

**CENTRO PAULA SOUZA**  
**ETEC JÚLIO DE MESQUITA – E.E ADAMASTOR DE CARVALHO**  
**Técnico em recursos humanos**

**FELIPE DAVID BREDÁ**  
**GABRIELLY CHERVENHAK**  
**GISLANE CARLA SANTANA**  
**JAQUELINE ALMEIDA DE OLIVEIRA**  
**JENIFFER DOS SANTOS BARBOSA**  
**MARIA CLARA CARDOSO**

**CONSULTORIA EM AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO**

**Santo andré**  
**2022**

**FELIPE DAVID BREDA  
GABRIELLY CHERVENHAK  
GISLANE CARLA SANTANA  
JAQUELINE ALMEIDA DE OLIVEIRA  
JENIFFER DOS SANTOS BARBOSA  
MARIA CLARA CARDOSO**

**CONSULTORIA EM AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO**

Trabalho de Conclusão de Curso em Recursos Humanos da Etec Júlio de Mesquita – Extensão Adamastor de Carvalho, orientado pela Prof. Cassia Maria Banfi como requisito parcial para a obtenção do título técnico em Recursos Humanos.

**Santo André**

**2022**

## **DEDICATÓRIA**

Dedicamos este trabalho de conclusão de curso primeiramente a Deus, por ter nos sustentado até aqui, aos nossos familiares e professores.

Agradecemos a todos do grupo pela dedicação e contribuição para que ele fosse realizado.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos a Deus por ter permitido que chegássemos até aqui. À nossa família por toda a dedicação e paciência contribuindo para que pudéssemos ter um caminho mais fácil e prazeroso durante este um ano e meio.

Agradecemos também aos nossos professores que sempre estiveram dispostos a nos ajudar e contribuir para um melhor aprendizado.

## RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso visa projetar a abertura de uma empresa de consultoria que tem como objetivo analisar a performance dos colaboradores, e através disso é possível medir e analisar as competências técnicas e comportamentais de cada colaborador. A Smart Desempenho tem como missão identificar e resolver estes problemas, fazendo avaliações constantes por um processo contínuo, pois ela visa estabelecer os resultados que precisam ser alcançados pelos colaboradores, acompanhar o processo de trabalho e fornecer um feedback constante.

**Palavras chaves: Empresa, Consultoria, Colaborador, Feedback, Competências, Processo**

## **ABSTRACT**

This course conclusion work aims to design the opening of a consulting company that aims to analyze the performance of employees, and through this it is possible to measure and analyze the technical and behavioral skills of each employee. Smart Performance's mission is to identify and solve these problems, making constant evaluations through an ongoing process, as it aims to establish the results that need to be achieved by employees, monitor the work process and provide constant feedback.

**Keywords: Company, Consulting, Collaborator, Feedback, Competencies, Process**

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2. EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO.....</b>	<b>11</b>
2.1 Empreendedorismo .....	11
2.1.1 Tipos de empreendedorismo .....	11
2.1.2 Características de um empreendedor .....	13
2.2 Inovação .....	<b>14</b>
2.2.1 Tipos de Inovação .....	14
2.2.2 Como Unir Empreendedorismo e Inovação .....	16
2.2.3 Por que inovar é importante .....	18
2.3 Empreendedorismo No Nosso Projeto .....	19
2.3.1 Inovação No Nosso Projeto .....	19
<b>3. LEGALIZAÇÃO DA EMPRESA .....</b>	<b>21</b>
3.1 Etapas do planejamento estratégico .....	22
3.1.1 Contratação do Contador .....	22
3.1.1.1 Contador da CSD .....	23
3.1.2 Definição Da Natureza Jurídica .....	23
3.1.2.1 Natureza Jurídica da CSD .....	23
3.1.3 Escolha do Nome .....	24
3.1.4 Escolha da atividade da empresa.....	24
3.1.4.1 Atividade da CSD .....	25
3.1.5 Definição do Local .....	25
3.1.5.1 Localização da CSD .....	26
3.1.6 Elaboração do Contrato Social .....	26
3.1.6.1 Nosso Contrato Social .....	26
3.1.7 Registro da empresa na Junta Comercial.....	26

3.1.7.1 Registro da Junta Comercial CSD .....	27
3.1.8 Inscrição Municipal e Estadual .....	27
3.1.8.1 Registro da CSD .....	27
3.1.9 Conectividade Social .....	28
3.1.9.1 Conectividade Social da CSD .....	28
<b>4. MARKETING .....</b>	<b>29</b>
4.1 Conceito de Marketing. ....	29
4.2 A importância do Marketing nas Empresas. ....	30
4.3 Definição de propaganda de Marketing .....	31
4.3.1 Segmentação de Mercado .....	32
4.3.2 Os 4 Ps .....	32
4.3.2.1 Produto .....	33
4.3.2.1.1 Produto CSD .....	33
4.3.2.1.2 Preço .....	33
4.3.2.1.3 Preço dos Nossos Serviços .....	33
4.3.2.1.4 Praça .....	34
4.3.2.1.5 Praça da CSD .....	34
4.3.2.1.6 Promoção .....	34
4.3.2.1.7 Promoção CSD .....	34
4.4 Pesquisa de Campo .....	34
4.4.1 Metodologia de Pesquisa .....	35
4.4.2 Gráficos.....	35
4.4.3 Análise da Pesquisa Realizada .....	39
4.5 Material de Divulgação .....	39
4.6 Logomarca da Empresa .....	40
4.6.1 Nossa Logomarca .....	40
4.6.2 Cartão de Visita .....	40
4.6.2.1 Nosso Cartão de Visita .....	41



4.7 Folder .....	41
4.7.1 Nosso Folder .....	42
<b>5. RECURSOS HUMANOS .....</b>	<b>43</b>
5.1 Definição de Recursos Humanos .....	43
5.1.2 História do Recursos Humanos .....	43
5.1.3 Importância do Recursos Humanos nas empresas .....	44
5.1.4 Os desafios enfrentados pelo Recursos Humanos .....	46
5.1.5 O Recursos Humanos Nos Dias Atuais .....	48
5.2 Cultura e Clima Organizacional .....	49
5.3 Recrutamento e Seleção .....	50
5.3.1 Recrutamento e Seleção na CSD .....	51
5.4 Treinamento e Desenvolvimento .....	51
5.4.1 Treinamento e Desenvolvimento da nossa empresa .....	52
5.5 Segurança de Trabalho e Qualidade de Vida .....	53
5.5.1 Segurança de Trabalho da CSD .....	53
5.6 Funcionários e Cargos – CBO.....	54
5.6.1 CBO da Nossa Empresa .....	54
5.7 Organograma .....	55
5.7.1 Organograma da CSD .....	56
5.8 Benefícios .....	56
5.8.1 Benefícios da CSD .....	57
<b>6. PLANO DE NEGÓCIOS .....</b>	<b>58</b>
6.1 Serviços Oferecidos .....	58
6.2 Objetivo .....	58
6.3 Cronogramas .....	59
6.3.1 Cronograma de A.D .....	59
6.3.2 Cronograma Treinamento .....	59

6.4 Execução do Serviço .....	60
6.5 Execução do Serviço de Treinamento .....	60
6.6 Investimento .....	61
6.6.1 Resumo do Investimento do Projeto .....	61
6.6.2 Resumo do Investimento do Treinamento .....	61
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>64</b>
<b>Referências .....</b>	<b>65</b>
<b>APENDICE A .....</b>	<b>67</b>
3.1.6.1 Anexo I, página nº 26 .....	69

## 1 INTRODUÇÃO

A Avaliação de Desempenho é uma importante ferramenta de Gestão de Pessoas. É através dela que a empresa pode medir o grau de contribuição e envolvimento dos colaboradores na determinação e execução de seus objetivos individuais e corporativos. Contribui para o desenvolvimento das pessoas e fortalece o processo “ganha-ganha”, na qual a empresa cresce e remunera, enquanto o colaborador promove melhorias - é melhor remunerado.

Além do desenvolvimento das pessoas, a Avaliação de Desempenho tem também como objetivos o apoio às tomadas de decisões sobre possíveis promoções, aumento de salário ou oportunidades futuras de crescimento em outras áreas da empresa, além de propiciar um feedback aos funcionários, ajudando-os a melhorarem seus desempenhos e aumentar o grau de motivação. O desempenho reflete no sucesso da própria empresa, pois a empresa ao se desenvolver, desenvolve pessoas e essas a organização.

Vale destacar que as avaliações por si só não trazem benefícios, elas trazem resultados e geram análises, que serão utilizados e acompanhados em ciclos contínuos.

Quando a avaliação de desempenho passa a ser realizada continuamente, ela tem o poder de contribuir significativamente com o crescimento de cada profissional e, logo, da empresa. Sendo assim, é importante definir uma periodicidade para esse processo para que os colaboradores se engajem com ele.

Ao mesmo tempo, os gestores começam a ter condições de tomar decisões mais assertivas em relação aos colaboradores. Isso porque passam a entender melhor qual o perfil de trabalho de cada colaborador. Dessa forma, torna-se viável novas possibilidades para remanejamento interno de colaboradores, além do oferecimento de bonificações e premiações aos funcionários que mais se destacarem na avaliação.

A empresa também consegue identificar lacunas de conhecimento dos seus colaboradores. Ao ter conhecimento das competências e áreas que mais precisam de intervenção, o RH tem o poder de facilitar o desenvolvimento das pessoas por meio de treinamentos e capacitações. Essas abordagens certamente irão resultar em mais produtividade, engajamento e motivação, o que conseqüentemente diminui as taxas de absenteísmo e turnover.

## 2. EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

### 2.1 Empreendedorismo

Empreendedorismo significa a capacidade de projetar novos negócios ou de idealizar transformações inovadoras ou arriscadas em companhias ou empresas.

No geral, o empreendedorismo é uma maneira de criar oportunidades ou reinventar um negócio para gerar lucros.

A análise do conteúdo serve para a criação de novas oportunidades, criar maneiras de resolver os problemas e solucioná-los para o consumidor tanto do produto quanto do serviço.

Uma das primeiras pessoas a usar o termo empreendedorismo, foi o economista austríaco Joseph Alois Schumpeter, que publicou em 1942, “Teoria da destruição criativa” – livro: Capitalismo, socialismo e democracia, onde a teoria explica a necessidade do empreendedorismo em achar a necessidade do consumidor e saber utilizá-la de forma que seja resolvida.

#### 2.1.1 Tipos de empreendedorismo

No momento temos diversos tipos de classificação do empreendedorismo.

São eles:

##### A. Empreendedorismo Corporativo

Quando o funcionário faz acontecer dentro da empresa em que trabalha. Podendo ser chamado de Intra empreendedorismo. O funcionário, além de estar ajudando o local que trabalha, ainda está construindo um excelente currículo.

##### B. Empreendedorismo de pequenos negócios/ Empreendedorismo Feminino

Está diretamente relacionado ao negócio próprio ou familiar de pequeno porte. O foco geral fica na expansão da venda e comércio de seus produtos. Exemplos: EPP, ME e MEI.

### **C. Empreendedorismo de digital**

Com grande crescimento no Brasil, vem tomando grande parte do mercado.

Segue a linha de criação de novas e inéditas ideias, como exemplo, temos: Netflix, Uber, iFood e Air BNB. O funcionário, além de estar ajudando o local que trabalha, ainda está construindo um excelente currículo.

A ideia principal, além da melhora e inovação de serviços já existentes, é o uso da tecnologia.

Facilitando a vida dos usuários e de alguma maneira, diminuindo o custo e distribuindo melhor o ganho de dinheiro por ser menos burocrático

### **D. Empreendedorismo Social**

Como o próprio nome diz, significa melhorias para a sociedade, ou comunidade específica, deixando o ganho de lucro em segundo plano.

Apesar do foco, não ser o lucro, dependendo do projeto, ainda é possível torna-lo rentável. As áreas que mais ocorrem esse tipo de empreendedorismo são: como proteção ao meio ambiente, educação, serviços sociais, inclusão na saúde ou atividades culturais.

### **E. Empreendedorismo sustentável ou verde**

Com grande crescimento de cuidados com o meio ambiente, esse tipo de empreendedorismo vem crescendo e se expandindo significativamente. Além de visar lucros, existe a preocupação com a preservação ambiental

O eixo mais produtivo para isso é o de aplicativos. Por serem 100% digitais, conseguem conectar pessoas, ideias e locais com maior rapidez e facilidade.

Um bom exemplo de empreendedorismo sustentável é o aplicativo LOOP, que faz a conexão de usuários para a troca de bicicletas ou o

BOOMERA que recicla matérias de difícil decomposição como fraldas descartáveis fazendo parceria com cooperativas de coletores de lixo.

O empreendedorismo está diretamente ligado a se renovar, criar estratégias e fazer o diferencial para se destacar, não é necessariamente criar produtos ou serviços, mas se renovar com formas criativas e envolver o consumidor de forma mais agradável possível.

Para isso, é necessário que o empreendedor, esteja focado em perceber as necessidades dos consumidores e do próprio mercado geral, facilitando a comunicação entre vender e fazer acontecer.

## **F. Empreendedorismo informal**

Com grande parte de pessoas realizando esse tipo de empreendedorismo, ele não segue leis, não pagam os impostos e mesmo assim, gira grande parte da economia.

## **G. Empreendedorismo de franquias**

São empresas de grande renome no mercado, onde oferece a pessoas a oportunidade de abrirem um negócio já solidificado no mercado, seguindo regras impostas por elas. Sendo assim, existe pouca flexibilidade de inovação ou mudança, porém, com margem de segurança e plano de lucros.

## **H. Cooperativo**

Como o próprio nome sugere, é o empreendimento que junta empreendedores que conseguem trabalhar juntos de diversas maneiras e em diversos ramos de atividade

### **2.1.2 Características de um empreendedor**

A principal característica de um empreendedor, é saber resolver problemas em determinadas situações (geralmente complicadas), saber indentifica-las, achar uma solução e torna-las rentável.

O ponto principal para que isso aconteça, gira em torno de estudos que possam favorecer o desenvolvimento de talentos e características próprias. Para alcançar o sucesso, podem existir alguns pontos necessários para tal:

- **Autoconfiança:** Acreditar em si mesmo
- **Coragem:** Não temer fracasso, rejeição
- **Persistência:** Insistir em suas ideias, e procurar ajusta-la para chegar ao sucesso.
- **Resiliência:** Não desistir facilmente e superar os desafios para que novos cheguem

## 2.2 Inovação

Inovar é o ato de criar algo que possa ser útil, diferenciado do que já existe e que faça um bom mercado para assim, gerar lucro. Está relacionada também em criar soluções e quebrar padrões.

Estar ligado à inovação, não somente quer dizer que a empresa está seguindo tendências do mercado, mas que está pronta para disputas com a concorrência.

Segundo o consultor de administração, Peter Drucker, “Qualquer mudança no potencial produtor-de-riqueza de recursos já inexistentes constitui inovação. (1987).”

Além de gerar valores, o RH inovador pode também desenvolver estratégias que podem agregar bem-estar e qualidade de vida, tanto para seus clientes, como para seus colaboradores.

### 2.2.1 Tipos de Inovação

#### A. Inovação de produto

A inovação de produto se dá pela inserção de um novo produto no mercado, onde é definido como um novo produto aquele que apresenta novos recursos e funções, isto é, essas novas funções irão inserir um valor inédito para o cliente daquele segmento.

## **B. Inovação de serviço**

A inovação de serviço ocorre quando é adicionado um novo serviço ao portfólio da empresa.

Inovar em serviços gera ainda mais benefícios para os clientes da empresa, ou até mesmo criando uma unidade de negócio. Isso é, quando o serviço em questão é capaz de se sustentar sozinho

Dentro de uma organização, um exemplo de inovação em serviços é o caso das linhas aéreas, que no exterior possui uma categoria de voos mais baratos, e seu serviço é mais enxuto.

## **C. Inovação em processo produtivo**

Inovar os processos é um dos tipos de inovação que objetivam a melhoria da capacidade produtiva de determinada operação ou de toda cadeia produtiva.

Essa inovação em processos produtivos pode ter como o seu objetivo principal a diminuição de custos, aumento de produção, melhor qualidade de seus produtos, aumentar o controle e reduzir o retrabalho, entre diversos outros.

## **D. Inovação em modelo de negócios**

A inovação de modelo de negócios ocorre, principalmente, nas startups mais famosas do mundo, que são pioneiras nos seus modelos de negócio.

Portanto, a inovação em modelo de negócio se trata basicamente de como a organização entrega o valor para o cliente e irá receber o retorno financeiro por isso.

## **E. Inovação tecnológica**

Podemos definir a inovação tecnológica como um tipo de inovação em que se agrega novas tecnologias a um produto ou serviço.

Como exemplo, podemos citar a Wi-fi, que permite a conexão à internet sem a necessidade de um cabo ligando o roteador ao computador.



## **F. Inovação logística**

A inovação na logística, se dá por inovações no transporte e distribuição de determinados produtos e serviços.

O principal objetivo da inovação da logística é agilizar suas entregas, aumentar a eficiência e criar formas de alcançar os consumidores.

Um exemplo da inovação logística são as entregas feitas utilizando drones, dos produtos comprados online na Amazon.

## **G. Inovação em Marketing**

Diferente do que muitos podem pensar, a inovação em marketing se trata de novas formas de se captar clientes para as empresas, e não só publicidade e propaganda.

Essas novas formas podem ocorrer de diversas formas, utilizando redes sociais, automação de marketing, entre diversas outras formas que permitam alcançar novos clientes.

### **2.2.2 Como Unir Empreendedorismo e Inovação**

Inovar por inovar não faz um empreendimento de sucesso. A ideia também precisa trazer retorno financeiro, além de exigir coragem para fazer o que ainda ninguém fez. Assim, a fusão entre empreendedorismo e inovação não pode sair do radar do projeto, pendendo para um dos dois lados — ao contrário, é preciso equilíbrio.

#### **Focar nas pessoas:**

É importante pontuar que inovação gera um valor que é sentido e percebido nitidamente. Empresas inovadoras conhecem seus consumidores e levam muito a sério os seus anseios, necessidades e hábitos, colocando-os no centro do desenvolvimento de produtos e serviços. Sem focar no cliente, ele certamente não perceberá valor e, conseqüentemente, não validará a inovação do negócio.

A Uber tocou em pontos latentes e definitivos para os clientes: o controle sobre o preço, eliminando a desconfiança que existia com os taxímetros, além da agilidade, uma vez que qualquer carro que está passando pode se tornar o motorista.

Com isso, acabou ampliando muito o mercado e modificando o pensamento sobre mobilidade urbana. Além de atender melhor as pessoas que já tinham o costume de usar o táxi, o Uber acabou agregando outros públicos que, atualmente, preferem usá-lo a enfrentar um ônibus.

### **Envolver os times**

A inovação nos negócios começa de dentro para fora. Toda empresa é capaz de aplicar ferramentas, processos e práticas inovadoras.

Mas apenas empresas que conseguem colocar o conceito em prática no seu dia a dia conseguem lançar produtos que serão considerados inovadores pelos consumidores. Portanto, é preciso otimizar e criar processos, aplicar uma abordagem diferente na hora de resolver problemas e automatizar processos internos — esses são alguns exemplos simples de como encorajar a inovação.

Dentro de cada empresa, quando o nível mais alto de gestão adere a esse critério, qualquer pessoa pode ser inovadora. O mais importante, nesse contexto, é o desenvolvimento de habilidades para que a equipe mude o modelo de pensar, revendo todos os componentes do negócio e trabalhando juntos para oferecer valor ao consumidor.

### **Quebrar paradigmas**

Para alcançar a inovação, cada negócio precisa encontrar as abordagens mais indicadas para isso, buscando aquelas que mais se adequem à missão de gerar valor para o cliente. O business design é um exemplo claro de abordagem inovadora.

Empresas utilizam o business design para resolver desafios complexos dentro do negócio e desenvolver novos modelos, produtos ou serviços. Essa é uma abordagem que mantém sempre o foco no cliente e utiliza a experimentação de forma interativa para desenvolver conceitos.

### 2.2.3 Por que inovar é importante

A palavra empreendedorismo se refere à um comportamento de liderança, iniciativa e descobertas. Essas habilidades são fundamentais não apenas para os gestores, empresários ou donos de um negócio. Funcionários com perfil empreendedor podem aperfeiçoar serviços e desenvolver soluções para problemas ou novas formas de executar alguma atividade.

Não por acaso, a busca por trabalhadores-empresendedores tem crescido tanto no mercado. Empreendedorismo e inovação são como dois lados de uma mesma moeda, que se estiver parada não tem valor algum. Para empreender é preciso ter espaço para criar, colocar ideias em prática e de fato inovar. Nenhuma empresa que fique “engessada no tempo” poderá se sustentar a longo prazo e continuar crescendo no mercado. Basta observar alguns empreendimentos que foram atingidos por novas tecnologias, como as locadoras de filmes, que foram altamente impactadas com os serviços de streaming e assinaturas online. Muitos estabelecimentos fecharam e estão em extinção. No entanto, aqueles que resolveram inovar, oferecendo novas experiências aos clientes, com espaços diferenciados ou investindo em nichos específicos, como de filmes clássicos ou de outras nacionalidades, têm sobrevivido.

De fato, é provável que se as empresas não investirem em inovação, estarão fora do mercado nos próximos anos. Quem fez essa previsão foi Carlos Faccina, Chanceler das Universidades Anhembi Morumbi e BSP, que integram a rede Laureate International, durante o Fórum de Administração 2018. Para o Chanceler, as habilidades necessárias para uma boa gestão no passado não são mais suficientes para garantir que as empresas vão sobreviver. “A inovação exige o cumprimento de determinados pré-requisitos nas empresas, entre os quais a compreensão de que as pessoas são diferentes e são talentosas à sua maneira, cabendo à empresa conciliar as diferenças”, explicou Faccina. O representante também criticou o modelo convencional das estruturas organizacionais que ainda é muito comum nas empresas e isso se reflete no desenvolvimento dos produtos e soluções. Para ele, a criatividade e a inovação exigem a quebra dos modelos convencionais de gestão. “Basta observar que dos 100 produtos lançados nos últimos cinco anos, apenas

cinco podem ser classificados como sucessos e os demais seguem para o esquecimento”, destacou.

## **2.3 Empreendedorismo No Nosso Projeto**

Ao pensar em como montar nossa empresa de avaliação de desempenho, pensamos no que desejamos para a sua construção.

Na nossa empresa teremos a habilidade de criar avaliações de desempenho e apresentar os melhores resultados possíveis.

Para que isso aconteça, usaremos a análise de desempenho como ferramenta para analisar os resultados de uma empresa.

Para que isso ocorra de maneira mais eficiente possível, vamos avaliar a produtividade dos colaboradores e gerencia, faturamento e a qualidade dos serviços e produtos prestados ao cliente.

Após o estudo aplicado, iremos focar em sanar erros, criar melhorias e implementar planejamentos para otimização de tomadas assertivas decisões.

Para que isso ocorra de maneira ágil, seguiremos

1. Estabelecimento de objetivos da empresa;
2. Criação do planejamento de ciclos a serem seguidos;
3. Mapeamento de comportamentos e competências das funções analisadas;
4. Análise e criação de estratégias de solução de “ERROS”
5. Treinamento dos colaboradores para sanar qualquer “problema” encontrado.

### **2.3.1 Inovação No Nosso Projeto**

A inovação está presente no dia a dia de todos, principalmente em micro e pequenos empreendedores, como nós, que buscamos apresentar uma nova ideia para o mercado e, assim, consolidar o próprio negócio em um caminho promissor e inovador. Na nossa consultoria, inovação está associada ao sucesso da nossa ideia.

Ou seja, não adianta descobrir ou criar algo, se não vamos avaliar a nossa aceitação sobre os clientes .A Inovação da nossa empresa está ligada a melhoria de serviço, A nossa inovação tem o potencial de atender à alta expectativa dos consumidores, uma vez que eles estão inseridos em um contexto de mudanças absurdamente rápidas..

### 3. LEGALIZAÇÃO DA EMPRESA

A legalização em uma empresa deve ser algo colocada em prática e em pauta. Nesse processo, existem impostos a serem pagos, oferecimentos de benefícios e garantias de direitos tanto para o colaborador quanto para o empresário. Por trás de todo o processo existe um governo e a Receita Federal que necessitam e exigem um rigoroso controle sobre a empresa em questão. No Brasil, para a abertura de uma empresa, existem impostos que devem ser pagos e é necessário garantir uma integridade na prestação de serviços ou comercialização de produtos, para que exista a garantia de que o consumidor não será prejudicado ou que haja qualidade duvidosa.

A legalização de uma empresa pode variar de lugar para lugar e assim ocorrer maneiras diversas para a realização da mesma. Existem algumas regiões em que será necessário permissões e/ou alvarás de órgãos com Inmetro, vigilância sanitária, bombeiros entre outros.

O maior atrativo para a regulamentação de uma empresa e gerar notas fiscais e conseqüentemente o pagamento de impostos, além de garantir direitos à todos que nela estão.

Na maioria dos casos, o processo ocorre da seguinte forma:

- elaboração do contrato social ou estatuto;
- definição da CNAE;
- obtenção do CNPJ perante a Receita Federal; o registro na Junta Comercial ou Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas;
- inscrição estadual;
- obtenção do alvará de localização e funcionamento;
- registro no INSS.

A legalização de uma empresa se faz necessária, além dos fatos já relatados acima, pois é crucial para que haja captação de recursos de bancos, emissão correta de nota fiscal, saber corretamente sobre rendimentos, etc. Existe também a possibilidade da perda de cliente caso a empresa não esteja regularizada.

Outro fator é que a tributação de empresa pode ser menor do que a de pessoa física.

Inicialmente a empreendedorismo deve apresentar os seguintes documentos para a abertura da futura empresa:

- Cópia autenticada do RG;
- Cópia simples do CPF;
- Certidão de casamento (se for casado);
- Carteira do órgão regulamentador (como OAB, CRA, CREA, CORE, entre outros);
- Cópia simples do comprovante de endereço residencial;
- Última declaração do IR (Imposto de Renda).

Já os documentos da futura empresa são:

- Cópia simples do comprovante de endereço comercial onde será a sede da empresa (se for diferente do endereço residencial);
- Cópia do IPTU (Imposto Predial e Territorial Urbano) ou de outro documento que conste a Inscrição Imobiliária, ou Indicação Fiscal do imóvel que irá abrigar o estabelecimento;
- Atividades da empresa;
- Nome fantasia da empresa.

Também, se houver outros sócios na empresa, será necessário enviar os mesmos tipos de documentos de cada um deles.

### **3.1 Etapas do planejamento estratégico**

#### **3.1.1 Contratação do Contador**

Contratar um contador ou um escritório de contabilidade pode contribuir muito para o crescimento de uma empresa, seu trabalho vai além da burocracia, tem um papel direto na minimização dos riscos do negócio e, claro, na redução de custos e na abertura do negócio certo.

### **3.1.1.1 Contador da CSD**

Na Smart Desempenho contratamos a Bruna Santos, da empresa Solucion, localizada em São Caetano. Com o CRC: 651290/98

Ela tem cuidado da contabilidade da empresa entregando ótimos resultados

### **3.1.2 Definição Da Natureza Jurídica**

A natureza jurídica da empresa é o regime jurídico em que está registada, ou seja, a relação da pessoa coletiva pública ou privada com o exame a efetuar pela fiscalização na respectiva empresa, em mais do que consta nos dados da empresa nos registros da administração pública.

Assim, no processo de formalização de uma empresa, tornou-se imprescindível estar informado sobre a natureza jurídica da empresa, pois cada natureza jurídica exige diferentes formas de aplicação das regras entre si para as empresas.

É importante lembrar também que sua escolha deve ser informada no momento da abertura de uma empresa, pois deve constar no contrato social juntamente com outros dados como atividades, localização, participação de sócios etc.

Para entender a natureza jurídica de uma empresa após a constituição, além de constar no contrato social (acessível no site da Comissão Comercial), ela pode ser encontrada consultando seu CNPJ ou acessando o Portal da Transparência. De posse dessas informações, você poderá entender não apenas a natureza jurídica da empresa, mas também todos os tipos societários da empresa, a fim de descobrir qual o tipo de empresa mais vantajoso para o seu negócio.

No entanto, é importante ressaltar que todo o processo deve ser feito, ou ao menos acompanhado, por um escritório de contabilidade para evitar erros, atrasos ou multas.

#### **3.1.2.1 Natureza Jurídica da CSD**

A Smart Desempenho é uma Empresa LTDA, onde possui uma estrutura societária que dispõe de personalidade jurídica própria, distinta dos acionistas e diretores (administradores).



### **3.1.3 Escolha do Nome**

O nome da empresa torna-se tão importante quanto ao funcionamento da mesma, para que se possa haver distinção das demais encontradas no mesmo ramo. Existe também a função de passar confiança e credibilidade ao cliente.

Fica então entendido, que é fundamental que seja escolhido um nome para identificação do público.

Smart desempenho, vem do principal motivo do nome em inglês, inteligente. Usamos de maneira inteligente, ferramentas para que possamos melhorar a sua empresa.

### **3.1.4 Escolha da atividade da empresa**

Uma linha de negócios é a definição do segmento em que uma empresa irá atuar. Separadas em três categorias, industrial, comercial e de serviços, dentro de cada categoria estão algumas capacidades operacionais, como fabricar um produto, vender ou prestar um serviço.

Quando se está prestes a iniciar um negócio, vários fatores devem ser estudados e levados em consideração.

Por exemplo, o objeto da sua empresa definirá no contrato o objeto da sua empresa e quais atividades serão realizadas.

Além disso, é necessário escolher a natureza jurídica, que define as regras que os sócios comanditados devem respeitar, as obrigações, direitos e vantagens da sociedade.

Dentre os tipos de natureza jurídica, sua empresa pode ser MEI (Microempresa Individual); Eireli (Sociedade Individual de Responsabilidade Limitada); Sociedade de Responsabilidade Limitada, Sociedade de Responsabilidade Limitada; ou sociedade unipessoal limitada.

Além do tipo de negócio que pode ser aberto, também é necessário selecionar a CNAE (Classificação Nacional de Atividade Econômica) adequada. Este código identifica os produtos fabricados e/ou comercializados, bem como os serviços prestados por uma empresa. Com base nisso, é determinado o escalão de tributação da sua empresa, ou seja, quais os impostos a pagar, quais as obrigações acessórias transitadas e quais os incentivos fiscais que o podem beneficiar.

### **3.1.4.1 Atividade da CSD**

Definindo o ramo da nossa atividade baseada em nossas prestações e serviços, foi registrado e definido o código 7020-4/00 – Assessoria e consultoria em Recursos Humanos. Pois além de termos conhecimento neste segmento, é uma área na qual temos interesse em trabalhar.

### **3.1.5 Definição do Local**

A localização da localização da empresa está diretamente relacionada ao sucesso ou fracasso do negócio. Por exemplo, uma loja de sapatos fora do local tem mais probabilidade de falir do que uma loja de varejo localizada em um local frequentado pelo público-alvo.

A escolha do endereço é um dos passos mais importantes do seu plano de negócios, responsabilizando-o pela sustentabilidade do seu negócio.

O plano de uma cidade deve atender a todas as necessidades de seus habitantes.

Diante disso, a localização de cada projeto precisa ser bem pensada e escolhida. Gestão eficiente junto ao consumidor, com sistemas e soluções que respeitam a natureza.

Por exemplo, um supermercado pode estar localizado perto de uma área residencial. O tráfego de pedestres nas proximidades mantém os clientes conectados à marca e evita longas viagens pela cidade.

Nesses momentos, todos os envolvidos ganham. Enquanto a empresa fortalece o relacionamento com o mercado, o consumidor pode economizar tempo no dia a dia e ter mais oportunidades de se reencontrar com a família.

Além disso, há menos emissões gasosas na atmosfera porque esses serviços não precisam percorrer longas distâncias.

Vale ressaltar que a importância da localização está diretamente relacionada à redução de custos e aumento de lucros. Negócios em locais estratégicos equilibram fatores logísticos e de consumo, tornando tudo mais fácil e tranquilo para seus gestores.

### **3.1.5.1 Localização da CSD**

Investindo na divulgação da empresa, a CSD conta com a sua localização em um ponto estratégico, o qual torna que a visibilidade dela seja de maior abordagem. Nossa empresa é localizado na Rua José Francisco, 540 – Centro - Santo André/SP

### **3.1.6 Elaboração do Contrato Social**

O Contrato Social é a certidão de nascimento da empresa. Nele que vai constar todos os dados básicos do negócio, como: quem são os sócios, qual o endereço da sede, quais os deveres de cada sócio com o empreendimento e qual o ramo de atuação, entre várias outras coisas!

Toda empresa no Brasil necessita de um contrato social para poder operar e se registrar nos órgãos públicos. Ele será utilizado também para participar de licitações do governo e realizar a abertura da sua conta bancária.

Importante também que o contrato define quem são os sócios e, por isso, os responsáveis legais da empresa. No caso de um processo trabalhista por exemplo, são os nomes que constam no contrato social que responderão em juízo pela empresa.

#### **3.1.6.1 Nosso Contrato Social**

Anexo N° I, página 69

### **3.1.7 Registro da empresa na Junta Comercial**

Como entidade presente em todos os estados do Brasil, responsável pelo registro e autenticação de todas as atividades comerciais que ocorrem no território nacional. Regulamentado pelo Departamento Nacional de Registro e Comércio (DNRC), o Departamento de Comércio da Secretaria da Fazenda de cada estado, embora seja um órgão especializado, ou seja, um órgão administrativo indireto do governo.

A Junta Comercial tem como função principal manter, organizar e efetuar o registro das empresas para que possam exercer as suas atividades sem infringir a lei. Além disso, esta agência também é responsável pela abertura de negócios.

### **3.1.7.1 Registro da Junta Comercial CSD**

N° NIRE - 10.012.200-253

N ° CNPJ - 26.436.765/0001-66

### **3.1.8 Inscrição Municipal e Estadual**

Depois de registrar sua empresa na Junta Comercial, você precisa registrá-la na prefeitura da cidade onde está localizada. A Prefeitura fornecerá um número de identificação da cidade, que é o primeiro passo para a autorização de funcionamento. É, na verdade, a permissão do seu negócio para operar. Essas informações de identificação também são conhecidas como Cadastro Mobiliário, CCM (Cadastro do Contribuinte Mobiliário), Alvará de Cidade e Registro, as denominações variam de acordo com a aplicação e local onde seu negócio estará localizado.

O Cadastro Municipal, que identifica o contribuinte no Cadastro Fiscal Municipal, está diretamente vinculado ao Imposto sobre Serviços - ISS. Assim sendo, se a empresa que está a contratar for prestadora de serviços, necessitará desta identificação para faturar os trabalhos executados.

O Registro Estadual (IE) é o número de registro emitido pela SEFAZ (Secretaria da Fazenda) no estado em que o registro é feito. Esse número é o registro do contribuinte no cadastro de ICMS mantido pela autoridade fiscal. Por meio do registro, os contribuintes passaram a registrar oficialmente seus negócios na Receita Federal do estado em que foram constituídos.

#### **3.1.8.1 Registro da CSD**

PROCOLO REDESIM

SPN0Y00007880

### **3.1.9 Conectividade Social**

O Conectividade Social é um Canal de Relacionamento Eletrônico desenvolvido pela CAIXA e disponibilizado gratuitamente às empresas. É utilizado para transmitir, pela Internet e em ambiente próprio da empresa, os arquivos gerados pelo sistema de arrecadação de FGTS da Sefip e pelo programa de informações previdenciárias, sem a necessidade de repasse do disco ao banco no momento do recolhimento. O Conectividade Social também permite o acesso às informações do FGTS dos funcionários vinculados à empresa, bem como a realização de outras transações relacionadas ao repasse de benefícios para a empresa. As alterações nas comunicações de inscrição e demissão de funcionários também serão feitas pela Internet.

#### **3.1.9.1 Conectividade Social da CSD**

Foi feito o registro de Conectividade Social da empresa na Caixa Econômica Federal no CNPJ 26.436.765/0001-66 e no CPF 123.537.969-66

## 4. MARKETING

### 4.1 Conceito de Marketing.

**Marketing:** palavra em inglês, derivada da palavra, cujo significado é mercado. O marketing está relacionado ao mundo em que vivemos.

Em todo o local que passamos, vimos ou vivemos estamos rodeados de marketing, seja ele físico ou digital.

Para uma empresa gerar retorno, faz-se necessário a aplicação de propagandas, sejam elas escritas, fotográficas, vídeos, faladas, dentre outras.

Segundo Philip Kotler, norte americano renomado na área de marketing:

**“Marketing é a ciência e arte de explorar, criar e proporcionar valor para satisfazer necessidades de um público-alvo com rentabilidade.”**

Com tamanha expansividade do que abrange o marketing, a AMA ( American Marketing Association ) define o marketing como:

“Marketing é a atividade, conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e oferecer trocas com valor para os consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral.”

Após essa definição, podemos ter uma ideia mais concreta de como o marketing é importante, essencial e como funciona para o público a ser atingido.

Apesar de conseguirmos definir de maneira mais compacta o significado do marketing, ele abrange muito mais que só entregar a ideia do produto e sua venda em excelência. Ele precisa de uma estrutura para chegar ao produto final como: planejamento, pesquisa e posicionamento do mercado.

E para que isso ocorra, precisamos entender como funciona o marketing de sucesso.

Existem algumas etapas que são necessárias para que o sucesso ocorra:

Área: pesquisar e entender sobre a área trabalhada, como por exemplo, se o marketing necessita ser “físico” ou digital ( explicaremos adiante sobre o surgimento do mesmo), e qual público irá atingir.

Após isso, podemos seguir 3 passos para conseguir concretizar a implementação na área a chegar ao sucesso.

## 1. Análise e oportunidade de mercado

Necessário fazer uma pesquisa de mercado e qual o público atingir. Utilizar meios de pesquisa como telefonemas, perguntas e pesquisas já existentes sobre o produto a ser desenvolvido é um ótimo início.

Outro ponto importante, é a análise da concorrência e o que o mercado já proporciona no momento atual. Achar seus pontos fracos e melhorá-los para alcançar a excelência e aumento de vendas.

Ao final, chegar a um ponto comum para lançar o projeto.

## 2. Estratégia de marketing

O mercado precisa também seguir alguns passos para que seja feito um marketing que não seja o já existente, como exemplo:

- Diferenciação: procurar por novidades e sair da mesmice são pontos de extrema importância. Quando o marketing lança algo em que é novidade, o sucesso é o ponto de chegada ao sucesso.
- Liderança em custos e foco: Hoje em dia a maior procura de empresas é o baixo custo e a excelência. Quando se consegue a união de ambos, a chance do ganho do mercado se torna mais palpável.

## 3. Gestão

A gestão dos esforços de marketing envolve 3 aspectos principais, são eles:

Time – A Seleção, treinamento, orientação, avaliação e motivação da equipe de marketing.

Liderança – Coordenação de todos os integrantes da área.

Integração – Promover o trabalho conjunto do marketing com os outros departamentos da empresa.

### **4.2 A importância do Marketing nas Empresas.**

O marketing é capaz de trazer inúmeros benefícios às marcas, como:

- Melhor relacionamento com os clientes;
- Aumento da captação de novos clientes e fidelização dos antigos;
- Análise do comportamento e dos desejos dos consumidores;
- Estudo e compreensão ampla da concorrência;
- Monitoramento da marca (prevendo crises de imagem e outras questões que possam afetar as vendas);
- Pesquisa de tendências;
- Planejamento de ações estratégicas;
- Gestão de marca, visando fortalecê-la e melhorar a sua imagem;
- Fortalecimento do posicionamento de mercado.

Além de todos esses pontos, a importância do marketing também se estende para as questões internas da empresa, como no caso do endomarketing. Ele visa sensibilizar os colaboradores para que compreendam melhor a cultura do negócio e passem a fazer uma propaganda boca a boca positiva da empresa, melhorando a sua imagem perante o público consumidor ou possíveis novos colaboradores.

### **4.3 Definição de propaganda de Marketing**

American Marketing Association (AMA), que representa os profissionais de marketing nos Estados Unidos, traz a seguinte definição:

“Marketing é a atividade, o conjunto de instituições e os processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral”.

Essa definição mostra a abrangência da concepção de marketing. Perceba também que o foco dessa atividade não é vender produtos para clientes, como muitos poderiam pensar.

O marketing trabalha com a geração de valor, e isso deve acontecer na percepção dos diferentes públicos sobre o custo-benefício que a empresa entrega.

O marketing identifica necessidades e desejos não preenchidos. Ele define, mede e quantifica o tamanho do mercado e o potencial de lucro. Ele aponta quais segmentos



da empresa são capazes de servir melhor e cria e promove os produtos e serviços mais apropriados. ”

Mas vale ressaltar que o marketing também pode ser adotado por organizações que não visam o lucro — instituições públicas e ONGs, por exemplo. Nesses casos, os objetivos do marketing se voltam para o retorno em outras formas, como engajamento ou fortalecimento da marca.

#### 4.3.1 Segmentação de Mercado

Uma estratégia utilizada no marketing que consiste em dividir o seu público em diferentes grupos e segmentos com base em algumas características que eles dividem, tem em comum, como: idade; faixa etária; gênero; renda; localização. Assim, pode se criar ações de marketing personalizadas para cada segmento e atender os grupos de forma organizada, agradando todos os clientes.

Uma de suas vantagens é a organização do seu mercado-alvo, tendo ele, os profissionais de marketing de sua empresa serão mais eficientes, gastarão menos tempo, dinheiro e terão menos possibilidade de uma propaganda ineficaz, pois fazer uma genérica e tentar implantá-la simultaneamente em todos os segmentos têm maior taxa de falha.

Nosso mercado-alvo são todos tipos de empresas, pequenas ou grandes, pois toda empresa pode necessitar de uma consultoria de avaliação de desempenho para resolver problemas ocorrentes.

#### 4.3.2 Os 4 Ps do Marketing



Figura n°01

Criado pelo professor Jerome McCarthy, os 4 p's do marketing são: produto, preço, praça e promoção.

O Significado de cada um respectivamente:

Produto: O que a empresa irá comercializar.

Preço: Quanto esse produto irá custar

Praça: Onde o produto irá chegar e quem irá alcançar.

Promoção: É de extrema importância ressaltar que essa promoção nada tem haver com liquidação. A promoção em questão significa a busca por mecanismos de divulgação, seja no mundo *online* ou no *off-line*. A ideia da marca precisa chegar até os consumidores e potenciais consumidores. E, quando os pesos anteriores são bem trabalhados, essa etapa torna-se mais fácil.

#### **4.3.2.1 Produto**

O primeiro dos 4Ps refere-se àquilo que a empresa oferece para sanar um ponto de dor ou uma necessidade do consumidor. Ele pode ser tangível (objetos e bens de consumo) ou intangível (serviços e informações).

##### **4.3.2.1.1 Produto CSD**

O nosso produto é um serviço, pois temos o objetivo de identificar problemas, propor soluções e ajudar a implementá-las em uma empresa.

##### **4.3.2.1.2 Preço**

O preço é o valor de venda do produto, o quanto ele custa para a aquisição pelo cliente. Essa definição é importante não apenas para o sucesso de um negócio, mas para a sua sobrevivência. O preço – valor percebido, deve ser formado com base na estrutura de custos da sua fabricação, tributação e venda.

##### **4.3.2.1.3 Preço dos Nossos Serviços**

Nossos preços variam de acordo com o tamanho da empresa em que vamos atender e as suas necessidades.

#### **4.3.2.1.4 Praça**

De forma geral, a praça, ou ponto de venda, diz respeito ao local de distribuição e logística do produto ou serviços da empresa para o consumidor final. Ou seja, onde o produto é oferecido.

#### **4.3.2.1.5 Praça da CSD**

Estamos localizados na região do ABC , na cidade de Santo André, porém atendemos outras regiões de São Paulo.

#### **4.3.2.1.6 Promoção**

O último “P” diz respeito à promoção que engloba todo o plano de comunicação, divulgação, estratégias de aquecimento das vendas e execução de estratégias de marketing de uma empresa. Ou seja, tem o sentido de promover uma marca e o que ela oferece, de modo a fazer dela uma escolha natural de consumo para o seu público.

#### **4.3.2.1.7 Promoção CSD**

Usamos cartões de visita, folder e panfletos para o nosso plano de comunicação e divulgação.

### **4.4 Pesquisa de Campo**

A análise de dados é uma etapa da pesquisa acadêmica que transforma dados numéricos ou aproximadamente qualitativos em conclusões para resolver problemas de pesquisa.

Em outras palavras, é o momento em que um pesquisador converte os dados em informações para a pesquisa e responde à pergunta que deu início à pesquisa. Portanto, o objetivo nesta etapa é organizar todos os dados coletados para que

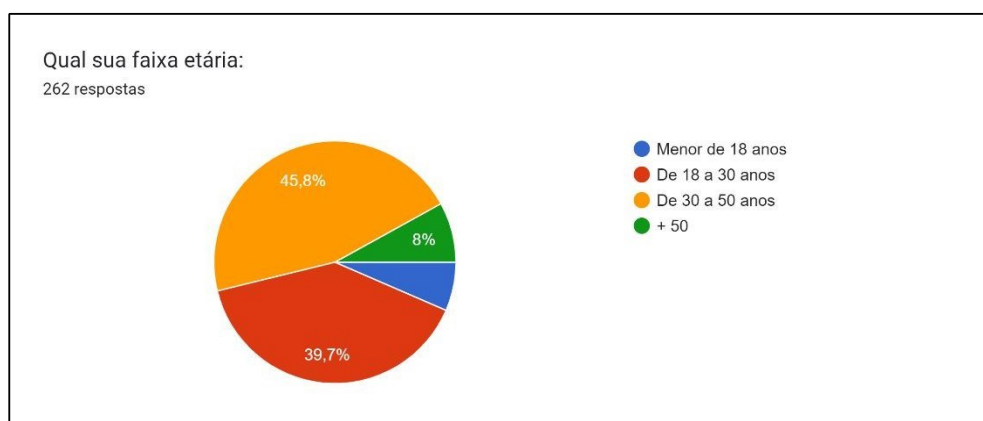
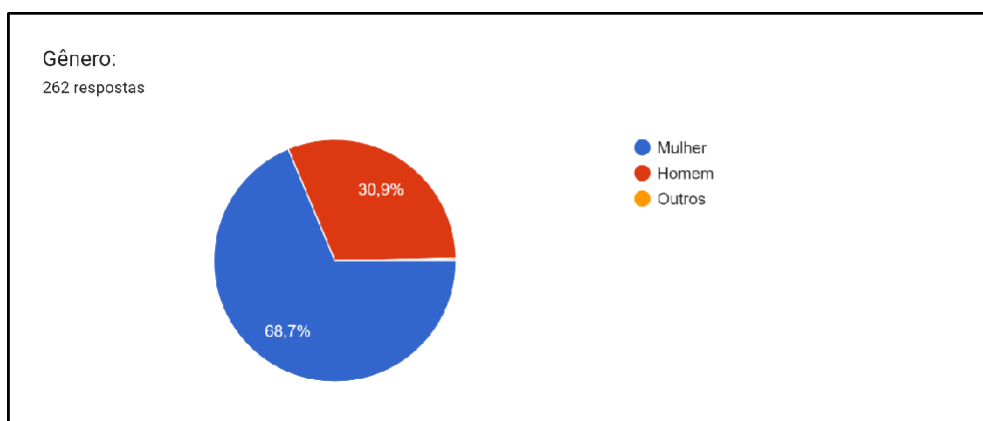
possa atingir os objetivos da pesquisa. Para confirmar ou refutar a hipótese. É importante lembrar que a análise de dados deve ser desenvolvida principalmente de acordo com os métodos e a lógica da pesquisa.

#### 4.4.1 Metodologia de Pesquisa

Tendo duração de quinze dias, nossa pesquisa de campo iniciou-se no dia 11 de agosto de 2022 e encerrou-se no dia 26 de agosto de 2022.

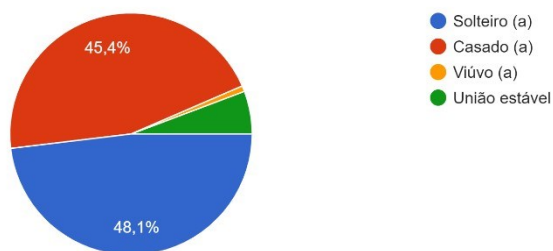
Com participação e respostas de 262 pessoas, todas de diferentes lugares, gêneros e idades. Realizado através da plataforma Google Forms, nosso formulário foi disponibilizado ao público por mídias sociais (Instagram, WhatsApp e Facebook). Tendo finalidade de promover análises do quanto a avaliação de desempenho está presente em seus respectivos ambientes de trabalhos.

#### 4.4.2 Gráficos



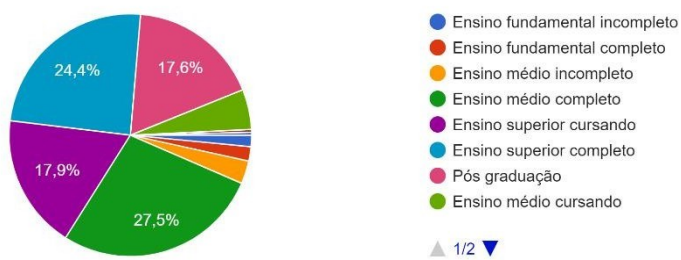
## Estado civil:

262 respostas



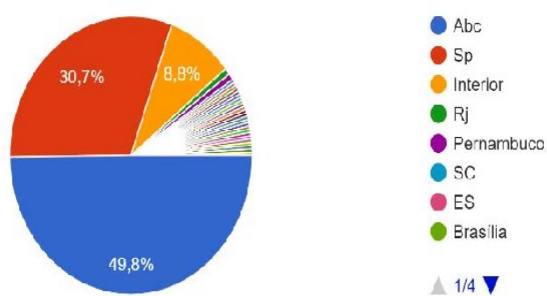
## Nível de escolaridade

262 respostas



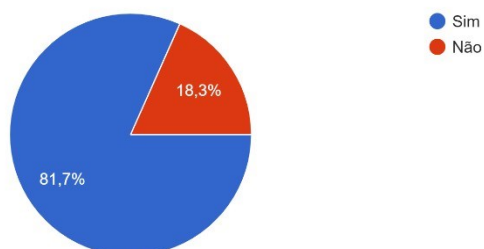
## Localidade em que reside

261 respostas



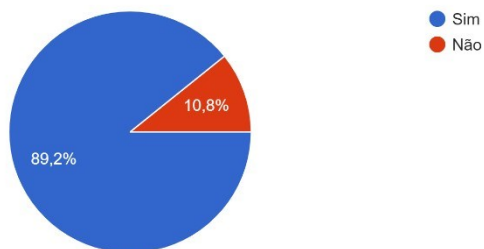
## Atualmente você está trabalhando?

262 respostas



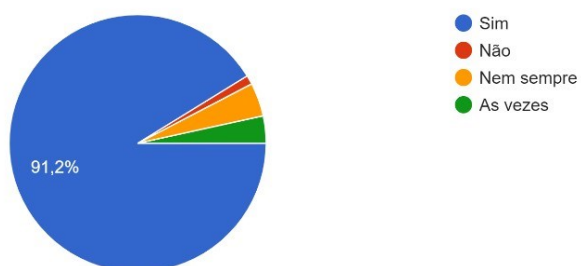
Já ouviu falar em avaliação de desempenho?

260 respostas



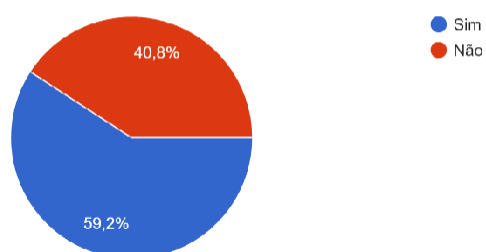
Você acha importante a avaliação de desempenho no seu desenvolvimento dentro da empresa?

262 respostas



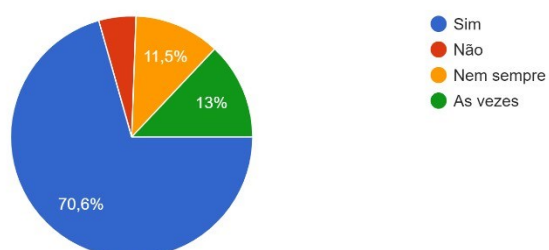
Na empresa que você trabalha ou trabalhou, existe/existia avaliação de desempenho?

262 respostas



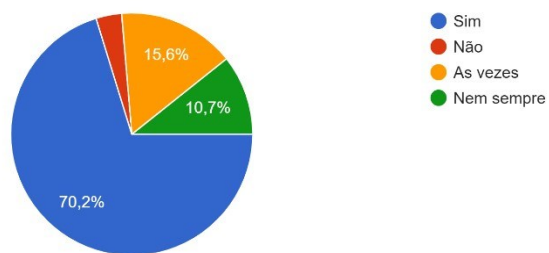
Você procura conciliar com os colegas de trabalho quando aparecem desavenças no dia a dia?

262 respostas



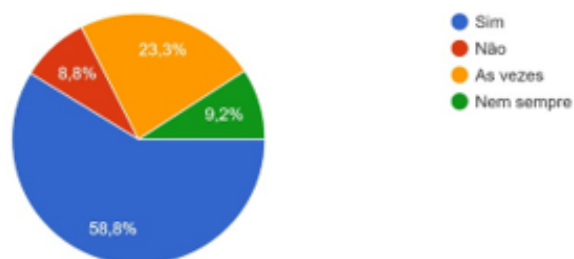
O seu empregador tem um bom relacionamento com toda a equipe?

262 respostas



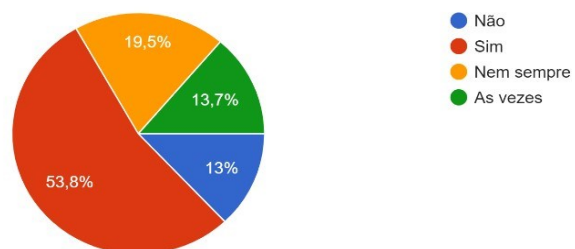
O seu empregador costuma dar feedbacks construtivos?

262 respostas



O seu empregador respeita opiniões diferentes?

262 respostas



#### **4.4.3 Análise da Pesquisa Realizada**

Em nossas pesquisas podemos concluir que a maioria dos entrevistados, 68,7% são mulheres e a maior faixa etária foi de 30 a 50 anos.

Em sua grande maioria, solteiros e com ensino médio completo.

Quando questionados sobre quantos estão trabalhando, 81,7% disseram estarem desempregados.

Ao serem questionados sobre avaliação de desempenho, 89,2% disse que já ouviram falar, 91,2% acham de grande importância ser aplicada dentro da empresa e apenas 59,2% disse já terem feito dentro da empresa a qual atuavam.

Quando relacionado à feedbacks construtivos das empresas, 58,8% dizem receberem e que 53,3% estão em empresas que respeitam opiniões diferentes.

#### **4.5 Material de Divulgação**

A primeira ideia quando a maioria das redes sociais foram criadas era aproximar pessoas que estavam distantes e conectar todos de alguma forma. Quando essa ideia começou a ser abandonada, muitas empresas decidiram vender seus produtos nesses locais, como no Facebook.

Facebook

O Facebook possui algumas ferramentas feitas para vendas, como o Marketplace, que existe dentro da rede social, mas também o Facebook Ads, que são os anúncios pagos da plataforma. O administrador da página empresarial define público, valor e outros critérios do anúncio que será rodado em uma quantidade específica de dias.

Instagram

Sem dúvida, o Instagram se tornou a maior plataforma de negócios do mundo, dando um grande espaço para o marketing digital aplicado em diversos segmentos. A pegada do bom humor e humanização de marca através das ferramentas é o que chamam mais atenção dos clientes, principalmente se for um público jovem.

WhatsApp.



## 4.6 Logomarca da Empresa

Um logotipo é um conjunto de representações gráficas de uma determinada empresa ou marca. Durante o desenvolvimento, você pode inserir nomes, letras e/ou símbolos para criar uma associação entre o logotipo e o conceito da própria empresa. Um logotipo, ou simplesmente um logo, é uma representação gráfica do nome de uma empresa ou marca destinada a determinar sua identidade visual e facilitar seu reconhecimento.

Os logotipos dão sentido à marca em questão, identificando-os e definindo-os no tempo e no espaço. Isso pode ser visto como uma parte importante do código genético de uma empresa que afeta o curso da empresa.

No contexto empresarial, é muito importante que a empresa a represente e seja representada por um símbolo que transmita a essência da organização. Deve ser flexível, fácil de lembrar, não obsoleto e capaz de despertar os sentimentos das pessoas.

### 4.6.1 Nossa Logomarca



Figura n° 02

### 4.6.2 Cartão de Visita

Mesmo na era digital, os cartões de visita continuam a ser um objeto importante no mundo dos negócios. Você pode até formalizar suas apresentações, aprimorar o networking e até mesmo preparar o caminho para parcerias e transações comerciais. Os cartões de visita são um item de papelaria essencial para profissionais ou empresas de todos os tipos para apresentações pessoais ou promocionais. Em muitos casos, o primeiro contacto com o cliente é feito através

de um cartão de visita, por isso é extremamente importante escolher bem o material e o design do seu cartão de forma que atraia a atenção e transmitir confiança e profissionalismo aos outros profissionais, é muito importante.

Como a função de um cartão de visita é transmitir as informações de contato de um profissional ou da empresa que ele representa, é importante incluir no cartão a identidade visual da empresa para ajudar na memória do cliente.

#### 4.6.2.1 Nosso Cartão de Visita



Figura nº 03

#### 4.7 Folder

Quando estamos prospectando novos clientes, o primeiro pedido é para enviarmos um folder digital com a apresentação completa da empresa. Na hora de mostrar as principais características do seu negócio, é preciso fazê-lo de forma objetiva e clara. Para trazer a atenção do consumidor, de forma que ele queira adquirir seus serviços e produtos, é preciso ter um material de primeiro contato, o folder.

O folder é um material impresso ou digital, composto por fotos, ilustrações, textos e outros elementos que retratam pontos fortes da marca de uma empresa. Esta peça traz em sua estrutura uma apresentação do histórico do negócio e seus objetivos, ou seja, do que ele se trata, seu ramo de atuação, o que é oferecido, seus diferenciais e canais para contato. Tudo isso de maneira breve e direta para oferecer ao potencial cliente uma perspectiva do que ele pode adquirir, assim ele retornará à empresa já sabendo o que ela pode oferecer de melhor.

Por ser a primeira apresentação mais detalhada da empresa que o cliente terá contato, é necessário todo o cuidado para passar a imagem desejada: de qualidade

dos serviços e produtos. Seu conteúdo deve ser elaborado e transmitir a mensagem de forma correta e pensada para o público a que se destina. Dessa forma, a comunicação visual em todo seu contexto, deve ser diferente e visualmente atraente para o consumidor.

Existem inúmeros formatos que um folder pode ter, dimensões, tipos de papéis e acabamentos que podem ser explorados, porém o principal ponto é casar estas opções com o que a empresa se propõe a oferecer. Como exemplos, podemos citar uma empresa de seguros não vai passar segurança se utilizar um papel fino e frágil, ou podemos explorar detalhes dourados para reforçar o requinte de uma casa de festas voltado para um público selecionado.

Mesmo parecendo uma peça simples, o folder trabalha com tantas variáveis que ter uma agência responsável por essa tarefa é essencial. Ela cuidará de todo o processo de desenvolvimento do folder, desde a criação e redação, até fornecimento de orçamentos, acompanhamento de produção e entrega, visando assegurar que a sua empresa gere um primeiro impacto positivo.

#### 4.7.1 Nosso Folder

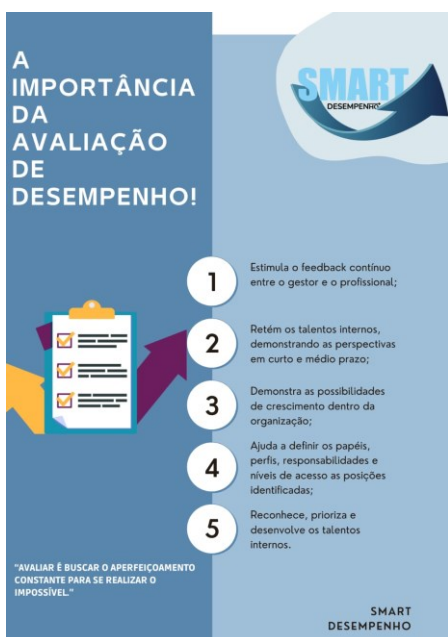


Figura nº 04



Figura nº 05

## **5. RECURSOS HUMANOS**

### **5.1 Definição de Recursos Humanos**

Gestão de Recursos Humanos, Gestão de Pessoas ou ainda Administração de Recursos Humanos, conhecida pela sigla “RH” é uma associação de habilidades e métodos, políticas, técnicas e práticas definidas com objetivo de administrar os comportamentos internos e potencializar o capital humano. Tem por finalidade selecionar, gerir e nortear os colaboradores na direção dos objetivos e metas da empresa.

No entanto, é chamado Recursos Humanos o conjunto dos empregados ou dos colaboradores de uma organização. Mas o mais frequente deve chamar-se assim à função que ocupa para adquirir, desenvolver, usar e reter os colaboradores da organização.

O planejamento de Recursos Humanos é o processo de decisão a respeito dos recursos necessários para atingir os objetivos organizacionais, dentro de determinado período. Trata-se de antecipar qual a força de trabalho e talentos humanos necessários para a realização da ação organizacional futura.

Ou seja, o planejamento estratégico de RH deve ser parte integrante do planejamento estratégico da organização e deve contribuir para o alcance das metas da organização, incentivando o alcance dos objetivos individuais de cada pessoa. O sistema de gestão de pessoas envolve tudo o que diz respeito aos colaboradores dentro de uma empresa. Em função disso, as atribuições da área de RH estão estreitamente ligadas a esse sistema.

#### **5.1.2 História do Recursos Humanos**

A área é relativamente nova, surgiu no começo do século XX e com o nome de Relações Industriais, devido ao impacto da Revolução Industrial na sociedade. A função era centrada no controle de registros burocráticos e na supervisão dos trabalhadores. Suas maiores preocupações eram a eficiência e os custos da instituição. Ou seja, o foco não era voltado necessariamente ao trabalhador.

Após alguns anos, o conceito de que o trabalhador era motivado apenas pela recompensa salarial foi devastado.

Foi comprovado que a fadiga causada pela padronização das tarefas influenciava negativamente na produtividade. Foi preciso adequar o homem à máquina e modificar processos para evitar danos à saúde mental e física, fadiga e doenças nos funcionários.

Aos poucos, o setor foi crescendo e passou a agregar diferentes desafios e responsabilidades. Também foi influenciado pela teoria das relações humanas, nascida por volta de 1930, e que ajudou a humanizar as relações de trabalho ao apontar que os resultados sofrem influência de fatores psicológicos e de questões físicas ou ambientais.

Além disso, o setor descobriu que o comportamento do funcionário se modifica conforme a sensação de pertencimento à empresa, e viu surgir uma nova visão de trabalhador: um ser cuja produtividade é motivada pelo reconhecimento. Assim, o foco da área mudou das tarefas para as pessoas.

### **5.1.3 Importância do Recursos Humanos nas empresas**

Grande parte das empresas/ pessoas acreditam que o Recursos Humanos não tem grande importância dentro das empresas.

Graças à algumas mudanças e pesquisas, esse pensamento começou ter outra perspectiva.

Na época da revolução industrial, o trabalhador viveu tempos em que ele era obtido apenas como um número que deveria produzir e ser pago por tal. Após alguns movimentos trabalhistas, puderam ver que o R.H. ia além de somente um departamento de pagamento e entendeu-se que o setor era de grande importância, igualmente a qualquer outro como logística, administrativo ou tecnológico por exemplo.

Para tal mudanças acontecerem e tiveram diversos estudos e pesquisas que foram realizadas. Uma delas é a teoria de Maslow ou hierarquia de necessidade de Maslow, onde ele descreve vários pontos motivadores dos seres humanos com base em suas necessidades e desejos.

Classificou também essas necessidades, iniciando com as básicas e terminando com a suposta necessidade final, com o objetivo de atingir todo o potencial humano.

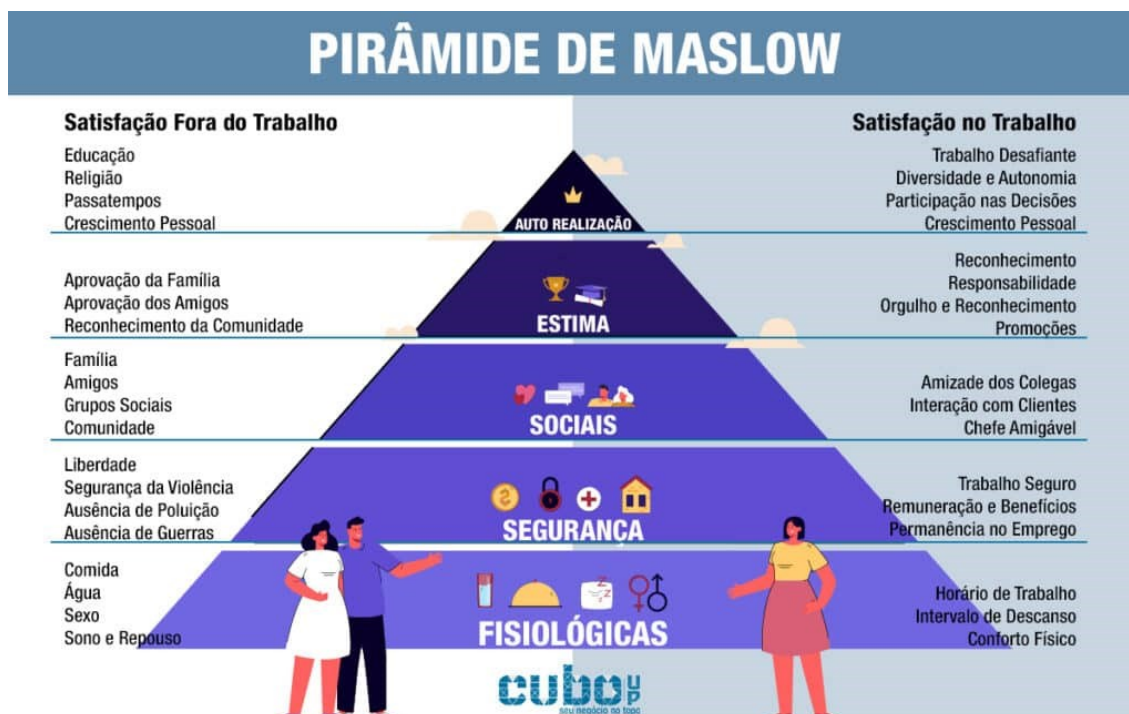


Figura nº06

E temos também a teoria de McGregor. Teoria denominada como TEORIA X e TEORIA Y, que são o conjunto de dois extremos opostos de suposições, trabalho esse que foi apresentado no livro “ The Human side of enterprise”.

### TEORIA X

- O homem médio não gosta do trabalho e o evita;
- Precisa ser forçado, controlado e dirigido;
- Resiste a mudanças
- Prefere ser dirigido e tem pouca ambição;
- Busca apenas a segurança.

### TEORIA Y

- O dispêndio de esforço no trabalho é algo natural;
- O controle externo e a ameaça não são meios adequados de se obter trabalho;
- O homem exercerá autocontrole e auto-direção, se suas necessidades forem satisfeitas;
- A pessoa média busca a responsabilidade;

- O funcionário exercerá e usará sua engenhosidade, quando lhe permitirem auto-direção e autocontrole.

Com bases em tantas pesquisas, o RH iniciou então estudos onde buscava-se entender melhor ao comportamento das pessoas e suas atitudes.

O Recursos Humanos passou então a ser, além do departamento de pagamentos, o responsável também por criar ambientes na empresa de cooperação e engajamento, visando o bem esta coletivo e individual com o objetivo de construir uma empresa cada vez melhor.

Para tal encantamento, é necessário que o mesmo esteja alinhado com os ideais da empresa e o bem estar de quem colabora com ela.

É importante que o RH saia de seu lugar e procure ir a campo para entender como e onde podem melhorar, para conquistar o desejado e aceitável para todos.

O recursos humanos tem como prioridade de gestão; recrutamento e seleção, demissões e acertos, pagamentos, férias além de tudo o que já foi citado.

Podemos ainda dizer que faz parte desse setor;

- Aplicar, orientar ou produzir treinamento com foco nas áreas relacionadas/necessitadas;
- Fazer e explicar sobre o código de ética da empresa;
- Acompanhar as metas estipuladas;
- Promover a importância da saúde, segurança do trabalho e qualidade de vida.
- Fazer ações de responsabilidade social.
- Dentre tantos outros.

#### **5.1.4 Os desafios enfrentados pelo Recursos Humanos**

- Competição (atrair e reter bons talentos).
- A competição não é apenas o fator mais importante nas interações de negócios e clientes, mas também o fator mais influente e ameaçador em RH. É ainda mais difícil para as pequenas e médias empresas, pois precisam competir com grandes nomes e marcas ao recrutar talentos.

- Trabalho e adaptação cultural.

A primeira e mais importante etapa para combater esse desafio é a triagem precisa e eficaz dos candidatos. É importante para uma organização ter clareza sobre o que exatamente ela precisa em um candidato para um determinado perfil: identificar pessoas capazes e que consigam otimizar nossa corporação.

- Remuneração e benefícios.

Além das estruturas de remuneração que atendem aos padrões do setor, é importante que as organizações ofereçam outros benefícios atraentes. No entanto, isso não pode ser feito à custa do aumento do investimento da organização em capital humano em dobro.

- Gestão de Mudanças.

A mudança em uma organização é inevitável no mundo corporativo acelerado e em constante mudança de hoje. Essa mudança pode ser estrutural, econômica, geográfica, processual, gerencial ou tecnológica, esta última tendo a maior influência e sendo os maiores desafios para o RH.

- Aprendizado contínuo e planejamento de sucessão.

Upskilling e aprendizagem contínua são extremamente cruciais para o crescimento e sucesso de um funcionário em uma organização. Hoje em dia, com as crescentes demandas dos negócios, as organizações encontram dificuldades para promover um ambiente de aprendizagem e desenvolvimento contínuos e acompanhar as ambições crescentes dos funcionários, por falta de tempo.

- Gestão de Desempenho e Alinhamento.

Gerenciamento de desempenho e as próximas etapas relacionadas, como planos de melhoria de desempenho, estão se tornando difíceis com o ritmo acelerado das operações de negócios e a falta de tempo para alinhamento de desempenho.

- Diversidade.

É um grande desafio atender às necessidades e experiências de funcionários de diferentes idades, gêneros, nacionalidades ou etnias. Além disso, manter o envolvimento dos funcionários e promover uma comunicação eficaz entre



funcionários de diferentes origens é difícil e leva a divergências entre os funcionários e azedar as relações.

- Desenvolvimento de liderança.

A falta de preparação de liderança resulta em conflitos e desentendimentos entre empregadores e empregados e em um ambiente de trabalho insalubre, afetando assim o moral e a satisfação dos empregados e, eventualmente, os objetivos da organização.

- Legislação (Leis Trabalhistas e Compliance).

Essas leis e legislações referem-se não apenas a contratos de trabalho, mas também a práticas de contratação, benefícios a funcionários, pagamentos e assim por diante. Além disso, como a maioria desses atos e legislações são cinzas, a interpretação correta é importante para garantir a adesão, mas não se comprometer demais com os funcionários.

- Segurança e integridade de dados.

Os vazamentos de dados afetam a reputação da empresa e o sucesso futuro de uma organização. A responsabilidade pela segurança e integridade dos dados fica por conta do RH e não é de responsabilidade exclusiva da TI. Solução: é responsabilidade do RH gerenciar e manter a segurança dos dados sem perturbar a liberdade e a privacidade dos funcionários.

- Adaptação às mudanças na forma de contratar.

Com isso, os responsáveis pelo RH estão remodelando a visão em relação à necessidade de mudanças também na contratação. Na atual conjuntura, é preciso focar qualidades que realmente representem maiores possibilidades de melhoria no desempenho das equipes.

### **5.1.5 O Recursos Humanos Nos Dias Atuais**

Investindo no bem-estar dos colaboradores espera obter deles mais produtividade e assim lucrar mais. O RH das empresas está entendendo que o talento dos funcionários pode alavancar uma empresa. Hoje em dia o departamento de recursos

humanos vai além de contratações, eles também se responsabilizam pelas melhorias dentro da empresa e a motivação dos contratados. Busca tornar o ambiente de trabalho em um lugar prazeroso para todos e prezar pela comunicação entre os colaboradores.

Com o foco nas pessoas no ambiente de trabalho, foi preciso ter o setor estratégico, que tem a função de contratar perfis compatíveis a cultura da empresa. Ele é aplicado em avaliações de desempenho e praticando a retenção de talentos.

Diferente dos tempos passados o Rh em hoje em dia faz mais que cálculos, demissões, admissões, gestões de férias e benefícios, ele busca melhorar o relacionamento da empresa com os admitidos, engajar eles para que todos tenham lucros.

## **5.2 Cultura e Clima Organizacional**

A cultura organizacional representa um conjunto de valores e regras compartilhados pela direção e colaboradores da empresa. Para muitos, cultura organizacional significa o DNA do negócio, sua identidade, como a organização se apresenta ao mercado e seus stakeholders.

É importante ter uma cultura bem estruturada e estabelecida para que os colaboradores se identifiquem com ela e, assim, as atitudes e comportamentos de todos os membros da organização estejam alinhados.

O clima organizacional é o ambiente no qual surgem as práticas dos colaboradores de uma empresa e se reflete nas atitudes com as quais eles devem se relacionar. O clima depende de muitos fatores, começando pela própria ênfase da empresa no clima.

Por meio do monitoramento do clima, podemos entender a satisfação dos colaboradores com diversos aspectos como liderança, saneamento, relacionamento, remuneração e benefícios.

Por meio de uma análise criteriosa dos resultados obtidos com a gestão das pesquisas de clima, podemos constatar se temos um clima organizacional positivo. Um bom ambiente permite que seus colaboradores experimentem o que é conhecido como bem-estar organizacional, que é o bem-estar mental, físico e social. Sem isso, há uma boa chance de estresse no trabalho, bullying e, na pior das hipóteses,

esgotamento. A cultura organizacional geralmente surge e se desenvolve junto com a organização. Por isso, se os gestores o considerarem tóxico de alguma forma, terão muita dificuldade e resistência para reestruturá-lo.

Por outro lado, o clima organizacional pode mudar rapidamente, pois depende de fatores internos e externos. Assim, qualquer insatisfação ou conflito que surja pode mudar de um minuto para o outro, exigindo muita flexibilidade para gerenciá-lo.

### **5.3 Recrutamento e Seleção**

Podemos definir o recrutamento como o meio de buscar e atrair candidatos com qualidade e potencial para ocupar uma vaga em aberto dentro de uma organização. Seu objetivo é captar candidatos suficientes para que se tenha uma maior probabilidade de encontrar o profissional adequado durante a seleção.

O recrutamento é uma forma de encontrar os candidatos interessados em trabalhar na empresa. Esse processo é realizado por meio da divulgação da vaga, com as especificações do cargo, nos mais variados canais de captação, tais como sites especializados ou redes sociais.

Antes de fazer a divulgação da vaga, é necessário que todo o processo seletivo esteja muito bem estruturado, ou seja, com o perfil do candidato definido, os detalhes da vaga (salário, qualificação, horário entre outros), e o prazo para a contratação.

Atualmente existem três tipos de recrutamento: o interno, o externo e o misto, mas não se preocupe vou detalhar cada um deles mais à frente.

O processo de recrutamento e seleção é um dos pilares de uma empresa. Apenas se contar com bons profissionais, a organização consegue oferecer produtos e serviços de qualidade.

Atualmente, é conhecida a importância das competências comportamentais dos profissionais. Afinal, na nossa empresa temos a cultura organizacional e é indispensável que os futuros colaboradores consigam se adaptar a esse clima.

Apenas com uma estratégia bem estruturada é possível fazer bons recrutamentos. Os nossos funcionários são escolhidos de acordo com as metas da nossa empresa, trazendo as habilidades necessárias para o exercício da função.

Além disso, a nossa empresa faz processos mais rápidos e otimizados. Afinal, vivemos em uma realidade em que as mudanças ocorrem em ritmo muito acelerado, e é vital que o nosso processo seletivo tenha a velocidade necessária para acompanhar essas transformações.

### **5.3.1 Recrutamento e Seleção na CSD**

Na CSD, teremos vagas abertas em redes sociais e portais de vagas, como Catho, InfoJobs e LinkedIn.

O processo seletivo não termina com a contratação do candidato. Alguns cuidados devem ser tomados mesmo após a escolha do profissional ideal.

O nosso RH encaminhará a pessoa para todos os procedimentos de contratação. Isso significa orientar sobre os documentos a serem apresentados, solucionar dúvidas. Além disso, teremos a nossa integração. Pois sabemos que boa parte dos desligamentos ocorrem nas primeiras semanas após a formalização da entrada desse novo profissional. Os motivos podem ser os mais diversos, desde a vaga não corresponder às expectativas até mesmo dificuldades para se adaptar aos colegas ou ao local.

A CSD tem um cuidado especial durante esse período, quando estamos em contratação elegemos dentre dos funcionários um mentor que vai ajudar o profissional, solucionando dúvidas, explicando melhor como funciona a organização e possibilitando uma adaptação melhor.

Os profissionais que não foram contratados também não podem ser esquecidos. Sempre entramos em contato, dando um feedback sobre a conclusão do processo seletivo e se colocando à disposição para esclarecer dúvidas.

### **5.4 Treinamento e Desenvolvimento**

O T&D, ou seja, Treinamento e Desenvolvimento têm imensa importância na gestão de pessoas e satisfaz o RH, sendo permitido a partir dele, ver o crescimento do colaborador em questão de serviços, soluções, produtos e inovações no ambiente de trabalho, influenciando muito na cultura organizacional da empresa que o utiliza. O "treinamento" tem essa importância pelo fato de treinar o colaborador para que

exerça o trabalho atual de forma correta, utilizado para eventos atuais, diferente de "desenvolver", logo que o desenvolvimento é utilizado para que os funcionários estejam prontos para cargos do futuro, funções novas.

Tipos de treinamentos de colaboradores:

- Reciclagem e atualização profissional ocorrem quando as competências do colaborador não estão atualizadas conforme as práticas atuais do mercado.
- Habilidades de gerência e supervisão Programas de treinamento utilizado para realizar o preenchimento de cargos que estão "a cima", via recrutamento interno, cargos de gerência e supervisão.
- Redução de gaps de competência usado por empresas que escolhem a "gestão por competências", com avaliações de desempenho, buscam suprir deficiências com treinamento.
- Integração e promoção de pessoas
- Treinamento feito quando o colaborador é admitido ou é promovido a novo cargo e a empresa prefere dar um treinamento para exercer melhor suas tarefas.
- Soft skills
- Treinamento de comportamentos e atitudes, feito em grupo.

#### **5.4.1 Treinamento e desenvolvimento da nossa empresa**

Buscamos suprir as dificuldades dos nossos colaboradores frequentemente em nosso treinamento, assim melhorando continuamente seu desempenho. Mantemos com frequência a redução de gaps como forma de treinamento, pois com as inovações do mercado sempre surgem novas dúvidas. Melhorando os pontos fracos dos colaboradores teremos soluções de longo prazo, evitando demissões e alto Turnover na empresa. Utilizamos para desenvolver os colaboradores a Carreira, buscamos identificar o que eles necessitam para que alcancem um resultado melhor e ganhe benefícios com esses resultados, como aumento de salário, premiações e outros.

## **5.5 Segurança de Trabalho e Qualidade de Vida**

Emergente e de grande importância na atualidade corporativa. Muitos administradores já perceberam que melhorar a qualidade de vida e a segurança de seus colaboradores torna a organização mais saudável e competitiva.

O conceito tem sido utilizado como forte indicador do grau de satisfação das pessoas que desempenham um trabalho. Sua efetiva aplicação implica em um profundo respeito pelo colaborador. É importante disponibilizar aos colaboradores ferramentas que passam por educar, treinar e proporcionar a eles o equilíbrio dos hábitos que interferem na sua segurança, saúde e qualidade de vida.

Hoje há uma unanimidade na certeza de que o fator humano é o elemento diferenciador para o crescimento de uma corporação. Uma empresa que busca ser competitiva, em mercados cada vez mais globalizados, precisa criar um ambiente onde o trabalhador sinta-se bem ao desempenhar suas funções. Isto exige cada vez mais a necessidade de se investir em programas e ferramentas que priorizem a segurança e a qualidade de vida no trabalho.

### **5.5.1 Segurança de Trabalho da CSD**

Como todos sabemos, a segurança e higiene no trabalho é essencial para manter e garantir a saúde física e mental dos colaboradores, pelo que é imperativo que as empresas controlem a todo o momento a segurança e higiene no trabalho.

Ações como: dispensadores de álcool em gel; máscaras faciais descartáveis; mapas de risco; lembrar aos colaboradores a importância da qualidade de vida no ambiente de trabalho.

O propósito da nossa empresa é levar segurança e higiene aos colaboradores no ambiente de trabalho, e são essas práticas que contribuem para trabalhar em um ambiente agradável e menos estressante.

## **5.6 Funcionários e Cargos – CBO**

Em 2002, com base na Classificação Internacional Padrão de Ocupações (CIUO), o MTE criou a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), que foi criada para identificar e identificar todas as ocupações do mercado de trabalho brasileiro. Este documento lista as profissões reconhecidas pelo MTE, bem como sinônimos no

mercado. No entanto, observe que o CBO não é responsável por regular as ocupações e é um material que reconhece e codifica todas as ocupações do país. O CBO é constantemente atualizado pela Secretaria Especial de Previdência Social do Trabalho e deve ser utilizado como referência para registros de atividades administrativas, pois é a ferramenta básica para a criação de estatísticas de empregabilidade para o Brasil.

### 5.6.1 CBO da Nossa Empresa

NOME	CARGO	DESCRIÇÃO	CBO	SALÁRIO
Felipe David Breda	Gerente financeiro	Fornecer relatórios financeiros e interpretar informações financeiras para os gerentes e ao mesmo tempo recomendar possíveis ações. Aconselhar sobre atividades de investimento e oferecer estratégias que a empresa deve seguir	1421-15	R\$ 6.500,00
Gabrielly Chervenhak	Consultora de treinamento	Executa tarefas ligadas ao treinamento e aperfeiçoamento pessoal da empresa. Participa do levantamento de necessidades de treinamento junto as áreas evolutivas e prepara materiais para treinamento interno. Divulga cursos e palestras, incentivando a participação dos interessados.	1226-20	R\$ 5.400,00
Gislaine Carla Santana Paciência	Diretora geral	Dirige, planeja, organiza e controla as atividades de diversas áreas da empresa, fixando políticas de gestão dos recursos financeiros, administrativos, estruturação, racionalização, e adequação dos serviços diversos.	1210-10	R\$ 6.672,00
Jeniffer Barbosa	Consultora de treinamento	Executa tarefas ligadas ao treinamento e aperfeiçoamento pessoal da empresa. Participa do levantamento de necessidades de treinamento junto as áreas evolutivas e prepara materiais para treinamento interno. Divulga cursos e palestras, incentivando a participação dos interessados.	2332-10	R\$ 5.400,00
Maria Clara Cardoso	Consultora de treinamento	Executa tarefas ligadas ao treinamento e aperfeiçoamento pessoal da empresa. Participa do levantamento de necessidades de treinamento junto as áreas evolutivas e prepara materiais para treinamento interno. Divulga cursos e palestras, incentivando a participação dos interessados.	2332-10	R\$ 5.400,00
Jaqueline Almeida de Oliveira	Representante legal	pessoa física que representa a empresa diante da Receita Federal e de outras pessoas físicas ou jurídicas que ela venha a se relaciona	1210-10	R\$ 14.500,00

## 5.7 Organograma

Os organogramas são uma forma de formar uma equipe dentro de uma empresa. O objetivo desta ferramenta é organizar as áreas onde cada especialista está localizado e esclarecer em que nível os outros níveis devem se comunicar e assumir responsabilidades.

Deve fazer parte do planejamento estratégico da sua organização para mostrar as relações de responsabilidade. O organograma é criado com uma caixa contendo cada um dos cargos existentes na empresa, como: B. CEO, Vice-Presidente, Diretor, Gerente, Assistente, Estagiário etc. Linhas conectam caixas para indicar uma hierarquia.

Essas ferramentas fornecem uma visão completa da organização e interessam não apenas aos gestores, mas também aos funcionários em todos os níveis.

Isso serve como uma forma de informação clara sobre quem é responsável e quem é responsável por quem. Isso torna mais fácil para os funcionários entenderem a quem se reportar, conhecer todos na empresa e construir melhores relacionamentos. Como vimos no tópico anterior, uma das maiores questões que as empresas têm que lidar com as necessidades humanas é garantir que os funcionários não se sintam sobrecarregados. Isso tem um impacto sério na produção. Para 4.444 profissionais de RH, os organogramas podem ajudar a organizar setores, planejar novas contratações e executar a produção para evitar ineficiências em determinadas funcionalidades. Todas as horas de trabalho, horas extras, absenteísmo, deduções de DSR, atrasos e sobretaxas são extraídos da declaração de espelho de tempo e usadas para executar a contabilidade da folha de pagamento.

Ao fechar a planilha de horas e enviar as informações para o salário, será calculado o desconto.

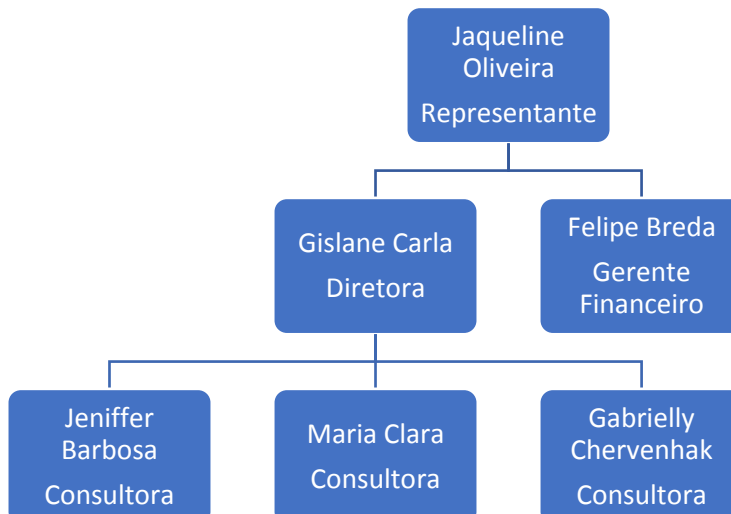
Dos muitos benefícios que este documento oferece, a seguir descreve quatro deles. Maior retorno sobre o investimento: Sim, com um organograma muito claro, os investidores podem entender melhor quem está no comando. O número total de pessoas na empresa e até mesmo envolvidas no projeto. Isso aumenta a credibilidade, mostra quem está mais próximo das negociações e demandas futuras e elogia os bons resultados.



Respeito pela Hierarquia: Todas as empresas se esforçam para entender com precisão a hierarquia dos funcionários que respeitam seus superiores, e a ordem da hierarquia tem precedência. Dessa forma, os organogramas ajudam os funcionários a entender a quem se reportar, com quem conversar e sua função e posição em diferentes situações.

Amplie a interação entre os colaboradores: imagine que você está no primeiro dia de trabalho e precisa entender rapidamente quem é quem na empresa. A documentação descrita neste artigo fornece a clareza que os iniciantes precisam enviar de forma rápida e fácil para seu ambiente. Entenda as mudanças: Em outra situação, você será designado para uma nova equipe, subirá de posição e será comandado por um novo grupo de pessoas. Os organogramas fornecem uma compreensão rápida de novas posições, situações atuais e como proceder desde o início.

### 5.7.1 Organograma da CSD



### 5.8 Benefícios

O lucro corporativo é uma forma adicional de recompensar os funcionários pelo trabalho realizado na empresa, além do salário. Existem vários caminhos para o lucro, sendo que os mais importantes se concentram em nutrição, saúde, transporte,

bemestar e lazer. Por esse motivo, esses aspectos geralmente compõem uma parcela significativa da remuneração de qualquer pessoa e contribuem significativamente para a saúde financeira dos funcionários. Ao criar uma política de desempenho, a empresa está fazendo um investimento rentável. Vou explicar o porquê mais tarde. Qualquer negócio funciona e alcança bons resultados só porque tem uma equipe de pessoas dispostas a fazer o trabalho. Não importa se o produto ou serviço é inovador ou da mais alta qualidade. As organizações precisam de pessoas para produzir, melhorar, promover, vender e muito mais.

Se essas equipes não receberem os incentivos necessários para continuar dando o melhor de si, a produtividade e o ambiente de trabalho serão inconsistentes, a empresa deixará o que os clientes desejam e o orçamento da organização será muitos outros. Precisamos nos livrar do equívoco de que os salários são o único combustível que os trabalhadores podem produzir.

### **5.8.1 Benefícios CSD**

Na nossa empresa ,certamente queremos que os nossos funcionários vistam a camisa da empresa e unam esforços em nome de resultados cada vez melhores.

Por isso, pensando no bem-estar dos nossos colaboradores,oferecemos os seguintes benefícios:

- Vale-transporte;
- Vale-alimentação;
- Cesta básica;
- Plano de saúde e odontológico;
- Auxílio-creche;
- Participação nos lucros;
- Vale-transporte.

## 6.0 – PLANO DE NEGÓCIOS

### 6.1 – Serviços Oferecidos

- Consultoria na área de Avaliação de Desempenho para empresas;
- Realizar Pesquisas de Avaliação.
- Realização de Treinamento, Atendimento, entre outros serviços que possam viabilizar e atender às necessidades da empresa através contratação avulsa.

### 6.2 – Objetivo

Diagnosticar de forma profunda o Capital humano, principal vantagem competitiva da empresa, através de um processo estruturado, alinhado com as competências organizacionais, comportamentais e cognitivas, motivações e estratégias, que refletem a missão, visão, valores, Cultura Organizacional e foco no resultado.

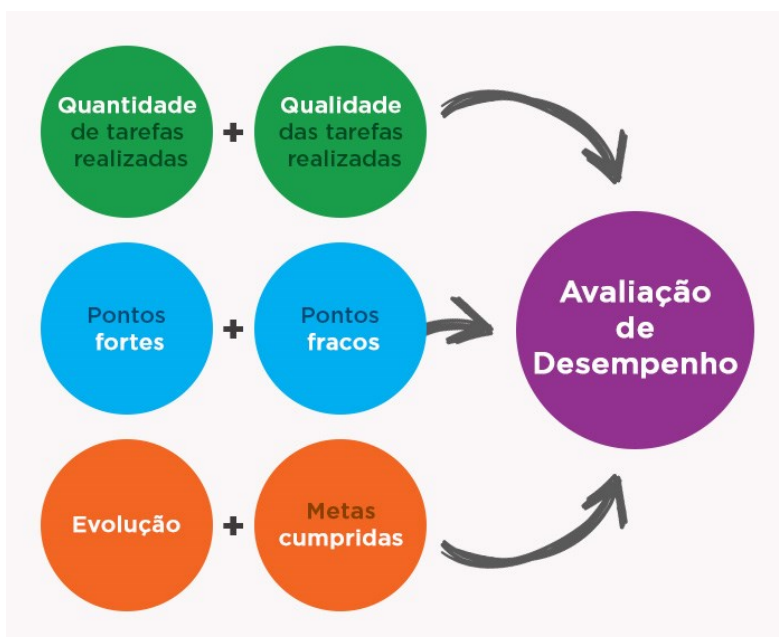


Figura nº07

## 6.3 CRONOGRAMAS

Cronograma é uma ferramenta de gestão de atividades normalmente em forma de tabela, que também contempla o tempo em que as atividades vão se realizar.

O cronograma é uma representação gráfica do tempo investido em uma determinada tarefa ou projeto, segundo as tarefas que devem ser executadas no âmbito desse projeto. É uma ferramenta que ajuda a controlar e visualizar o progresso do trabalho. A utilização de cronogramas é bastante comum em projetos de pesquisa.

### 6.3.1 Cronograma de Avaliação de Desempenho

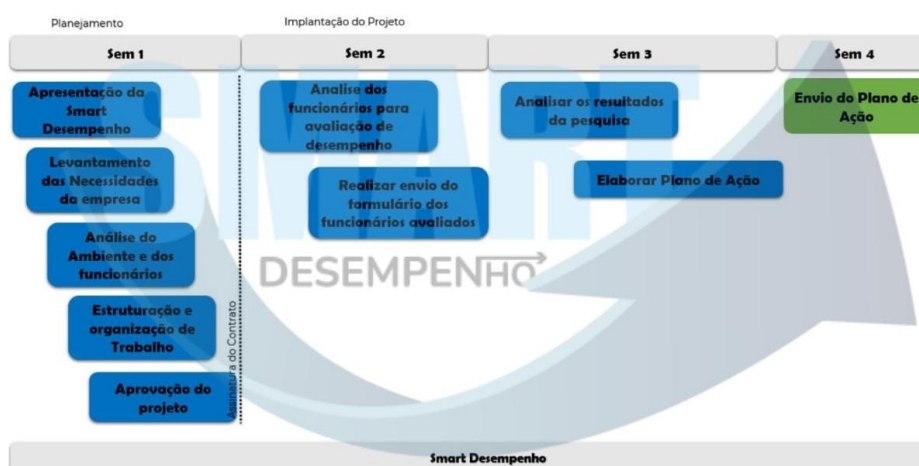


Figura nº08

### 6.3.2 Cronograma Treinamento

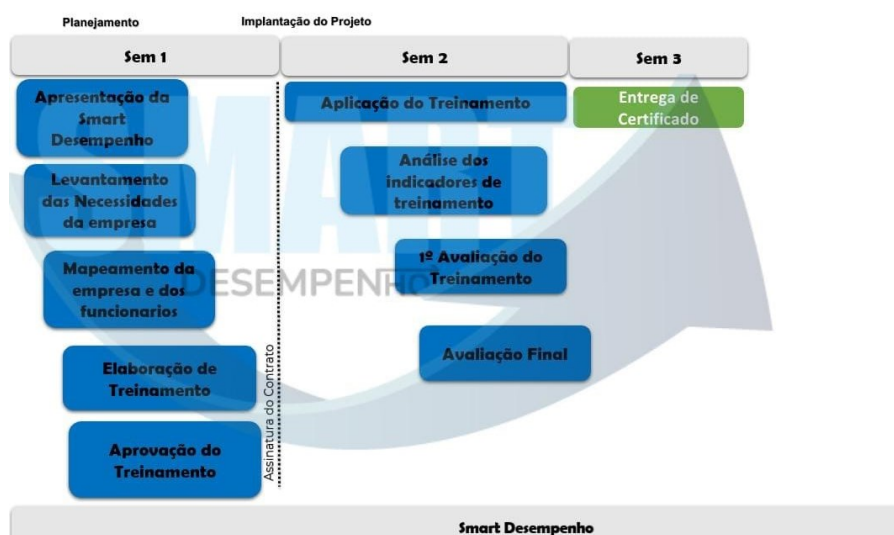


Figura n°09

#### **6.4 - EXECUÇÃO DO SERVIÇO**

As tarefas da empresa serão distribuídas para todos os sócios, e os mesmos, se organizarão para realizar as palestras e visitas aos clientes (empresas), se necessário.

Caso seja uma demanda não prevista, nós avaliaremos os seguintes passos de execução:

1° Preparação - Definimos e estruturamos todo o projeto, alinhamos expectativas organizacionais, validamos cronograma, comunicação, indicadores e pesos, competências e níveis de proficiência e comportamento do cargo a ser avaliado

2° Avaliação - colaborador e Avaliador fazem a avaliação através do perfil, Competências de potencial e performance, e Motivações

3° Reunião - A reunião entre líderes, RH tem o objetivo de revisar as avaliações de desempenho e performance de cada colaborador dentro de uma visão de conjunto.

4° Apresentação Final de resultado - Permite trabalhar de forma dinâmica e ágil todos os resultados obtidos, com o apoio de filtros e dashboards que revelam como a equipe está e o que precisa ser melhorado.

Todos os projetos passarão por uma rigorosa análise e sempre alinhada às necessidades do cliente (empresa), sem exceção, só serão executadas após a Aprovação.

#### **6.5 – EXECUÇÃO DO SERVIÇO DE TREINAMENTO**

1° Apresentação dos serviços oferecidos pela SMART DESEMPENHO;

2° Após a contratação, será realizada um levantamento das necessidades da empresa.

3° Criar o treinamento focado na necessidade da empresa.

4° Aprovar o material junto a liderança.

5° Melhorar a capacitação técnica dos colaboradores.

6° Preparar da apresentação (recursos audiovisuais).

7° Aplicar o treinamento definido.

8° Análise dos indicadores de Treinamento;

9° Entrega dos Certificados.

## 6.6 – INVESTIMENTO

Empresas devem fazer investimentos para melhorar a gestão financeira. Muitos gestores acabam deixando o capital de giro e suas reservas para futuras expansões na conta corrente, o que é um grande erro. Assim como a pessoa física precisa aplicar seu dinheiro, o mesmo ocorre com a pessoa jurídica. Todo dinheiro que excede não precisa ficar parado na conta corrente, independente se é para fazer alguma compra de novas máquinas ou equipamentos, para ampliação da fábrica ou para pagamento do 13º salário dos funcionários.

O correto é que todos os recursos da empresa estejam aplicados tanto em investimentos de curto como de longo prazo. Sabendo aplicar corretamente, o dinheiro renderá, evitando que a empresa precise recorrer a empréstimos no futuro, pagando juros. Na verdade, acontecerá o contrário, a empresa começará a receber os lucros da aplicação.

Ao fazer o planejamento financeiro é possível perceber se a saúde financeira da empresa está em dia, manter uma poupança para emergências e ainda investir em aplicações de longo e curto prazo.

### 6.6.1 – Resumo do Investimento do Projeto

<b>TOTAL DE HORAS DO PROJETO</b>	<b>200 Hrs</b>
<b>Valor Hora</b>	<b>R\$ 100,00</b>
<b>Custo Hora Projeto</b>	<b>R\$ 20.000,00</b>
<b>Sistema</b>	<b>R\$ 1.900,00</b>
<b>Total do Projeto</b>	<b>R\$ 22.000,00</b>

### 6.6.2 – Resumo do Investimento do Treinamento

<b>Total de Horas do Treinamento</b>	<b>70 Hrs</b>
<b>Valor Hora</b>	<b>R\$ 50,00</b>
<b>Custo Hora Treinamento</b>	<b>R\$ 4.000,00</b>
<b>Sistema</b>	<b>R\$ 1.900,00</b>
<b>Total do Treinamento</b>	<b>R\$ 5.950,00</b>

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A avaliação de desempenho pode ser considerada como uma importante ferramenta de apoio ao melhoramento profissional de colaboradores e gerencia colocando em análise a performance de cada um que naquele local trabalha, mas para que isso ocorra a organização deve dar um retorno aos envolvidos sobre seus desempenhos, seja trazendo um ponto forte, ou fraco, fazendo com que sejam estimulados a crescerem e desenvolverem um papel profissional junto com a organização.

Quando questionados se já ouviram falar sobre a avaliação de desempenho, 89,2% dizem que sim, porém apenas 58,8% recebem feedbacks construtivos de seus superiores.

Somente 70,2% dizem ter um bom relacionamento do empregador/superior tem com a equipe e, o que pode ser um fator importante para que os resultados sejam diferentes para o melhor.

Portanto, a proposta de abertura da empresa SMART DESEMPENHO é viável, pois segundo nossas pesquisas realizadas, nos mostrou que 91,2% dos questionados acham importante ter em sua empresa a avaliação de desempenho.

Concluimos então que a avaliação de desempenho na empresa pode não somente visar novos talentos, como também dar um feedback de seus resultados para que os colaboradores possam melhorar seus desempenhos e conseqüentemente, aumentar seus resultados na organização em que trabalham, impulsionando seu crescimento.

## Referências

DIAS, Mariana. Treinamento e Desenvolvimento: o que é, como fazer e tipos. *In: Treinamento e Desenvolvimento: o que é, como fazer e tipos*. São Paulo/ SP: Gupy, 9 ago. 2019. Disponível em: <https://www.gupy.io/blog/treinamento-e-desenvolvimento>. Acesso em: 07 set.2022.

COSTA, Dedila. Qualidade de vida no trabalho: 5 melhores dicas. *In: Qualidade de vida no trabalho: 5 melhores dicas*. São Paulo/ SP: Gupy, 14 abr. 2022. Disponível em: <https://www.gupy.io/blog/qualidade-de-vida-trabalho#:~:text=Vantagens%20da%20qualidade%20de%20vida%20na%20empresa&text=A%20produtividade%2C%20a%20aten%C3%A7%C3%A3o%20e,aumento%20da%20reten%C3%A7%C3%A3o%20de%20talentos>. Acesso em: 07 set. 2022.

DIAS, Guilherme. Cultura e clima organizacional: conheça as principais diferenças. *In: Cultura e clima organizacional: conheça as principais diferenças*. São Paulo/ SP: Gupy, 14 abr. 2022. Disponível em: <https://www.gupy.io/blog/cultura-e-clima-diferencas#:~:text=A%20cultura%20organizacional%20%C3%A9%20o,como%20s%C3%A3o%20realizados%20os%20processos>. Acesso em: 10 set. 2022.

APPUSHR. 10 boas práticas para otimizar o processo de recrutamento e seleção. *In: 10 boas práticas para otimizar o processo de recrutamento e seleção*. São Paulo/ SP, Sem ano de publicação. Disponível em: <https://www.appus.com/blog/gestao-de-pessoas/10-boas-praticas-para-otimizar-oprocesso-de-recrutamento-e-selecao/>. Acesso em: 14 set. 2022.

RH PORTAL. Recrutamento e Seleção de pessoas na prática. *In: Recrutamento e Seleção de pessoas na prática*. São Paulo/ SP, 2 abr. 2019. Disponível em: <https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/recrutamento-e-selecao-pratica/>. Acesso em: 14 set. 2022.



REDATOR PONTOTEL. Recrutamento e Seleção: O que é? Principais Atividades de R&S. *In: **Recrutamento e Seleção: O que é? Principais Atividades de R&S.*** São Paulo/ SP, 14 jun. 2019. Disponível em: <https://www.pontotel.com.br/recrutamentoselecao/>. Acesso em: 15 set. 2022.

DIAS, Mariana. Guia do Recrutamento e Seleção de pessoas (R&S): o que é, como fazer o processo e melhores técnicas. *In: **Guia do Recrutamento e Seleção de pessoas (R&S): o que é, como fazer o processo e melhores técnicas.*** São Paulo/ SP, 18 abr. 2022. Disponível em: <https://www.gupy.io/blog/recrutamento-e-selecao>. Acesso em: 17 set. 2022.

VB. **Entenda o que significa benefício e por que ele é tão importante.** São Paulo/SP, 2 dez. 2019. Disponível em: <https://blog.vb.com.br/o-que-significabeneficio/#:~:text=O%20benef%C3%ADcio%20corporativo%20%C3%A9%20uma,%2C%20bem%2Destar%20e%20lazer>. Acesso em: 21 set. 2022.

CARNEIRO, Maurício. **Organograma: o que é, como elaborar, tipos e modelos.** São Paulo/SP, 17 fev. 2022. Disponível em: <https://www.gupy.io/blog/organograma>. Acesso em: 20 set. 2022.

PERINI, Morgana. **Organograma: o que é, como elaborar, tipos e modelos.** São Paulo/SP, 6 jun. 2022. Disponível em: <https://www.metadados.com.br/blog/folha-depagamento-o-que-e-seu-calculo-e-desoneracao>. Acesso em: 15 set. 2022.

REDATOR PONTOTEL. **CBO: O que é, como funciona e para que serve?.** São Paulo/SP, 7 maio 2021. Disponível em: <https://www.pontotel.com.br/cbo/>. Acesso em: 20 set. 2022.

COELHO, Beatriz. **Você sabe como fazer uma boa análise de dados para sua pesquisa científica?.** São Paulo/SP, 26 set. 2017. Disponível em: <https://blog.mettzer.com/analise-de-dados/>. Acesso em: 25 agosto. 2022.

CONTABILIZEI. **Natureza Jurídica: O que é? Lista de tipos societários a definir.** São Paulo/SP, 3 jan. 2022. Disponível em:

<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/nao-sabe-definir-o-tiposocietario-entenda-aqui-como-descobrir-a-natureza-juridica-de-uma-empresa/>.

Acesso em: 21 set. 2022.

RICHTER, José. **ENTENDA A IMPORTÂNCIA DA LOCALIZAÇÃO NA EXPANSÃO DO NEGÓCIO**. São Paulo/SP, 27 nov. 2017. Disponível em:

<https://richtergruppe.com.br/entenda-a-importancia-da-localizacao-na-expansao-donegocio/>. Acesso em: 18 agosto. 2022.

QIPU. **O que é uma Junta Comercial?**. São Paulo/SP, Sem nenhum ano de publicação. Disponível em: <https://www.qipu.com.br/dicionario/junta-comercial/>.

Acesso em: 20 set.2022.

SEBRAE. **A IMPORTÂNCIA DOS CARTÕES DE VISITA: CAUSE UMA BOA IMPRESSÃO**. São Paulo/SP, 4 jul. 2018. Disponível em:

[https://inovacaosebraeminas.com.br/importancia-dos-cartoes-de-visita/#:~:text=Dentre%20as%20utilidades%20principais%20de,%C3%A9%20voc%C3%AA%20e%20sua%20empresa](https://inovacaosebraeminas.com.br/importancia-dos-cartoes-de-visita/#:~:text=Dentre%20as%20utilidades%20principais%20de,%C3%A9%20voc%C3%AA%20e%20sua%20empresa.). Acesso em: 30 set. 2022.

SIGNIFICADOS. **O que é uma Logomarca (ou Logo)**. São Paulo/SP, Sem nenhum ano de publicação. Disponível em: <https://www.significados.com.br/logomarca/>.

Acesso em: 30 set. 2022.

REDATOR PONTOTEL **Futuro do RH: Conheça as Tendências na Gestão de Pessoas** Disponível em: <https://www.pontotel.com.br>. São Paulo 2022. Acesso em: 27 mar 2022.

UMENTOR **Avaliação de Desempenho: o que é e quais seus principais objetivos?** Disponível em: <https://umentor.com.br> Rio Grande do Sul 2022. Acesso em 28 abr 2022

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: conceitos e definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 1(1) p.25 38, 2014. Acesso em 27 mar 2022.

SILVA, Marcio. **Por que avaliar o desempenho** Disponível em: <https://administradores.com.br> São Paulo 2008. Acesso em 08 abr 2022

DIAS, Mariane. **Futuro do RH: descubra 9 perspectivas sobre** (gupy.io).

São Paulo 2022. Acesso em 27 mar 2022.

MIRANDA, Felipe. **Os 5 problemas dos sistemas atuais de avaliação de desempenho** Disponível em: <https://impulse.net.br> Goiás 2016. Acesso em 20 abr 2022.

DIAS, Guilherme. **Tecnologia no RH: veja a sua evolução, importância e impactos** Disponível em: <https://gupy.io.com.br> São Paulo 2022. Acesso em 28 abr 2022.

## APÊNDICE A – CERTIFICAÇÃO DO GRUPO REFERENTE A 15ª EDIÇÃO DO CURSO ESCOLA DE INOVADORES.



6385384c-9c24-4537-8092-0a17ba000062

**15ª**  
ESCOLA DE  
INOVADORES  
**inovaCPS**

Certificamos que **Felipe David Breda** participou da  
"15ª Edição do Curso Escola de Inovadores",  
promovido pela INOVA CPS, 40 horas de atividades, no 2º semestre de 2022.

São Paulo, 28 de novembro de 2022

**inovaCPS**

**CPS** **SÃO PAULO**  
GOVERNO DO ESTADO

<https://inova.cps.sp.gov.br/>



6384c2d1-806c-4a13-a23b-0159da000062

**15ª**  
ESCOLA DE  
INOVADORES  
**inovaCPS**

Certificamos que **Gabrielly Chervenhak** participou da  
"15ª Edição do Curso Escola de Inovadores",  
promovido pela INOVA CPS, 40 horas de atividades, no 2º semestre de 2022.

São Paulo, 28 de novembro de 2022

**inovaCPS**

**CPS** **SÃO PAULO**  
GOVERNO DO ESTADO

<https://inova.cps.sp.gov.br/>



6384c78b-5a00-4466-bc27-014da0000062

**15ª**  
ESCOLA DE  
INOVADORES  
**inovaCPS**

Certificamos que **Gislane Carla Santana Paciência** participou da  
"15ª Edição do Curso Escola de Inovadores",  
promovido pela INOVA CPS, 40 horas de atividades, no 2º semestre de 2022.

São Paulo, 28 de novembro de 2022

**inovaCPS**

**CPS** **SÃO PAULO**  
GOVERNO DO ESTADO

<https://inova.cps.sp.gov.br/>



637e4fac-4080-4f53-8d2f-8b76cb000062

# 15<sup>a</sup>

ESCOLA DE INOVADORES

## inovaCPS






Certificamos que **Jaqueline Almeida De Oliveira** participou da  
"15ª Edição do Curso Escola de Inovadores",  
promovido pela INOVA CPS, 40 horas de atividades, no 2º semestre de 2022.

São Paulo, 23 de novembro de 2022

inovaCPS

CPS  
CPS  
SÃO PAULO  
GOVERNO DO ESTADO  
Secretaria de Desenvolvimento Econômico

<https://inova.cps.sp.gov.br/>



637e3855-2850-436b-b6df-894e0a000062

# 15<sup>a</sup>

ESCOLA DE INOVADORES

## inovaCPS






Certificamos que **Jeniffer Dos Santos Barbosa** participou da  
"15ª Edição do Curso Escola de Inovadores",  
promovido pela INOVA CPS, 40 horas de atividades, no 2º semestre de 2022.

São Paulo, 23 de novembro de 2022

inovaCPS

CPS  
CPS  
SÃO PAULO  
GOVERNO DO ESTADO  
Secretaria de Desenvolvimento Econômico

<https://inova.cps.sp.gov.br/>



637d7eac-21fc-46be-9c3c-7d23bd000062

# 15<sup>a</sup>

ESCOLA DE INOVADORES

## inovaCPS






Certificamos que **Maria Clara Cardoso Silveira Da Costa** participou da  
"15ª Edição do Curso Escola de Inovadores",  
promovido pela INOVA CPS, 40 horas de atividades, no 2º semestre de 2022.

São Paulo, 22 de novembro de 2022

inovaCPS

CPS  
CPS  
SÃO PAULO  
GOVERNO DO ESTADO  
Secretaria de Desenvolvimento Econômico

<https://inova.cps.sp.gov.br/>

### 3.1.6.1 Anexo I, página nº 26

## CONTRATO SOCIAL

### CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE UMA SOCIEDADE LIMITADA

1.SÓCIO 1, Jaqueline Almeida de Oliveira , Brasileira e Casada. Gerente de Recursos Humanos, portadora do RG : 76.258.139-0 UF:SP e CPF: 236.431.097-05 residente na Rua 10 de outubro,765 - Vila Guiomar- Santo André

2.SOCIO 2, Maria Clara Cardoso, Brasileira, Casada. Gerente de Recursos Humanos, portadora do RG 52.317.412 - 5, UF: SP e CPF: 456.717.219-56 residente na Rua 11 de novembro, 890 – Vila Guiomar- Santo André- SP - CEP: 05634 - 220 (**art. 997, I , CC/2002**) constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Consultoria Smart Desempenho e terá sede e domicílio na Rua José Francisco,340 ( Santo André- SP). (**art. 997, II, CC/2002**)

2ª O capital social será R\$ 360.000,00 (Trezentos e Sessenta Mil Reais (dividido em 50% quotas de valor nominal R\$ 180.000,00 (Cento e oitenta mil reais), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

Jaqueline Almeida de Oliveira nº de quotas 180 (de R\$ 1.000,00) totalizando R\$ 180.000,00

Maria Clara Cardoso nº de quotas 180 (de R\$ 1.000,00) totalizando R\$ 180.000,00 (**art. 997, III, CC/2002**) (**art. 1.055, CC/2002**)

3ª O objeto será prestação de serviços

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 25/11/2022 e seu prazo de duração é indeterminado. (**art. 997, II, CC/2002**)

5ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente. (**art. 1.056, art. 1.057, CC/2002**)

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

7ª A administração da sociedade será exercida por todos os sócios que terão os poderes e atribuições de sócios administradores, representando e assinando pela sociedade. (**artigos 997, VI; 1.013. 1.015, 1064, CC/2002**)

8ª Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e

do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas. (**art. 1.065, CC/2002**)

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso. (**arts. 1.071 e 1.072, § 2º e art. 1.078, CC/2002**)

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

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

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

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

13 O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. (**art. 1.011, § 1º, CC/2002**)

14 **Fica eleito o foro de** Santo André-SP para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 2 vias.

Santo André, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_

\_\_\_\_\_  
Jaqueline Almeida de Oliveira

\_\_\_\_\_  
Maria Clara Cardoso

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