos os negócios geram impactos ambientais relevantes. Máximo de 10 linhas.

A atividade não gera impacto ambiental significativo, uma vez que todas as decisões internas levam em consideração qualquer tipo de impacto, sejam elas ambientais ou financeiras.

Como o caso já exposto em outros questionamentos acima, possui apelo sócio ambiental em desenvolvimento o que traz a preocupação com a futura geração.

5. CAPITAL

5.1. Investimentos

É necessário fazer novos investimentos no negócio? Se sim, que investimentos seriam estes? Quais os investimentos para ocupar o espaço pleiteado no Programa Municipal Maternidade Empresarial? Descreva no quadro abaixo quais são os investimentos necessários (ex: obras, máquinas, equipamentos, mobiliário, etc.) e os respectivos valores para cada um deles. Insira quantas linhas forem necessárias. Ao final, some o total de investimentos. Caso não haja necessidade de investimentos, informe isso no quadro

DESCRIÇÃO DO INVESTIMENTO	VALOR DO INVESTIMENTO (EM R\$)
Empilhadeira	60.000,00
Caminhão Truck com Munk	250.000,00
Maquinário para Moagem e transformação de Agregados	350.000,00
Ampliação da estrutura coberta	500.000,00
VALOR TOTAL DOS INVESTIMENTOS:	1.160.000,00

5.2. Fontes de Recursos

Quais fontes de recursos a empresa utilizará para realizar os investimentos necessários? O fluxo de caixa da empresa comporta estes investimentos com recursos próprios? Existe saldo suficiente em caixa ou em aplicações financeiras? Serão utilizados recursos dos sócios? Será necessário contratar algum financiamento ou empréstimo? Máximo de 10 linhas.

- Os recursos provem de fluxo de caixa próprio, bem como busca de capital externo se necessário;
- Também com parcerias com o setor Público, sejam eles, Municipal, Estadual e Federal.

5.3. Resultados Financeiros Projetados

Utilize a planilha do PLANO DE APLICAÇÃO (ANEXO V-B do Edital) para realizar as projeções financeiras do empreendimento.

PLANO DE APLICAÇÃO

RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA:

ECOBLOC INDUSTRIA E COMERCIO DE ARTEFATOS DE CIMENTO LTDA

Informe aqui o ano atual (ano vigente):

2021

* PREVISÃO DE FATURAMENTO

PROJEÇÕES FINANCEIRAS ANUAIS	2021	2022	2023
1. RECEITAS OPERACIONAIS	R\$ 570.000,00	R\$ 1.400.000,00	R\$ 1.600.000,00
1.1. Venda de produtos e serviços	R\$ 570.000,00	R\$ 1.400.000,00	R\$ 1.600.000,00
2. DESPESAS OPERACIONAIS	R\$ 438.380,00	R\$ 1.121.962,00	R\$ 1.287.434,95
2.1. FORNECEDORES E INSUMOS	R\$ 220.000,00	R\$ 650.000,00	R\$ 700.000,00
2.1.1. Custo das mercadorias vendidas	R\$ 220.000,00	R\$ 650.000,00	R\$ 700.000,00
2.1.2. Custo dos serviços vendidos	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.2. IMPOSTOS E TAXAS	R\$ 45.000,00	R\$ 120.000,00	R\$ 156.000,00
2.2.1. Impostos sobre vendas	R\$ 45.000,00	R\$ 120.000,00	R\$ 156.000,00
2.2.2. Outros impostos e taxas	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.3. DESPESAS COMERCIAIS	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.3.1. Fretes	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.3.2. Comissões sobre vendas	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.3.3. Viagens e estadias	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.4. DESPESAS COM PESSOAL	R\$ 105.000,00	R\$ 206.000,00	R\$ 259.800,00
2.4.1. Salários	R\$ 80.000,00	R\$ 160.000,00	R\$ 200.000,00
2.4.2. Encargos	R\$ 15.000,00	R\$ 21.000,00	R\$ 27.300,00
2.4.3. Transporte e Alimentação	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.4.4. Benefícios e outras despesas com pessoal	R\$ 10.000,00	R\$ 25.000,00	R\$ 32.500,00
2.5. DESPESAS ADMINISTRATIVAS	R\$ 52.380,00	R\$ 68.437,00	R\$ 85.884,95
2.5.1. Aluguel e/ou Taxa do Casulo Empresarial	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.5.2. IPTU	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.5.3. Água e esgoto	R\$ 1.380,00	R\$ 1.587,00	R\$ 2.142,45
2.5.4. Energia elétrica	R\$ 15.000,00	R\$ 19.500,00	R\$ 26.325,00
2.5.5. Telefonia e internet	R\$ 2.000,00	R\$ 2.300,00	R\$ 3.105,00
2.5.6. Honorários da contabilidade	R\$ 5.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 13.500,00
2.5.7. Manutenções em geral	R\$ 5.000,00	R\$ 6.250,00	R\$ 8.437,50
2.5.8. Material de escritório e de limpeza	R\$ 2.000,00	R\$ 2.500,00	R\$ 3.375,00
2.5.9. Segurança e vigilância	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.5.10. Sindicatos	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.5.11. Seguros	R\$ 12.000,00	R\$ 13.800,00	R\$ 14.000,00
12. Outras despesas administrativas	R\$ 10.000,00	R\$ 12.500,00	R\$ 15.000,00
2.6. DESPESAS COM VEÍCULOS	R\$ 10.500,00	R\$ 12.525,00	R\$ 15.750,00
2.6.1. Combustível	R\$ 2.500,00	R\$ 3.125,00	R\$ 3.750,00
2.6.2. Seguro	R\$ 5.000,00	R\$ 5.750,00	R\$ 7.500,00
2.6.3. IPVA, DPVAT e taxa de licenciamento	R\$ 1.000,00	R\$ 1.150,00	R\$ 1.500,00
2.6.4. Manutenções, multas e outros	R\$ 2.000,00	R\$ 2.500,00	R\$ 3.000,00
2.7. REMUNERAÇÃO DOS SÓCIOS	R\$ 5.500,00	R\$ 65.000,00	R\$ 70.000,00
2.7.1. Pro-labore	R\$ 5.500,00	R\$ 15.000,00	R\$ 20.000,00
2.7.2. Outras remunerações dos sócios	R\$ -	R\$ 50.000,00	R\$ 50.000,00
3. RESULTADO OPERACIONAL	R\$ 131.620,00	R\$ 278.038,00	R\$ 312.565,05
3.1. Lucratividade Operacional	23%	20%	20%
4. Pagto de Financiamento e Empréstimos	R\$ 50.000,00	R\$ 100.000,00	R\$ 120.000,00
5. Desembolsos com investimentos	R\$ 50.000,00	R\$ 150.000,00	R\$ 175.000,00
6. RESULTADO FINAL	R\$ 31.620,00	R\$ 28.038,00	R\$ 17.565,05

AO MUNICÍPIO DE MERCEDES
EDITAL DE CONCORRÊNCIA N.º 05/2021
ENVELOPE Nº 02 - PROPOSTA
PROPONENTE: ESTHEFANI SERVIÇOS DE RESÍDUOS LTDA
CNPJ Nº 22.206.063/0001-31



Esthefani

ANEXO V

PROPOSTA DE CONDIÇÕES PARA CONCESSÃO

À PREFEITURA MUNICIPAL DE MERCEDES
CONCORRÊNCIA 05/2021

A empresa ESTHEFANI SERVIÇOS DE RESÍDUOS LTDA, inscrita no CNPJ nº 22.206.063/0001-31, com sede na Rua Roberto Romanelli, 2601, Jardim Riviera, Cambé - Pr, CEP 86.187-015, com endereços eletrônicos para contato: esthefani.servicos@outlook.com e maurompedrollo@hotmail.com e telefones de contato comercial 043-3066-1945/043-99661-7196, por seu representante legal constituído para este ato, o sócio Mauro Miguel Pedrollo, brasileiro, casado, inscrito no CPF com o número 410.030.980-53 e no RG-Pr 3.267.521-2, vem apresentar a sua proposta para a disputa da concessão de uso real do imóvel descrito no Edital CR 05/2021, com os seguintes registros para consideração:

- a) A empresa atua no ramo de tratamento de resíduos, tendo como atividades a coleta, transbordo e destinação final de resíduos, para o que pretende instalar a sua planta operacional de destinação final de resíduos, no imóvel em questão;
- b) Para a planta operacional a empresa desenhou um plano de negócios para os três anos seguintes, com os seguintes números a serem atingidos, para as atividades que envolvem coleta, transporte e processamento dos resíduos:
 - I) Ano 2021/2022 - período de 12 meses - geração de 16 empregos diretos;
 - II) Ano 2022/2023 - período de 12 meses - geração de 13 novos empregos, somando 29 empregos diretos;



III) Ano 2023/2024 e seguintes - período a ser determinado conforme o aumento da demanda de processamento - geração de 15 novos empregos, somando 44 empregos diretos;

c) Os valores de receitas brutas esperadas para os referidos anos são:

I)	Ano de 2021 -	R\$	1.383.333,18;
II)	Ano de 2022 -	R\$	2.390.446,00;
III)	Ano de 2023 e seguintes -	R\$	5.127.557,39.

Fica assumida a responsabilidade da empresa de que o prazo de validade desta proposta não será inferior a 60 (sessenta) dias a contar da data de abertura dos envelopes do certame licitatório.

Cambé, 20 de julho de 2021

Larissa Esthefani da Silva
CPF 060.721.849-52
ESTHEFANI SERVIÇOS DE RESÍDUOS LTDA
CNPJ Nº 22.206.063/0001-3



Esthefani

PLANO DE NEGÓCIO

Esthefani Serviços de Resíduos Ltda.
CNPJ 22.206.063/0001-31

NOME COMPLETO:	LARISSA ESTHEFANI DA SILVA		
Idade:	32	Função na empresa:	Sócia Administradora
Formação escolar (concluídas e/ou em curso). Informe o nome de cada curso, instituição e ano de conclusão:	Ensino médio completo		
Experiências profissionais (principalmente aquelas relacionadas ao negócio):	Administradora da empresa Esthefani, e outras empresas		
Experiência como empreendedor ou em cargos de gestão:			

NOME COMPLETO:	MAURO MIGUEL PEDROLLO		
Idade:	57	Função na empresa:	Sócio
Formação escolar (concluídas e/ou em curso). Informe o nome de cada curso, instituição e ano de conclusão:	Superior - Faculdade de Direito de Pelotas - UFPel - 1987 Pós graduação em direito do ambiente - UFPel / UFSC - 2002		
Experiências profissionais (principalmente aquelas relacionadas ao negócio):	Sócio na empresa Ax Ecol Ltda (extinta) - para desenvolvimento de tecnologia de resíduos; Sócio na empresa Recicla 21 (extinta/sucedida pela Esthefani) - para desenvolvimento de tecnologia de resíduos para processos de reciclagem e destinação final; Sócio na empresa Esthefani - para desenvolvimento da tecnologia de processos de tratamento de resíduos		



Esthefani

	com reciclagem e aproveitamento de resíduos orgânicos e correta destinação final.
Experiência como empreendedor ou em cargos de gestão:	Todas as citadas anteriormente, foram na condição de empreendedor/investidor e onde foi exercida a função de coordenar e orientar os processos e testes de desenvolvimento da tecnologia.

2. PRODUTOS, SERVIÇOS E TECNOLOGIA

2.1. Caracterização da Oportunidade de Negócio Identificada

Quais foram as motivações que levaram ao surgimento da empresa? Que oportunidades vocês, empreendedores, enxergaram no mercado para a criação deste negócio? Máximo de 10 linhas.

A empresa surgiu da percepção de uma oportunidade real com a alternativa que detém para a destinação e disposição final dos resíduos.

A solução desenvolvida pela empresa dá a correta destinação final, com aproveitamento dos resíduos em processos rentáveis - desde o seu recebimento, e com receitas permanentes a partir do processamento.

A geração de resíduos é uma realidade que se manterá por décadas ainda e que vem aumentando significativamente, o que significa uma oportunidade do negócio de prestação de serviços, como está sendo oferecido hoje pela empresa e com futuras inovações melhoradoras.

2.2. Características dos Produtos e Serviços Ofertados

Apresente quais são os produtos e serviços que sua empresa oferece atualmente ao mercado. Quais são os diferenciais de cada produto ou serviço da empresa em relação aos concorrentes? A empresa pretende desenvolver novos produtos e serviços? Se sim, quais? Máximo de 20 linhas.

O que a empresa oferece é: uma destinação final para os resíduos sólidos gerados, com tratamento e destinação final que atendem as normativas ambientais, eliminando o aterramento. Primeiro diferencial.

Os resíduos orgânicos são separados dos inorgânicos, alimentando um biodigestor. Neste, são gerados biogás (transporte ou energia) e biofertilizante. Segundo diferencial.

Os resíduos inorgânicos são segregados para uma classificação para fins de reciclagem por categoria, com viabilidade de reciclagem industrial na própria planta. Terceiro diferencial.

A partir do segundo ano a pretensão é iniciar A SEGUNDA FASE da empresa, com o início desta reciclagem diretamente no parque instalado, onde então serão produzidos novos produtos reciclados.

Estes produtos poderão ser os mais variados, conforme a colocação no mercado. Serão preponderantemente produtos plásticos.

2.3. Grau de Inovação

A empresa e/ou seus produtos e serviços apresentam algum tipo de inovação significativa em

Handwritten signatures and initials in blue ink.



Esthefani

relação ao que é ofertado pelos concorrentes? Se sim, que tipo de inovação seria esta (em produto, serviço, processos, marketing ou organizacional) e justifique a inovação existente. Tipos de inovação:

- **Inovações em produtos e serviços:** caracterizam-se como Inovações de produto, mudanças significativas nas potencialidades de produtos e serviços. Incluem-se bens e serviços totalmente novos e aperfeiçoamentos importantes e significativos para produtos existentes

- **Inovações de processo:** representam mudanças significativas nos métodos de produção e de distribuição.

- **Inovações de marketing:** envolvem a implementação de novos métodos de marketing, incluindo mudanças no design do produto e na embalagem, na promoção do produto, canal de distribuição, e sua colocação, e em métodos de estabelecimento de preços de bens e de serviços.

- **Inovações organizacionais:** referem-se à implementação de novos métodos organizacionais, tais como mudanças em práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas da empresa;

Máximo de 20 linhas

Sim, é inovação conjunta em produtos, serviços e processo, pois trata de uma nova abordagem de processamento dos resíduos, que lhes dá valor comercial agregado, diretamente, com o seu aproveitamento como matéria prima.

Pode-se dizer que também caracteriza uma inovação organizacional, quando contextualizado o procedimento atual para o processamento dos resíduos, que passa a ser totalmente diferente, ocorrendo, inclusive em chão de fábrica, com redução das áreas necessárias para o mesmo volume, além dos resultados totalmente diferentes, em todos os aspectos, humano, social, financeiro, ambiental.

3. MERCADO

3.1. Segmento de Clientes e Mercado Potencial

Quais são os seus segmentos de clientes? Ou seja, qual o perfil do(s) grupo(s) de pessoas ou empresas que vocês atendem com seus produtos e serviços? Onde eles se encontram? São clientes a nível regional, nacional ou global? Qual o tamanho deste mercado de potenciais consumidores, em quantidade e/ou volume de consumo? Se possível, apresente informações de fontes confiáveis que reforcem o tamanho do mercado potencial. Máximo de 20 linhas.

Os clientes são todos os geradores de resíduos. Prefeituras, os comércios e indústrias, considerados grandes geradores, são clientes em potencial.

Estes clientes estão em todas as cidades do país.

Pelas características do produto manipulado pela empresa, é importante apontar que o tamanho do mercado é determinado em razão de critérios observados pela empresa, conforme a sua planificação. Há como elemento objetivo central a informar esta planificação, que é a distância desde o gerador até o parque industrial, uma vez que afeta o custo operacional. Sendo assim, esta unidade a ser instalada em Mercedes, deverá atender a uma região que alcança uma população de estimados 350 mil habitantes e cidades de médio porte, o que garante a clientela necessária para manter o negócio.

A demanda é orgânica, aumentando na medida em que aumentam os geradores, dentro de um círculo virtuoso em que, maiores volumes apontam menores custos e estes geram novos negócios e assim, se retroalimentam. Neste contexto a planta



Esthefani

UTR 21 com capacidade imediata de 12 toneladas diárias, deverá ser ampliada conforme a demanda do mercado, com planejamento de, a partir do 3º ano, atender um volume diário de 50 toneladas de resíduos.

3.2. Análise da Concorrência

Como é a concorrência no segmento em que atua? São muitos concorrentes? Eles já estão bem estabelecidos no mercado? Faça uma análise geral do nível de concorrência no segmento, tanto de concorrente diretos (com soluções similares a sua) quanto de produtos substitutos (soluções diferentes, mas que ajudam a resolver a mesma necessidade vivida pelo cliente). Faça também uma análise individualizada de pelo menos três dos principais concorrentes diretos, identificando seus pontos fortes, pontos fracos e seus diferenciais em relação a eles. Máximo de 20 linhas.

Os concorrentes diretos, são os aterros sanitários. Produzem chorume e gás metano. valor elevado para instalação e com vida útil determinada, de 20 anos. Estão situados em poucos locais do Estado, pelo que envolvem também transporte elevando o custo.

O paralelo de concorrentes diretos é com aterros.

1 - a planta de tratamento UTR 21 é indústria, não há necessidade de nova área com o passar do tempo. Se precisar mudar de local, o local atual fica disponível para outra atividade.

2 - o custo de implantação é inferior ao de um aterro;

3 - a menor UTR 21 (12 toneladas), gera 16 postos de trabalho direto, sendo plantas sustentáveis, o que permite pulverizar plantas em curtas distâncias, reduzindo custos;

4 - a solução está 100% de acordo com as exigências legais do PNRS;

5 - o preço praticado pela empresa é abaixo do preço do aterramento;

6 - o tratamento dado aos resíduos é de despoluição e gera ativos financeiros, sociais, ambientais.

3.3. Precificação

Quais são os preços praticados pela sua empresa? Em relação aos principais concorrentes, eles são menores, maiores ou estão dentro da mesma faixa? Os clientes enxergam sua empresa (e produtos e serviços) como competitiva em preços ou de qualidade elevada (e por isso se dispõem a pagar um pouco mais caro)? Máximo de 10 linhas

Os preços para o recebimento e destinação final dos resíduos CLASSE II, se situam na faixa inicial de R\$ 122,03 por tonelada recebida, abaixo do preço praticado pela concorrência.

Mesmo se o preço fosse maior, a qualidade do tratamento e os resultados secundários, estimulariam os clientes ao pagamento de valor maior.

Notadamente para entes públicos, há os apelos: redução de poluição, e em consequência, menores gastos com saúde; eliminação da necessidade de nova área para aterro; redução de custos com transbordo; atendimento da legislação ambiental; geração de emprego e renda; oportunidades de novos negócios agregados.

3.4. Vendas e Distribuição

Como você vende para seus clientes? As vendas são feitas pelos sócios, funcionários, representantes



comerciais, pela internet, etc.? E como os produtos ou serviços chegam até os clientes finais? Diretamente pela empresa, através de distribuidores, varejistas, internet, etc.? Máximo de 10 linhas.

O negócio da empresa é SERVIÇOS, e estes chegam aos clientes pelo recebimento dos seus resíduos mediante contrato privado ou licitações.

Na medida em que há a contratação, o serviço está disponível.

No planejamento está prevista a geração de produtos a partir da transformação, será montada uma linha de distribuição para cada produto, conforme a sua natureza e dentro da eficiência logística mais adequada, quando será analisada.

3.5. Promoção e Comunicação

Como você divulga sua empresa, produtos e serviços? Como os clientes ficam sabendo que vocês existem? Há material impresso (tipo folder), website, redes sociais, anúncios em diferentes formatos (jornais, revistas, internet, etc.)? Máximo de 10 linhas.

Os serviços de coleta e transporte já são conhecidos por contratos executados. A planta da UTR 21 de processamento de resíduos, de Mercedes, deverá ser a primeira. Uma vez consolidado o projeto, a divulgação se dará por internet e anúncios, stands em eventos tanto de prestadores de serviços que possam se interessar pela franquia da UTR 21, como eventos de potenciais clientes.

Outra frente se dará por representantes que farão visitas protocolares, oferecendo folders com a solução da empresa.

4. GESTÃO

4.1. Perfil da Equipe

A empresa possui colaboradores? Se sim, descreva qual o perfil dessa equipe preenchendo o quadro abaixo. Insira quantas linhas forem necessárias. Se não houver funcionários, informe isso no quadro.

Nome	Função/Cargo	Vínculo Empregatício (CLT, MEI, etc.)	Escolaridade Máxima (para graduações, especializações e cursos técnicos, informar a área)	Qtde de anos de experiência na Função/Cargo (incluindo em empregos anteriores)
Não há funcionários atualmente				

4.2. Fornecedores e Parceiros

Quais são seus principais fornecedores? Existem fornecedores na região que atendem sua empresa? Quais são eles (nome e cidade)? A empresa conta com algum tipo de parceiro? Quais? Como se dá esta parceria, ou seja, quais são os benefícios para ambas as partes? Máximo de 10 linhas.



Atualmente não há fornecedores, em decorrência de a empresa precisar instalar a primeira planta para processar.

4.3. Aspectos Legais de Operação

O negócio exige autorizações especiais para funcionamento? Os sócios conhecem todas elas? Quais são os aspectos legais de operação? Existem legislações específicas que vocês devem observar para exercer legalmente a atividade? Quais são os órgãos que regulam a operação? Precisa de autorizações e/ou certificados da Vigilância Sanitária, do Ministério da saúde, do MAPA, etc.? Máximo de 10 linhas.

Sim, a operação é considerada POTENCIALMENTE POLUIDORA, pelo fato de manipular resíduos. Sendo assim, são exigidas as licenças do IAT.

A empresa possui as licenças (LAS e LO) do IAT, para transporte e para a operação. Na medida em que tenha o local para a instalação da UTR 21, será apresentado o pedido de LI/LO no local - estas licenças dependem da "CERTIDÃO DE NÃO ÓBICE" emitida pelo município, dizendo que a área pode receber o empreendimento.

4.4. Impactos Sociais

O produto/serviço ou a operação da empresa geram impactos sociais positivos ou negativos significativos? Trata-se de um negócio que transformar a realidade social atual de pessoas? Como? Ela pode prejudicar de alguma coletividade? De que forma? E o que a empresa faz para amenizar este eventual impacto negativo? Lembrando que nem todos os negócios geram impactos sociais relevantes. Máximo de 10 linhas.

Positivos. O resultado do negócio da empresa, atinge toda a população. Diretamente, com empregos, com dignidade das condições de trabalho. A população em geral, com a redução de custos dos RSU, caso o ente público opte futuramente pela solução, o que implica na redução de vetores, roedores, peçonhas, contaminação de águas etc, que influi na saúde pública como um todo. O processo da empresa controla e aproveita o gás metano, gerando energia; os efluentes, são destinadas no biodigestor, com o que não há chorume.

Se tiver que considerar, então a empresa trará impactos sociais positivos.

4.5. Impactos Ambientais

O processo produtivo de fabricação dos seus produtos ou a prestação dos seus serviços geram impactos ambientais significativos? E a utilização dos produtos/serviços pelos clientes? Quais são os aspectos da legislação ambiental que precisam ser observados para a correta operação de seu empreendimento? O que fazer para minimizar eventuais impactos ambientais negativos? Lembrando que nem todos os negócios geram impactos ambientais relevantes. Máximo de 10 linhas.

O impacto ambiental positivo é o maior valor da empresa. Como já descrito acima, todo o processo é PROCESSO DE DESPOLUIÇÃO, é processo que elimina passivos históricos como chorume e gás metano, evita contaminações de mananciais, do ar.

Conforme a empresa é geradora de energia, ela soma na geração alternativa que reduz os impactos da geração pela concessionária.

5. CAPITAL

5.1. Investimentos



É necessário fazer novos investimentos no negócio? Se sim, que investimentos seriam estes? Quais os investimentos para ocupar o espaço pleiteado no Programa Municipal Maternidade Empresarial? Descreva no quadro abaixo quais são os investimentos necessários (ex: obras, máquinas, equipamentos, mobiliário, etc.) e os respectivos valores para cada um deles. Insira quantas linhas forem necessárias. Ao final, some o total de investimentos. Caso não haja necessidade de investimentos, informe isso no quadro

DESCRIÇÃO DO INVESTIMENTO	VALOR DO INVESTIMENTO (EM R\$)
Há investimentos na instalação dos equipamentos, adequando-os ao espaço. Serão investimentos próprios.	
VALOR TOTAL DOS INVESTIMENTOS:	250.000,00

5.2. Fontes de Recursos

Quais fontes de recursos a empresa utilizará para realizar os investimentos necessários? O fluxo de caixa da empresa comporta estes investimentos com recursos próprios? Existe saldo suficiente em caixa ou em aplicações financeiras? Serão utilizados recursos dos sócios? Será necessário contratar algum financiamento ou empréstimo? Máximo de 10 linhas.

Para eventuais investimentos serão utilizados recursos próprios, de reserva de caixa. Conforme a planificação da empresa, o fluxo de caixa projetado permite realizar os investimentos necessários com reservas próprias. Caso seja necessário investir antecipando prazos e o caixa não disponha do valor a ser investido, então a empresa utilizará linha de crédito.

5.3. Resultados Financeiros Projetados

Utilize a planilha do PLANO DE APLICAÇÃO (ANEXO V-B do Edital) para realizar as projeções financeiras do empreendimento.

Cambé, 21/07/2021.

.....
Larissa Esthefani da Silva
RG 8.856.990-3
CPF 060.721.849-52
Sócia Administradora



Esthefani

ESTHEFANI SERVIÇOS DE RESÍDUOS LTDA - EPP			
22.206.063/0001-31			
PROJEÇÕES FINANCEIRAS ANUAIS			
	ANO 21 - 12 T/ DIA 16 EMPREGOS	ANO 22 - 34 T/DIA 29 EMPREGOS	ANO 23 51 T/DIA 44 EMPREGOS
1. RECEITAS OPERACIONAIS	R\$ 1.383.333,18	R\$ 2.390.446,00	R\$ 5.127.557,39
1.1. Venda de produtos e servi	R\$ 1.383.333,18	R\$ 2.390.446,00	R\$ 5.127.557,39
2. DESPESAS OPERACIONAIS	R\$ 1.192.053,13	R\$ 2.261.028,39	R\$ 3.641.863,56
2.1. FORNECEDORES E INSUMOS	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.1.1. Custo das mercadorias v	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.1.2. Custo dos serviços vendidos		R\$ -	R\$ -
2.2. IMPOSTOS E TAXAS	R\$ 151.278,95	R\$ 16.730,42	R\$ 35.551,11
2.2.1. Impostos sobre vendas			
2.2.2. Outros impostos e taxas	R\$ 151.278,95	R\$ 16.730,42	R\$ 35.551,11
2.3. DESPESAS COMERCIAIS	R\$ -	R\$ 149.040,00	R\$ 316.710,00
2.3.1. Fretes	R\$ -	R\$ 149.040,00	R\$ 316.710,00
2.3.2. Comissões sobre vendas	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.3.3. Viagens e estadias	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.4. DESPESAS COM PESSOAL	R\$ 480.430,56	R\$ 929.590,96	R\$ 1.388.659,84
2.4.1. Salários	R\$ 272.602,16	R\$ 527.461,18	R\$ 799.107,13
2.4.2. Encargos	R\$ 207.828,40	R\$ 402.129,78	R\$ 589.552,71
2.4.3. Transporte e Alimentação	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.4.4. Benefícios e outras desp	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.5. DESPESAS ADMINISTRATIVAS	R\$ 174.873,62	R\$ 492.227,01	R\$ 930.202,61
2.5.1. Aluguel e/ou Taxa do Ca	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.5.2. IPTU	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00
2.5.3. Água e esgoto	R\$ 18.742,50	R\$ 92.381,02	R\$ 118.748,73
2.5.4. Energia elétrica	R\$ 75.081,12	R\$ 261.783,24	R\$ 556.289,40
2.5.5. Telefonia e internet	R\$ 5.100,00	R\$ 4.320,00	R\$ 9.180,00
2.5.6. Honorários da contabili	R\$ 7.200,00	R\$ 14.400,00	R\$ 21.600,00
2.5.7. Manutenções em geral	R\$ 20.400,00	R\$ 40.832,75	R\$ 70.154,48
2.5.8. Material de escritório e c	R\$ 5.100,00	R\$ 5.760,00	R\$ 9.180,00
2.5.9. Segurança e vigilância	R\$ 7.500,00	R\$ 7.500,00	R\$ 7.500,00
2.5.10. Sindicatos	R\$ -	R\$ -	R\$ -
2.5.11. Seguros	R\$ 5.000,00	R\$ 7.500,00	R\$ 15.000,00
2.5.12. Outras despesas admin	R\$ 30.600,00	R\$ 57.600,00	R\$ 122.400,00
2.6. DESPESAS COM VEÍCULOS	R\$ 113.070,00	R\$ 161.040,00	R\$ 338.340,00
2.6.1. Combustível	R\$ 70.380,00	R\$ 99.360,00	R\$ 211.140,00
2.6.2. Seguro	R\$ 5.000,00	R\$ 7.500,00	R\$ 15.000,00
2.6.3. IPVA, DPVAT e taxa de li	R\$ 2.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 6.500,00



Esthefani

2.6.4. Manutenções, multas e	R\$ 35.190,00	R\$ 49.680,00	R\$ 105.700,00
2.7. REMUNERAÇÃO DOS SÓC	R\$ 272.400,00	R\$ 512.400,00	R\$ 632.400,00
2.7.1. Pro-labore	R\$ 32.400,00	R\$ 32.400,00	R\$ 32.400,00
2.7.2. Outras remunerações de	R\$ 240.000,00	R\$ 480.000,00	R\$ 600.000,00
3. RESULTADO OPERACION	R\$ 191.280,05	R\$ 129.417,61	R\$ 1.485.693,83
3.1. Lucratividade Operaciona	14%	5%	29%
4. Pagto de Financiamento	R\$ -	R\$ -	R\$ -
5. Desembolsos com invest	R\$ 76.512,02	R\$ 51.767,04	R\$ 594.277,53
6. RESULTADO FINAL	R\$ 114.768,03	R\$ 77.650,57	R\$ 891.416,30

Larissa Esthefani da Silva
CPF 060.721.849-52
ESTHEFANI SERVIÇOS DE RESÍDUOS LTDA
CNPJ Nº22.206.063/0001-31