

ESCOLA TÉCNICA PROF.ARMANDO JOSÉ FARINAZZO CENTRO
PAULA SOUZA

Carlos Alberto Castilho
Cleyton Muniz da Silva
Marcia Basso Castilho
Rafaela Simone Moreira Crescêncio
Sandra Regina Pereira Ortiz

ALECRIM DOURADO

General Salgado
2019

Carlos Alberto Castilho
Cleyton Muniz da Silva
Marcia Basso Castilho
Rafaela Simone Moreira Crescêncio
Sandra Regina Pereira Ortiz

ALECRIM DOURADO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção da Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de Técnico em Administração, no Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios, à Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, sob orientação do Professor Abraim Beluci Neto.

General Salgado
2019

Carlos Alberto Castilho
Cleyton Muniz da Silva
Marcia Basso Castilho
Rafaela Simone Moreira Crescêncio
Sandra Regina Pereira Ortiz

ALECRIM DOURADO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção da Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de Técnico em Administração, no Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios, à Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, sob orientação do Professor Abraim Beluci Neto.

Examinadores:

Examinador 1

Examinador 2

Examinador 3

General Salgado
2019

DEDICATÓRIA

“Aos amigos queridos que estiveram presentes em todos os momentos dessa etapa, para nossa formação”.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a todos os nossos colegas de classe que de alguma forma nos ajudou e aos professores que nos acompanhou durante essa etapa, em especial ao Prof. Abraim Beluci Neto e à Prof. Joice, responsáveis pela realização deste trabalho.

EPÍGRAFE

“Ao contrário do que muita gente imagina, a gente não nasce pronto e vai se gastando, a gente nasce não pronto e vai se fazendo”. Mario Sérgio Cortella

RESUMO

A Alecrim Dourado é uma empresa que será inserida no mercado, com objetivo de oferecer produtos de qualidade e variedade para os seus clientes. Onde possam encontrar produtos para satisfazer suas necessidades. O uso de ervas medicinais na cura de doenças relembra que no tempo dos ancestrais e seu emprego na medicina popular sempre foi muito difundido. Hoje em dia, com a chamada “consciência verde”, seu uso tem se intensificado, principalmente pela comprovada eficiência em muitos casos e, em parte, pela crença incorreta de que por serem provenientes da natureza, as plantas não acarretam riscos à saúde. Vale ressaltar que, mesmo medicamentos feitos à base de ervas podem ter efeitos colaterais em potencial e devem ser usados sob orientação médica. Denominados fitoterápicos, os medicamentos feitos de partes de plantas cujos princípios ativos não foram purificados, como chás, extratos e tinturas, quando usados devidamente, podem auxiliar no tratamento de várias doenças a ponto de seu uso, ser recomendados pela Organização Mundial da Saúde. Embora ainda hoje, em muitos casos, o uso de fitoterápicos seja feito sem acompanhamento médico, o cultivo de ervas medicinais pode ser explorado economicamente, utilizando-se de técnicas agrícolas e procedimentos sanitários adequados, representando uma boa fonte de renda para o empreendedor.

Palavras chave: Doenças, medicamentos, ervas medicinais, fitoterápicos, plantas.

ABSTRACT

Rosemary Gold is a company that will be placed on the market, in order to offer quality and variety products to its customers. Where you can find products to meet your needs. The use of medicinal herbs in the cure of diseases reminds us that in the time of the ancestors and its use in popular medicine has always been very widespread. Nowadays, with the so-called green awareness, its use has intensified, mainly by the proven efficiency in many cases and, in part, by the incorrect belief that because they come from nature, plants pose no health risks. It is worth noting that even herbal medicines can have potential side effects and should be used under medical guidance. 'Phytotherapeutics' means medicinal products made from parts of plants whose active ingredients have not been purified, such as teas, extracts and dyes, when used properly, can assist in the treatment of various diseases to the point of their use, be recommended by the World Health Organization. Although even today, in many cases, the use of phytotherapeutics is done without medical follow-up, the cultivation of medicinal herbs can be exploited economically, using appropriate agricultural techniques and health procedures, representing a good source of income for the entrepreneur.

Keyword: Diseases, medicines, medicinal herbs, herbal medicines, plants.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 01- Organograma da Alecrim Dourado.....	21
Imagem 02- Canvas.....	22
Imagem 03- Layout.....	27
Imagem 04- Fluxograma.....	28
Imagem 05- Descrição do Cargo (contínua).....	33
Imagem 06- Descrição do Cargo (conclusão).....	34
Imagem 07- Identificação do Mapa de Risco no Layout.....	42
Imagem 08- Logomarca da Alecrim Dourado.....	49
Imagem 09- Uniforme da Alecrim Dourado.....	50
Imagem 10- Embalagens da Alecrim Dourado.....	51

LISTA DE TABELAS

Tabela 01- Máquinas e Equipamentos.....	55
Tabela 02- Móveis e Utensílios.....	56
Tabela 03- Investimentos Financeiros (contínua).....	57
Tabela 04- Investimentos Financeiros (conclusão).....	59
Tabela 05- Estimativa de Estoque Inicial.....	59
Tabela 06- Investimentos Pré-Operacionais.....	60
Tabela 07- Investimento Total.....	61
Tabela 08- Estimativa do Faturamento.....	62
Tabela 09- Custo de Mercadoria Vendida.....	63
Tabela 10- Custos de Comercialização.....	63
Tabela 11- Custos de Mão-de-Obra.....	64
Tabela 12- Custos Fixos Mensais.....	64
Tabela 13- Demonstrativo de Resultado do Exercício.....	64

LISTA DE QUADROS

Quadro 01- Ficha de Fornecedor: Naturaline.....	25
Quadro 02- Ficha de Fornecedor: Leroy Merlin.....	25
Quadro 03- Ficha de Fornecedor: Leroy Merlin.....	26
Quadro 04- Ficha de Fornecedor: Mazer Distribuidora.....	26
Quadro 05- Ficha de Fornecedor: RMoura.....	26
Quadro 06- Ficha de Fornecedor: Futura.....	26
Quadro 07- Ficha de Fornecedor: Yalisto Distribuidora.....	27
Quadro 08- Ficha de Fornecedor: Empório Natural.....	27
Quadro 09- Análise S.W.O.T da Alecrim Dourado.....	47

LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS

SWOT - Strengths/ Weaknesses/ Opportunities/ Threats

LTDA- Sociedade Empresarial de Responsabilidade Limitada

ME- Microempresa

CTPS- Carteira de Trabalho e Previdência Social

CLT- Consolidação das Leis de Trabalho

FGTS- Fundo de Garantia do Tempo de Serviço

SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

DRE- Demonstrativo de Resultado do Exercício

LISTA DE SÍMBOLOS

- : - Anuncia uma citação ou uma numeração;
- () - Melhora a compreensão do texto escrito;
- , - Marca pequenas pausas;
- . - Pausa máxima da voz;
- ; - Separar orações coordenadas;
- “ - Realçar parte do texto;
- % - Indica porcentagem;
- R\$: Real;
- ... – Reticências;
- / - Criar um efeito de alternância de palavras na gramática;
- [] Indica omissões de partes na transcrição de um texto;
- - Marcador.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	17
CAPITULO I.....	18
1. Histórico	18
1.2. Missão	18
1.3. Visão	18
1.4. Valores.....	19
CAPÍTULO II.....	20
2. Apresentação Da Empresa	20
2.1. Dados Da Empresa	20
2.2. Forma Jurídica	20
2.3. Enquadramento Tributário.....	20
2.4. Contrato Social	21
2.5. Organograma da Empresa.....	21
2.6. Canvas.....	22
CAPÍTULO III	24
3.1.3 Fornecedores da Empresa.....	25
3.2 Layout.....	27
3.3 Métodos de Produção	28
3.4.1 Tipos de Manutenção	30
3.4.2 Política de Manutenção da Empresa.....	31
CAPÍTULO IV	32
4. Gestão de Pessoas.....	32
4.1. Planejamento de Recursos Humanos.....	32
4.2. Descrição de Salários	33
4.3. Recrutamento	35
4.3.1 Recrutamento Externo	35
4.4. Seleção	35

4.5. Admissão	36
4.5.1. Contrato de Trabalho	37
4.5.2. Exame Médico Admissional	38
4.6. Integração	39
4.7. Remuneração	39
4.7.1. Remuneração Básica e Complementar	40
4.7.2. Folha de Pagamento.....	40
4.7.3. Demonstrativo de Pagamento/ Pró-Labore	40
4.8. Avaliação de Desempenho	40
4.9. Segurança do Trabalho.....	41
4.10. Mapa de Risco	41
CAPÍTULO V	43
5. Planejamento de Marketing	43
5.1. Briefing	43
5.2. Definição do Público Alvo	44
5.3. O Composto de Marketing	44
5.3.2. Preço.....	45
5.3.3. Praça.....	45
5.3.4. Promoção	46
5.4. Análise do Ambiente- SWOT	46
5.5. Análise Dos Concorrentes.....	48
5.6. Posicionamento de Mercado	48
5.7. Definição da Marca	49
5.7.1. Uniforme.....	50
5.7.2. Embalagens Manual de Identidade Visual.....	51
5.8. Endomarketing	52
5.8.1. Motivação	52
5.8.2. Integração	53
5.9. Plano de Fidelização	53
5.11. Marketing Social e Verde	54
5.12. Responsabilidades Social	54
CAPÍTULO VI.....	55
6. Planejamento Financeiro	55

6.1. Investimento Fixo	55
6.1.1 Resumo do Investimento Físico.....	55
6.2. Investimento Financeiro	57
6.2.1. Estimativa de Investimentos	59
6.3. Investimentos pré-operacionais.....	59
6.3.1. Legalização	60
6.3.2. Dependência Físicas	60
6.3.3. Aluguel/ Construção/ Reformas	61
6.3.4. Outras Despesas	61
6.4. Estimativa do Investimento Total.....	61
6.5. Estimativa do Faturamento Mensal.....	62
6.5.1. Elaboração do Preço de Venda	62
6.6. Estimativa de custo com materiais/ Insumos	63
6.7. Estimativa de Custos de Comercialização	63
6.8. Estimativa de Custos de Mão-de-Obra	64
6.9. Estimativa dos Custos Fixos Mensais.....	64
6.10. Demonstração de Resultados	64
6.11. Indicadores de Viabilidade	65
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	66
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	67
ANEXOS.....	69
APÊNDICES	72

INTRODUÇÃO

Este projeto de pesquisa tem finalidade de demonstrar se há a possibilidade da abertura de uma loja de Plantas Medicinais e Produtos a Granel na cidade de General Salgado.

Com esse intuito, foram disponibilizados questionários com perguntas abertas e fechadas a fim de identificar a viabilidade da mesma.

O uso das plantas medicinais vem aumentando a cada dia, graças às pesquisas científicas que comprovam seus efeitos, com baixo custo e relativa segurança. As plantas medicinais eram utilizadas há muito tempo atrás como a única forma de tratamento para determinadas patologias. Com o seu aumento, hoje vem sendo considerada uma poderosa arma no tratamento de várias doenças. Denominadas fitoterápicas, os medicamentos feitos de partes de plantas cujos princípios ativos não foram purificados, como chás, extratos e tinturas.

O fato do mercado de produtos naturais e a granel estar em alta, onde cada vez mais as pessoas buscam por uma qualidade de vida mais saudável. Surgiu a ideia da abertura de uma loja física que comercialize na cidade de General Salgado produtos naturais e a granel para essa população, já que não se encontra uma na cidade.

Sendo interesse das partes envolvidas em comum e voltadas para a melhoria das condições de vida da população e região.

CAPITULO I

1. Histórico

O fato do mercado de produtos naturais e a granel estar em alta, onde cada vez mais as pessoas buscam por uma qualidade de vida mais saudável. Surgiu a ideia da abertura de uma loja física que comercialize na cidade de General Salgado produtos naturais e a granel para essa população, já que não se encontra uma na cidade.

1.2. Missão

A missão representa o motivo da sua existência.

Neste particular, Oliveira (2001, p.108) constatou que:

A missão da empresa exerce a função orientadora e delimitadora da ação empresarial, e isto dentro de um período de tempo normalmente longo, em que ficam comprometidos valores, crenças, expectativas, conceitos e recursos.

A missão da empresa Alecrim Dourado é: Proporcionar aos clientes produtos e serviços especiais de alta qualidade, e através dos produtos naturais oferecer uma forma de vida mais saudável para a população.

1.3. Visão

A visão pode ser representada como um meio atingir metas futuras.

“Visão é conceituada como os limites que os proprietários e principais executivos da empresa conseguem enxergar dentro de um período de tempo mais longo e uma abordagem mais ampla”. (OLIVEIRA, 2001, p. 65).

A visão da empresa é: Ser referência no mercado atual de produtos naturais e a granel, garantindo excelência, praticidade e qualidade nos produtos e serviços. E expandir a organização através de filiais.

1.4. Valores

Os valores representam as crenças e atitudes que uma organização valoriza.

Na análise de Oliveira (2001, p. 62) “valores representam o conjunto dos princípios e crenças fundamentais de uma empresa, bem como fornecem sustentação para todas as suas principais decisões”. Os valores da empresa são:

- Responsabilidade
- Comprometimento
- Honestidade
- Empatia
- Ética
- Respeito
- Profissionalismo

CAPÍTULO II

2. Apresentação Da Empresa

2.1. Dados Da Empresa

Nossa empresa com Razão Social de Moreira & Basso LTDA – ME está registrada na Junta Comercial do Estado de São Paulo, no entanto, atende pelo número de CNPJ 55.432.789/0002-02 e ao nome Fantasia de Alecrim Dourado. Está localizada na Av. Diogo Garcia Carmona, nº1008, Bairro Centro, Cidade de General Salgado.

A empresa Alecrim Dourado atuará na área do comércio. A empresa comercializará produtos naturais como ervas para chás e castanhas com diversidades e qualidades, entre eles Moringa, Carqueja, Hibisco, Erva Doce, Camomila e, Hortelã entre outros.

2.2. Forma Jurídica

Foi determinada pelos investidores que a empresa será uma Sociedade de Responsabilidade Limitada onde cada um dos sócios aplicará um percentual do capital social. Todos possuirão obrigações igualitárias e os bens pessoais não estará em vínculo com a empresa.

2.3. Enquadramento Tributário

Registrada na Junta Comercial, na forma Jurídica Sociedade Limitada, com enquadramento tributário Simples Nacional como Microempresa, exercendo no setor de comércio. Colaborando com uma taxa mensal.

Segundo (SEBRAE MG), 2013 “o Simples Nacional destina-se as empresas que se beneficiarão da redução e simplificação dos tributos, além do recolhimento de um imposto único”.

2.4. Contrato Social

O Contrato Social é um documento onde constam as regras e as condições sob as quais a empresa funcionará, e onde estarão estabelecidos os direitos e obrigações de cada sócio.

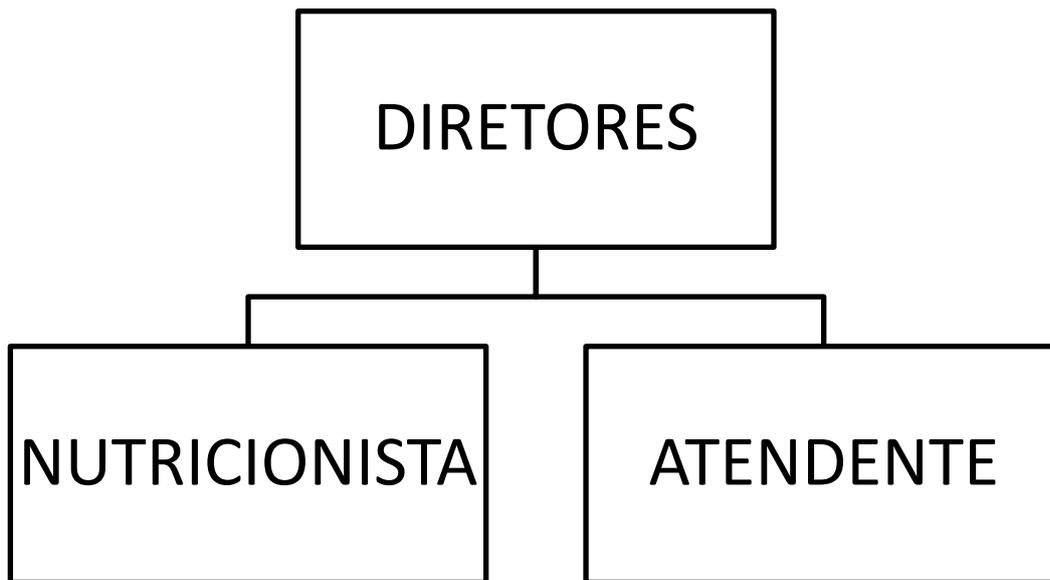
Segundo Coelho (2012, p.160), “o contrato social contém a vontade conjunta de exploração de determinada atividade comercial, reunindo esforços para obtenção de lucros, que serão repartidos entre os sócios”.

2.5. Organograma da Empresa

Organograma é uma ferramenta muito utilizada no meio corporativo, servindo para auxiliar na estruturação dos negócios, tornando os processos e funções desempenhados pelos funcionários mais claros.

De acordo com Araújo (2010, p.64) “[...] o organograma permite conhecer, entender e analisar a organização”.

Imagem 01: Organograma



Fonte: Do próprio autor, 2019

2.6. Canvas

O canvas é uma ferramenta estratégica que permite de forma simples alterar, entender, desenvolver e definir os principais fatores envolvidos na criação e obtenção de valores de um novo empreendimento sobre o plano de negócio.

Segundo Osterwalder e Pigneur (2015, p.12) “[...] os autores ampliaram a forma de representar, desenvolvendo uma ferramenta com linguagem comum para descrever, visualizar, avaliar e alterar o modelo de negócios”.

Imagem 02. Canvas

Rede de Parceiros	Atividades Chave	Proposta de Valor	Relacionamento com Clientes	Segmentos de Clientes
Fornecedores de embalagens; Fornecedores de matéria-prima; Empresas próximas: Academias, rádios, panfletos, catálogos e via whatsapp;	Cobrança de clientes; Atendimento ao cliente; Venda de mercadoria; Compra de mercadoria;	Comercio de frutas e produtos naturais e a granel; Profissionais experientes na área; Consulta com Especialista-Nutricionista; Localização de fácil acesso- Centro;	Atendimento Telefônico; E-mail;	Pessoa Física e Jurídica; Faixa Etária: Todas a classes Gênero: Masculino e Feminino;
	Recursos Chave		Canais de Distribuição	

	Espaço Físico; Recursos financeiros; matéria-prima;		Loja física Atendimento no balcão;	
Estrutura de Custos		Fluxo de Receitas		
Compra de matéria-prima ou mercadoria; Aluguel; Energia elétrica; Salário da equipe; Internet; pró-labore dos sócios; Investimento em marketing;		Vendas avulsas;		

Fonte: Do próprio autor, 2019

CAPÍTULO III

3.1.1 Prospecção de Fornecedores

A prática de buscar e identificar fornecedores confiáveis para o processo de compras de matéria prima para uma organização é essencial e deve ser uma atividade continua dentro da empresa.

É importante fazer a identificação e valorização dos Stakeholders, pois são as pessoas envolvidas e com grande interesse na empresa em questão, ajudando e possibilitando a explorar as melhores oportunidades de matéria prima, produção, mão de obra, e melhores condições de negociações. Trazendo para empresa segurança e confiança em quem está comprando seus insumos e mercadorias garantindo um espaço maior no mercado atual.

A localização por fornecedores potenciais possibilita a uma organização fazer um levantamento de potenciais parceiros comerciais, cotação de preços, estimativas de custos nacionalizados, melhores fornecedores, compromisso com prazos, disponibilidade, entre outros.

A prospecção pode ser feita de forma interna através de visitas pessoais, e externa através da internet, revistas, jornais.

Na empresa Alecrim Dourado a busca por fornecedores potenciais será feita por meio de telefone, pesquisa na internet, e por indicações.

3.1.2 Política da Empresa com os Fornecedores

A política da empresa com os seus fornecedores será através de uma avaliação eficiente pela gestão da empresa, onde será possível analisar a qualidade

na prestação do serviço, agilidade na entrega, disponibilidade do produto, flexibilidade para mudanças de pedidos, prazo de entrega e quantidade.

A gestão da empresa com os seus fornecedores pode trazer parceiros que irão possibilitar no alcance do sucesso, por meio de custos e prazos menores, melhor qualidade nos produtos ou serviços e conseqüentemente a satisfação do cliente final. Os indicadores serão:

- Competência e qualidade;
- Capacidade;
- Compromisso;
- Custo;
- Comunicação.

3.1.3 Fornecedores da Empresa

Quadro 01: Ficha de Fornecedor: Naturaline

FICHA DOS FORNECEDORES	
NOME: Naturaline	
ENDEREÇO: Av. Osvaldo Aranha	Nº 1075
BAIRRO: Bento Gonçalves	CIDADE: Rio Grande Do Sul
TELEFONE: (11) 3315-8111	
TIPOS DE INSUMO: Grãos, Sementes e cereais	
E-MAIL: contato@naturaline.com.br	

Fonte: Do próprio autor, 2019

Quadro 02: Ficha de Fornecedor: Leroy Merlin

FICHA DOS FORNECEDORES	
NOME: Leroy Merlin	
ENDEREÇO: Rodovia Washington Luiz, Saída KM 435	
BAIRRO: Jardim São Marcos	CIDADE: São José Do Rio Preto
TELEFONE: 4020-5376	
TIPOS DE INSUMO: Moveis para escritório	
E-MAIL: www.leroymerlin.com.br	

Fonte: Do próprio autor, 2019

Quadro 03: Ficha de Fornecedor: Leroy Merlin

FICHA DOS FORNECEDORES	
NOME: Leroy Merlin	
ENDEREÇO: Rodovia Washington Luiz, saída Km 435	
BAIRRO: Jardim São Marcos	CIDADE: São José Do Rio Preto
TELEFONE: 4020-5376	
TIPOS DE INSUMO: Ar Condicionado e Manutenção	
E MAIL: www.leroymerlin.com.br	

Fonte: Do próprio autor, 2019

Quadro 04: Ficha de Fornecedor: Mazer Distribuidora

FICHA DOS FORNECEDORES	
NOME: Mazer Distribuidora	
ENDEREÇO:	
BAIRRO:	CIDADE: São José Do Rio Preto
TELEFONE: (17) 3042-0953	
TIPO DE INSUMO: Produtos de TI, Eletroeletrônicos e acessórios	
E MAIL: www.mazer.com.br	

Fonte Do Próprio Autor 2019

Quadro 05: Ficha de Fornecedor: RMoura

FICHA DOS FORNECEDORES	
NOME: RMoura Cereais	
ENDEREÇO: Rua Prof. Eurípedes Simões de Paula	Nº 475
BAIRRO: Brás	CIDADE: São Paulo
TELEFONE: SAC (11) 3129-8703	
TIPOS DE INSUMO: Produtos a granel	
E MAIL: www.rmouracereais.com.br	

Fonte: Do próprio autor, 2019

Quadro 06: Ficha de Fornecedor: Futura

FICHA DOS FORNECEDORES	
NOME: Futura Indústria de Alimentos	
ENDEREÇO: Rio Piraquara	Nº 220
BAIRRO: Jardim Weissopolis	CIDADE: Pinhais- PR
TELEFONE: 41 3667-0142	
TIPOS DE INSUMO: Produtos naturais e Orgânicos	

E MAIL: futura@grupofutura.com.br

Fonte: Do próprio autor, 2019

Quadro 07: Ficha de Fornecedor: Yalisto Distribuidora de Alimentos

FICHA DOS FORNECEDORES	
NOME: Yalisto Distribuidora de Alimentos	
ENDEREÇO: Rua Arthur Roma	Nº 290
BAIRRO: Jardim Santa Lucia	CIDADE: São Jose do Rio Preto
TELEFONE: (17) 3219-9898	
TIPOS DE INSUMO: Ervas, Grãos e Castanhas	
E MAIL: www.distribuidorayalisto.com.br	

Fonte: Do próprio autor, 2019

Quadro 08: Ficha de Fornecedor: Empório Natural

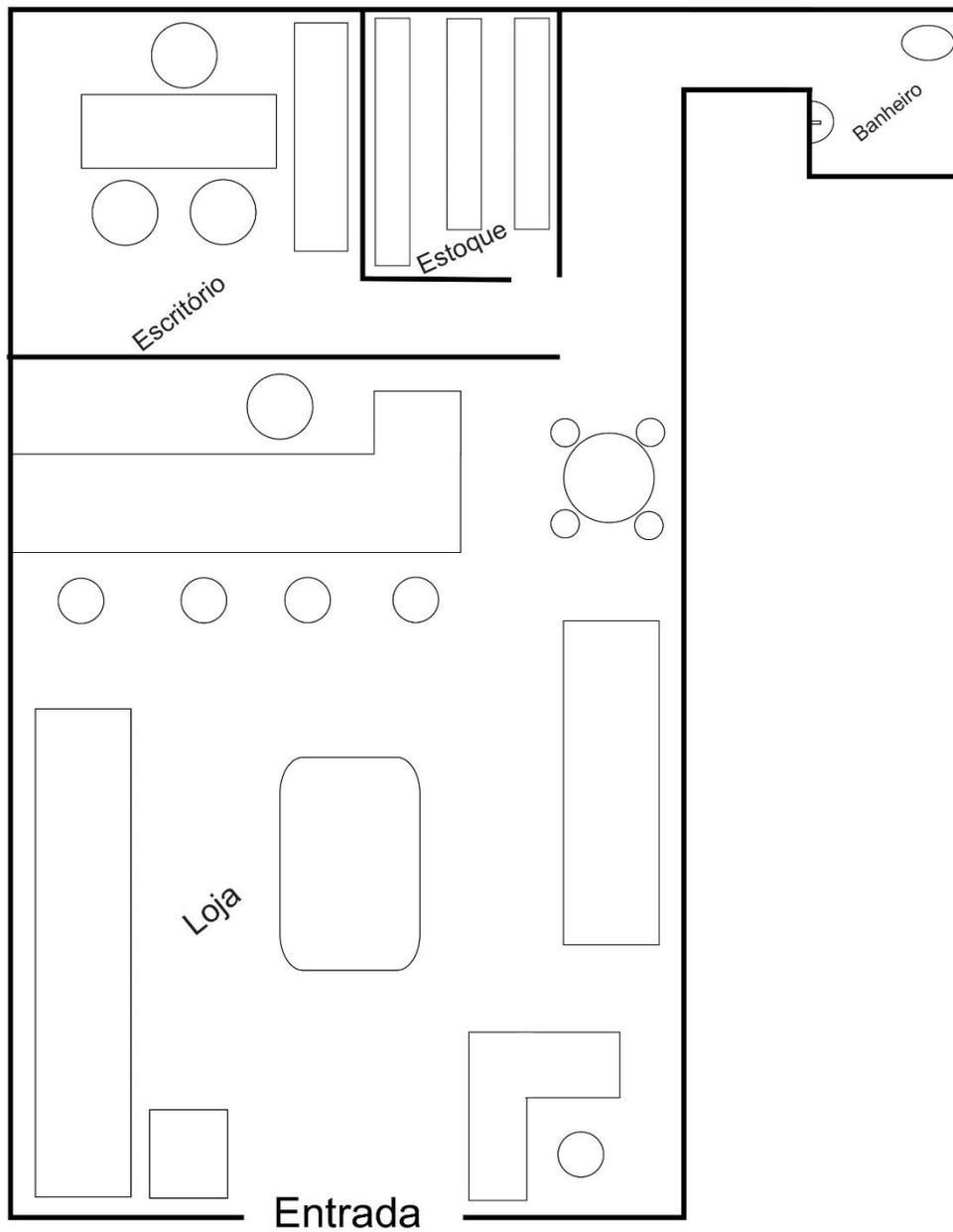
FICHA DOS FORNECEDORES	
NOME: Empório Natural	
ENDEREÇO: Av: Lino José Seixas	Nº 651
BAIRRO: Jardim Seixas	CIDADE: São José do Rio Preto
TELEFONE: (17) 3211-9286	
TIPOS DE INSUMO: Produtos Naturais	
E MAIL: contato@emporionaturalriopreto.com.br	

Fonte: Do próprio autor, 2019

3.2 Layout

Moreira (2008, p. 239) “afirma que uma preocupação básica do planejamento do arranjo físico é “tornar mais fácil e suave o movimento do trabalho por meio do sistema, e esse movimento se refiro ao fluxo de pessoas ou de materiais”.

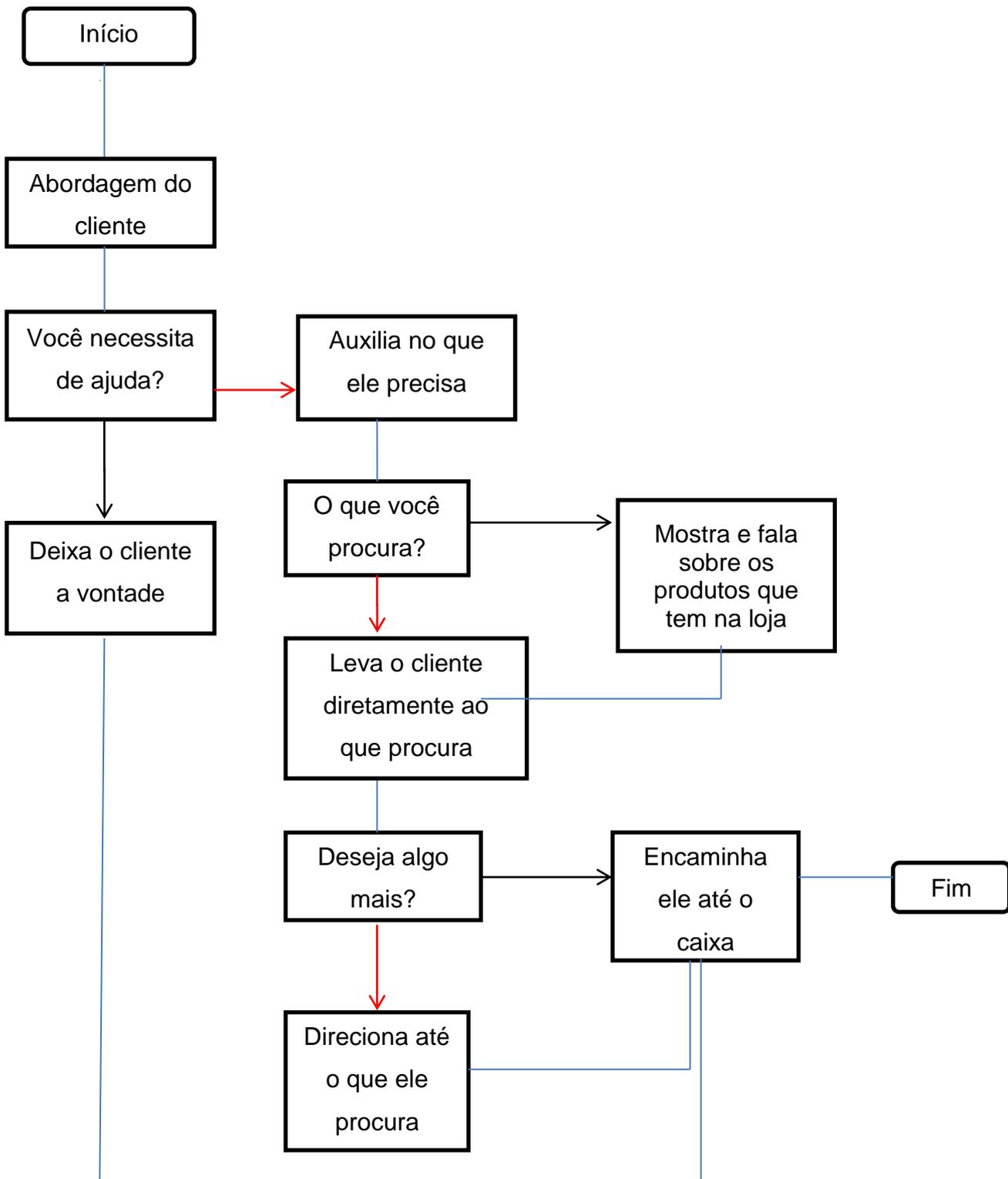
Imagem 03. Layout



Fonte: Do próprio autor, 2019

3.3 Métodos de Produção

Imagem 04: Fluxograma



Legenda: Sim →
 Não →

Fonte: Do próprio autor, 2019

3.4 Manutenção

Independentemente do seu tipo e da forma de aplicação, manutenção pode ser definida como um conjunto de procedimentos que são realizados periodicamente em sistemas, máquinas e equipamentos.

Essa intervenção tem como principal objetivo manter os dispositivos e pleno funcionamento e garantir que todas as suas funções sejam desempenhadas de forma eficaz.

A manutenção é a pratica que irá prevenir erros dentro de uma organização nas atividades de produção, oferecendo assim uma forma de que o produto ou serviço não apresente um padrão de qualidade inferior em relação aos demais, e para que conseqüentemente não haja problemas com o cliente final.

3.4.1 Tipos de Manutenção

Podemos classificar os diversos tipos de manutenção em:

Manutenção Corretiva: Como o próprio nome diz, a manutenção corretiva atua nos equipamentos para corrigir falhas, quebras ou defeitos, realizando intervenções que façam com que as maquinas retornem à operação normal.

Manutenção Preventiva: As tarefas preventivas são realizadas de forma periódica sendo cumpridas antes que surjam avarias e falhas odoram, garantido que as maquinas mantenham seu funcionamento eficaz e de forma confiável. Todos os procedimentos preventivos são programados e devem ser realizados de forma periódica, seguindo um intervalo previamente determinado.

Manutenção Preditiva: É constituída por um conjunto de ações de controle de um determinado equipamento, garantindo a redução de falhas no funcionamento e desempenho das maquinas ou sistemas operacionais. A manutenção preditiva consegue prever prováveis erros que exigem serviços de manutenção corretiva.

Manutenção Produtiva Total: É uma das modernas ferramentas de gestão empresarial de toda cadeia produtiva industrial que visa a forte redução de todos os tipos indesejáveis de desperdício. Ela abrange não apenas as atividades de manutenção corretiva e preventiva “chão de fábrica”, mas sim uma série de outras

importantes ferramentas de melhorias de processos técnicos e administrativos em toda estrutura organizacional de uma empresa.

3.4.2 Política de Manutenção da Empresa

A política da empresa será baseada na manutenção preventiva e corretiva. Pois a preventiva servirá como uma monitoração periódica dos sistemas e balança para que não ocorram falhas nos atendimentos, e contato com fornecedores e clientes. E na corretiva, caso alguma máquina ou equipamento apresente algum defeito possa ser corrigido o mais rápido possível, evitando assim atrasos nas entregas.

CAPÍTULO IV

4. Gestão de Pessoas

De acordo com Chiavenato (2010, p. 4) “o contexto da gestão de pessoas é formado por pessoas e organizações. As pessoas passam boa parte de suas vidas trabalhando dentro de organizações”.

A gestão de pessoas ou administração de recursos humanos busca a qualidade da forma como as pessoas são geridas nas organizações. Como buscá-las no mercado, integrá-las e orientá-las, envolvendo técnicas e treinamentos para melhor administrar e potencializar o capital humano dentro da organização.

4.1. Planejamento de Recursos Humanos

Na análise, Chiavenato (2015, p. 77):

[...] a função de GP pode contribuir para o alcance dos objetivos organizacionais e, simultaneamente, favorece e incentiva o alcance dos objetivos individuais dos funcionários. Trata-se de alinhar talentos e competências com as necessidades organizacionais.

O planejamento de recursos humanos dentro de uma empresa é de extrema importância, pois a organização conseguirá desenvolver estratégias que visara uma produtividade maior e conseqüentemente com a expansão na contratação de novos talentos uma lucratividade maior dentro da empresa. O planejamento de RH permite que obtenhamos as pessoas certas nos lugares certos.

O RH deve participar ativamente dos planos da organização, sabendo reconhecer os profissionais que ali trabalham, proporcionando da melhor forma possível um vínculo empregatício, estabelecendo um gerenciamento positivo na exploração das capacidades humanas disponíveis na empresa.

4.2. Descrição de Salários

A descrição de Cargos consiste em um conjunto de funções da mesma natureza de trabalho. Os requisitos mais frequentes na formação profissional e o tempo de experiência para exercer o cargo, além de características pessoais que o ocupante deve ter.

Salário é a remuneração regular atribuída pelo exercício ou desempenho das funções no âmbito de um emprego.

Imagem 05: Descrição Do Cargo

Título do Cargo	Atendente
Descrição do Cargo	Executar atividades de atendimento ao cliente e ao público em geral. Receber o cliente cordialmente. Abordar clientes, dar suporte no esclarecimento de dúvidas. Oferecer serviços e produtos. Informar ao cliente como e para que serve o produto apresentado.
Função	Atua com o atendimento ao cliente, recepciona, apresenta os produtos, realiza a organização de prateleiras, estocagem e organização do local.
Escolaridade	Ensino Médio Completo.
Experiência Profissional	De 1 a 2 anos na área ou cursos especializados em atendimento ao público.
Relacionamento	Empatia, proatividade, agilidade, dinamismo, trabalho em equipe, flexibilidade, visão no cliente, persuasão, autoconhecimento,

	integridade e comunicação.
Conhecimentos Necessários	Entender o cliente, ser inteligente para oferecer o que agrada. Ser prestativo e paciente. Conhecer as especialidades dos produtos. Comunicação clara.
Provas ou Testes a Serem Aplicados	Será feita entrevista. E após sua contratação oferecemos cursos treinamento profissionalizantes.

Fonte: Do próprio autor, 2019

Imagem 06: Descrição Do Cargo

Título do Cargo	Nutricionista
Descrição do Cargo	Prestar assistência nutricional aos clientes, organizar, administrar e avaliar unidade de alimentação e nutrição, estabelecer plano de cuidados nutricionais.
Função	Consultoria Nutricional
Escolaridade	Graduação em nutrição
Experiência Profissional	De 1 a 2 anos na área. Trabalhar com os clientes em sessões personalizadas ou em grupo, para melhor atender as suas necessidades. Desenvolver metas com as mudanças de hábitos, ideias para sustentar a saúde dos clientes.
Relacionamento Humano	Adaptabilidade, bom humor, responsabilidade, dedicação ao trabalho, bom relacionamento interpessoal, comunicativo e pontual.
Conhecimentos Necessários	Afinidade com ciências da natureza, capacidade de comunicação, bom trabalho em equipe, vontade de aprender constantemente, conhecimento de segurança alimentar, concentração e profissionalismo.
Provas ou Testes a Serem Aplicados	

Fonte: Do próprio autor, 2019

4.3. Recrutamento

O recrutamento é o processo que busca atrair candidatos para as vagas existentes possíveis de existirem. O recrutamento consiste na procura e atração de candidatos, formas de apresentar vagas disponíveis em uma organização, porém há discordância entre autores quando se trata de incluir ou não a triagem de candidaturas.

O objetivo do recrutamento consiste em atrair candidatos e para que seja eficaz, deverá fazê-lo em número eficiente para fornecer o processo de seleção e assim permitir que este funcione. Trata-se, pois, de um sistema de informação que visa a divulgação de oferta de oportunidades de emprego. (CHIAVENATO, 2015, p. 85).

4.3.1 Recrutamento Externo

Na análise “o recrutamento é externo quando a organização procura preencher suas vagas com candidatos atraídos pelas técnicas de recrutamento”. (Chiavenato, 2009; Rocha, 1997)

A empresa usará o recrutamento externo como meio de convocar e reunir candidatos capacitados para atender a necessidade da vaga solicitada.

4.4. Seleção

Segundo Chiavenato (2010, p. 133) “seleção de pessoas funciona como uma espécie de filtro que permite que apenas algumas pessoas possam ingressar na organização: aquelas que apresentam características desejadas pela organização”.

Logo após a divulgação das vagas, é feita uma seleção das pessoas que mais se enquadraram para exercer a função escolhida. A seleção pode ser realizada por meio de algumas ferramentas ou técnicas sendo:

- Entrevista;
- Provas situacionais;
- Provas específicas;
- Dinâmicas de grupo;
- Testes psicológicos.

Na seleção de funcionários a Alecrim Dourado optará por fazer entrevistas.

4.5. Admissão

De acordo com Chiavenato (2015, p. 146) “dá-se o nome de admissão à maneira como a organização recebe os novos funcionários e os integra a sua cultura ao seu contexto e ao seu sistema, para que eles possam comportar-se de maneira adequada às expectativas da organização”.

O empregado ao ser admitido deve passar por uma rotina especial junto à empresa. Essa rotina visa atender as normas legais existentes, bem como as normas internas da empresa, proporcionando o ingresso desse empregado com sucesso. Quando os profissionais forem selecionados, deve-se cuidar da documentação para regulamentar a situação dentro da empresa é necessário que o profissional apresente os seguintes documentos:

- 2 Fotos 3x4 colorida;
- Carteira de Trabalho original e cópia (CTPS para fazer a anotação do registro);
- Cópia da Carteira de Trabalho;
- Cópia da Carteira de Identidade (RG);
- Cópia do Título de Eleitor (obrigatório para candidatos a partir de 18 anos);
- Cópia do Certificado de Reservista (para indivíduos do sexo masculino com ou mais de 18 e 45 anos);

- Cópia da carteira de vacinação;
- Cópia do Cadastro de Pessoa Física (CPF);
- Cópia da Certidão de Casamento (se houver);
- Cópia da Carteira de Habilitação (se houver);
- Cópia da Certidão de Casamento (nos casos de União Estável ou Convívio Marital);
- Cópia Certidão de Nascimento dos filhos de até 21 anos ou inválidos de qualquer idade (necessário para o pagamento do salário família e dedução do Imposto de renda);
- Cópia do Comprovante do endereço com CEP.
- Cópia do Comprovante de inscrição no PIS / PASEP (no caso de reemprego);
- Cópia do Comprovante de Escolaridade (informar o grau de instrução ou certificado de conclusão);
- Atestado de Saúde Ocupacional (Exame Médico Admissional).

4.5.1. Contrato de Trabalho

Contrato individual de trabalho é o acordo tácito ou expresso, correspondente à relação de emprego.

Conforme Art. 442 da Lei nº 8.949, de 9.12.1994:

Art. 442 Parágrafo único - Qualquer que seja o ramo de atividade da sociedade cooperativa, não existe vínculo empregatício entre ela e seus associados, nem entre estes e os tomadores de serviços daquela. (BRASIL, 1994)

O contrato de trabalho é um documento que estabelece de forma jurídica, legal as obrigações de emprego dentro de uma empresa. Registrado na CLT, o contrato individual de trabalho define as obrigações, deveres e acordos sobre todas as condições de trabalho entre o empregado e o empregador, afim de consentir com o cumprimento de todas as funções.

Conforme o artigo Art. 468 da CLT, nos contratos individuais de trabalho só é lícita a alteração das respectivas condições por mútuo consentimento,

e ainda assim desde que não resultem, direta ou indiretamente, prejuízos ao empregado, sob pena de nulidade da cláusula infringente desta garantia.

De acordo com o tempo de duração, os contratos de trabalho podem ser classificados: por tempo indeterminado, determinado, temporário, eventual, intermitente, home office, parcial, terceirizado, autônomo estagiário, e trainee.

A empresa Alecrim Dourado contratará os funcionários por tempo indeterminado conforme a CLT.

Contrato por tempo indeterminado: Nele, não há prazo para encerrar o vínculo entre empresa e empregado, que é opcional para ambas as partes, havendo apenas o cumprimento do aviso prévio, seja por meio de pagamento na rescisão ou por meio de trabalho. No momento da rescisão de contrato por parte da empresa, caso o colaborador não tenha falha na conduta, ele poderá usufruir o direito ao recebimento de 40% de multa sobre o valor do FGTS, seguro-desemprego e aviso prévio.

4.5.2. Exame Médico Admissional

Conforme Art. 168 pela Lei nº 7.855, de 24.10.1989:

Será obrigatório exame médico, por conta do empregador, nas condições estabelecidas neste artigo e nas instruções complementares a serem expedidas pelo Ministério do Trabalho:

I - A admissão; (Incluído pela Lei nº 7.855, de 24.10.1989)

II - Na demissão; (Incluído pela Lei nº 7.855, de 24.10.1989)

III - periodicamente. (Incluído pela Lei nº 7.855, de 24.10.1989).
(BRASIL, 1989)

O exame médico admissional é um processo previsto na Consolidação das Leis do Trabalho CLT, que funciona com realizações de exames de avaliações físicas e mentais em novos colaboradores, afim de declarar o potencial e aptidão para exercer as funções em perfeitas condições. Funcionando como meio de segurança as avaliações médicas podem ser realizadas ao longo da jornada do funcionário na empresa e até mesmo quando houver um possível desligamento ou ocorra algum acidente ele será indenizado.

A Alecrim Dourado vai realizar os exames admissionais na Santa De Misericórdia Nossa Senhora das Dores, localizada na Rua. Nadir Garcia, 555, Jardim. Primavera II, CEP: 15300-000, na cidade de General Salgado, no valor de R\$60,00 reais.

4.6. Integração

É um meio de incorporar novos colaboradores e também os que ali já estão a prazo indeterminado. A integração são técnicas onde a organização se preocupa com a qualificação e capacitação do profissional oferecendo treinamentos com auxílio de sanar dúvidas e promover um ambiente receptivo, de modo a tornar o funcionário ainda mais apto, satisfeito e motivado para colaborar com mais eficiência na empresa.

4.7. Remuneração

A remuneração é correspondente a um pacote que envolve recompensas aos funcionários em troca dos seus esforços e da sua dedicação a empresa e deve ter o objetivo de motivar e comprometer as pessoas com a organização. É a soma do salário contratualmente estipulado (mensal, por hora, por tarefa, etc.) com outras vantagens percebidas na vigência do contrato de trabalho como horas extras, adicional noturno, adicional de periculosidade, insalubridade, comissões, percentagens, gratificações diárias para viagens entre outras.

Segundo Chiavenato (2010, p. 279):

Ninguém trabalha de graça. Como parceiro da organização, cada funcionário está interessado em investir com trabalho, dedicação e esforço pessoal, com os seus conhecimentos e habilidades desde que receba uma retribuição adequada. As organizações estão interessadas em investir em recompensas para as pessoas desde que delas possam receber contribuições ao alcance de seus objetivos.

4.7.1. Remuneração Básica e Complementar

A remuneração básica da Alecrim Dourado será de acordo com o piso salarial da categoria e sempre respeitando as normas da CLT.

4.7.2. Folha de Pagamento

A empresa Alecrim Dourado ficará responsável por elaborar mensalmente a folha de pagamento e a entrega do recibo de pagamento (ou holerite) de cada funcionário, sendo devidamente paga ou creditada a todos os segurados a seu serviço. A empresa também manterá em seu estabelecimento, uma via da respectiva folha e recibos de pagamento, conforme a lei (art. 225 do Decreto 3048/1999).

4.7.3. Demonstrativo de Pagamento/ Pró-Labore

O pró-labore refere-se à remuneração dos sócios por atividades administrativas. A empresa Alecrim Dourado utilizará para o pagamento dos cinco sócios administrativos, assim como os funcionários os sócios também receberão o demonstrativo de pagamento discriminados os valores acertados.

4.8. Avaliação de Desempenho

Segundo Chiavenato (2010, p. 240):

A avaliação de desempenho é uma apreciação sistemática do empenho de cada pessoa, em função das atividades, das metas e resultados, das competências e do seu potencial de desenvolvimento. A avaliação de desempenho é um processo que serve para julgar ou estimar o valor, a excelência e as competências de uma pessoa a serem alcançados, sobre tudo, qual é a sua contribuição para o negócio da organização.

A Alecrim Dourado realizará uma análise diária diante dos acontecimentos e atendimentos. Avaliando os pontos positivos e negativos. Procurando aprimorar a cada dia os pontos positivos e planejar maneiras de melhorias para os negativos. Se necessário, oferecer treinamentos.

4.9. Segurança do Trabalho

Segurança no trabalho pode ser entendida como um conjunto de meios de prevenção de acidentes dos trabalhadores em seu ambiente de trabalho, além de proporcionar a saúde de forma geral, oferecendo melhor qualidade de vida aos empregados de uma determina empresa.

A segurança do trabalho funciona com normas, ações e medidas preventivas, destinadas a melhoria dos ambientes de trabalho e a prevenção de doenças ocupacionais. Através de técnicas apropriadas ela visa o estudo das possíveis causas de acidentes, objetivando o controle e prevenção dessas ocorrências.

Segundo Chiavenato (2010, p. 476):

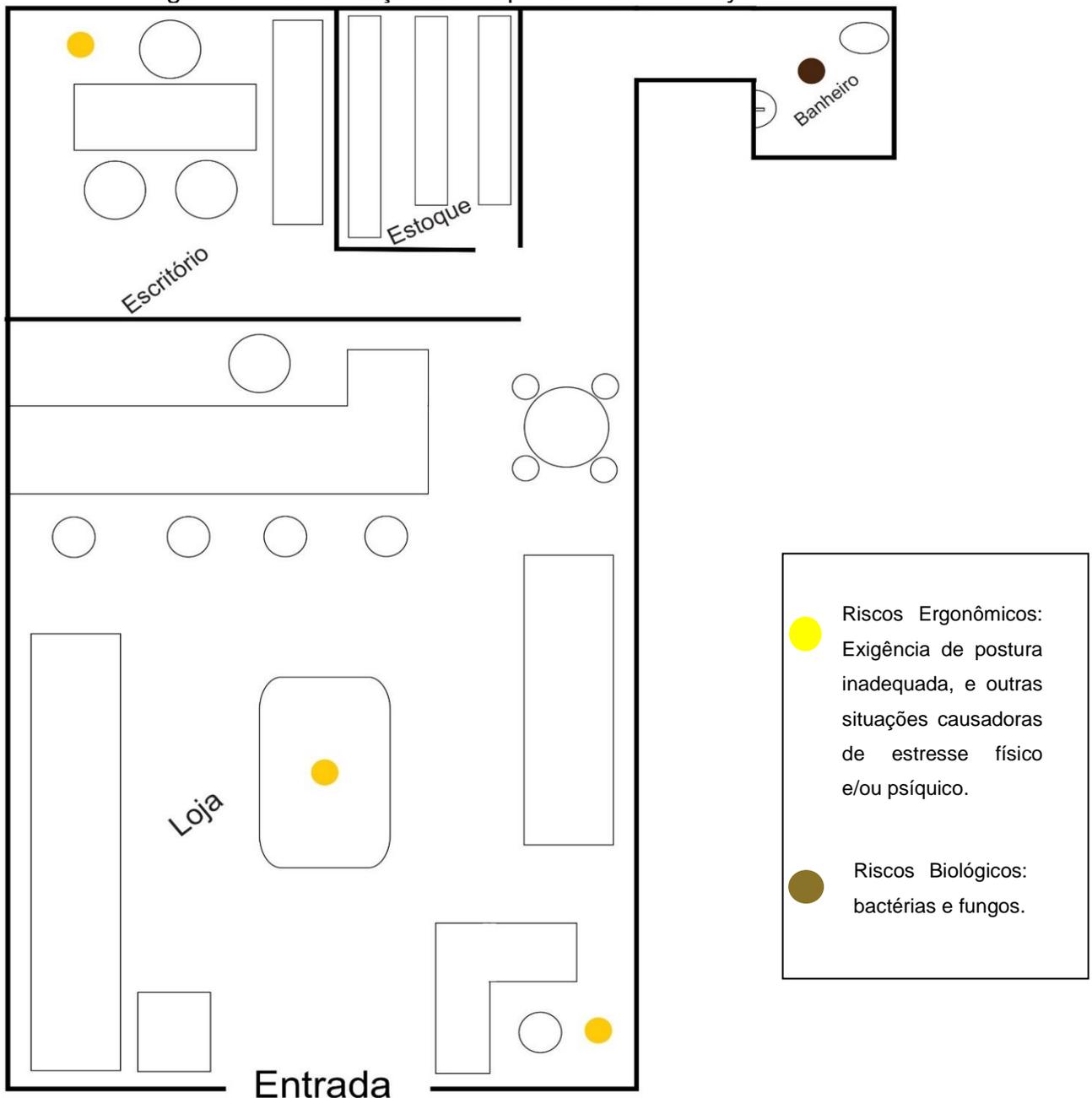
A segurança no trabalho está relacionada com a prevenção de acidentes e com administração de riscos ocupacionais. Sua finalidade profilática no sentido de antecipar -se para que os riscos sejam minimizados.

4.10. Mapa de Risco

O mapa de risco é uma representação referente aos riscos presentes no ambiente de trabalho.

É representado graficamente de acordo com o layout do local analisado através de círculos de cores diferentes os níveis dos riscos com as cores correspondentes a eles. O tamanho dos círculos varia de acordo com o tamanho do risco, pode ser: pequenos, médios e grandes.

Imagem 07: Identificação do Mapa de Risco no Layout



Fonte: Do próprio autor, 2019

CAPÍTULO V

5. Planejamento de Marketing

O planejamento de marketing, tem como objetivo organizar, analisar, planejar, implementar a atividade de forma a criar valores para os clientes e alcançar objetivos positivos para a empresa.

Segundo (LIMA e colaboradores, 2007, p. 108) “o plano estratégico de marketing define então os objetivos gerais e como alcança-los tendo em vista a análise do ambiente interno (forças e fraquezas) e do ambiente externo (oportunidades e ameaças)”.

5.1. Briefing

O Briefing funciona como o desenvolvimento de informações ou instruções de uma marca ou empresa, no que diz respeito às suas necessidades, objetivos, oportunidades e metas a atingir.

Segundo Peter (2008, p. 27) “[...] não há uma fórmula única, padronizada, para o briefing. O formato de cada briefing vai depender de muitos fatores, como a natureza do projeto (embalagens, gráfico, produto, web e outros) e as características da empresa (padrões, práticas, culturas e outras)”.

O Briefing da empresa Alecrim Dourado foi criado no ano de 2019 após uma pesquisa na cidade. E se chega à conclusão que a empresa de produtos naturais funcionaria como um novo empreendimento, de forma a oferecer com mais facilidade variados produtos nas melhores condições para a busca de uma vida mais saudável.

Localizada na Av. Diogo Garcia Carmona nº1008, Bairro: Centro, General Salgado, com a razão social Alecrim Dourado ME-LTDA, enquadrada No Regime Simples Nacional, operará de segunda-feira a sexta-feira das 08:00 às 18:00 e sábados das 08:00 às 12:00 horas.

A empresa terá uma parceria com uma profissional da área da Saúde, uma Nutricionista que atenderá três vezes na semana, nas quarta-feira, sexta-feira, e aos sábados, para elaborar as melhores receitas de acordo com as necessidades e estilo de vida de cada cliente e também para tirar possíveis dúvidas.

5.2. Definição do Público Alvo

Público Alvo são as pessoas que irão obter o produto ou serviço que uma determina empresa os direcionam.

O público alvo da Alecrim Dourado serão os jovens, crianças, adultos e idosos que queiram adquirir com mais facilidade e variedade produtos naturais e a granel, para o benefício de uma vida mais saudável.

5.3. O Composto de Marketing

O composto de Marketing é definido como um conjunto de ferramentas que a empresa usa para atingir seus objetivos de Marketing no mercado através do público-alvo.

5.3.1 Produto

Produto refere-se ao que a empresa tem a oferecer para o seu público alvo, de modo a satisfazer as suas necessidades.

Segundo Las Casas (2012, p. 255):

O produto é o objeto principal de comercialização. Ele é desenvolvido para satisfazer o desejo ou necessidade de determinado grupo de consumidores. Por isso, a sua função principal é de proporcionar benefícios”.

A Alecrim Dourado oferece aos seus clientes produtos naturais para que possam obter e alcançar uma vida em equilíbrio de corpo e mente mais saudáveis.

5.3.2. Preço

A variável preço é um dos responsáveis pelas receitas de vendas de uma empresa sobre aquele determinado produto, incluindo também os custos, concorrência e o consumidor como parte da formulação de uma política de preços.

O preço tem grande impacto na venda das mercadorias. Ele está ligado diretamente ao produto onde pode influenciar no interesse do cliente e conseqüentemente na qualidade do produto.

Isso demonstra que:

O preço tornou-se uma das variáveis de marketing mais relevante. Apesar da crescente importância dos demais fatores no processo de marketing, o preço tem impacto no nível de vendas, nas margens de contribuição propiciada pelo produto e, principalmente, na posição estratégica desse produto no mercado. (LIMA et al., 2007, p. 65)

Os preços dos produtos da Alecrim Dourado serão elaborados de acordo com o custo de aquisição e com o preço dos concorrentes.

5.3.3. Praça

Refere-se aos canais de distribuição, movimentação física dos produtos para os clientes finais.

“Uma das características dos serviços é que produção e consumo ocorrem simultaneamente. Por isso, o prestador de serviço, em princípio, deve estar próximo de seus clientes, independentemente de onde esteja estabelecido”. (LAS CASAS, 2012, p. 295)

A Alecrim Dourado ficará localizada na Avenida Diogo Garcia Carmona, nº1008, Bairro Centro, General Salgado, SP, 15300-000.

O espaço físico conta com o auxílio de uma nutricionista para auxiliar os seus clientes da melhor maneira, na aquisição de produtos específicos as suas necessidades. Oferecerá degustação de chás principalmente as novidades, para que possam conhecer e consumir, sendo servidas em mesas para melhor degustar com tranquilidade e conforto.

Um ambiente aconchegante, com balcão, mesas e cadeiras para o conforto dos clientes, expositores e prateleiras com os mais variados produtos.

5.3.4. Promoção

É a maneira que a empresa utiliza para atrair seu público alvo, seja por divulgação, oferta, brindes entre outros.

De acordo com (LIMA e Colaboradores, 2007, p. 77) “o composto de comunicação e promoção consiste em atividades que visam comunicar os atributos e benefícios do produto e persuadir os clientes-alvo adquiri-lo e consumi-lo”.

A empresa Alecrim Dourado realizará a divulgação por meio da rádio local, panfletos em locais específicos como academias, cartão de visita, e também por via WhatsApp, onde será divulgado as novidades, os preços e tirar as possíveis dúvidas dos clientes.

As sacolas convencionais levaram os dados da empresa como telefone, endereço, e logo tipo. Oferecemos brindes em datas sazonais como dia das mães, e dos pais, e também em compras acima de R\$60,00 reais.

5.4. Análise do Ambiente- SWOT

De acordo com Kotler, Keller (2006, p. 50), A avaliação global das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças é denominada análise SWOT “[...]. Ele envolve o monitoramento dos ambientes externo e interno”.

Quadro 09: Análise SWOT da Alecrim Dourado
ANÁLISE INTERNA

ANÁLISE INTERNA	
FORÇAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Segmento exclusivo direto; 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto custo das mercadorias;
<ul style="list-style-type: none"> • Diferenciação nos produtos; 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de conhecimento entre a população;
<ul style="list-style-type: none"> • Funcionários especializados; 	<ul style="list-style-type: none"> • Desinteresse da população;
<ul style="list-style-type: none"> • Parceria; 	<ul style="list-style-type: none"> • Rede de distribuição falha;
<ul style="list-style-type: none"> • Excelente atendimento; 	-
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Diversificação em produtos; 	<ul style="list-style-type: none"> • Novos concorrentes;
<ul style="list-style-type: none"> • Dedicção com clientes fiéis; 	<ul style="list-style-type: none"> • Pouca demanda pelos produtos;
<ul style="list-style-type: none"> • Bom relacionamento interpessoal; 	<ul style="list-style-type: none"> • Alta dos juros e impostos;
ANÁLISE EXTERNA	

Fonte: Do próprio autor, 2019

Forças: Segmento exclusivo direto: não há concorrentes direto na cidade. Diferenciação nos produtos: variedade e qualidade nos produtos. Funcionários especializados: funcionários capacitados para exercer as funções. Excelente atendimento: a empresa dedica total atenção, respeito e consideração pelo cliente. Parceria: a empresa conta com a ajuda de uma Profissional da área de Nutrição Alimentar para estar ajudando os clientes.

Fraquezas: Alto custo das mercadorias: aumento nos preços dos produtos a serem vendidos, implicando no preço final para o cliente. Falta de conhecimento entre a população: devido a diversificação de produtos naturais e a granel que existe no mercado. Desinteresse da população: devido à falta de

conhecimento, e acesso ao produto. Rede de distribuição falha: suporte eficiente para atender a demanda.

Oportunidades: Diversificação em produtos: variedade nas vendas dos produtos, onde adquirimos produtos exclusivos. Dedicção com clientes fiéis: acompanhamento com uma profissional e brindes para fidelizar e conquistar novos outros clientes. Bom relacionamento interpessoal: com fornecedores e clientes saber se comunicar, confiando e respeitando.

Ameaças: Novos concorrentes: abertura de outras empresas do mesmo ramo. Pouca demanda pelos produtos: devido o fato de supermercados e farmácias já comercializar alguns dos produtos. Alta de juros e impostos: aumento das inflações, redução do desemprego, economia aquecida e conseqüentemente um aumento no nível dos preços.

5.5. Análise Dos Concorrentes

Na análise, Las Casas (2012, p. 159) registrou que:

Um dos aspectos que se devem considerar quanto a concorrência é qual o setor de atuação de uma empresa. Um setor pode ser considerado “um grupo de empresas que oferecem um produto ou uma categoria de produtos que são substituídos, próximos um dos outros.

A Alecrim Dourado não possui concorrentes diretos, pois na cidade não existe loja nesse segmento (ramo).

Porém existe concorrentes indiretos como farmácias e supermercados que vendem chás comuns como camomila, hortelã e erva cidreira.

5.6. Posicionamento de Mercado

Segundo Las Casas (2012, p. 229):

Posicionar um produto é fazer com que ele ocupe um lugar de destaque na mente do cliente-alvo, o que é obtido através de um conjunto de ações de marketing.

O importante do posicionamento competitivo é a forma com quem diferentes grupos de consumidores percebem os produtos, os serviços, e as marcas, assim como os da concorrência.

A empresa Alecrim Dourado organizará uma feira voltada para produtos naturais.

5.7. Definição da Marca

A marca pode ser representada por uma palavra, imagem ou desenho que expresse ou identifique os bens ou serviços de uma empresa para diferenciá-la da concorrência.

Uma marca é “um nome, termo, design, símbolo ou qualquer outra característica que identifique o bem ou serviço de um vendedor como distinto dos bens ou serviços de outros vendedores”. (CHURCHILL; GILBERT; PAUL, 2000, p. 244)

A empresa Alecrim Dourado surgiu ao perceber que as pessoas estão cada vez mais em busca de uma vida saudável.

Queríamos um nome diferente e chamativo, e depois de algumas pesquisas o escolhido foi Alecrim Dourado com o slogan “Do Campo Para Sua Vida”.

Imagem 08: Logomarca da Alecrim Dourado



Fonte: Do próprio autor, 2019

5.7.1. Uniforme

Imagem 10: Uniformes da Alecrim Dourado



Fonte: Do próprio autor, 2019

Nossas cores será o Verde e o Marrom, onde aparecerão no interior desde as mobílias até nas paredes e também nos uniformes da empresa. A cor Verde representa:

Associação Material: Umidade, frescor, primavera, bosque, mar e natureza;

Associação Efetiva: Bem-estar, saúde, tranquilidade, segurança, equilíbrio e crença.

E a cor Marrom representa a cor da terra e da madeira, sendo associada com a natureza e também com os produtos naturais, que indica um estilo de vida mais saudável.

Associação Material e Efetiva: Quando usada na decoração de interiores, ela transmite uma sensação de calma, conforto físico e qualidade.

Os uniformes da Alecrim Dourado serão personalizados contendo o slogan da empresa, com as cores verde e marrom, sendo do modelo de camiseta manga curta feminino.

5.7.2. Embalagens Manual de Identidade Visual

A Alecrim Dourado utilizará sacolas biodegradáveis para a preservação do meio ambiente. E como brindes a empresa dará sacolinhas de papel reciclável com saches de chás, ambas sacolas serão personalizadas com o logo tipo e slogan da empresa.

Imagem 10: Embalagens da Alecrim Dourado





Fonte: Do próprio autor, 2019

5.8. Endomarketing

O Endomarketing está relacionado com o marketing interno de uma organização, como os processos, orientação de serviços para um aumento na produtividade em geral e uma melhoria da qualidade.

É estabelecido que “[...] o marketing interno ou endomarketing, voltado para própria empresa, visando treinar e estimular as pessoas que nela trabalham” [...]. (LIMA e colaboradores, 2007, p. 94)

5.8.1. Motivação

A motivação está ligada a satisfação das necessidades dos indivíduos. Uma ação realizada para alcançar determinado objetivo.

De acordo com, Bergamini, 1989, p. 64:

A motivação é uma força que se encontra no interior de cada pessoa e que pode estar ligada a um desejo. Uma pessoa não consegue jamais motivar alguém, o que ela pode fazer é estimular a

outra pessoa. A probabilidade de que uma pessoa siga uma orientação de ação desejável esta diretamente ligada á força de um desejo.

5.8.2. Integração

A Integração é uma forma de estratégia gerencial sendo, de sua importância não só para os colaboradores ingressantes como para toda a organização.

Segundo Melo Neto (2001, p. 40):

Nesse sentido, deve-se considerar que, antes de o indivíduo ser considerado um empregado ele é membro de um grupo social e que ao ser admitido passará por um processo de socialização, o qual se refere ao compromisso em relação, cuja aceitação é importante para a sua adaptação ao sistema.

5.9. Plano de Fidelização

- Atendimento de primeira;
- Segurança nas transações;
- Vantagens e promoções frequentes;
- Economis (bom preço);
- Confiança no nome de sua marca.

Fidelizar é transformar um comprador eventual em um comprador frequente. É fazer com que esse cliente compre cada vez mais e até divulgue sobre a empresa. (BOGMANN, 2000, p. 120)

5.10. Estratégias de Pós Vendas & Garantias

Segundo Bogmann (2000, p. 34) “os clientes devem ser identificados, reconhecidos, comunicados, auditados em relação á satisfação e atendidos. O objetivo do pós-marketing é construir relacionamentos duradorados com todos os clientes”.

5.11. Marketing Social e Verde

A Alecrim Dourado utiizará sacolas biodegradáveis para a preservação do meio ambiente e como brindes as sacolas serão de papel reciclável com saches de chás, ambas personalizadas.

5.12. Responsabilidades Social

A empresa realizará o Chá Beneficiente mensalmente, em uma tarde aleatória nas entidades da cidades como: creches, asilo e APAE.

CAPÍTULO VI

6. Planejamento Financeiro

O planejamento financeiro está ligado aos processos de definição de metas, estratégias e na geração de retorno ou resposta para melhoria do procedimento.

Capacidade de controlar as finanças, sendo estabelecido qual é a melhor forma de gerenciar os seus gastos, se será necessário economizar e/ou investir mais em recursos.

6.1. Investimento Fixo

Segundo Sanvicente (1983, p.11) “, cita que a decisão de investimento “consiste num conjunto de decisões visando dar á empresaa estrutura ideal e termos ativos fixos e concorrentes para que os objetivos da empresa com um todo sejam atingidos”.

6.1.1 Resumo do Investimento Físico

Tabela 01: Máquinas e Equipamentos

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Balança Digital	1	R\$179,90	R\$179,90
SUBTOTAL			R\$179,90

Fonte: Do próprio autor, 2019

Tabela 02: Móveis e Utensílios

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Notebook	1	R\$1793,08	R\$1793,08
Computador	1	R\$1979,10	R\$1979,10
Microondas	1	R\$349,90	R\$349,90
Ar Condicionado	1	R\$1178,99	R\$1178,99
Ventilador de Teto	2	R\$148,90	R\$297,80
Bebedouro	1	R\$419,90	R\$419,90
Pallet	12	R\$5,00	R\$60,00
Telefone	1	R\$123,90	R\$123,90
Leitor de Código de Barra	1	R\$135,00	R\$135,00
Impressora	1	R\$665,00	R\$665,00
Impressora Fiscal	1	R\$873,00	R\$873,00
Nobreak	1	R\$69,90	R\$69,90
Divisória	40m	R\$29,90	R\$1196,00
Mesa de Escritório	1	R\$150,80	R\$150,80
Balança	1	R\$179,90	R\$179,90
Lâmpadas LED	2	R\$7,62	R\$15,24
Lâmpadas LED Tubular	10	R\$9,59	R\$95,90
Máquina de Cartão	1	R\$58,80	R\$58,80
Prateleira	2	R\$400,32	R\$800,64
Expositor	2	R\$245,00	R\$490,00
Garrafa Térmica	1	R\$88,00	R\$88,00
Xícaras de Café C/Pires	6	R\$8,33	R\$49,95
Xícaras de Chá C/Pires	24	R\$4,16	R\$99,84
Carretel P/Mesa	1	R\$20,00	R\$20,00
Banco	6	R\$126,90	R\$761,40
Suporte P/Copos	1	R\$39,90	R\$39,90
Pacote de Copos	2500	R\$0,03	R\$70,00
Copos de Vidro	24	R\$1,04	R\$24,90
Potes de Acrílico Quadrado 5 Litros	90	R\$29,49	R\$2654,10

Dispense para Cereais	16	R\$32,83	R\$525,28
SUBTOTAL			R\$15.266,22
TOTAL DE INVESTIMENTOS FÍSICOS			R\$15.446,12

Fonte: Do próprio autor, 2019

Como demonstrado na tabela acima, foi listado todos os gastos necessários com máquinas e equipamentos, móveis e utensílios com um investimento total físico de R\$15.446,12.

6.2. Investimento Financeiro

O investimento financeiro de uma empresa representa, a aplicação de um capital afim de obter um resultado superior ao investido. Investir dinheiro a curto ou a longo prazo para conseguir compensar os custos e gerar lucro.

Tabela 03: Investimentos Financeiros

Descrição	Quantidade	Valor
Coentro em Pó	10Kg	R\$58,90
Paprica Doce	10Kg	R\$150,00
Orégano	12,5Kg	R\$156,90
Carqueja	10Kg	R\$299,90
Chá Verde	14Kg	R\$93,90
Arnica	20Kg	R\$355,00
Canela de Velho em Pó	10Kg	R\$199,90
Cravo	10Kg	R\$411,90
Salsa Parrilha	5Kg	R\$77,90
Hibisco	20Kg	R\$221,00
Maracuja	10Kg	R\$99,90
Moringa	10Kg	R\$500,00
Erva-Doce	10Kg	R\$216,90
Camomila	10Kg	R\$147,90
Boldo	25Kg	R\$471,90

Gengibre em Pó	10Kg	R\$244,90
Alecrim	25Kg	R\$332,90
Hortelã em Flocos	25Kg	R\$280,90
Canela em Pau	10Kg	R\$291,90
Castanha Cajú Torrada e Salgada	11,34Kg	R\$291,90
Castanha Pará	10Kg	R\$537,90
Tâmara Sem Caraço	5Kg	R\$126,90
Amêndoa	10Kg	R\$434,90
Semente de Abobóra	25Kg	R\$369,90
Semente de Abobóra S/Casca Torrada sem sal	10Kg	R\$186,90
Quinoa	25kg	R\$497,90
Soja	25Kg	R\$213,90
Amendoim Vermelho Sem Casca	25Kg	R\$293,90
Uva Passa Preta	10Kg	R\$146,90
Uva Passa Branca	12,5Kg	R\$263,90
Ameixa Seca S/Caroço	10Kg	R\$88,90
Nozes	10Kg	R\$458,90
Pistache	11,34Kg	R\$665,90
Damasco	12,5Kg	R\$195,90
Cranberry Desidratada	10Kg	R\$253,90
Aveia em Flocos	25Kg	R\$84,90
Aveia Farelo	25Kg	R\$93,90
Cacau em Pó	25Kg	R\$265,90
Goji Berry	10Kg	R\$271,90
Avelãs	10Kg	R\$446,90
Chia em Grãos	25Kg	R\$399,90
Linhaça Dourada	25kg	R\$126,90
Granola com Açúcar	10Kg	R\$114,90
Granola de Frutas Naturais C/Açúcar	10Kg	R\$167,90
Granola Sem Açúcar	10Kg	R\$114,90
SUBTOTAL		R\$11.728,90

Fonte: Do próprio autor, 2019

Tabela 04: Investimentos Financeiros

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Adesivos Personalizados	2000	R\$0,29	R\$580,00
Sacola de Papel P/Brindes	50	R\$0,90	R\$45,00
Sacola personalizadas	500	R\$0,97	R\$485,00
Embalagens Plásticas	3500	R\$12,00	R\$84,00
SUBTOTAL			R\$1.194,00
TOTAL			R\$12.922,90

Fonte: Do próprio autor, 2019

6.2.1. Estimativa de Investimentos

Tabela 05: Estimativa de Estoque Inicial

Descrição	Valor
Capital de Giro	R\$30.000,00
Compra de Estoque Inicial	R\$12.922,90
TOTAL	R\$42.922,90

Fonte: Do próprio autor, 2019

6.3. Investimentos pré-operacionais

Investimentos Pré-Operacionais são todos os recursos que foram gastos para o funcionamento da empresa, todos os custos iniciais feitos antes de

abrir um determinado negócio, despesas como reformas, taxas para registro da empresa, compra de terreno entre outros.

Segundo (SEBRAE DF, 2019) “os custos pré-operacionais devem ser projetados, identificando o que será necessário adquirir para que a empresa seja aberta, como aluguel e reforma do espaço e as taxas de registro”.

Tabela 06: Investimentos Pré-Operacionais

Descrição	Valor
Escritório de Contabilidade e Licenças	R\$1.581,16
Materiais de Escritorio	R\$230,00
Aluguel	R\$1.000,00
Marketing e Propaganda	R\$700,00
Produto de Limpeza	R\$100,00
Reforma	R\$1.740,00
TOTAL	R\$5.351,16

Fonte: Do próprio autor, 2019

Na tabela acima, foi representado o que será gasto com a Alecrim Dourado antes de sua abertura e funcionamento, como escritorio de contabilidade e licenças, aluguel, marketing e propaganda, reforma e outros.

6.3.1. Legalização

Calculamos como despesas com legalização para a abertura da empresa um valor total de R\$1581,16, estando relacionado com os gastos para registro na Junta Comercial JUCESP, alvará de funcionamento e localização, alvará dos Bombeiros, vistoria da Vigilância Sanitária e Hononários de escritório.

6.3.2. Dependência Físicas

Os produtos a serem estocados serão armazenados em um local determinado dentro da própria loja.

6.3.3. Aluguel/ Construção/ Reformas

A empresa passará por reformas, sendo feitas pinturas internas para decoração no valor de R\$1.200,00 com a mão de obra e R\$300,00 com a fachada, onde foram colocados adesivos personalizados para hall de entrada com o slogan da empresa no valor de R\$240,00. Sendo pago R\$1.000,00 de aluguel mensal.

6.3.4. Outras Despesas

A empresa investirá um valor de R\$700,00 para a divulgação, pois iremos fazer propagandas em rádios no valor de R\$520,00, terá disponível na loja cartões de visita com o endereço e telefone da empresa, e a entrega de panfletos na cidade e regiões totalizando no valor de R\$180,00. E com materiais para escritório R\$230,00.

6.4. Estimativa do Investimento Total

A tabela abaixo nº 05 representa o total que foi investido para a abertura da empresa Alecrim Dourado.

Tabela 07: Investimento Total

Descrição	Valor
Total de Investimento físico	R\$15.446,12
Total de Investimento Financeiro	R\$42.922,90
Total de Investimento Pré-Operacional	R\$5.351,16

INVESTIMENTO TOTAL	R\$63.720,18
---------------------------	--------------

Fonte: Do próprio autor, 2019

6.5. Estimativa do Faturamento Mensal

Tabela 08: Estimativa do Faturamento

Descrição	Valor
Receita Total	R\$44.154,00

Fonte: Do próprio autor, 2019

6.5.1. Elaboração do Preço de Venda

No Estudo, Martins (2010, p.)

Para administrar preço de venda, sem dúvida é necessário conhecer o custo do produto; porém essa informação, por si só, embora seja necessária não é suficiente. Além do custo, é preciso saber o grau de elasticidade da demanda, os preços de produto dos concorrentes, os preços de produtos substitutos, a estratégia de marketing da empresa etec; e tudo isso depende também do tipo de mercado em que a empresa atua, que vai desde o monopólio ou do monopsônio até a concorrência perfeita, mercado de commodities etec.

A elaboração do preço de venda da empresa Alecrim Dourado foi calculado por meio das despesas fixas e variáveis.

Custo Unitário: 0,08 gramas

Despesas Fixas: R\$4.888,46= 9,48%

Despesas Variáveis: R\$4,83%+ 1,65%= 6,48%

Margem de Lucro: 20%

Markup: $100 / [100 - (DF+DV+ML)]$

Markup: $100 / [100 - (11,07+6,48+20)]$

Markup: $100 / [100 - 37,55]$

Markup: $100 / 62,45$

Markup: 1,60

Preço de Venda : $0,08 \times 1,60 = 0,12$ por grama

6.6. Estimativa de custo com materiais/ Insumos

Tabela 09: Custo de Mercadoria Vendida

Descrição	Valor
Erva Moringa	R\$500,00
Sacolas	R\$530,00
Adesivos	R\$580,00
Embalagens	R\$84,00
TOTAL	R\$1.694,00

Fonte: Do próprio autor, 2019

A tabela acima nº09, demonstra qual será o gasto com materiais de cada produto vendido, baseado no faturamento mensal.

6.7. Estimativa de Custos de Comercialização

A empresa Alecrim Dourado pertence ao enquadramento do Simples Nacional ao anexo I, e temos como custo de comercialização.

Tabela 10: Custo de Comercialização

Descrição	Alíquota %
Simples Nacional	4,38%
Cartão	1,65%
TOTAL	6,48%

Fonte: Do próprio autor, 2019

6.8. Estimativa de Custos de Mão-de-Obra

Tabela 11: Custo de Mão-de-Obra

Descrição	Valor
Folha de Funcionário	R\$688,10
Folha de Pró-Labore	R\$2.420,36
TOTAL	R\$3.108,46

Fonte: Do próprio autor, 2019

6.9. Estimativa dos Custos Fixos Mensais

Tabela 12: Custos Fixos Mensais

Descrição	Valor
Aluguel	R\$1.000,00
Honorários de Escritórios	R\$100,00
Água	R\$60,00
Energia Elétrica	R\$250,00
Sistema	R\$150,00
Pró-Labore	R\$2.420,36
Telefone	R\$120,00
Material de Limpeza	R\$100,00
Folha de Funcionários	R\$688,10
TOTAL	R\$4.888,46

Fonte: Do próprio autor, 2019

6.10. Demonstração de Resultados

De acordo com Ribeiro (2012, p. 420):

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) é um relatório contábil destinado a evidenciar a composição do resultado formado num determinado período de operações da empresa. Essa demonstração, observando o princípio da competência, evidenciará a formação do resultado, mediante confronto entre as receitas e os correspondentes custos e despesas.

Tabela 13: D.R.E (Demonstrativo de Resultado do Exercício)

Descrição	Valor
Receitas Total Com Vendas	R\$44.154,00
(-) Impostos	R\$2.132,64
= Receita Bruta	R\$42.021,36
(-) Custo Preço de Venda	R\$29.436,00
= Lucro Bruto	R\$12.585,36
(-) Despesas Fixa	R\$4.888,46
(-) Despesas Financeiras	R\$728,54
LUCRO LÍQUIDO	R\$6.968,36

Fonte: Do próprio autor, 2019

6.11. Indicadores de Viabilidade

O playback é o período de tempo necessário para que as entradas de caixa do projeto se igualem ao valor a ser investido, ou seja, o tempo de recuperação do investimento realizado. (SILVA, 2012, p. 132)

= Lucro/Total de Investimentos

R\$6.968,36/ R\$63.720,18: 0,1093

R\$0,1093.100: 11%

100/11: 9,09

Aprox: 09 Meses para recuperação do investimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este projeto buscou analisar com a ajuda das ferramentas administrativas, a possibilidade da abertura de uma loja de produtos naturais e a granel na cidade de General Salgado. Atendendo ao objetivo da pesquisa foi constatado que é viável a implantação da mesma, já que não a outra com o mesmo segmento e a demanda pelos produtos são altas.

Conforme as etapas, o tempo necessário de retorno do capital investido será de 9 meses, como demonstrado no plano financeiro, onde a cada mês a empresa terá 11% de lucro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGAMINI, C. **Motivação**. 2º Edição. São Paulo: Atlas, 1989, n.p.

BOGMANN, I.M. **Marketing de relacionamento: Estratégias de fidelização e suas implicações financeiras**. 1º Edição. São Paulo: Nobel, 2000. 136 p.

BRASIL. Lei nº 8.949 de 09 de dezembro de 1994. **Contrato de trabalho**. Lex: Legislação federal e marginalia, São Paulo, v. 53, p. 266-268, 2. Trim. 1994.

BRASIL. Lei nº7.855 de 24 de outubro de 1989. **Exame médico admissional**. Lex: Legislação federal marginalia, São Paulo, v. 53, p. 334-337, 2. Trim. 1989.

COELHO, F.U. **Curso de Direito Comercial: direito de empresa**. Vol. 2. 16º Edição. São Paulo: Saraiva, 2012, n.p.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas**. 2º Edição. Rio de Janeiro: Campus, 2005. 529 p.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 4º Edição. São Paulo: Manole, 2014. 512 p.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas**. São Paulo: Campus, 2010, n.p.

CHIAVENATO, I. **Iniciação á administração de recursos humanos**. 4º Edição. São Paulo: Manole, 2010. 192 p.

CHIAVENATO, I. **Planejamento, recrutamento e seleção de pessoal: como agregar talentos á empresa**. 8º Edição. São Paulo: Manole, 2015. 184 p.

CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos**. 10º Edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015. 544 p.

CHIAVENATO, I. **Planejamento, recrutamento e seleção de pessoal: como agregar talentos á empresa**. 7º Edição. São Paulo: Manole, 2009, n.p.

CHURCHILL, JR; GILBERT, A; PETER, J.P. **Marketing: Criando valor para os clientes**. 2º Edição. São Paulo: Saraiva, 2000. 626 p.

KOTLER, P; KELER, K.L. **Administração de marketing**. 12º Edição. São Paulo: Pearson, 2006. 776 p.

LAS CASAS, A.L. **Administração de marketing: conceitos , planejamento e aplicações á realidade brasileira.** 2º Edição. São Paulo: Atlas, 2012. 528 p.

LIMA, M.F et al. **Gestão de marketing.** 8º Edição. Rio de Janeiro: FGV Management, 2007. 164 p.

MARTINS, E. **Contabilidade de custos.** 10º Edição. São Paulo: Atlas, 2010. 376 p.

MELO NETO, FP. **Marketing de relacionamento.** 1º Edição. Rio de Janeiro: Sprint, 2001. 235 p.

OLIVEIRA, D.P.R. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas.** 16º Edição. São Paulo: Atlas, 2001. 337 p.

OSTERWALDER, A; PIGNEUR, Y. **Criar modelos de negócio.** 4º Edição. Porto Alegre: Dom Quixote, 2011. 288 p.

PHILLIPS, P.L. **Briefing: a gestão do projeto de design.** Tradução Itiro Lida; revisão Whang Pontes Teixeira. São Paulo: Blucher, 2008. 183 p.

RIBEIRO, O.M. **Contabilidade geral fácil.** 8º Edição. São Paulo: Saraiva, 2012. 547 p.

ROCHA, J.A.O. **Gestão de recursos humanos.** 4º Edição. Lisboa: Presença, 1997. 216 p.

SANVICENTE, A.Z. **Administração financeira.** 2º Edição. São Paulo: Atlas, 1983. 256 p.

SILVA, E.C. **Como administrar o fluxo de caixa das empresas.** 6º Edição. São Paulo: Atlas, 2012. 300 p.

SEBRAE (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS). **Investimentos Pré-Operacionais.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/passos-a-passo-para-elaborar-o-plano-de-negocios-de-sua-empresa,d7296a2bd9ded410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso: 28/05/2019.

SEBRA (SERVIÇO BRASILEIRO D APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS). **Enquadramento Tributário.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/lei-geral-completa-10-anos-e-beneficia-milhoes-de-empresas,baebd455e8d08410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso: 09/03/2019.

ANEXOS

ANEXO 01: Fichas de Registro

REGISTRO DE EMPREGADO										
FOTO 3 X 4										
EMPREGADOR: Molina & Passo LTDA					CNPJ/CEI: 12345678/0002-34					
NOME DO EMPREGADO: Wanda Regina Vitez					Nº DO REGISTRO: 13		Nº DE FOLHA: 7		Nº DE MATRÍCULA: 6	
NOME DO PAI: Yngue Vitez					NACIONALIDADE: Brasileira					
NOME DA MÃE: Elma Pereira					NACIONALIDADE: Brasileira					
DATA DE NASCIMENTO: 18/11/2000		NACIONALIDADE: Brasileira		ESTADO CIVIL: Casada		LOCAL DE NASCIMENTO: Semondópolis		UF: SP		
CPTS Nº / SERIE Nº e UP: 87654321		Nº INSCRIÇÃO NO FIESP/SEF: 1320579910		DATA DE INSCRIÇÃO: 26/02/2008		CURTID. DE RESERVA Nº: 1325279850 12		CATEGORIA: 088		
CARTÃO DE IDENTIDADE Nº: 27935000		CPF: 263.002.491-08		TÍTULO DE ELEITOR: 1325279850 12		ZONA: 088		SEÇÃO Nº: 168		
CARTÃO MENSAL Nº: 98.169.678		E NATURALIZADO(A)? Brasileira		Nº RNEI: 		DATA DE VALIDADE: 		Nº CTPS: 		
DT CHEGADA AO BRASIL: 		TIPO DE VISTO: 		MODALIDADE: 		E CASADO(A) COM BRASILEIRO(A)? 		TEM FILHOS BRASILEIROS? QUANTOS? 		
NOME DO CONJUGE: Roberto Alves da Silva					NACIONALIDADE: Brasileiro					
ENDEREÇO: Rua: Márcio Joaquim dos Santos n: 31					MUDANÇA DE ENDEREÇO: 					
INFORMAÇÕES ADICIONAIS										
DATA DE ADMISSÃO: 30/02/2018		C.B.O. Nº: 2227-10		CARGO/FUNÇÃO: nutricionista		LOCAL DO TRABALHO (CESSÃO DE-DE-OBRA E EMPREITADA): Consultoria Nutricional				
SALÁRIO (BRUTOS): R\$ 6.23,04		TIPO DE SALÁRIO: 		DATA CRIAÇÃO DO VOTO: 		DIPARTAMENTO/SITUAÇÃO: 				
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS										
COR:	ALTURA:	PESO:	CABELO(S):	OLHOS:	SINAIS:					
HORÁRIO DE TRABALHO										
SEGUNDA-FEIRA:	09:00 às 13:00									
TERÇA-FEIRA:	14:00 às 18:00									
QUARTA-FEIRA:	14:00 às 18:00									
QUINTA-FEIRA:	14:00 às 18:00									
SEXTA-FEIRA:	14:00 às 18:00									
SÁBADO:	08:00 às 12:00									
DOMÍNIO:										
JORNADA SEMANAL (HORAS): 48 horas					E REGIDO POR ESCALA? 					
Declaro que estou de pleno acordo com estas informações. _____ de _____ de _____ POLÍCIA DIRETO: _____ ASSINATURA DO EMPREGADO:  DATA DEMISSÃO: _____										

Scanned with CamScanner

CONTRATO DE TRABALHO

15

Empregador: Moravia & Barros LTDA
 CNPJ/MF: 12345678 10002-34
 Rua: Diogo Garcia Lemongem 1008
 Município: General Salgado Est. São Paulo
 Esp. do estabelecimento: Consultoria Nutricional
 Cargo: Nutricionista
 CBO n°: 2237-10
 Data admissão: 10 de dezembro de 2018
 Registro n°: 13 Fls/Ficha
 Remuneração especificada: R\$ 623,04
Seiscentos e vinte e três reais e
quatro centavos
Moravia & Barros
 Ass. do empregador ou a rogo c/test.
 1° 2°
 Data saída de de
 Ass. do empregador ou a rogo c/test.
 1° 2°
 Com. Dispensa CD n°

FGTS - Fundo de Garantia do Tempo de Serviço
(Lei nº 5.107/66, regulamentada pelo Dec. nº 59.820/66)

25

OPÇÃO RETRATAÇÃO
 Dia Mês Ano Dia Mês Ano
20 05 19
 Banco depositário: Caixa Econômica Federal
 Agência: 0251-8
 Praça: General Salgado Estado: São Paulo
 Empresa: Moravia & Barros
 Curimbo e assinatura do empregador

OPÇÃO RETRATAÇÃO
 Dia Mês Ano Dia Mês Ano
 Banco depositário:
 Agência:
 Praça: Estado:
 Empresa:
 Curimbo e assinatura do empregador

ANOTAÇÕES GERAIS

(Atestado médico, alteração de contrato de trabalho, registros profissionais e outras anotações autorizadas por lei.)

Contatado por 60 dias em caráter experimental a partir de 10/12/2018, conforme a parte.

Moravia & Barros

A partir desta data fica prorrogado, por mais 30 dias, o contrato de experiência conforme escrito no documento.

12 de março de 2019
Moravia & Barros

Scanned with CamScanner



ANEXO 02: Holerite do Funcionário

EMPREGADOR: MOREIRA & BASSO. LTDA				Demonstrativo de Pagamento de Salário	
Nome Alecrim Dourado Endereço Av. Diogo Garcia Carmona, nº1008 CNPJ 12345678/0002-34			Referente ao Mês / Ano Janeiro/19		
CÓDIGO		NOME DO FUNCIONÁRIO		CBO	FUNÇÃO
00078		Rafaela Simone Moreira Crescêncio			ATENDENTE
Cód.	Descrição	Referência	Proventos	Descontos	
001	SALÁRIO BASE	220:00	1.315,41	0,00	
400	INSS		0,00		
0 0			0,00		
0 0					
MENSAGENS			Total dos Vencimentos	Total dos Descontos	
			1.315,41	105,23	
			Líquido a Receber->	1.210,18	
Salário Base	Base Cál. INSS	Base Cál. FGTS	FGTS do Mês:	Base Cál.: IRRF	Faixa IRRF:
1.315,41	1.315,31	1.315,31	105,23	1314,41	0

DECLARO TER RECEBIDO A IMPORTÂNCIA LÍQUIDA DISCRIMINADA NESTE RECIBO.

ASSINATURA DO FUNCIONÁRIO _____ DATA _____

2ª VIA - EMPREGADO

APÊNDICES

APÊNDICE 01: Contrato Social da Alecrim Dourado

CONTRATO SOCIAL – SOCIEDADE LIMITADA CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE COMÉRCIO

1. **RAFAELA SIMONE MOREIRA CRESCÊNCIO**, brasileira, solteira, empresária, portadora do CPF: 000.000.000-00 RG: 00.000.000-0, residente e domiciliado na Rua Florindo Venâncio, nº1332, casa, bairro Jardim Celeste, General Salgado/SP, 15300-000.
2. **MARCIA BASSO CASTILHO**, brasileira, casada em regime de comunhão parcial de bens, gerente administrativa, portadora do CPF: 000.000.000-00 RG: 00.000.000-0, residente e domiciliado na Rua: Vicente Rodrigues Mendonça, nº1050, casa, Bairro Santo Antônio, General Salgado/SP, 15300-000.
3. **CLEYTON MUNIZ DA SILVA**, brasileiro, solteiro, contador, portador do CPF: 000.000.000.00, RG: 00.000.000.0, residente e domiciliado na Rua: Azílio Antônio do Prado, nº250, casa, Rita Marques de Jesus, General Salgado/SP, 15310-000.
4. **CARLOS ALBERTO CASTILHO**, brasileiro, casado em regime parcial de bens, autônomo, portador do CPF: 000.000.000-00 RG: 00.000.000.0, residente e domiciliado na Rua: Virgínio Borges de Lima nº 152, casa, Cidade Jardim, General Salgado/SP, 15310-000.
5. **SANDRA REGINA PEREIRA ORTIZ**, brasileira, casada em regime parcial de comunhão de bens, vendedora, portadora do CPF: 000.000.000-00, RG:00.000.000-0 ssp-sp, residente e domiciliado na Rua: Mario Joaquim dos santos nº 31, casa, Jardim Primavera, General Salgado/SP, 15310-000, constituem uma sociedade limitada mediante as seguintes cláusulas:

1ª - A sociedade girará sob o nome empresarial MOREIRA & BASSOLTDA. e terão sede e domicílio na Av. Diogo Garcia Carmona, nº 1008, Bairro: Centro, General Salgado, CEP: 15300-000 SP.

2ª - Seu objeto social será comercialização de produtos.

3ª - O capital social será de R\$ 150.000,00 (Cento e cinquenta mil reais), dividido em 5(cinco) quotas de valor nominal de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), cada uma, subscritas,

3.1 e integralizadas, neste ato, em moeda corrente do País, pelos sócios:

Rafaela Simone Moreira Crescêncio..... nº de quotas 1 - R\$ 30.000,00.

Marcia Basso..... nº de quotas 1 - R\$ 30.000,00.

Carlos Alberto Castilho..... nº de quotas 1 – R\$ 30.000,00.

Cleyton Muniz Da Silva..... nº de quotas 1 – R\$ 30.000,00.

Sandra Regina Pereira Ortiz..... nº de quotas 1 – R\$ 30.000,00.

Total..... nº de quotas 5 - R\$ 150.000,00.

4ª - A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

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, o direito de preferência para sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª - A sociedade iniciará suas atividades em 12/03/2019 e seu prazo de duração é por tempo indeterminado. **(art. 967, CC/2002)**

7ª - A administração da sociedade será exercida pelos sócios **Rafaela Simone Moreira Crescêncio e Marcia Basso Castilho** com os poderes e atribuições de praticar todos os atos pertinentes a gestão da sociedade, autorizado o uso do nome empresarial isoladamente ou conjuntamente pelos sócios, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

8ª - Ao término do exercício social, 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.

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

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

11ª – Os sócios **Rafaela Simone Moreira Crescêncio e Marcia Basso Castilho** terão direito de uma retirada do lucro final, a título de **“Pró-Labore”**, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12ª – Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros e sucessores. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do sócio remanescente, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data de 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.

13ª – Os administradores declaram sob penas da lei, de que não estão impedidos de exercerem a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem 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.

14ª -

15ª – Fica eleito o Foro de General Salgado, Estado de São Paulo, para exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados, lavram o presente instrumento em três vias de igual teor, que serão assinados por todos os sócios, juntamente com duas testemunhas, sendo a primeira via arquivada na Junta Comercial do Estado de São Paulo e as outras vias devolvidas aos contratantes depois de anotadas.

General Salgado – SP, 21 de novembro de 2019.

Carlos Alberto Castilho

Cleyton Muniz da Silva

Marcia Basso Castilho

Rafaela Simone Moreira Crescêncio

Sandra Regina Pereira Ortiz

Testemunhas:

Testemunha 01

Testemunha 02

APÊNDICE 02: Manual de Integração

Manual de Integração

Quem Somos

A Alecrim Dourado é uma empresa que está no mercado de trabalho oferecendo ao seu público, a comercialização de produtos naturais para uma melhoria na qualidade de vida da população.

Missão, Visão e Valores

Missão: Proporcionar aos clientes produtos e serviços especiais de alta qualidade, e oferecer através de nossos produtos naturais uma forma de vida mais saudável para a população.

Visão: Ser referência no mercado atual de produtos naturais e a granel, garantindo excelência, praticidade e qualidade nos produtos e serviços. E expandir a organização através de filiais.

Valores:

- Responsabilidade
- Comprometimento
- Honestidade
- Empatia
- Ética
- Respeito
- Profissionalismo

Normas e Condutas

Na empresa se faz necessário:

- Uso de Uniforme, para que os clientes possam identificar as pessoas que estão à disposição pra atendê-los;
- Uso do EPI (luvas para pesagem dos a granel).

Responsabilidades E Deveres

- Manter o ambiente limpo e organizado;
- Ser cordial e gentil;
- Cumprimento dos horários;
- Tratar a todos, clientes, fornecedores e funcionários respeitando as diferenças sejam elas sociais, sexuais e físicas.