

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL PROF. ARMANDO JOSÉ FARINAZZO
CENTRO PAULA SOUZA

David Brito Negrisoni
João Pedro Silva de Lollo
Levy Kawakame Rathlef
Luiz Felipe Rodrigues Cabrera
Pedro Henrique da Silva

START TELLING

Fernandópolis
2019

David Brito Negrisoni
João Pedro Silva de Lollo
Levy Kawakame Rathlef
Luiz Felipe Rodrigues Cabrera
Pedro Henrique da Silva

START TELLING

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 Negócio, à Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, sob orientação do Professor Ricardo Soares.

Fernandópolis
2019

David Brito Negrisoni
João Pedro Silva de Lollo
Levy Kawakame Rathlef
Luiz Felipe Rodrigues Cabrera
Pedro Henrique da Silva

START TELLING

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 Negócio, à Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, sob orientação do Professor Ricardo Soares.

Examinadores:

Examinador 1

Examinador 2

Examinador 3

Fernandópolis
2019

DEDICATÓRIA

“Dedico esta monografia a todos os meus amigos de curso, grandes companheiros de jornada”.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos inicialmente a Deus, posteriormente nossas respectivas famílias e todos os dignificáveis amigos.

EPÍGRAFE

“Uma marca para uma empresa é o mesmo que uma reputação para uma pessoa. Você ganha reputação ao tentar fazer bem coisas difíceis.”

(Philip Kotler).

RESUMO

A *Start Telling* é uma empresa que trabalhará com base na comunicação visual de outras companhias de Fernandópolis e região. O nosso objetivo é melhorar o resultado dos nossos clientes e conseqüentemente o nosso, visando atender uma necessidade encontrada nessa área pela região. Os nossos serviços são focados no marketing digital e de conteúdo, que são hoje os principais métodos de divulgação de empresas quando bem feito, e talvez o mais eficiente atualmente. Graças a uma pesquisa quantitativa que realizamos, percebemos que cerca de 80% dos empreendedores acham que a comunicação visual é um fator crítico de sucesso, percebemos que era sim rentável abrir tal negócio. O momento econômico do país também não é exatamente ruim, pois assim os empresários resolvem investir mais na divulgação para aumentar suas vendas. Para atrai-los, teremos um marketing robusto e funcionários bem qualificados, com uma personalidade inovadora e ousada, mas passando também confiança e responsabilidade.

Palavras chaves: Parceria. Confiança. Marketing. Fidelidade.

ABSTRACT

Start Telling is a company that will work based on the visual communication of other companies from Fernandópolis and region. Our goal is to improve our clients' results and consequently ours, aiming to meet a need found in this area by the region. Our services are focused on digital marketing and content, which are today the main methods of spreading companies when done well, and perhaps the most efficient currently. Thanks to our quantitative research, we realized that about 80% of entrepreneurs think that visual communication is a critical success factor, we realized that it was profitable to open such a business. The economic moment of the country is not exactly bad either, because so the entrepreneurs decide to invest more in the disclosure to increase their sales. To attract them, we will have a robust marketing and well-qualified staff, with an innovative and daring personality, but also passing on trust and responsibility.

Keywords: Partnership. Confidence. Marketing. Faithfulness.

LISTAS DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 1: Organograma da Start Telling	23
Imagem 2: Layout da empresa	30
Imagem 3: Identificação do Mapa de Risco no layout	48
Imagem 4: Entrevista de Desligamento.....	53
Imagem 5: Logomarca da Start Telling	63
Imagem 6: Uniformes da Start Telling	64
Imagem 7: Cartão da Start Telling.....	64

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Você sabe o que é comunicação visual no âmbito empresarial	69
Gráfico 2- Se sim, você acredita que é um fator crítico no sucesso de uma empresa	69
Gráfico 3- Se sim, você já utilizou quais meios?	70
Gráfico 4- Sua empresa já contratou algum serviço de consultoria e/ou assessoria de marketing ou de comunicação visual	70
Gráfico 5- Se não, por qual motivo?	71
Gráfico 6- Se não, por qual motivo?	72
Gráfico 7- Qual dos nossos serviços relacionados a marketing e comunicação visual você contrataria para sua empresa?	72
Gráfico 8- Qual mídia social está gerando o melhor resultado ?	73
Gráfico 9- Como vocês fazem acompanhamento das publicidades mais clicadas ?	73

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Máquinas e Equipamentos	75
Tabela 2- Móveis e Utensílios	75
Tabela 3- Estimativa de estoque inicial	76
Tabela 4- Estimativa de Capital de Giro	76
Tabela 5- Investimentos Pré-operacionais	77
Tabela 6- Investimento Total	79
Tabela 7- Estimativa do Faturamento	79
Tabela 8- Custo de Mercadoria Vendida	80
Tabela 9- Custo de Comercialização	80
Tabela 10- Custo de Mão de Obra	81
Tabela 11- Custos com Depreciação	81
Tabela 12- D.R.E (Demonstrativo de Resultado do Exercício)	83

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Ficha de Fornecedor: Papelaria e Livraria Bom Jesus	26
Quadro 2: Ficha de Fornecedor: Papelaria Aquarius	26
Quadro 3: Ficha de Fornecedor: Fernandópolis NET.....	26
Quadro 4: Ficha de Fornecedor: Egf Computadores.....	27
Quadro 5: Ficha de Fornecedor: Eletrônica Globo	27
Quadro 6: Ficha de Fornecedor: Egf Computadores.....	27
Quadro 7: Ficha de Fornecedor: Eletrônica Globo	28
Quadro 8: Ficha de Fornecedor: BrasilJet Locação e Comodato de Impressoras.....	28
Quadro 9: Ficha de Fornecedor: Digital Copiadora e Papelaria Informática ...	28
Quadro 10: Ficha de Fornecedor: Gráfica Líder Impressos e Carimbos	29
Quadro 11: : Ficha de Fornecedor: Jet Copy	29
Quadro 12: Descrição do Cargo: Analista de Sistema	35
Quadro 13: Descrição do Cargo: Web Designer.	36
Quadro 14: Descrição do Cargo: Administrador.....	36
Quadro 15: Descrição do Cargo: Designer gráfico.....	37
Quadro 16: Descrição do Cargo: Mercadólogo.....	37

LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS

SWOT - Strengths/ Weaknesses/ Opportunities/ Threats

BCG - Boston Consulting Group

CVP - Ciclo de Vida do Produto

LTDA- Sociedade Empresária de Responsabilidade Limitada

ME- Micro Empresa

TPM- Total Productive Maintenance

CTPS- Carteira de Trabalho e Previdência Social

PIS- Programa de Integração Social

PASEP- Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público

CLT- Consolidação das Leis de Trabalho

FGTS- Fundo de Garantia do Tempo de Serviço

CEP- Código de Endereçamento Postal

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;
- ? – Interrogação;
- R\$: Real;
- ... – Reticências;
- / - Criar um efeito de alternância de palavras na gramática;
- [] Indica omissões de partes na transcrição de um texto;
- - Destacar algum elemento explicativo no interior da frase;
- 1, 2, 3 – Títulos e subtítulos;
- - Marcador.

Sumário

INTRODUÇÃO	19
CAPÍTULO I	20
1 Histórico	20
1.1 Missão	20
1.2 Visão	21
1.3 Valores	21
CAPÍTULO II	22
2.1 O que é o negócio?	22
2.2 Forma Jurídica	22
2.3 Enquadramento Tributário	22
2.4 Contrato Social	23
2.5 Organograma da Empresa	23
CAPÍTULO III	24
3. Prestação de Serviços	24
3.1 Fornecedores	24
3.1.1 Prospecção de Fornecedores	25
3.1.2 Política da Empresa com os Fornecedores	25
3.1.3 Fornecedores da Empresa	26
3.2 Layout	29
3.4 Método de Produção	30
3.5 Capacidade de atendimento	30
3.6 Manutenção	31
3.6.1 Tipos de Manutenções	31
3.6.1.1 Manutenção Corretiva	31
3.6.1.2 Manutenção Preventiva	31
3.6.2 Política de Manutenção da Empresa	32
3.7 Distribuição e Transporte	32

3.8 Alianças Estratégicas	32
CAPÍTULO IV.....	34
4. Gestão de Pessoas	34
4.1 Planejamento de Recurso Humanos	34
4.2 Descrição de Cargos e Salários.....	35
4.3 Recrutamento	37
4.3.1 Recrutamento Interno	38
4.3.2 Recrutamento Externo.....	39
4.4 Seleção	39
4.5 Admissão	40
4.5.1 Contrato de Trabalho	40
4.5.1.1 Registro na CTPS.....	41
4.5.2 Exame Médico Admissional	42
4.6 Integração	43
4.7 Manual de integração	43
4.8 Treinamentos.....	44
4.8.1 Treinamento Comportamental	44
4.8.2 Treinamento operacional.....	44
4.8.3 Treinamento técnico	45
4.9 Benefícios	45
4.9.1 Benefícios Sociais/Legais	45
4.9.2 Espontâneos.....	46
4.10 Remuneração	46
4.10.1 Remuneração básica e complementar	47
4.10.2 Folha de pagamento	47
4.11 Avaliação de desempenho	47
4.12 Segurança do trabalho	48
4.12.1 Mapa de Risco	48
4.12.2 NR's utilizadas na empresa.....	49
4.13 Qualidade da vida	51
4.14 Desligamento.....	52
4.15 Outsourcing.....	53
CAPÍTULO V	55
5.1 Briefing	55
5.2 Definição do público alvo.....	55

5.3 Comportamento do consumidor.....	56
5.4 O Composto de Marketing.....	56
5.4.1 Produto	56
5.4.2 Preço	57
5.4.3 Praça	57
5.4.4 Promoção.....	57
5.5 Análise do ambiente - SWOT / BCG / CVP	58
5.5.1 SWOT	58
5.5.2 BCG	59
5.5.3 CVP	60
5.5.4 Conclusão.....	61
5.7 Definição de Objetivos e Metas	62
5.7.1 Definição de objetivos	62
5.7.2 Definição de metas	62
5.8 Posicionamento de mercado	62
5.9 Definição de marca	63
5.10 Endomarketing	65
5.10.1 Motivação.....	65
5.10.2 Integração	65
5.10.3 Informação.....	66
5.11 Plano de fidelização.....	66
5.12 Estratégias de Pós-Vendas & Garantias	67
5.11 Marketing Social e Verde.....	68
5.12 Pesquisa de Mercado	68
CAPITULO VI.....	74
6. Planejamento Financeiro.....	74
6.1 Investimento Fixo.....	74
6.1.1 Resumo do investimento físico	74
6.2 Investimento financeiro	75
6.2.1 Estimativa de investimentos	76
6.2.2 Total de investimento financeiro	77
6.3 Investimentos pré-operacionais	77
6.3.1 Legalização.....	77
6.3.2 Dependências Físicas.....	78
6.3.3 Divulgação e Treinamento.....	78

6.3.4 Outras despesas	78
6.4 Estimativa do Investimento Total	78
6.5 Estimativa do faturamento mensal.....	79
6.5.1 Elaboração do preço de venda	80
6.6 Estimativa do custo com materiais/insumos.....	80
6.7 Estimativa de custos de comercialização.....	80
6.8 Estimativa de custos de mão-de-obra.....	81
6.9 Despesas com depreciação	81
6.10 Estimativa dos custos fixos mensais.....	82
6.11 Demonstrativo de resultados.....	82
6.12 Indicadores de viabilidade	84
6.12.1 Ponto de Equilíbrio	84
6.12.2 Lucratividade.....	84
6.12.3 Rentabilidade.....	84
6.12.4 Prazo de Retorno do Investimento	85
CAPÍTULO VII.....	86
7.Responsabilidade social	86
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	88
APÊNDICES	90
DO CAPITAL SOCIAL E QUOTAS	91
DA RESPONSABILIDADE TÉCNICA	92
DO EXERCÍCIO	93
DA TRANSFERÊNCIA	93

INTRODUÇÃO

Um assunto em crescente no âmbito empresarial é a importância da comunicação visual, essa discussão cresceu com a recente explosão de popularidade das mídias sociais e do web design em geral. Num cenário competitivo, pode ser que isso seja o que o tornará diferente dos demais. No entanto, é perceptível a falta de uma agência especializada em Fernandópolis e região.

Com esse contexto pensamos em criar a mesma, formando parcerias de sucesso com grandes empresas daqui, ajudando-as e crescendo nossa reputação ao mesmo passo.

CAPÍTULO I

1 Histórico

A empresa teve início no ano de 2018 na ETEC de Fernandópolis, quando 2 alunos a idealizaram ao assistir principalmente as aulas de Gestão Empreendedora e Inovação e Administração em Marketing. A intenção, como já mostrada, é abrir uma agência de comunicação visual, ramo que está em total falta na região noroeste paulista, ajudando assim os empresários a se comunicar de forma mais eficaz com os atuais e potenciais clientes com base em pesquisas e profissionalização dos empregados. O objetivo é lucrar e crescer junto com as nossas contratantes, fazendo assim uma relação de parceria e sendo reconhecida como uma empresa ética, respeitosa e exemplar.

1.1 Missão

O conceito da Missão de uma empresa, é basicamente o motivo da existência dela, sua atuação no comércio e o que efetua na sociedade.

À medida que a organização é implantada e o tempo vai transcorrendo, aumenta a importância de passar a todos uma ideia clara a respeito de qual é o seu propósito empresarial atual e futuro. Esta formalização, assimilação e comprometimento por parte dos colaboradores permitem que a organização se consolide como uma entidade independente de seus fundadores. Permitem que ela ganhe vida própria. A declaração da missão deve ser para os colaboradores um guia

motivador e precisa estar fortemente vinculada às competências da organização. (KOTLER, 2000; p.25).

A missão da empresa é passar a imagem de parceira, companheira, que procura crescer junto aos seus colaboradores, além de tudo preencher com responsabilidade e comprometimento um campo pouco utilizado, mas com grande importância no mercado.

1.2 Visão

Referente a Visão, define-se em como a empresa se vê em um futuro em que a Missão foi bem-sucedida e a empresa prosperou.

Com relação a visão, é preciso ter em mente que ela define o que a empresa almeja no futuro. Assim, inclui suas ambições e aspirações, com objetivo de envolver e comprometer todos os integrantes da organização para atingir as metas traçadas. (GARCIA et al, 2006; p.20)

A visão da empresa Start Telling é ser conhecida e respeitada em nosso ramo, ao mesmo passo que as nossas parceiras fazem o mesmo, e alcançar o auge do reconhecimento na área.

1.3 Valores

Conceitua-se como Valores os pilares morais da empresa, ou seja, o que a empresa tem como características positivas principais.

Em síntese, esses valores devem servir para determinar aos integrantes da empresa. (GARCIA et al, 2006; p.21)

- Comprometimento
- Modernidade
- Ética
- Exemplo

CAPÍTULO II

2.1 O que é o negócio?

Nosso empreendimento com razão social *Start Telling-SE* está registrada na Junta Comercial do Estado de São Paulo, atendendo pelo CNPJ 44.589.377/0001-01 e ao nome fantasia *Start Telling*. Está localizada na Rua Litério Grecco nº---, Bairro Jardim Santa Helena, Cidade de Fernandópolis- SP. A *Start Telling* é uma agência de comunicação visual que tem como finalidade satisfazer todo um setor de comunicação de uma empresa contratante.

2.2 Forma Jurídica

A empresa *Start Telling* será uma Sociedade Empresarial e cada um dos sócios investirá 20% do capital social. Todos terão responsabilidades de forma igualitária e os bens pessoais não terá nenhum vínculo com a empresa.

2.3 Enquadramento Tributário

Registrada na junta comercial como uma Sociedade Empresarial Limitada, o enquadramento tributário se enquadra no Simples Nacional como

uma microempresa atuando no setor de serviços de propaganda, obrigatoriamente contribuindo com uma taxa mensal.

2.4 Contrato Social

O contrato social se define como um documento que diz todas as informações acordos e responsabilidades dos sócios.

Para ler nosso contrato social por extenso, veja o apêndice 1.

2.5 Organograma da Empresa

Organograma é a subdivisão hierárquica das funções de uma empresa. Ela facilita a divisão de cargos e suas devidas ocupações.

Imagem 1: Organograma da *Start Telling*



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

CAPÍTULO III

3. Prestação de Serviços

Serviço é qualquer ato ou desempenho que uma parte possa oferecer a outra e que seja essencialmente intangível e não resulte na propriedade de nada. Sua produção pode ou não estar vinculada a um produto físico. (KOTLER, 1998, p.412)

Basicamente, é a forma na qual uma companhia se coloca e atua no mercado. A empresa START TELLING LTDA atua com Prestação de Serviços no mercado, divulgando outras empresas.

3.1 Fornecedores

É considerado fornecedor toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvam atividades de produção, montagem, transformação, beneficiamento, acondicionamento, renovação ou recondicionamento, criação, construção, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços (bancos, segurados, corretoras, etc.). Isto é todo aquele que de alguma forma interfere no produto ou serviço assumido sua participação e responsabilidade pelo que fez.

Como prestamos um serviço que não se precisa de muitos insumos, os fornecedores não serão um problema. Primeiramente e mais importante precisamos de uma Provedora de Internet eficaz e de qualidade. Na região de Fernandópolis, entretanto, não há muitas opções com esses quesitos. A que melhor provê esse serviço é a “Fernandópolis NET”.

Segundo Chiavenatto (2006) “Fornecedor são empresas que tem o objetivo de suprir as necessidades de seus parceiros em questão de matéria prima (insumos), em troca de determinado lucro.”.

3.1.1 Prospecção de Fornecedores

Prospecção ou busca de Fornecedores consiste na busca de empresas que possam fornecer/atender uma necessidade específica da nossa empresa. Nossa empresa não precisará realizar tal coisa, visto que apenas prestamos serviço ao invés de produzir algum produto.

3.1.2 Política da Empresa com os Fornecedores

A política para com os fornecedores seria baseada na integridade de ambas as partes, afim de gerar uma parceria e maior transparência nos acordos e necessidades. Portanto, os quesitos essenciais seriam:

- Qualidade;
- Fidelidade;
- Prazo de entrega;
- Custo benefício.

Para que a tarefa de fornecimento seja eficaz, primeiramente aquele que nos fornece o material deve conhecer os valores de nossa e ter produtos condizentes com nossa atividade.

Assim que algo tratado anteriormente ser descumprido, o trato será encerrado, bem como caso haja prejuízos.

Nós prezamos sempre pela segurança das informações e, com isso, nenhum dado dos fornecedores será divulgado sem a permissão do mesmo.

3.1.3 Fornecedores da Empresa

O setor de fornecedores de empresa tem como função data-los e nomeá-los para que haja a agilização dos procedimentos de compras, também tendo uma melhora na organização e contatação.

Quadro 1: Ficha de Fornecedor: Papelaria e Livraria Bom Jesus

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Papelaria e Livraria Bom Jesus	
ENDEREÇO: R. Rio Grande do Sul	Nº: 1328
BAIRRO: Centro	CIDADE: Fernandópolis - SP
TELEFONE: (17) 3442-3188	
TIPOS DE INSUMO: Material de escritório	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 2: Ficha de Fornecedor: Papelaria Aquarius

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Papelaria Aquarius	
ENDEREÇO: R. São Paulo	Nº: 2106
BAIRRO: Centro	CIDADE: Fernandópolis - SP
TELEFONE: (17) 3462-1515	
TIPOS DE INSUMO: Material de escritório	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 3: Ficha de Fornecedor: Fernandópolis NET

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Fernandópolis NET	
ENDEREÇO: Av. dos Arnaldos	Nº: 1866

BAIRRO: Jdm. Água Vermelha	CIDADE: Fernandópolis - SP
TELEFONE: (17) 3348-1999	
TIPOS DE INSUMO: Internet	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 4: Ficha de Fornecedor: Egf Computadores

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Egf Computadores	
ENDEREÇO: R. Bahia	Nº: 1585
BAIRRO: Coester	CIDADE: Fernandópolis - SP
TELEFONE: (17) 3442-2368	
TIPOS DE INSUMO: Periféricos tecnológicos	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 5: Ficha de Fornecedor: Eletrônica Globo

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Eletrônica Globo	
ENDEREÇO: Av. Afonso Cafaro	Nº: 2147
BAIRRO: Higienópolis	CIDADE: Fernandópolis
TELEFONE: (17) 3442-4455	
TIPOS DE INSUMO: Periféricos tecnológicos	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 6: Ficha de Fornecedor: Egf Computadores

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Egf Computadores	
ENDEREÇO: R. Bahia	ENDEREÇO: R. Bahia
BAIRRO: Coester	BAIRRO: Coester

TELEFONE: (17) 3442-2368
TIPOS DE INSUMO: Manutenção de aparatos tecnológicos

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 7: Ficha de Fornecedor: Eletrônica Globo

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Eletrônica Globo	
ENDEREÇO: Av. Afonso Cafaro	Nº: 2147
BAIRRO: Higienópolis	CIDADE: Fernandópolis - SP
TELEFONE: (17) 3442-4455	
TIPOS DE INSUMO: Manutenção de aparatos tecnológicos	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 8: Ficha de Fornecedor: BrasilJet Locação e Comodato de Impressoras

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: BrasilJet Locação e Comodato de Impressoras	
ENDEREÇO: Av. Amadeu Bizelli	Nº: 1423
BAIRRO: Centro	CIDADE: Fernandópolis - SP
TELEFONE: (17) 3462-6800	
TIPOS DE INSUMO: Produtos de impressora	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 9: Ficha de Fornecedor: Digital Copiadora e Papelaria Informática

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Digital Copiadora e Papelaria Informática	
ENDEREÇO: R. Rio de Janeiro	Nº: 1988
BAIRRO: Centro	CIDADE: Fernandópolis - SP

TELEFONE: (17) 3462-6655
TIPOS DE INSUMO: Produtos de impressora

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 10: Ficha de Fornecedor: Gráfica Líder Impressos e Carimbos

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Gráfica Líder Impressos e Carimbos	
ENDEREÇO: R. Bahia	Nº: 1056
BAIRRO: Centro	CIDADE: Fernandópolis - SP
TELEFONE: (17) 3442-2468	
TIPOS DE INSUMO: Serviços de gráfica	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 11: : Ficha de Fornecedor: Jet Copy

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Jet Copy	
ENDEREÇO: Av. Amadeu Bizelli	Nº: 1090
BAIRRO: Centro	CIDADE: Fernandópolis - SP
TELEFONE: (17) 3462-5218	
TIPOS DE INSUMO: Serviços de gráfica	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

3.2 Layout

Layout é o espaço físico da empresa, visando mantê-lo amplo e organizado. Neste espaço estão alocadas todas as atividades da mesma, como, mão de obra, máquinas, administração, estoque e a movimentação dos colaboradores.” PAOLESCHI (2009)

Imagem 2: Layout da empresa



Fonte: (do próprio autor, 2019)

3.4 Método de Produção

Como oferecemos prestação de serviços não necessitamos de métodos de produção.

3.5 Capacidade de atendimento

Dependendo dos tipos de serviços contratados, segundo nossos estudos, poderemos fazer até 5 de cada serviço por semana.

3.6 Manutenção

Manutenção envolve reparo ou substituição de dispositivos, máquinas, equipamentos, infraestrutura que podem estar deteriorados ou prestes a se deteriorar, em um tempo determinado.

Segundo Slacke et al. (2009) definem manutenção como as organizações tentam evitar as falhas cuidando de suas instalações físicas. É uma parte importante da maioria das atividades de produção.

Para as atividades da empresa não serem atrapalhadas, deve-se fazer manutenções pontuais e bem definidas.

3.6.1 Tipos de Manutenções

3.6.1.1 Manutenção Corretiva

É o tipo de manutenção que não é planejada, que afeta a produção. Ela ocorre quando algum processo da empresa para de funcionar plenamente, por exemplo quando algum maquinário quebra ou coisas do gênero.

Afim de evita-la, teríamos revisões constantes nos aparelhos eletrônicos da empresa e faríamos a manutenção necessária. Assim evitaríamos para a produção por uma negligencia administrativa.

3.6.1.2 Manutenção Preventiva

É o tipo de manutenção que é planejada e conseqüentemente é evitada graças ao reparo antecipado. Ela não afeta a produção, e assim pode-se desfrutar melhor dos maquinários.

Como já descrito, faríamos revisões constantes para executar a manutenção preventiva. Assim não perderíamos dinheiro para fazer manutenções imprevistas.

3.6.2 Política de Manutenção da Empresa

A política de manutenção da empresa será baseada na preventiva, afim de não ocorrer imprevistos, que a produção será parada bruscamente, ou que nossos clientes sejam de alguma forma prejudicado. Seria analisado quais produtos estão mais propícios a necessitar de manutenção e, em seguida, arrumá-lo.

3.7 Distribuição e Transporte

A forma como um produto ou serviço será distribuída no mercado, ou seja, como ele chegará até o consumidor final.

Como somos um serviço que não necessita de distribuição e/ou transportes, não precisaríamos criar um plano para o mesmo.

3.8 Alianças Estratégicas

Alianças devem sempre ser feitas para ser vantajoso para a empresa para melhorar e crescerem juntas.

Aliança com a “Papel Semente” para conseguir resmas de folhas de papel plantáveis; Parceria com a “Positivo” em busca de aparelhos eletrônicos e seus devidos periféricos para uso da empresa;

CAPÍTULO IV

4. Gestão de Pessoas

A Gestão de Pessoas tem como objetivo incentivar todos os colaboradores e mantê-los em constante vontade de desenvolvimento em equipe dentro da empresa.

Auxilia-los e incentiva-los a continuar o seu trabalho de maneira eficiente e saudável seja física ou mentalmente.

De acordo com Gil (2010, p.17)

Gestão de Pessoas é a função gerencial que visa a cooperação das pessoas que atuam nas organizações para o alcance dos objetivos tanto organizacionais quanto individuais. Constitui, a rigor, uma evolução das áreas designadas no passado como Administração de Pessoas, Relações Industriais e Administração de Recursos Humanos.

4.1 Planejamento de Recurso Humanos

O Recursos Humanos tem a responsabilidade de estar por dentro de todas as situações da empresa, principalmente da missão, visão e valores da empresa, para buscar o melhor desempenho e desenvolvimento da mesma.

É uma parte fundamental da empresa que na qual ela irá garantir que todos os colaboradores da empresa estarão em bem estar e prontos para o desenvolvimento da empresa.

O RH da empresa será responsável por buscar dinâmicas que fujam um pouco do cotidiano, porém não retirando o foco dos mesmos e sim fortalecendo laços.

Os itens de planejamento do RH são:

- Avaliar o desempenho dos sócios;
- Fazer reuniões mensais;
- Caixa de sugestões;
- Exercícios para ergonomia diária

Segundo Lacombe (2011, p.46)

Planejamento de recursos humanos deve ser parte integrante desse planejamento global, e o plano de recursos humanos retrata, para esta área, aquilo que é necessário para que se atinjam os objetivos estratégicos da empresa.

A empresa START TELLING LTDA terá o setor de RH bem atuante para que não haja conflitos ou perda de ritmo da empresa. Sempre estando presente no ambiente de produção e atuando junto com a supervisão e irá interferir quando necessário.

4.2 Descrição de Cargos e Salários

A descrição de cargos tem a sua funcionalidade exercida durante a seleção de função dos colaboradores.

O pró-labore será dividido mediante a função dos mesmos dentro da empresa.

Segundo Lacombe (2011, p.182), “[...] a descrição de cargo é feita para fins de administração salarial. [...] descreve-se o que fazem os ocupantes do cargo, incluindo-se, em alguns casos, a periodicidade das atividades.”

Quadro 12: Descrição do Cargo: Analista de Sistema

Título do Cargo	Analista de Sistema.
Descrição do Cargo	Trabalha em prol da organização, na função de suporte no sistema informacional da empresa.
Escolaridade	Ensino Médio Completo; Nível superior completo.
Experiência Profissional	Habilidade com diversos campos informacionais mínimo seis meses.
Relacionamento Humano	Se relacionara com todos.
Conhecimentos necessários	Ter experiência na área da tecnologia e diversidades de ocasiões relacionadas ao mesmo.
Provas ou testes a serem aplicados	Não haverá.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 13: Descrição do Cargo: Web Designer.

Título do Cargo	Web Designer.
Descrição do Cargo	Desenvolvimento da parte visual da interface de sites e aplicativos.
Escolaridade	Ensino Médio Completo; Ensino superior completo.
Experiência Profissional	Ter experiência na área de no mínimo um ano.
Relacionamento Humano	Se relacionara com todos.
Conhecimentos necessários	Ter experiência em sistemas e o <i>layout</i> de aplicativos em geral.
Provas ou testes a serem aplicados	Não haverá.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 14: Descrição do Cargo: Administrador.

Título do Cargo	Administrador.
Descrição do Cargo	Cuidará das questões gerais da empresa no que se refere à questões jurídicas, financeiras, recursos humanos e interações externas.
Escolaridade	Ensino Médio Completo; Ensino superior completo.
Experiência Profissional	Não terá requisito de experiência.
Relacionamento Humano	Se relacionara com todos.

Conhecimentos necessários	Ter somente um conhecimento bem aprofundado no ramo da administração.
Provas ou testes a serem aplicados	Não haverá.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 15: Descrição do Cargo: Designer gráfico.

Título do Cargo	Designer gráfico.
Descrição do Cargo	Desenvolvimento do produto em si, todo o material de divulgação que será entregue ao cliente.
Escolaridade	Ensino Médio Completo; Ensino superior completo.
Experiência Profissional	Ter experiência de no mínimo um ano.
Relacionamento Humano	Se relacionara com todos.
Conhecimentos necessários	Ter experiência com materiais de informática e desenvolvimento de design manual.
Provas ou testes a serem aplicados	Não haverá.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 16: Descrição do Cargo: Mercadólogo

Título do Cargo	Mercadólogo.
Descrição do Cargo	Desenvolvera a parte de transmissão da marca externamente, divulgação dos serviços e auxílio a empresas.
Escolaridade	Ensino Médio Completo; Ensino superior completo.
Experiência Profissional	Ter experiência na área de no mínimo dois anos exercendo a profissão.
Relacionamento Humano	Se relacionara com todos.
Conhecimentos necessários	Ter experiência na área e boa comunicação.
Provas ou testes a serem aplicados	Não haverá.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

4.3 Recrutamento

O recrutamento é feito a partir das necessidades presentes e futuras de recursos humanos da organização. Consiste na pesquisa e intervenção sobre as fontes capazes de fornecer à organização um número suficiente de pessoas necessárias à consecução dos seus objetivos. É uma atividade que tem por objetivo imediato atrair candidatos dentre os quais serão selecionados os futuros participantes da organização. CHIAVENATO (2002)

O recrutamento de funcionários terá a função de atrair a atenção de possíveis candidatos, para que possam ser possíveis colaboradores.

O Recrutamento é um procedimento que consiste em um conjunto de técnicas avaliativas e seletivas para selecionar o futuro colaborador que se encaixara nos parâmetros da profissão.

4.3.1 Recrutamento Interno

O recrutamento interno atua sobre os candidatos que estão trabalhando dentro da organização – isto é, funcionários – para promovê-los ou transferi-los para outra atividade mais complexa ou motivadora. (CHIAVENATO 2005, p.113)

O recrutamento tem como características:

- Ter uma economia de tempo na contratação de membros para preencher os cargos necessários;
- Vantagem de não ter treinamento em um sistema de rotação vertical;
- Estimula o profissionalismo individual dos colaboradores da empresa;
- Passa um sentimento de valorização em relação aos colaboradores.

4.3.2 Recrutamento Externo

Segundo Chiavenato (2005) o Recrutamento externo busca pessoas no ambiente fora empresa, no qual através delas possam adquirir novas habilidades e experiências a empresa. Este tipo de recrutamento necessita ser feito de maneira eficaz para que seja preenchido pelo candidato que realmente se enquadra ao cargo.

O setor de RH da empresa se compromete a ser bem atuante na empresa. Em busca sempre de melhores resultados, ele buscará dinâmicas que ajudem os funcionários a se descontraírem e gere melhores resultados, junto ao estreitamento dos laços. Entre outras atividades do setor, estará o de avaliar os sócios e funcionários, fazer reuniões mensais, ter uma caixa de sugestões e aplicá-las, propor exercícios de ergonomia e outras atividades as quais se tem necessidade.

4.4 Seleção

A 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. CHIAVENATO (2005, p.130).

Após termos efetuado o recrutamento faremos uma seleção mais refinada para escolher os melhores, para se ter uma base de qual está mais hábil ao cargo. Esta seleção tem como ferramentas:

- Entrevistar;
- Teste intelectuais e psicológicos;
- Dinâmicas

Depois de serem executadas as técnicas de recrutamento, os membros do RH entram em um consentimento juntamente ao chefe, para que possa ser efetuada a contratação.

4.5 Admissão

A admissão será fechada com o consentimento do colaborador de suas obrigações e cadastro do mesmo com o uso de seus documentos de identificação, informando o total funcionamento do cargo dado a ele.

- Carteira de Trabalho e Previdência Social – CTPS;
- Atestado de Saúde Ocupacional;
- Título de eleitor, certificado de reservista ou de alistamento militar;
- Certidão de nascimento, casamento;
- RG;
- CPF;
- Documento de Inscrição no PIS/PASEP;
- Cópia da certidão de nascimento de filhos para o auxílio

família;

- Carteira de vacinação;
- Comprovante de Endereço;
- 2 fotos 3x4;
- Registro em conselho regional de profissionais;
- Comprovante escolar (declaração, histórico ou diploma).

A empresa Start Telling deve criar anotações na CTSP, sendo resposto em 48 horas, devendo informar o banco de horas do colaborador em no máximo 2 horas extras a efetuar no dia.

4.5.1 Contrato de Trabalho

O contrato de trabalho está na CLT, é o documento que tem a função de relatar o vínculo do empregador e empregado, onde o colaborador exerce uma troca de mão de obra por remuneração mensal.

Tudo o que tiver relação com esse documento deve ser relatada na CTPS (Carteira de Trabalho e Previdência Social) do funcionário, sobre isso a empresa deve utilizar dos mesmo para novas admissões.

O contrato com vínculo empregatício pode ser por tempo determinado ou indeterminado.

De acordo com os parâmetros de contratos estabelecidos pelas regras da CLT; temos como contrato indeterminado o acordo que não tem prazo de termino com o colaborador. Já o contrato determinado estabelece um acordo com prazo de termino. Havendo um contrato de experiência de 90 dias que não pode ser rompido, apenas prorrogado.

A Start Telling prezará sempre por contratos por tempo indeterminado, aquele que apenas tem início pré-estabelecido, sem fim prévio. No entanto, a situação pode fazer com que tenhamos de assinar alguns por tempo determinado.

Além destes já citados, sempre que possível teríamos o trabalhador estagiário, aquele que estuda e vai ao mercado de trabalho a fim de agregar na sua formação.

4.5.1.1 Registro na CTPS

A Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS) é um documento onde se registra as ocupações do contratado, durante seu período de execução empregatícia.

Esse documento registra assegura os direitos do empregado no período em que trabalha para uma empresa, sendo esses:

- FGTS
- Abono Salarial
- 13º salário
- Aviso prévio

- Repouso semanal remunerado
- Vale-transporte
- Salário família
- Auxílio doença
- Faltas justificadas
- Férias remuneradas
- Seguro-desemprego
- Horas extras
- Intervalos
- Licença maternidade ou paternidade

A Start Telling sempre cumprirá tudo legislado na CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas), afim de sempre cumprir com a lei estatal brasileira.

4.5.2 Exame Médico Admissional

O Exame Médico Admissional é uma forma de proteção do empregador, servindo para verificar se o potencial empregado tem condições físicas e mentais para ocupar sua função. Comprovando que estamos empregando alguém capaz de exercer suas ocupações após analisar a sua saúde.

Neste caso, podemos dizer que seria totalmente obrigatório e indispensável, a fim de minimizar os problemas futuros do empregado e do empregador.

A Start Telling vai realizar os exames admissionais na clínica MSO (Medicina em Saúde Ocupacional S C LTDA). Localizada na Av. Rio Grande do Sul, 1760; Bairro: Coester, CEP: 15603-090; Fernandópolis–SP.

4.6 Integração

Integração se diz respeito a uma técnica empresarial para a implementação de novos funcionários na organização, deixando claro ao colaborador que a empresa sempre presa pela qualidade total em todos métodos e processos internos, assim como a inovação, o respeito, a modernidade e o comprometimento ético, ou seja, aos valores da empresa.

A integração tem o intuito de fortalecer e estreitar os laços dos funcionários para assim incentivar o interesse e o trabalho em equipe, trocando experiências e evoluindo profissionalmente.

A integração do funcionário se dará primeiramente a conhecer todos os funcionários e apresentação das suas funções, depois a leitura do manual de integração, por último, seria feito uma avaliação nos primeiros 21 dia de serviço do funcionário, para saber se existe uma falha na integração e onde ela é, para assim melhorar sempre.

4.7 Manual de integração

O manual de integração é o nome dado a um documento interno, onde nele se encontram todas as informações importantes para os novos colaboradores, ajudando assim a compreensão da organização num todo, permitindo assim a produção máxima dele ou algo próximo disso. Nele contém: missão, visão e valores, organograma, processo de admissão, direitos e deveres dos funcionários e sócios da empresa.

No da empresa *Start Telling*, contará com todas as informações essenciais (organograma, missão, visão e valores, formato de trabalho, processos, direitos e deveres) e a presença de um campo com as metas da empresa a longo prazo.

4.8 Treinamentos

Treinamento é uma forma de a empresa adaptar o funcionário a função que ele devera exercer.

Treinamentos não e algo que se faça uma vez para novos empregados: é usado continuamente nas organizações bem administradas”. Cada vez que você mostra a uma pessoa como ela deve fazer o trabalho, você está treinando. [...] preferimos definir treinamento como qualquer atividade que contribua para tornar-se uma pessoa apta a exercer sua função ou atividade.’ (LACOMBE, 2011, p.379)

4.8.1 Treinamento Comportamental

O treinamento comportamental se diz respeito a capacitação do trabalhador através de experiências, sentimentos e a motivação pessoal. Esse tipo de treino permite que o ambiente de trabalho melhore num geral, além de que motive mais todos os funcionários.

A Start Telling se compromete a sempre utilizar esse formato de treinamento. O responsável pelo treinamento é o RH, fazendo com que estes sejam proporcionados trimestralmente ou quando o departamento julgar necessário.

4.8.2 Treinamento operacional

Padronizar os processos geram bons frutos para a empresa, afinal pode-se obter uma maior qualidade em um tempo menor. Fundamentando assim a otimização e a eficiência da produção.

O fornecimento do treinamento operacional deve ser realizado pelo RH de forma a integrar e melhorar a produção num todo. Ele seria basicamente a execução do processo de qualidade exigido, pelo menor tempo possível.

4.8.3 Treinamento técnico

É oferecido para a capacitação de habilidades necessárias para o cargo ou função, englobando as informações técnicas de modo a permitir um melhor aproveitamento e desenvolvimento das habilidades operacionais.

A organização não usará este método de treinamento, pois não será utilizado a produção em máquinas.

4.9 Benefícios

Benefícios podem se referir como recompensas não tangíveis ao funcionário como forma de reconhecimento pelo tempo dedicado à empresa.

Além do salário, as empresas concedem benefícios, monetários ou não. Ao se fazer uma comparação de valores pagos, deve-se considerar a remuneração mais os benefícios monetários e não apenas o salário. [...], além disso, existem os benefícios proporcionados pelo status, pelo conforto nas condições de trabalho. (LACOMBE, 2011, p.176)

4.9.1 Benefícios Sociais/Legais

Pela CLT, são obrigatórios os seguintes benefícios:

- FGTS;

- Vale Transporte;
- Férias;
- Décimo terceiro salário;
- Repouso semanal remunerado;
- Contribuição para previdência social;
- Salário família e
- Licença maternidade.

Há a possibilidade de se dar outros benefícios, tais como: vale refeição; plano médico; odontológico e cesta-básica, que algumas empresas propiciam aos seus empregados. Entretanto nenhum desses são obrigatórios de acordo com a CLT, sendo que alguns podem variar devido as Convenções Coletivas de Trabalho.

A Start Telling sempre cumprirá com as leis impostas pela CLT, pagando e cumprindo seus artigos.

4.9.2 Espontâneos

Os benefícios espontâneos se tratam dos não obrigatórios, isto é, varia de empresa para empresa, ficando a seu critério fornece-los ou não. Esses podem ser: gratificação em dinheiro, bolsa estudo, empréstimos e horários flexíveis.

O destaque dos benefícios espontâneos seria o de horários flexíveis, visto que exigiríamos a produção, mas não necessariamente um horário concreto. Além disso, teria um bônus por profissionalização e gratificação quando metas individuais forem atendidas.

4.10 Remuneração

Remuneração se refere à retribuição atribuída ao colaborador em decorrência de suas tarefas realizadas na empresa. A atribuição pode ser feita financeiramente, com o salário mensal, ou também com benefícios, comissões, ou bens intangíveis.

4.10.1 Remuneração básica e complementar

A remuneração da *Start Telling* será de acordo com o piso salarial da categoria, podendo aumentar de acordo com os benefícios ditos anteriormente, como o de profissionalização e o de produção.

4.10.2 Folha de pagamento

Ao final dos meses, no momento do pagamento, os sócios da Start Telling receberão o holerite de cada mês, com: nome do funcionário; cargo; valor de remuneração; hora extra; adicional noturno; entre outros benefícios e os descontos legais. A folha de pagamento geral (exclusiva para os setores internos empresa) seria registrada após os holerites terem sido assinados e registrados.

4.11 Avaliação de desempenho

“Avaliação de Desempenho pode ser definida como a avaliação da relação entre o desempenho atual ou passada de um funcionário e seus padrões de desempenho. [...] também presume que os padrões de desempenho foram estabelecidos e que você dará feedback ao funcionário para ajuda-lo e eliminar deficiências de desempenho ou a manter seu bom nível de desempenho.” DESSLER (2003, p. 172)

A avaliação de desempenho será feita de forma constante, afim de identificar os elos a serem melhorados da empresa. Executaríamos uma avaliação em 270°, ou seja, em que o colaborador avalia o líder e a equipe; a equipe avalia o colaborador e o líder e o líder avalia a equipe e o colaborador. Assim podemos ter uma boa noção de um todo sobre os colaboradores e líderes.

4.12 Segurança do trabalho

A segurança do trabalho é um conjunto de medidas que visam prevenir futuros acidentes e manter um ambiente de trabalho seguro todos os funcionários e clientes.

CITAÇÃO

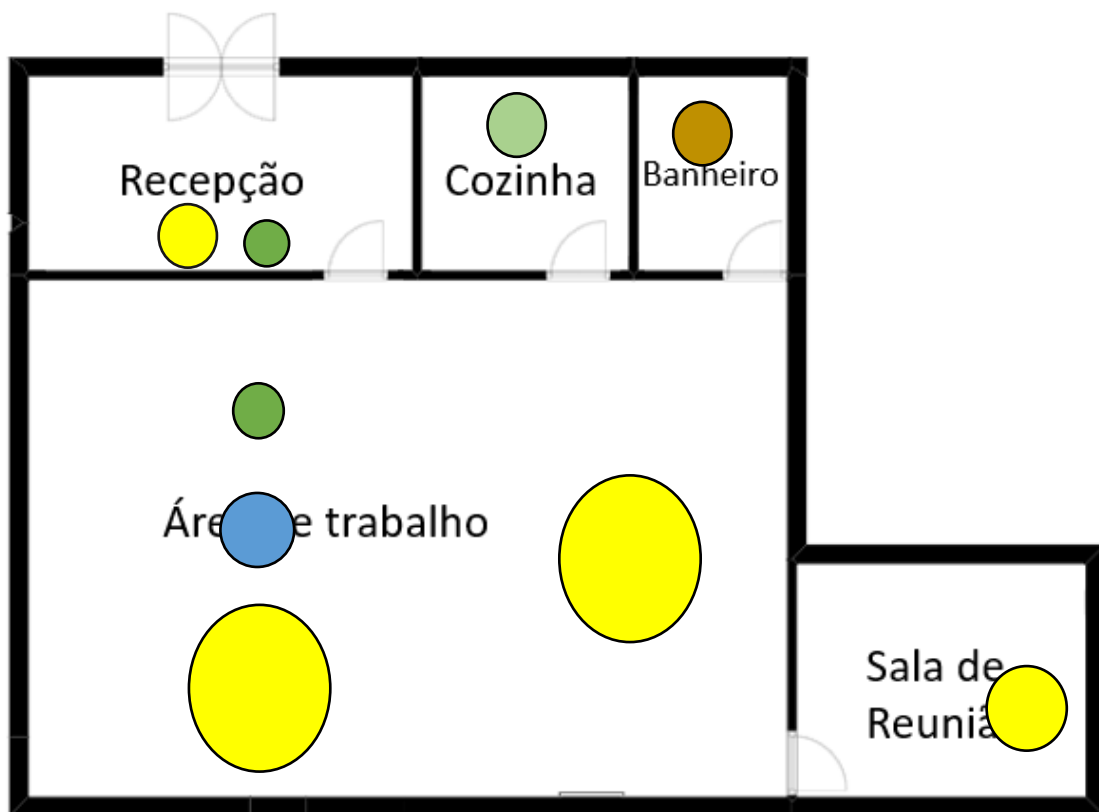
Considerando a segurança do trabalho algo crucial para o sucesso da empresa, a Start Telling trabalhará sempre para prevenir acidentes que possam prejudicar nossos clientes ou colaboradores. Sempre melhorando pontos em que a segurança do funcionário possa ser comprometida e fornecendo informações sobre o assunto para os stakeholders. O objetivo é que o funcionário sinta-se plenamente seguro para exercer suas funções.

4.12.1 Mapa de Risco

É uma representação que diz respeito aos riscos que o ambiente de trabalho proporciona.

É feita uma representação gráfica sobre o layout da empresa, no qual se forma círculos onde pode ocorrer riscos, sendo maior ou menor referente ao perigo, enquanto as correr diz o tipo de risco.

Imagem 3: Identificação do Mapa de Risco no layout



Fonte: do próprio autor.

4.12.2 NR's utilizadas na empresa

NR significa Norma Regulamentadora, que diz respeito as regulamentações por métodos ligados a CLT, estando relacionadas a Saúde e Segurança do Trabalho. São obrigatórias às empresas privadas que possuem funcionários registrados nas Consolidação das Leis Trabalhistas.

Utilizaríamos as NR's nº7, nº 12, nº 17, nº 23, nº 24 e nº 33 que estarão explicadas abaixo.

NR 7 – PROGRAMA DE CONTROLE MÉDICO DE SAÚDE OCUPACIONAL

7.7.1 Esta NR regulamentadora – NR – estabelece a obrigação a obrigatoriedade de elaboração e implementação, por parte de todos os empregadores e instituições que admitam trabalhadores como empregados, do PROGRAMA DE CONTROLE MÉDICO DE SAÚDE

OCUPACIONAL - PCMSO, com o objetivo de promoção e preservação da saúde do conjunto dos seus trabalhadores.

7.1.2. Esta NR estabelece os parâmetros mínimos e diretrizes gerais a serem observados na execução do PCMSO, podendo os mesmos ser ampliados mediante negociação de trabalho.

7.1.3. Caberá a empresa contratante de mão-de-obra prestadora de serviços informar os riscos existentes e auxiliar na elaboração e implementação do PCMSO nos locais de trabalho onde os serviços estão sendo prestados.

NR-12 - SEGURANÇA NO TRABALHO EM MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

12.1 Esta Norma Regulamentadora e seus anexos definem referências técnicas, princípios fundamentais e medidas de proteção para garantir a saúde e a integridade física dos trabalhadores e estabelece requisitos mínimos para a prevenção de acidentes e doenças do trabalho nas fases de projeto e de utilização de máquinas e equipamentos de todos os tipos, e ainda à sua fabricação, importação, comercialização, exposição e cessão a qualquer título, em todas as atividades econômicas, sem prejuízo da observância do disposto nas demais Normas Regulamentadoras - NR aprovadas pela Portaria n.º 3.214, de 8 de junho de 1978, nas normas técnicas oficiais e, na ausência ou omissão destas, nas normas internacionais aplicáveis.

NR 17 – ERGONOMIA

17.1. Esta Norma Regulamentadora visa a estabelecer parâmetros que permitam a adaptação das condições de trabalho às características psicofisiológicas dos trabalhadores, de modo a proporcionar um máximo de conforto, segurança e desempenho eficiente.

NR 23 - PROTEÇÃO CONTRA INCÊNDIOS

23.1. Todos os empregadores devem adotar medidas de prevenção de incêndios, em conformidade com a legislação estadual e as normas técnicas aplicáveis.

23.1.1. O empregador deve providenciar para todos os trabalhadores informações sobre:

- a) utilização dos equipamentos de combate ao incêndio;
- b) procedimentos para evacuação dos locais de trabalho com segurança;
- c) dispositivos de alarme existentes.

23.2. Os locais de trabalho deverão dispor de saídas, em número suficiente e dispostas de modo que aqueles que se encontrem nesses locais possam abandoná-los com rapidez e segurança, em caso de emergência.

23.3. As aberturas, saídas e vias de passagem devem ser claramente assinaladas por meio de placas ou sinais luminosos, indicando a direção da saída.

23.4. Nenhuma saída de emergência deverá ser fechada à chave ou presa durante a jornada de trabalho.

NR-33 SEGURANÇA E SAÚDE NOS TRABALHOS EM ESPAÇOS CONFINADOS

33.1.1 Esta Norma tem como objetivo estabelecer os requisitos mínimos para identificação de espaços confinados e o reconhecimento, avaliação, monitoramento e controle dos riscos existentes, de forma a garantir permanentemente a segurança e saúde dos trabalhadores que interagem direta ou indiretamente nestes espaços.

4.13 Qualidade da vida

Ligada ao bem-estar do colaborador no ambiente empresarial e no âmbito fora, a qualidade da vida do funcionário busca maximizar sua produção.

[...] refere-se à preocupação com o bem-estar geral e a saúde dos trabalhadores no desempenho de suas tarefas. [...] envolve tanto os aspectos físicos e ambientais, como os aspectos psicológicos do local de trabalho. (CHIAVENATO, 2005, p.449)

A qualidade na vida do colaboradoras visa reter o bem-estar do mesmo, pois assim não se interfere na produção e no rendimento do profissional.

A empresa se baseará sempre na liberdade do colaborador, no entanto este deverá dar *feedbacks* constantes sobre o ambiente em que exerce seu trabalho.

4.14 Desligamento

O desligamento deve ser definido após uma supervisão técnica do funcionário e de seu desempenho na empresa. Após isso, o desligamento deve ser feito após uma entrevista com o funcionário onde se questiona coisas como gestão e comportamento dentro da empresa.

Afim de sempre melhorar a empresa, a Start Telling sempre fará uma entrevista de desligamento, servindo como um feedback para a empresa, sempre buscando melhorar.

Imagem 4: Entrevista de Desligamento

Roteiro de Entrevista de Desligamento

Entrevistador: _____
Colaborador: _____
Cargo Inicial: _____
Último Cargo: _____

NATUREZA DO DESLIGAMENTO

VOLUNTÁRIA COMPULSÓRIA TÉRMINO DE CONTRATO

MOTIVO DO DESLIGAMENTO

0.1 Quais são os motivos que levaram ao desligamento?

0.2 Quem o informou sobre o desligamento?

Setor Pessoal Setor de RH

0.3 Possui outro emprego em vista? Sim Não

0.4 Que cargo ocupará? _____

0.5 Quais as vantagens deste novo emprego?

COMENTÁRIOS SOBRE A EMPRESA

0.6 Quais os setores, na empresa, que você mais gostou de trabalhar?

0.7 Quais os pontos fracos da empresa?

0.8 quais os pontos fortes da empresa?

0.9 Você tomou conhecimento das atribuições relacionadas ao seu cargo?

Fonte: (Scribd, 2019)

4.15 Outsourcing

Outsourcing é um termo em inglês utilizado na administração para representar a terceirização.

“É uma estratégia de transferir para terceiros o máximo possível de atividades e processos que compõem o produto final ou serviços oferecidos pela organização.” (SAPIRO, 2010, p. 191).

A empresa Start Telling irá usufruir de serviços terceirizados nos setores de contabilidade e o de Limpeza.

CAPÍTULO V

5.1 Briefing

Segundo Parentoni (2007, p. 227) “ele é a gênese do plano de comunicação, pois, por meio dele, é possível conhecer todos os setores e características da organização, já que consiste na coleta de dados iniciais de uma empresa”.

A empresa teve início no ano de 2018 na ETEC de Fernandópolis, quando 5 alunos a idealizaram ao assistir principalmente as aulas de Gestão Empreendedora e Inovação e Administração em Marketing. A intenção, como já mostrada, é abrir uma agência de comunicação visual, ramo que está em total falta na região noroeste paulista, ajudando assim os empresários a se comunicar de forma mais eficaz com os atuais e potenciais clientes com base em pesquisas e profissionalização dos empregados. O objetivo é lucrar e crescer junto com as nossas contratantes, fazendo assim uma relação de parceria e sendo reconhecida como uma empresa ética, respeitosa e exemplar.

5.2 Definição do público alvo

Nosso investimento tem o objetivo de atender a classe empreendedora (empresários), que querem resultados positivos em relação a comunicação visual e proximidade de suas empresas com público, de uma maneira não muito convencional na região, que inove e dê novos rumos aos negócios da empresa. O nosso objetivo é ser bem abrangente quanto ao nosso público. Como nosso serviço prestado é aplicável a qualquer tipo de negócio, o

nosso público alvo/potenciais clientes são qualquer tipo de empresário que queira ver seu negócio crescer de uma forma diferentes dos concorrentes da região. Não importando faixa etária, quantidade de funcionários e coisas do tipo. Porém, precisamos ressaltar que a primeiro momento o foco será atender apenas empresas de Fernandópolis, conseqüentemente, expandir para as regiões vizinhas e mais tardiamente para o cenário nacional.

5.3 Comportamento do consumidor

Segundo Parentoni (2007, p. 93) “os consumidores tomam diversas decisões de compras. Muitas empresas pesquisam essas decisões para saber o que, onde, como, quanto, quando e por que os consumidores compram”.

O comportamento do consumidor é essencial, afinal é com base nele a empresa se orienta. São dividido então o comportamento em base psicológica, sociológica, econômica e antropológica.

5.4 O Composto de Marketing

O Composto de Marketing é uma ferramenta utilizada pelas empresas para ter respostas sobre o público-alvo. Ela se compõe pelos 4 P's, que dá direção a demanda produto/serviço.

5.4.1 Produto

Serviço de comunicação visual entre empresa e cliente, uma estratégia essencial de marketing que tem o objetivo de se comunicar com o

público alvo para o crescimento interno da organização ocorra mais rapidamente e mais focado.

Desde divulgação até captação de *feedback* empresarial. Nossos serviços são: pesquisa de mercado, design estratégico, lançamento de produtos, gerenciamento de mídias sociais, plano de marketing, *storytelling* e captação de *feedback*.

5.4.2 Preço

Seria disponibilizado um aplicativo para monitoramento dos resultados e contratação de pacotes (de serviços), com preços diminuindo com o tempo para haver a fidelização. Inicialmente seria cobrado de R\$ 500,00 à R\$ 1.000,00 (dependendo do que o cliente pedir) separadamente, e R\$5.000,00 pelo pacote completo.

5.4.3 Praça

A Praça de Venda escolhida se encontra na Av. Litério Greco, número 2604. Fernandópolis – SP. É um ambiente onde tem bastante circulação de pessoas e veículos, com empresas de grande porte perto, com espaço para estacionamentos.

5.4.4 Promoção

Para conseguirmos nos fixar no mercado usaríamos principalmente campanhas de marketing de conteúdo, criando conteúdos que ensinam a respeito do que a empresa faria e, conseqüentemente, fazendo as

pessoas nos visitarmos por conta própria. Além disso, é preciso que tenhamos estratégias mais didáticas, pois conforme nossas pesquisas indicaram, os empresários da região não têm conhecimento do assunto tratado na *Start Telling*.

5.5 Análise do ambiente - SWOT / BCG / CVP

5.5.1 SWOT

Strengths: São características internas da empresa ou de seus donos que representam vantagens competitivas sobre seus concorrentes ou uma facilidade para atingir os objetivos propostos. Forças da nossa empresa:

- Exclusividade no mercado;
- Crescimento dos nossos principais meios de divulgação;
- Método quase infalível.

Opportunities: São situações positivas do ambiente externo que permitem à empresa alcançar seus objetivos ou melhorar sua posição no mercado. Oportunidades da nossa empresa:

- Se estabilizar primeiro que os possíveis futuros concorrentes;
- Aumentar o nível de conhecimento dos empresários.

Weaknesses: São fatores internos que colocam a empresa em situação de desvantagem frente à concorrência ou que prejudicam sua atuação no ramo escolhido. Fraquezas da nossa empresa:

- Falta de conhecimento do público;
- Ramo novo na região.

Threats: São situações externas nas quais se têm pouco controle e que colocam a empresa diante de dificuldades, ocasionando a perda de mercado ou a redução de sua lucratividade. Ameaças da nossa empresa:

- Futuros novos concorrentes;
- Falta de conhecimento e rápida saturação.

<p style="text-align: center;">Strenghts(Força)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exclusividade no mercado; • Crescimento dos nossos principais meios de divulgação; • Método quase infalível. 	<p style="text-align: center;">Weaknesses (Fraqueza)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de conhecimento do público; • Ramo novo na região.
<p style="text-align: center;">Opportunities (Oportunidades)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se estabilizar primeiro que os possíveis futuros concorrentes; • Aumentar o nível de conhecimento dos empresários. 	<p style="text-align: center;">Threats (Ameaças)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Futuros novos concorrentes; • Falta de conhecimento e rápida saturação.

Fonte: (Do próprio autor, 2019)

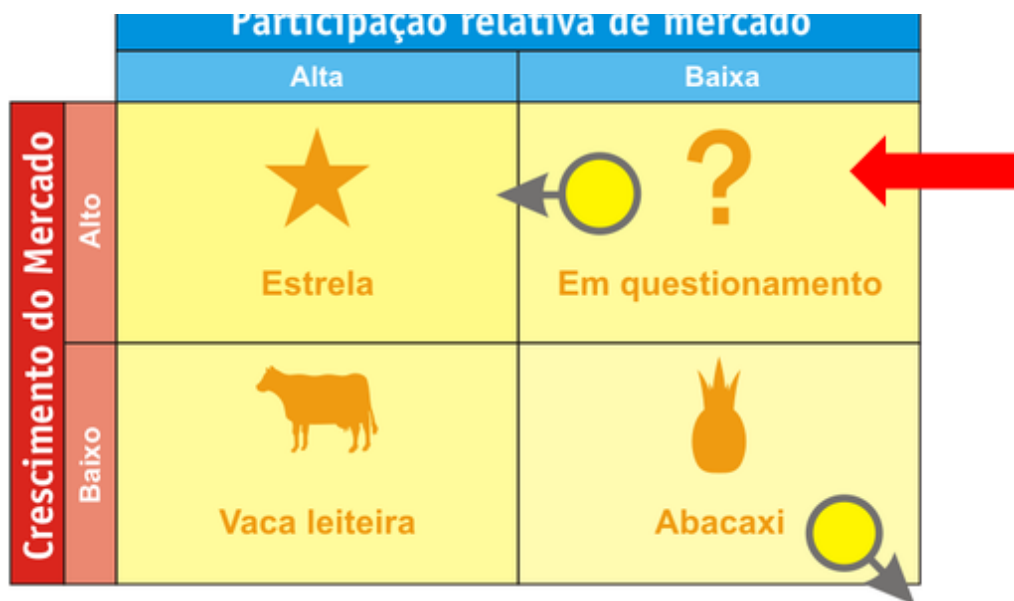
5.5.2 BCG

Em questionamento: Início das atividades, trabalhando inicialmente apenas em empresas de pequeno e médio porte, para assim ajudarmos elas a se elevarem e ganhando relevância mais facilmente.

Estrela: Com certo reconhecimento, começaríamos a implementar softwares de monitoramento em tempo real e comunicação, agilizando o nosso trabalho e integrando o cliente no processo de forma mais orgânica.

Vaca leiteira: Como estaríamos no “topo” do mercado, consolidados, abriríamos a empresa para fora da região de Rio Preto, ou seja, abertura de vendas pela internet. Com isso, implantaríamos novos serviços e pacotes.

Abacaxi: Para evitar chegar a esse ponto, tentaríamos sempre retirar serviços pouco usados e colocar novos, preocupando-se também sempre com nossos valores (principalmente com a modernidade e comprometimento).



Fonte: (Marketing-world, 2019)

5.5.3 CVP

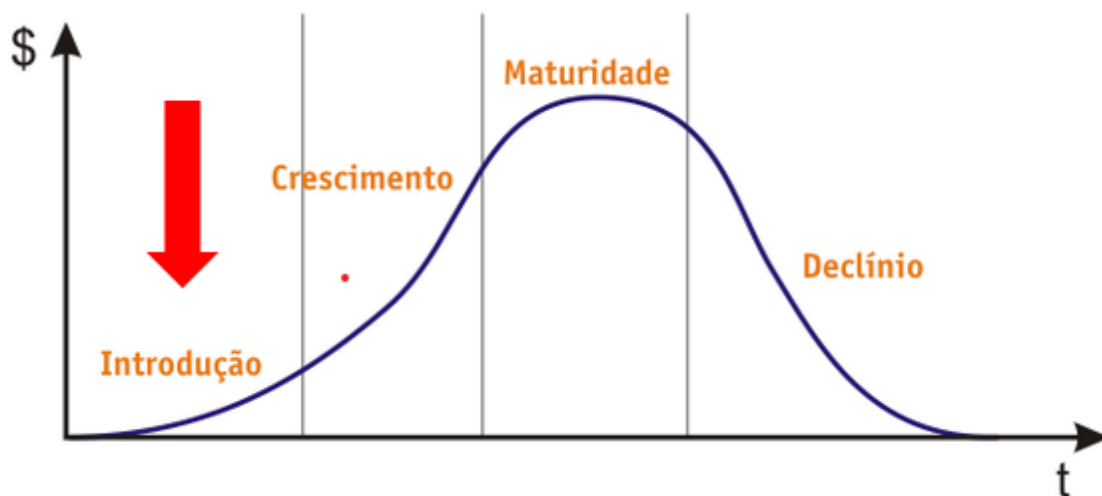
O *Ciclo de Vida do Produto (CVP)* é uma linha que simula o período em que um produto chega ao mercado, de sua introdução até o declínio.

Introdução: Início das operações, focadas em empresas de pequeno e médio porte.

Crescimento: Gerenciamento dos nossos clientes, começando uma parceria propriamente dita, com aplicativo próprio e etc., agilizando nosso serviço e integrando o cliente no processo.

Maturidade: Abertura do e-commerce, novos serviços e novos pacotes.

Declínio: A fim de evitar esse período, tentaríamos inovar, retirando e acrescentando serviços para ficar mais atrativo aos consumidores.



Fonte: (Marketing-world, 2019)

5.5.4 Conclusão

Concluimos que caso as matrizes e ciclos sejam flexíveis e abertos para os feedbacks dos clientes, há grandes chances de os serviços terem resultados positivos. Como nós somos uma empresa “inovadora” na região, com um serviço que está em carência, temos que ouvir nossos consumidores executar o plano de forma que gere resultados financeiros e de satisfação dos consumidores.

5.7 Definição de Objetivos e Metas

5.7.1 Definição de objetivos

- Ser referência em comunicação visual;
- Garantir que o cliente tenha aquilo que lhe foi prometido;
- Manter o padrão de qualidade no assunto.

Como é um mercado inexplorado da região, temos a oportunidade de nos firmar no mercado, sendo conhecida como uma empresa que sempre busca o melhor por meio da inovação.

5.7.2 Definição de metas

- Conquistar um *marketshare* de 20% dentro de 18 meses;
- Aumentar o entendimento do negócio em 50% dentro de 12

meses.

O entendimento dos empresários da região quanto a comunicação pessoal é um tanto quanto raso, e nossas metas teriam como foco aumentar esse entendimento de forma que o negócio se torne mais atraente.

5.8 Posicionamento de mercado

O posicionamento de uma empresa deve mostrar a sua visão de mundo, afim de melhorar um conjunto e atrair novos consumidores.

Se posicionar como uma empresa inovadora e que se referencie como um exemplo de empresa, no sentido de tratar seus funcionários e consumidores bem. Sempre se reinventar perante os outros, ser mais que uma empresa: ser uma verdadeira comunidade.

5.9 Definição de marca

Segundo Kotler (2013, p. 78) “não quer dizer que a arte do marketing se resume a escolher uma boa marca, divulgá-la amplamente e ganhar muito dinheiro com isso, desenvolver marca forte implica várias etapas”

Uma marca se constitui por vários processos, e a logo deve ser bem definida afim de passar as intenções do no negócio conforme princípios psicologicos e de design.

Imagem 5: Logomarca da *Start Telling*



Fonte: do próprio autor.

Essa logo foi elaborado com base na psicologia das cores, afinal o verde significa inovação, azul tem a intenção de passar segurança e responsabilidade, por isso está no traçado da fonte. O símbolo, passa exatamente a imagem da empresa: comunicação por meio de uma imagem. Formando assim a logomarca da Start Telling.

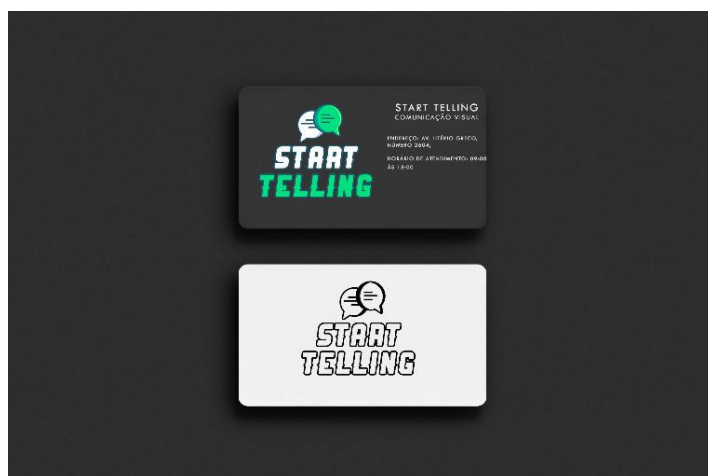
Imagem 6: Uniformes da *Start Telling*



Fonte: do próprio autor.

Simple e elegante: a imagem de segurança é passada até mesmo pelo uniforme, afinal a cor branca apresenta a neutralidade necessária para tal e imparcialidade.

Imagem 7: Cartão da *Start Telling*



Fonte: do próprio autor.

Seguindo a linha dos demais itens, o cartão obviamente também teria de ser simples e apresentar apenas as informações necessárias (endereço, ramo e telefone).

5.10 Endomarketing

O Endomarketing é uma das estratégias do Marketing Institucional que tem como objetivo principal melhorar o relacionamento com os clientes internos, gerando uma equipe mais motivada, reduzindo o *turnover* e atraindo profissionais melhores para a empresa.

5.10.1 Motivação

Motivar os funcionários gera melhores resultados, afinal eles estarão sempre animados e têm novas ideias importantes.

Rotação de cargos na vertical e horizontal, visto que inicialmente todos poderiam ocupar as áreas da empresa (os sócios têm formações semelhantes), assim poderiam sempre trocar de responsabilidades e não ter acomodações, motivando através do interesse de novas atividades. Além disso, dar oportunidades para treinamentos fora da empresa, sempre haverá a oportunidade de desenvolver, melhorando o capital intelectual da agência. Incentivaremos sempre a criatividade dos funcionários, havendo liberdade e espontaneidade para ideias que possam melhorar a agência.

5.10.2 Integração

Integrar o funcionário é importante para que ele se sinta realmente como parte da empresa e possa desempenhar suas funções de acordo com o que a instituição prega.

Na Start Telling, faremos isso de maneira orgânica, com um tempo aceitável de adaptação. Antes, será lhe passado toda a instrução, com um manual de integração e um instrutor. Dada a liberdade para ele conhecer a organização aos poucos, os funcionários já habituados terão de ser receptivos com os novos e abertos a questionamentos.

5.10.3 Informação

A informação deve chegar ao ouvinte sem nenhum ruído, para que não haja problemas de entendimento quanto as mensagens informativas.

Para se passar tranquilamente as informações cruciais, enviaremos a mensagens no e-mail e colocaremos num mural de avisos próximo aos computadores.

5.11 Plano de fidelização

Segundo Kotler (2013, p. 159) “a retenção e o cultivo dos clientes são fundamentais”.

Fidelizar os clientes é sempre mais lucrativo do que atrair novos clientes “avulsos”, afinal teríamos uma rotina de vendas para o mesmo.

A intenção, a priori, era ter um sistema personalizado de registro de clientes, mais orgânico. Organizados com base nos serviços escolhidos, ramos empresariais e etc., para assim saber mais facilmente como divulgar nossos serviços, promoções e programas, provavelmente tendo maior eficácia com tal. Assim, os nossos consumidores se sentiriam mais a vontade. Além disso, termos um atendimento de alta qualidade para tal, ligando para

perguntar a respeito dos resultados, querer feedback e oferecer novos produtos ou convidar para alguma “feira”.

Após isso, teríamos um monitoramento de redes sociais, para entender a repercussão nas mídias sociais, para melhorar nosso trabalho e entender o que os empresários mais querem resolver, e o que mais gostam/desgostam na nossa agência também melhorando a comunicação e interação.

Temos a intenção de ajudar quem consome nossos produtos, com a ajuda do software entregar artigos que possam ajudar algum ramo, comemorar marcas importantes dos colaboradores e muito mais. Dessa forma, eles veriam que estamos empenhados em crescer junto com eles, e não os usando.

Além de tudo isso, teríamos um sistema de pontos, ou seja, quando mais os clientes adquirissem nossos serviços, mais descontos ganhariam em outros produtos ou na assinatura anual.

5.12 Estratégias de Pós-Vendas & Garantias

Um pós-venda serve para fazer o cliente se sentir especial, lembrado e que faz parte de um círculo social. É mais vantajoso manter um cliente do que trazer um novo e essas técnicas podem ajudar a fazer isso.

Como nossos clientes são empresários, a intenção é mostrar como somos interessados em ajuda-los a crescerem, sendo que isso poderia ser fortalecido por meio de estratégias usando o pós-venda. Sempre fazendo pesquisas de satisfação com nossos consumidores e mandando mensagens especiais com datas importantes (data de abertura do negócio, assinatura do contrato conosco, etc.).

Através também de um marketing de conteúdo, sempre ficaríamos em alta também nas redes sociais, isso é, teríamos mais pessoas interessadas no nosso tipo de serviço.

5.11 Marketing Social e Verde

Marketing social da empresa seria principalmente focado em pontos “desleixados” na cidade (com isso, podemos apostar na estratégia de marketing regionalizado, ou seja, mostrar que estamos engajados com a cidade), alguns dos lugares que poderiam ser ajudados a fim de melhorar socialmente seriam praças, terrenos poluídos e etc. Também trabalharíamos periodicamente para instituições carentes e sem fins lucrativos com alguma função social importante, como a AVCC e a APAE.

Quando estivermos no ponto de abertura para o resto do Brasil, focaríamos em ações mais ambiciosas, como diminuição de consumo de papel e emissão de gases poluentes (visto que o estabelecimento não usa veículos diretamente).

A ponto de marketing verde, seria interessante usarmos os papéis plantáveis, já que além de reutilizar papeis permite que haja mais plantas. Além disso, seria interessante a empresa não ter veículos à combustíveis fósseis diretamente, assim permitindo que não tenha tanta emissão de gás carbônico.

5.12 Pesquisa de Mercado

A pesquisa de mercado é a coleta de informações com o objetivo de identificar oportunidades ou problemas à área de atuação da empresa e/ou os seus produtos/serviços.

Gráfico 1- Você sabe o que é comunicação visual no âmbito empresarial

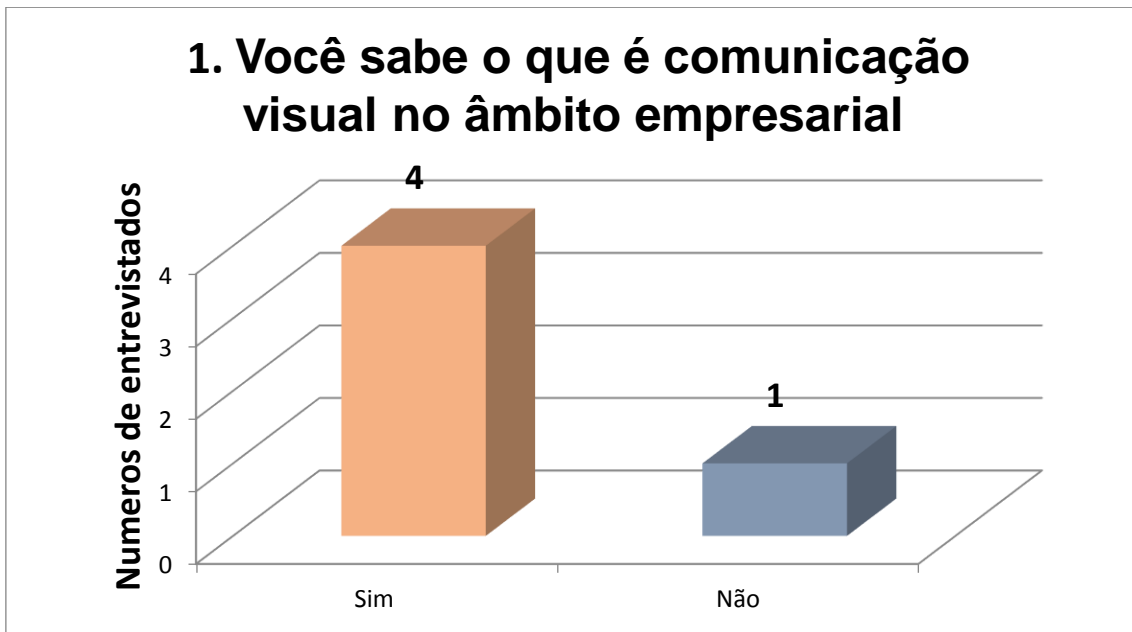


Gráfico 2- Se sim, você acredita que é um fator crítico no sucesso de uma empresa

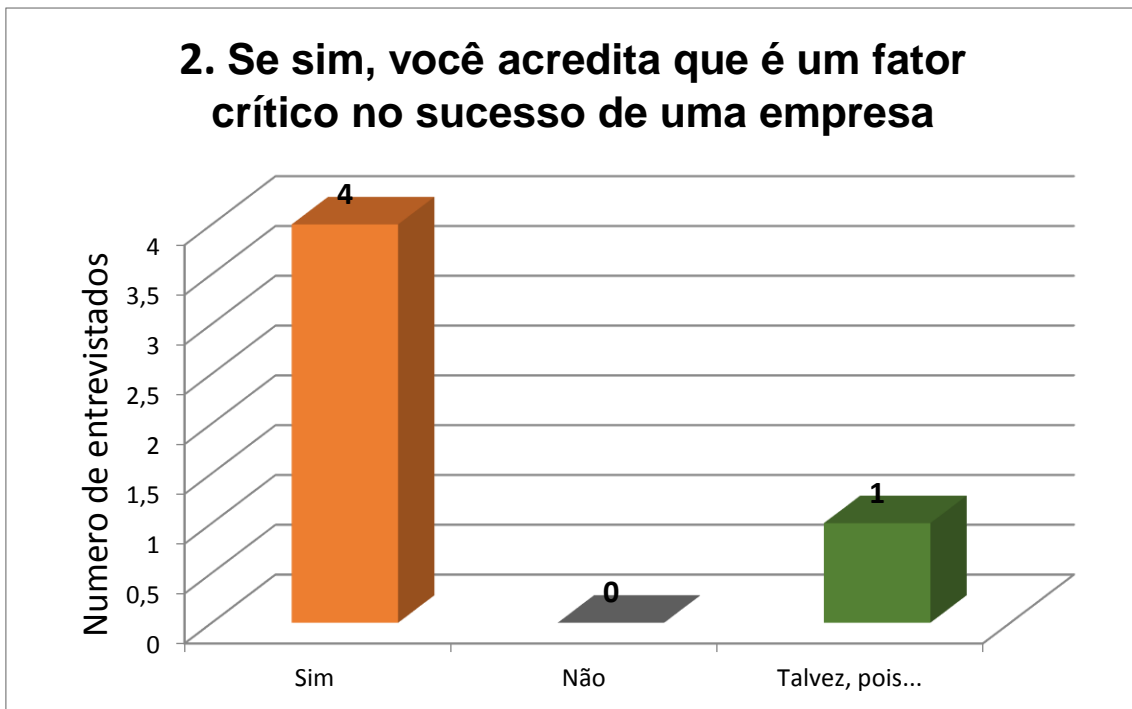


Gráfico 3- Se sim, você já utilizou quais meios?

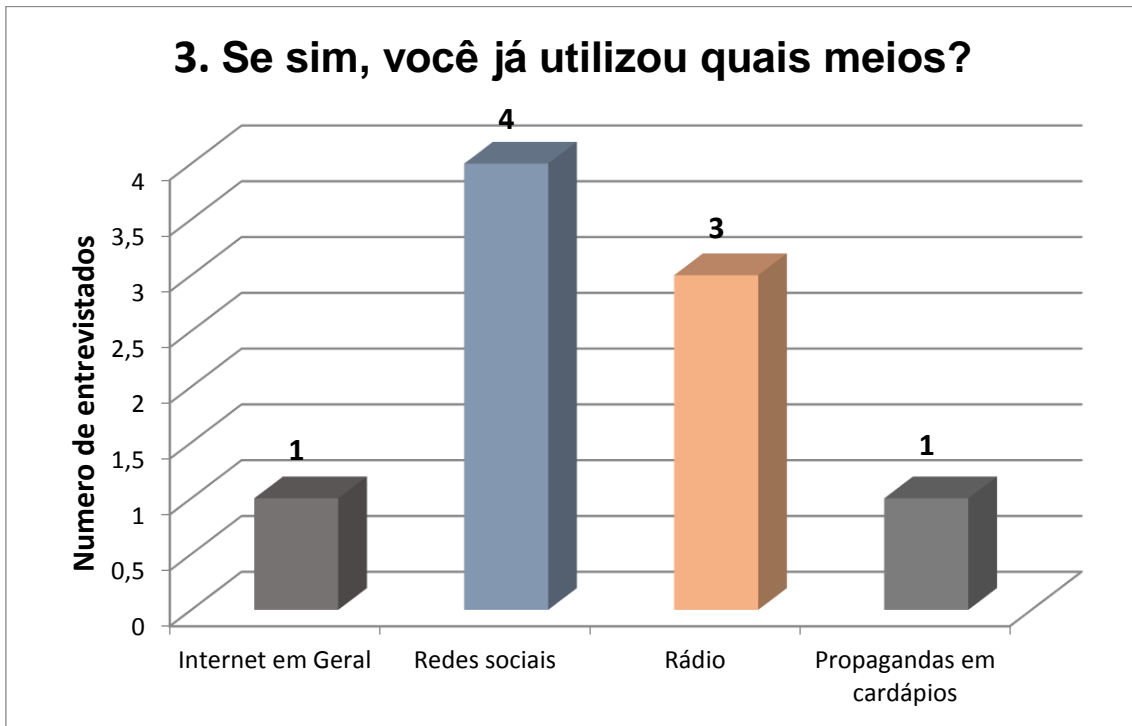


Gráfico 4- Sua empresa já contratou algum serviço de consultoria e/ou assessoria de marketing ou de comunicação visual

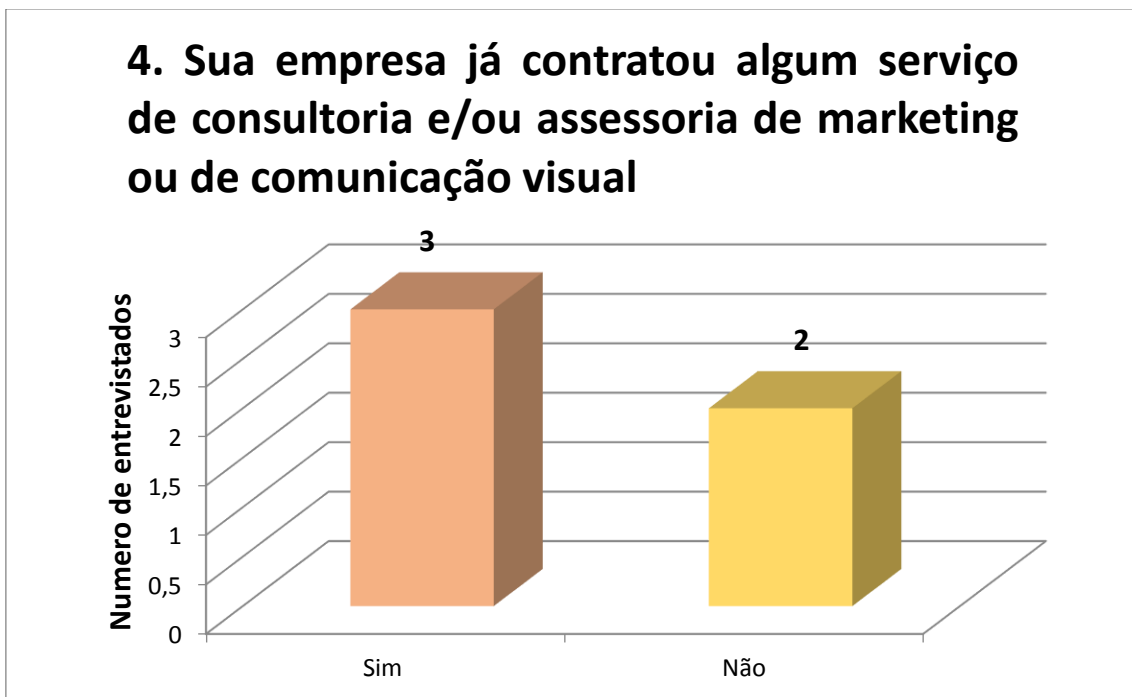


Gráfico 5- Se não, por qual motivo?

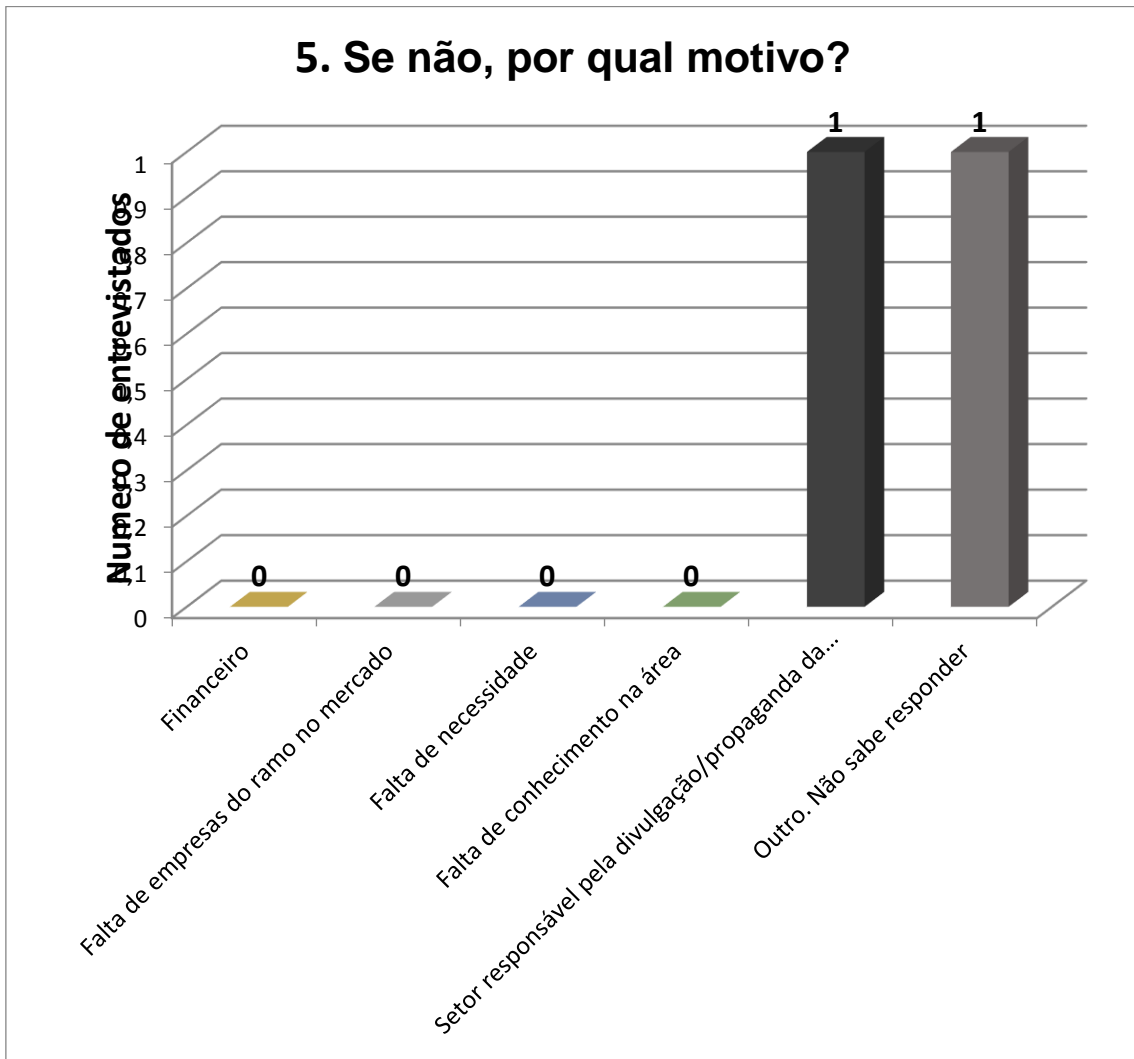


Gráfico 6- Se não, por qual motivo?



Gráfico 7- Qual dos nossos serviços relacionados a marketing e comunicação visual você contrataria para sua empresa?

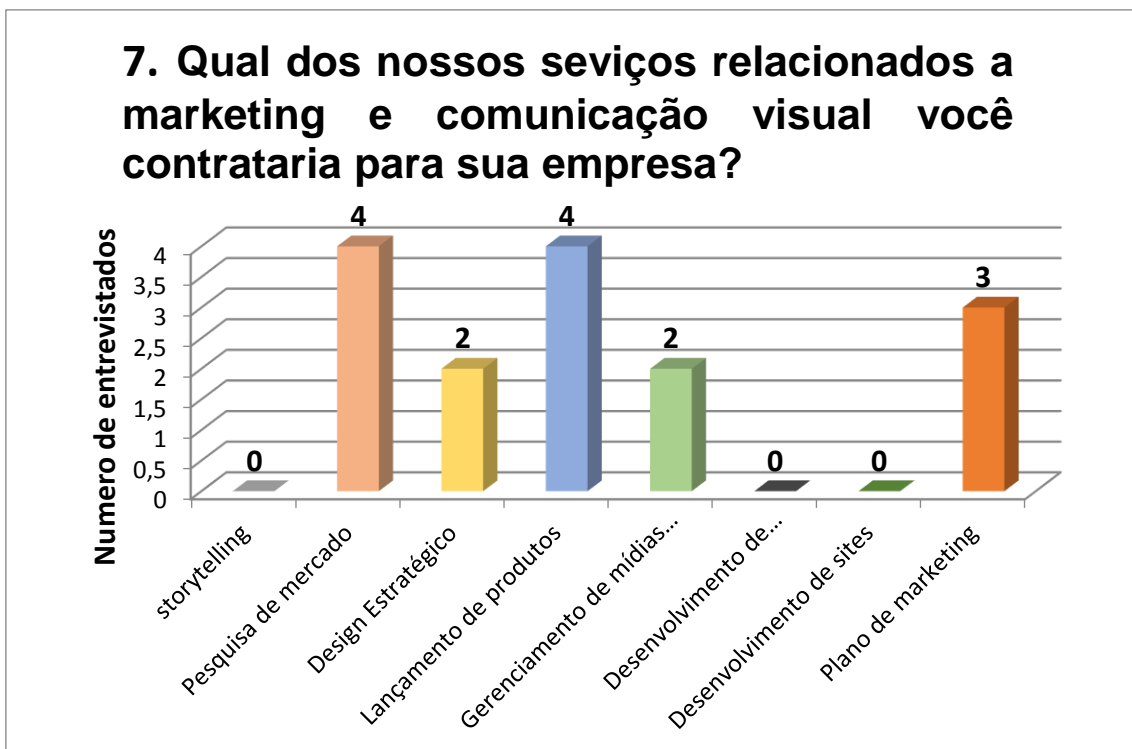


Gráfico 8- Qual mídia social está gerando o melhor resultado?

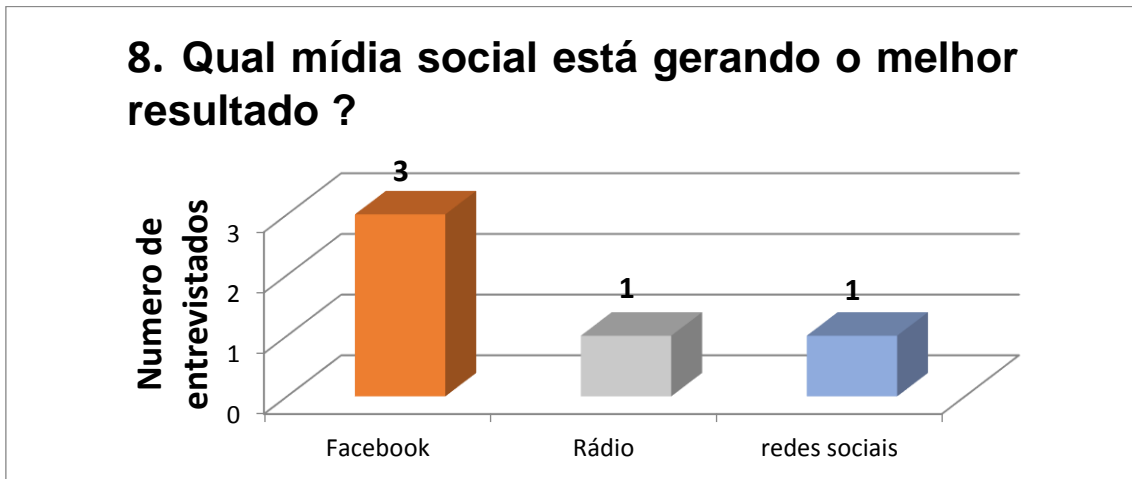
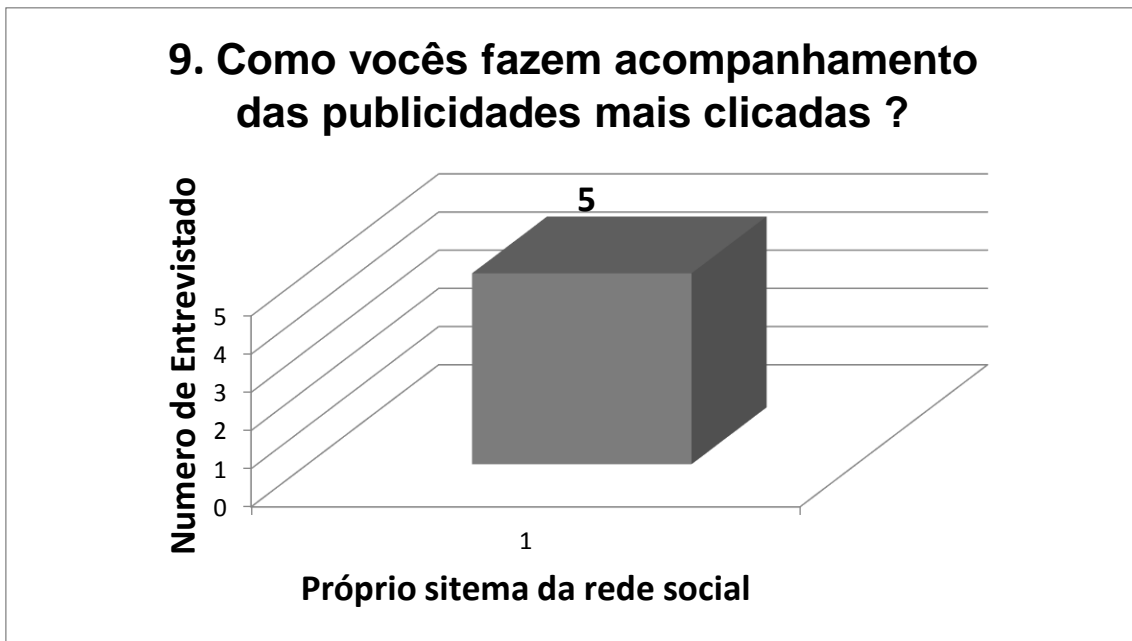


Gráfico 9- Como vocês fazem acompanhamento das publicidades mais clicadas?



CAPITULO VI

6. Planejamento Financeiro

Segundo Hoji (2008, p.509) “O planejamento de marketing consiste em adequar o volume de recursos exigidos para executar as atividades operacionais e de investimento da empresa, avaliando as possíveis fontes de recursos.”

O planejamento financeiro é uma forma de prever acontecimentos futuros para que não possa danificar o setor financeiro da empresa.

Nesse método serão utilizadas ferramentas que servirão de parâmetros, para a visão financeira da empresa.

6.1 Investimento Fixo

Segundo Zilmara Richene Alencar - Analista do Sebrae no Amapá, custos fixos são aqueles que não se alteram independentemente do volume de vendas, eles sempre existirão mesmo que a empresa venda muito ou pouco.

Contudo, investimentos fixos são aqueles que dependem da compra de bens para haja um funcionamento apropriado da empresa Start Telling.

6.1.1 Resumo do investimento físico

Tabela 1: Máquinas e Equipamentos

Descrição	Quantidade	Valor unitário	Total
Computador	9	R\$ 2.800,00	R\$ 25.200,00
Impressora	1	R\$ 590,00	R\$ 590,00
Sub Total			R\$ 25.790,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019)

Tabela 2- Móveis e Utensílios

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Mesa	8	R\$ 360,00	R\$ 2.880,00
Balcão	1	R\$ 410,00	R\$ 410,00
Cadeira	9	R\$ 189,90	R\$ 1.709,10
Arquivo de aço (Armário)	2	R\$ 569,90	R\$ 1.139,80
Total			R\$ 31.928,90

Fonte: (Do próprio autor, 2019)

Fazendo a análise do orçamento para a estrutura da empresa, entre máquinas, equipamentos e utensílios, terá o investimento físico de R\$ 31.928,90.

6.2 Investimento financeiro

O investimento financeiro dessa empresa será o capital investido pelos seus sócios para que se possa haver a estruturação da mesma. O total capital inicial aplicado por todos os parceiros é de R\$81.718,55.

6.2.1 Estimativa de investimentos

Nas tabelas 3 e 4 localizados abaixo, descrevemos todos os produtos que terão de ter para se inicializar as atividades na empresa Start Telling.

Tabela 3- Estimativa de estoque inicial

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Folha Sulfite	500	R\$ 0,037	R\$ 18,50
Tinta de Impressora	1	R\$ 36,90	R\$ 36,90
Sub Total			R\$ 55,40

Fonte: (Do próprio autor, 2019)

Tabela 4- Estimativa de Capital de Giro

Descrição	Total
Reserva de Caixa (Cobertura dos Custos)	R\$ 22.300,00
Total dos Investimentos Financeiros	R\$ 22.300,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019)

Ressaltando que a *Start Telling* trabalhará com estoque mínimo, já que terceirizaremos a maior parte dos setores da empresa, apenas com uma pequena quantidade de folha sulfite e tinta de impressora.

6.2.2 Total de investimento financeiro

Ao fim dos cálculos, chegamos num total de investimento financeiro de R\$ 22.355,00.

6.3 Investimentos pré-operacionais

Os investimentos pré-operacionais são aqueles nos quais os capitais são investidos antes do começo de exercício da empresa, como por exemplos despesas reformas do imóvel e previsões de imprevistos.

Tabela 5 - Investimentos Pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais	Total	
Despesa de legalização	R\$	1.199,65
Divulgação	R\$	500,00
Total	R\$	1699,65

Na tabela acima foram descritos todos os gastos que a empresa terá antes do começo de suas atividades, legalização, reformas, divulgação pré-lançamento.

6.3.1 Legalização

Calculamos o valor aproximado de R\$ 2.000,00 (dois mil reais), para ter a legalização devidamente paga e alvará de bombeiros, levando em conta que outras despesas podem aparecer.

6.3.2 Dependências Físicas

Nas dependências de nossa empresa teremos um pequeno espaço para estoque apenas para guardar as folhas sulfite e a impressora. Além disso, teremos um espaço para uma cozinha, um banheiro, uma sala de reuniões e os computadores para a produção.

6.3.3 Divulgação e Treinamento

No projeto da empresa *Start Telling* usufruiremos somente do meio de informação, com a disponibilidade do valor de R\$ 500,00 (Quinhentos reais) para a divulgação em folhetos e redes sociais. Referente ao treinamento não terá utilidade em nossa empresa, visto que será uma sociedade e todos os integrantes fizeram o planejamento.

Folhetos	R\$84,00
Redes sociais	R\$416,00

6.3.4 Outras despesas

A empresa *Start Telling* não fará reservas para outras despesas, já que todos os valores estão reservados em seus devidos lugares.

6.4 Estimativa do Investimento Total

A tabela a seguir apresenta o quanto terá de ser investido para a abertura da empresa *Start Telling*.

Tabela 6- Investimento Total

Descrição	Total
Estimativa dos Investimentos Fixos	R\$57.718,90
Estimativa dos Investimentos Financeiros	R\$22.300,00
Estimativa dos Investimentos Pré-Operacionais	R\$1.699,65
Total	R\$81.718,55

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.5 Estimativa do faturamento mensal

A tabela nº 07 mostra a estimativa de lucro em um mês que a empresa estiver em atividade.

Tabela 7- Estimativa do Faturamento

Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário	Faturamento Total
Gerenciamento de mídias sociais	15	R\$ 700,00	R\$ 10.500,00
Plano de Marketing	4	R\$ 800,00	R\$ 3.200,00
Criação de Identidade Visual	2	R\$ 800,00	R\$ 1.600,00
Inbound Marketing	4	R\$ 700,00	R\$ 2.800,00
Sites	2	R\$ 3.000,00	R\$ 6.000,00
Total			R\$ 24.100,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.5.1 Elaboração do preço de venda

O preço de venda da Start Telling foi feito de acordo com os devidos gastos na empresa e de cada serviço.

6.6 Estimativa do custo com materiais/insumos

A tabela nº 08 é feita baseado no que será gasto em cada produto vendido, baseando-se no faturamento mensal.

Tabela 8 - Custo de Mercadoria Vendida

Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Custo Unitário	CMV
Gerenciamento de Mídias Sociais	R\$ 10.500,00	R\$ 251,51	R\$ 3.772,65
Plano de Marketing	R\$ 3.200,00	R\$ 48,40	R\$ 193,60
Criação de Identidade Visual	R\$ 1.600,00	R\$ 90,90	R\$ 181,80
Inbound Marketing	R\$ 2.800,00	R\$ 60,60	R\$ 242,40
Sites	R\$ 6.000,00	R\$ 290,88	R\$ 581,76
Total			R\$ 4.972,21

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.7 Estimativa de custos de comercialização

A tabela nº 9, que segue abaixo, mostra o imposto por lucro presumido na empresa, tendo PIS/COFINS 3,65%, ICMS 18%, IRPJ 15% e CSLL 9%.

Tabela 9- Custo de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
Impostos	45,65%	R\$ 27.100,00	R\$ 12.780,36
Total			R\$ 12.780,36

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.8 Estimativa de custos de mão-de-obra

A mão de obra da *Start Telling* vai ser de autoria dos sócios, e seus salários serão os na tabela nº 10.

Tabela 10- Custo de Mão de Obra

Descrição	Quantidade	Custo Unitário	TOTAL
Sócios	5	R\$ 1.163,65	R\$ 5.818,25
Total			R\$ 5.818,25

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.9 Despesas com depreciação

A tabela nº 11 estima o valor de manutenção de cada um dos equipamentos, máquinas e móveis.

Tabela 11- Custos com Depreciação

Ativos Fixos	Valor do Bem	Vida Útil Em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 25.790,00	5	R\$ 5.158,00	R\$ 343,87
Móveis e Utensílios	R\$ 31.928,90	15	R\$ 2.128,60	R\$ 177,39
Total				R\$ 521,26

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.10 Estimativa dos custos fixos mensais

Os Custos fixos são as despesas que não tem o valor alterado em função da rentabilidade da empresa, e são cobradas mensalmente. A única chance de alteração de valor é variável no macro ambiente, como mudanças na legislação, por exemplo. Na tabela nº 12 estão presentes os custos fixos da empresa *Start Telling*.

Tabela 12: Custos Fixos Mensais

Descrição	Custo Total Mensal
Aluguel	R\$ 2.400,00
Água	R\$ 300,00
Energia Elétrica	R\$ 530,00
Telefone	R\$ 90,00
Honorários do Contador	R\$ 300,00
Pró-Labore	R\$ 5.818,25
Manutenção dos Equipamentos	R\$ 300,00
Material de Limpeza	R\$ 150,00
Depreciação	R\$ 521,26
Total	R\$ 10.409,51

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.11 Demonstrativo de resultados

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), tem como objetivo resumir verticalmente (em forma de tabela) o conjunto de exercícios realizados por uma empresa em determinado período, na maioria das vezes de doze em doze meses. É composta por:

- Receita bruta das vendas e serviços, as deduções das vendas, os abatimentos e os impostos;
- Receita líquida das vendas e serviços, o custo das mercadorias e serviços vendidos e o lucro bruto;
- Despesas com as vendas, as despesas financeiras, deduzidas das receitas, as despesas gerais e administrativas, e outras despesas operacionais;
- Lucro ou prejuízo operacional, as outras receitas e as outras despesas;
- Resultado do exercício antes do Imposto sobre a Renda e a provisão para o imposto;
- Participações de debêntures, empregados, administradores e partes beneficiárias, mesmo na forma de instrumentos financeiros, e de instituições ou fundos de assistência ou previdência de empregados, que não se caracterizem como despesa;
- Lucro ou prejuízo líquido do exercício e o seu montante por ação do capital social.

A DRE da Start Telling obteve um Lucro de R\$ 11.718,28, sendo uma porcentagem de 43,25% correspondente aos 100%.

Tabela 12- D.R.E (Demonstrativo de Resultado do Exercício)

Descrição	Valor	Índice	%
Receita Total com Vendas	R\$ 27.100,00	1	100%
Custos Variáveis Totais	R\$ 4.972,21	0,1834	18,34%
Margem de Contribuição	R\$ 22.127,79	0,8166	81,66%
Custos Fixos Totais	R\$ 10.409,51	0,3841	38,41%
Lucro do Exercício	R\$ 11.718,28	0,4325	43,25%

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.12 Indicadores de viabilidade

Tabela 14: Indicadores

Ponto de Equilíbrio	R\$ 15.381,72	
Lucratividade	43,24 %	
Rentabilidade	14,34 %	
Prazo de Retorno do Investimento	7	Meses
	0,60	Anos

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.12.2 Lucratividade

De acordo com Sebrae a Lucratividade é um indicador de eficiência operacional obtido sob a forma de valor percentual e que indica qual é o ganho que a empresa consegue gerar sobre o trabalho que desenvolve.

Lucro refere-se a tudo que se ganha, que dá vantagem. Portanto, lucratividade é tudo o que a empresa ganha em relação ao que recebe. Resume-se a remoção da mão-de-obra, fabricação ou compra.

A lucratividade da *Start Telling* será de 43.24%, muito positiva, visto que sobrar muito após a subtração dos custos.

6.12.1 Ponto de Equilíbrio

O indicador da tabela nº14 apresenta de forma sucinta, o valor da receita da empresa para que as despesas sejam supridas, mantendo a empresa em equilíbrio financeiro.

6.12.3 Rentabilidade

Rentabilidade refere-se ao melhor retorno financeiro possível correspondente ao investimento feito pelos sócios.

A rentabilidade e o retorno da *Start Telling* são de 14,34%, portanto o retorno aos sócios é positiva.

6.12.4 Prazo de Retorno do Investimento

É o tempo em que o total do dinheiro investido inicialmente volte aos sócios.

A *Start Telling* prevê que dentro de 7 meses receba todo o investimento feito inicialmente.

CAPÍTULO VII

7.Responsabilidade social

Segundo Dashlstrom (2010, p.356):

Sociedade. Enquanto direitos humanos, trabalho e considerações sobre produtos focam em um grupo específico de *Stakeholders*, os indicadores de desempenho da sociedade refletem a interação com a comunidade em geral. A empresa fornece uma visão geral de seus programas concebidos para gerir e avaliar a influência de suas operações na comunidade.

A *Start Telling* tem sua responsabilidade social focada em pontos “desleixados” na cidade, podendo apostar na estratégia de marketing regionalizado, ou seja, mostrar que estamos engajados com a cidade), alguns dos lugares que poderiam ser ajudados afim de melhorar socialmente seriam praças, terrenos poluídos e etc.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concluimos através deste trabalho que a utilização das ferramentas administrativas é de suma importância para o bom planejamento de uma empresa. Com isso, conseguimos ver que o mercado ainda é inexplorado e desconhecido por grande parte dos empresários, entretanto, que tem muito potencial de crescimento e de se tornar uma sensação da região, pois atende a tal fatia de mercado que não está sendo bem atendida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEKIN, Saul F. Endomarketing: como praticá-lo com sucesso. 1.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos [Ed Compactada]. 7ª Ed. Atlas: São Paulo, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas. 2ª Ed. Elsevier: Rio de Janeiro, 2005.

DESSLER, Gary. Administração de Recursos Humanos. 2ª Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

GIL, Antonio Carlos. Gestão de pessoas. 1ªEd. Atlas, São Paulo, 2010.

HOJI, Masakazo. Administração financeira e orçamentaria. 7º Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

JR, Gilbert A. Churchill; Peter, J. Paul. Marketing criando valores para os clientes. 2º Ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

Kotler, P.; Keller, Kevin L. Administração de marketing. 12ºEd. São Paulo, Pearson, 2011.

Kotler, P.; Keller, Kevin L. Marketing Essencial: Conceitos, Estratégias e Casos. 5ª Ed. São Paulo. 2013.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LACOMBE, Francisco. Recursos Humanos. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2011.
MACHLINE, C.; MOTTA, I. de Sá; SHOEPS, W.; WEIL, K. Manual de administração da produção. 9ª Ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1990.

PAOLESCHI, B. Logística industrial integrada: Do planejamento, produção, custo e qualidade à satisfação do cliente. 2º ed. São Paulo: Érica, 2009.

SLACK, N; CHAMBERS, S; JOHNSTON, R. Administração da Produção. 3.ed. Sao Paulo: Atlas, 2009.

SEBRAE. Canvas. Sebrae, disponível em: <https://www.sebraecanvas.com/#/>. Acesso dia 20 de agosto de 2018.

SEBRAE. Como fazer a estimativa dos investimentos fixos. Sebrae, Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/como-fazer-a-estimativa-dos-investimentos-fixos,3f072ceb1d5bf510VgnVCM1000004c00210aRCRD?codUf=3&origem=estadual&rdst_srcid=1415934 Acesso dia 03 de 03 de 2019.

Marketing World. Cvp e matriz BCG. Disponível em: <https://marketing-world.weebly.com/cvp-e-matriz-bcg.html>

APÊNDICES

MODELO DE CONTRATO SOCIAL

CONTRATO SOCIAL CTB CONTABILIDADE S/S LTDA.

Pedro Henrique da Silva, brasileiro, solteiro, Administrador (Especializado em Marketing), CPF- 874.541.138-77, residente na Rua Brasil-227 – Centro – Fernandópolis – SP, natural de Fernandópolis (SP);

Luiz Felipe Rodrigues Cabrera, brasileiro, Solteiro, Designer Gráfico, SP, CPF- 222.333.114-55, residente na Rua Francisco da Silva, 20 – Centro – Fernandópolis-SP, natural de Campo Grande (MS);

João Pedro Silva de Lollo, brasileiro, solteiro, Web Designer, CPF- 123.456.789-10, residente na Rua José Francisco, 50, Centro, Fernandópolis-SP, natural de Bauru (SP);

Levy Kawakame Ratlhef, brasileiro, solteiro, Administrador, CPF- 123.456.789-10, residente na Rua José Francisco, 50, Centro, Fernandópolis-SP, natural de Bauru (SP);

David Brito Negrisoni, brasileiro, solteiro, Técnico em Informática, CPF- 123.456.789-10, residente na Rua José Aroulido, 50, Centro, Fernandópolis-SP, natural de Bauru (SP);

Resolvem por este instrumento particular de contrato, constituir uma sociedade simples limitada, mediante as seguintes cláusulas:

DA DENOMINAÇÃO, SEDE, OBJETO E PRAZO

CLÁUSULA PRIMEIRA: A sociedade girará sob a denominação social de STARTTELLING LTDA e terá sede em Fernandópolis-SP, na Av. Litério Greco Nº 2604, 540 - Centro.

CLÁUSULA SEGUNDA: A sociedade terá por objeto social a prestação de serviços contábeis, conforme previsto no artigo 25 do Decreto-Lei 9295/46 e serviços econômicos.

CLÁUSULA TERCEIRA: A sociedade iniciará suas atividades em 01 de outubro de 2007 e seu prazo de duração é indeterminado.

DO CAPITAL SOCIAL E QUOTAS

CLÁUSULA QUARTA: O capital social será de R\$ 3.000,00 (três mil reais), dividido em 3.000 (três mil) quotas, no valor de R\$ 1,00 (um real) cada uma, inteiramente subscrito e integralizado pelos sócios em moeda corrente do País, ficando distribuído nas seguintes proporções:

- 1) FULANO, já qualificado, subscreve 1.200 (mil e duzentas) quotas, de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalizando R\$ 1.200,00 (mil e duzentos reais), que serão neste ato em moeda corrente do país;
- 2) BELTRANO, já qualificado, subscreve 1.200 (mil e duzentas) quotas, de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalizando R\$ 1.200,00 (mil e duzentos reais), que serão neste ato em moeda corrente do país;
- 3) SICRANO, já qualificado, subscreve 600 (seiscentas) quotas, de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalizando R\$ 600,00 (seiscentos reais), que serão neste ato em moeda corrente do país.

CLÁUSULA QUINTA: 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

a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

PARÁGRAFO ÚNICO: Se o alienante for o sócio Técnico em Contabilidade ou o Contador e as quotas forem alienadas a terceiros ou mesmo a outro sócio, cuja condição profissional não for idêntica, o Contrato Social será alterado para cumprimento das restrições quanto ao artigo 25 do Decreto-Lei 9295/46 e para modificação do objeto social e da responsabilidade técnica.

CLÁUSULA SEXTA: A responsabilidade dos sócios é limitada ao valor de suas quotas, mas todos responderão solidariamente pela integralização do capital social.

DA ADMINISTRAÇÃO DA SOCIEDADE

CLÁUSULA SÉTIMA: Ficam designados administradores todos os sócios, cabendo-lhes praticar os atos referentes à gestão social, representar a sociedade judicial e extrajudicialmente, sendo que o uso da denominação social será por, no mínimo, dois administradores, sempre em conjunto, vedado o seu emprego para fins estranhos ao objeto social, tais como, abonos, avais, fianças, seja a favor dos sócios, seja a favor de terceiros.

CLÁUSULA OITAVA Os administradores farão jus a uma retirada mensal, a título de pró-labore, em valores pelos mesmos estabelecidos, independentemente de alteração deste contrato.

DA RESPONSABILIDADE TÉCNICA

CLÁUSULA NONA: A responsabilidade técnica pela execução dos serviços profissionais prestados pela sociedade, de acordo com os objetivos sociais, estará assim distribuída entre os sócios:

- a) Fulano, técnico em contabilidade, responderá pelos serviços contábeis previstos no art. 25, exceto os enumerados na sua alínea “c”, do Decreto-Lei 9.295 de 1.946;

- b) Beltrano, contador, responderá por todos os serviços contábeis previstos no art. 25 do mencionado Decreto-Lei;
- c) Sicrano, economista, responderá pelos serviços da área econômica.

PARÁGRAFO ÚNICO: A sociedade não poderá outorgar responsabilidades técnicas a terceiros, inclusive da mesma categoria dos sócios, visto que as mesmas são indelegáveis.

DO EXERCÍCIO

CLÁUSULA DÉCIMA: O exercício social será encerrado no dia 31 de dezembro de cada ano, quando serão levantados o Balanço Patrimonial, a Demonstração do Resultado do Exercício, e demais demonstrações e relatórios exigidos pelas normas contábeis e pela legislação, cabendo aos sócios na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas.

DA TRANSFERÊNCIA

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: A sociedade não se dissolverá pelo falecimento ou interdição de um dos sócios, mas continuará com os sócios remanescentes, sendo que o meeiro e os herdeiros do sócio falecido, ou representante do sócio que for declarado interdito somente poderão ingressar na sociedade observando-se o que dispõe o presente contrato sobre a substituição e admissão de novos sócios.

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios e que sejam estas identificadas.

CLÁUSULA DECIMA TERCEIRA: Os administradores declaram, sob as penas da lei, que não estão impedidos de exercer 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 sistema financeiro nacional, contra as normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade.

E, por se acharem assim, justos e contratados, assinam o presente instrumento juntamente com as testemunhas abaixo, em 3 (três) vias de igual teor, datilografadas e rubricadas apenas no anverso, devendo ser arquivado no Registro Público das Sociedades Mercantis (Junta Comercial) e no(s) órgão(s) de registro e fiscalização profissional.

Fernandópolis, ____ de _____ de _____.

David Brito Negrisoni

João Pedro Silva de Lollo

Levy Kawakame Rathlef

Visto do Advogado

TESTEMUNHAS:

Nome e C.I.

Nome e C.I.