

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL PROF. ARMANDO JOSÉ FARINAZZO
CENTRO PAULA SOUZA

Breno Tiano de Andrade
Lucas Botelho dos Santos

CENTRALSTOP
Ponto de ônibus climatizado

Fernandópolis
2019

Breno Tiano de Andrade
Lucas Botelho dos Santos

CENTRALSTOP

Ponto de ônibus climatizado

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 gestão e negócios, à Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, sob orientação do Professor Ricardo Antonio Leal Soares.

Fernandópolis
2019

Breno Tiano de Andrade
Lucas Botelho dos Santos

CENTRALSTOP

Ponto de ônibus climatizado

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 gestão e negócios, à Escola Técnica Estadual Professor Armando José Farinazzo, sob orientação do Professor Ricardo Antonio Leal Soares.

Examinadores:

Examinador 1

Examinador 2

Examinador 3

Fernandópolis
2019

DEDICATÓRIA

A todos aqueles que estiveram e estão próximos de nós, contribuindo e estimulando com seus ensinamentos necessários para a conclusão deste trabalho, em especial a todos os professores que nos deram aula.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Deus, aos nossos amigos e familiares que estiveram conosco nesta jornada. Assim como todos os professores que nos ensinaram a crescer com suas críticas construtivas.

EPÍGRAFE

“A maioria das pessoas não
planeja fracassar, fracassa
por não planejar”
(John L. Beckley)

RESUMO

A CentralStop é uma empresa que será implantada no mercado com o objetivo de oferecer inovação na área de terceirização e prestação de serviço, no qual surgiu após a identificação da necessidade de abertura em algo relacionado a esta área. A empresa conta com uma inovação em pontos de ônibus climatizados com um ambiente agradável e acolhedor, oferece o melhor conforto com o objetivo de atrair clientes como as prefeituras de outras cidades e satisfazê-las, conseqüentemente garantindo confiança e fidelidade. Após a realização em uma pesquisa quantitativa, identificamos que 100% dos entrevistados disseram que acham viável e interessante a abertura de uma empresa no ramo de terceirização ao meio público, tornando assim a abertura viável da mesma. Para que tudo ocorra como foi planejado, e a marca seja fidelizada de forma satisfatória, os investimentos serão aplicados na área de marketing, capacitação para colaboradores de forma que possuem atendimento qualificado e preços acessíveis para todo o público que se interessar em alguma atração.

Palavras chave: Inovação. Terceirização. Prefeituras. Ponto de Ônibus.

ABSTRACT

The CentralStop is a company that will be deployed in the market with the objective of offering innovation in the area of outsourcing and service provision, in which it emerged after identifying the need for openness in something related to this area. The company counts on an innovation in air-conditioned bus stops with a pleasant and welcoming atmosphere, offers the best comfort with the objective of attracting clients like the city halls of other cities and satisfying them, consequently guaranteeing trust and fidelity. After conducting a quantitative survey, we identified that 100% of respondents said that they find it feasible and interesting to open a company in the field of outsourcing to the public sector; thus making the opening feasible therefrom. In order for everything to happen as planned, and the brand is satisfactorily registered, the investments will be applied in the area of marketing, training for employees so that they have qualified service and affordable prices for all the public interested in some attraction.

Keywords: Innovation. Outsourcing. Town hall. Bus stop.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Organograma da CentralStop	22
Figura 02 – Canvas	24
Figura 03 – <i>Layout</i> do projeto	29
Figura 04 – <i>Layout</i> do projeto	30
Figura 05 – Demonstrativo de Pagamento	49
Figura 06 – Identificação do Mapa de risco no Layout	51
Figura 07 – Entrevista de Desligamento (continua).....	54
Figura 08 – Entrevista de Desligamento (conclusão)	55
Figura 09 – Página do instagram da empresa.....	61
Figura 10 – Página do facebook da empresa	61
Figura 11 – Análise SWOT	63
Figura 12 – Matriz BCG	64
Figura 13 – Matriz CVP	65
Figura 14 – Uniforme da CentralStop	67
Figura 15 – Logomarca da CentralStop.....	68

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Cidade	71
Gráfico 2 - Há transporte público em sua cidade?	71
Gráfico 3 – Você utiliza transporte público?	72
Gráfico 4 - Se sim, com qual frequência? (Na semana)	72
Gráfico 5 - Satisfação	73
Gráfico 6 – Você acha que o ponto precisa de melhorias?	73
Gráfico 7 - Problema	74
Gráfico 8 – O que você desejaria pro ponto	74
Gráfico 9 – Você gostaria de climatização no ponto?.....	75
Gráfico 10 – Qual seu ponto de vista?	75

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Equipamentos.....	77
Tabela 02 – Móveis	77
Tabela 03 – Estimativa de Estoque	78
Tabela 04 – Estimativa de Capital de Giro	78
Tabela 05 – Investimento pré-operacional	79
Tabela 06 – Investimento total.....	81
Tabela 07 – Estimativa de faturamento	81
Tabela 08 – Custo da Mercadoria Vendida	82
Tabela 09 – Custo comercialização.....	82
Tabela 10 – Custo da mão de obra	83
Tabela 11 – Custo de depreciação.....	83
Tabela 12 – Custo fixo mensal	84
Tabela 13 – Demonstrativo de resultado do exercício.....	84
Tabela 14 – Indicadores	85

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Ficha de fornecedor: Acrilmarco	27
Quadro 2 - Ficha de fornecedor: Serralheria Liberdade	27
Quadro 3 - Ficha de fornecedor: Lojas Americanas	28
Quadro 4 - Ficha de fornecedor: Clima Cold	28
Quadro 5 - Ficha de fornecedor: Brasol	28
Quadro 6 - Descrição do Cargo: Sócio/Gerente 1	36
Quadro 7 - Descrição do Cargo: Sócio Gerente 2	36
Quadro 8 - Descrição do Cargo: Técnico em Manutenção	37
Quadro 9 - Descrição do Cargo: Instalador	37

LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS

SWOT - Strengths/ Weaknesses/ Opportunities/ Threats

BCG - Boston Consulting Group

CVP - Ciclo de Vida do Produto

LTDA- Sociedade Empresarial 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	18
CAPÍTULO I	19
1. Histórico.....	19
1.1 Missão.....	19
1.2 Visão	19
1.3 Valores	20
CAPÍTULO II	21
2. Apresentação da empresa.....	21
2.1 Dados da Empresa	21
2.2 Forma Jurídica.....	21
2.4 Contrato Social	21
2.5 Organograma da Empresa.....	22
2.6 Canvas.....	23
CAPÍTULO III	25
3. Prestação de Serviços	25
3.1 Fornecedores.....	25
3.1.1 Prospecção de Fornecedores	26
3.1.2 Política da Empresa com os Fornecedores	26
3.1.3. Fornecedores da Empresa.....	27
3.2. Layout.....	29
3.3. Método de Prestação de Serviço	31
3.4. Capacidade de Atendimento	31

3.5. Manutenção.....	31
3.5.1. Tipos de Manutenção.....	32
3.5.2. Política de manutenção da Empresa	32
3.7. Alianças Estratégicas	33
CAPÍTULO IV.....	34
4. Gestão de Pessoas.....	34
4.1. Planejamento de Recursos Humanos	34
4.2. Descrição de Cargos e Salários	35
4.3. Recrutamento	38
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	41
4.5.1.1. Registro na CTPS	42
4.5.2. Exame médico admissional.....	43
4.6. Integração	43
4.6.1. Manual de Integração.....	44
4.7. Treinamento	44
4.7.1. Treinamento Operacional	45
4.7.2. Treinamento Técnico	45
4.8. Benefícios	46
4.8.1. Benefícios Sociais/Legais	46
4.8.2. Espontâneos.....	47
4.9. Remuneração.....	47
4.9.1. Remuneração básica e complementar	47
4.9.2. Folha de pagamento.....	48

4.9.3. Demonstrativo de pagamento/pró-labore	49
4.10. Avaliação de desempenho.....	49
4.11. Segurança no Trabalho.....	50
4.11.1. Mapa de Risco	51
4.11.2. NRs utilizadas na empresa	51
4.12. Qualidade de vida.....	53
4.13. Desligamento	54
4.14. Outsourcing	55
CAPÍTULO V	57
5. Planejamento de Marketing	57
5.1. Briefing.....	57
5.2. Definição do público alvo	58
5.4. O composto de Marketing.....	58
5.4.1. Produto/Serviço.....	59
5.4.2. Preço	59
5.4.3. Promoção.....	60
5.4.4. Praça.....	62
5.5. Análise do ambiente.....	62
5.5.2. Matriz BCG / Matriz CVP	64
5.6. Análise dos concorrentes.....	65
5.7. Definição de Objetivos e Metas.....	66
5.9. Definição de marca.....	66
5.9.1. Uniforme.....	67
5.9.2. Manual de Identidade Visual.....	67
5.10. Endomarketing	68
5.10.1. Motivação	69
5.10.2. Integração	69

5.11. Plano de fidelização	70
5.12. Marketing Social e Verde	70
5.13. Pesquisa de Mercado	71
CAPÍTULO VI.....	76
6. Planejamento Financeiro	76
6.1. Investimento Fixo	76
6.1.1. Resumo do investimento fixo.....	76
6.2. Investimento Financeiro	77
6.1. Investimento Fixo	77
6.2.1. Estimativa de investimentos	78
6.2.2. Total de investimento financeiro.....	79
6.3. Investimentos pré-operacionais.....	79
6.3.1. Legalização	79
6.3.2. Dependências Físicas	80
6.3.3. Divulgação e Treinamento	80
6.3.4. Outras Despesas	80
6.4. Estimativa do Investimento Total.....	81
6.5. Estimativa do faturamento mensal	81
6.5.1. Elaboração do preço de venda.....	82
6.6. Estimativa do custo com materiais/insumos	82
6.7. Estimativa de custos de comercialização	83
6.8. Estimativa de custos de mão-de-obra	83
6.9. Despesas com depreciação	84
6.10. Estimativa dos custos fixos mensais	84
6.11. Demonstrativo de resultados	85
6.12. Indicadores de viabilidade.....	85
6.12.1. Ponto de Equilíbrio.....	85

6.12.2. Lucratividade	86
6.12.3. Rentabilidade	86
6.12.4. Prazo de Retorno do Investimento	86
CAPÍTULO VII.....	87
7.Responsabilidade social.....	87
CONSIDERAÇÕES FINAIS	88
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	90

INTRODUÇÃO

O seguinte trabalho tem como objetivo principal, trazer para o público usuário do transporte coletivo, maior conforto, comodidade, segurança e bem-estar através de pontos de ônibus climatizados.

Visto que as estruturas atuais, apresentam diversos problemas, que hipoteticamente resume-se no presente trabalho da seguinte forma: os usuários do serviço de transporte coletivo enfrentam diversas situações desagradáveis, como calor, frio, chuva e em diversos momentos insegurança.

A justificativa para tal ideia, traduz-se na inovação dos pontos de ônibus, substituindo as paradas atuais por cápsulas feitas de material acrílico com seu interior totalmente climatizado, tendo em si uma forma cilíndrica.

Com o novo estilo de ponto de ônibus em execução, ocorreriam mudanças positivas para com os usuários do mesmo. Sendo elas, grande satisfação pelo serviço oferecido, para proteção contra calor, frio e chuvas.

Além dos benefícios para população, outra entidade beneficiada seria a própria prefeitura local, dessa maneira expressando-se como objetivos específicos, pois não haveria de se preocupar com manutenções e outros problemas decorrentes no local. Pois contratando o presente serviço, os proprietários tomariam as devidas providências para situações ocorridas em relação ao ponto de ônibus.

CAPÍTULO I

1. Histórico

A empresa iniciou suas atividades quando um dos sócios, Breno, estava à espera do transporte público de sua cidade. Ao começar um diálogo com uma senhora também dependente do transporte, viu que ambos tinham a mesma opinião do clima do local onde esperavam o ônibus. Logo imaginou algo inovador, a possibilidade da criação de um ponto de ônibus climatizado.

1.1 Missão

Para Chiavenato (2005), missão significa uma tarefa que é recebida. É a razão de existência da organização.

A missão da empresa CentralStop é: Atender as necessidades de comodidade, segurança e acessibilidade da população, por meio de inovações em pontos de ônibus.

1.2 Visão

“Ter visão é prever e se preparar para mudanças, como agente”
(BARBARÁ,2008, p.32)

A visão da empresa CentralStop é: Expandir-se com mais filiais, a curto prazo regionalmente e à longo prazo nacionalmente, para proporcionar o melhor a toda população, sendo ponto de referência em comodidade.

1.3 Valores

Os valores são os princípios da empresa, servem como direcionamento para os colaboradores de como agir perante a sociedade.

[...] definem a natureza do sistema empresarial, as relações dentro da empresa, das empresas em si e entre empresas e clientes [...] Valores são implícitos, não podendo ser observados, mas apenas deduzidos de palavras e ações. (ROCHA,2000, p.25)

Os valores da empresa CentralStop são:

- Inovação;
- Ética;
- Integridade;
- Cooperação;
- Cidadania;
- Trabalho;
- Competência.

CAPÍTULO II

2. Apresentação da empresa

2.1 Dados da Empresa

Nossa empresa com a Razão Social de CentralStop Ltda (Sociedade Limitada) está registrada na Junta Comercial do Estado de São Paulo, no entanto, atende pelo número de CNPJ 56.942.557/0001-01 e ao nome Fantasia CentralStop.

A CentralStop é uma empresa no ramo de terceirização, com intuito de oferecer um serviço as prefeituras.

2.2 Forma Jurídica

Foi decidido pelos investidores que a empresa será uma Sociedade de responsabilidade Limitada e cada um dos sócios investirá 50% do capital social. Todos terão responsabilidades de forma igualitária e os bens pessoais não terá nenhum vínculo com a empresa.

2.4 Contrato Social

O Contrato Social é um documento onde consta todas as informações, acordos e responsabilidades dos sócios.

Segundo Mazzafera (2007, p.73) “Ele estabelece direitos e obrigações dos sócios e objeto da empresa. É chamada lei interna da sociedade empresarial.”

Para ciência de nosso contrato social, vide apêndice 1.

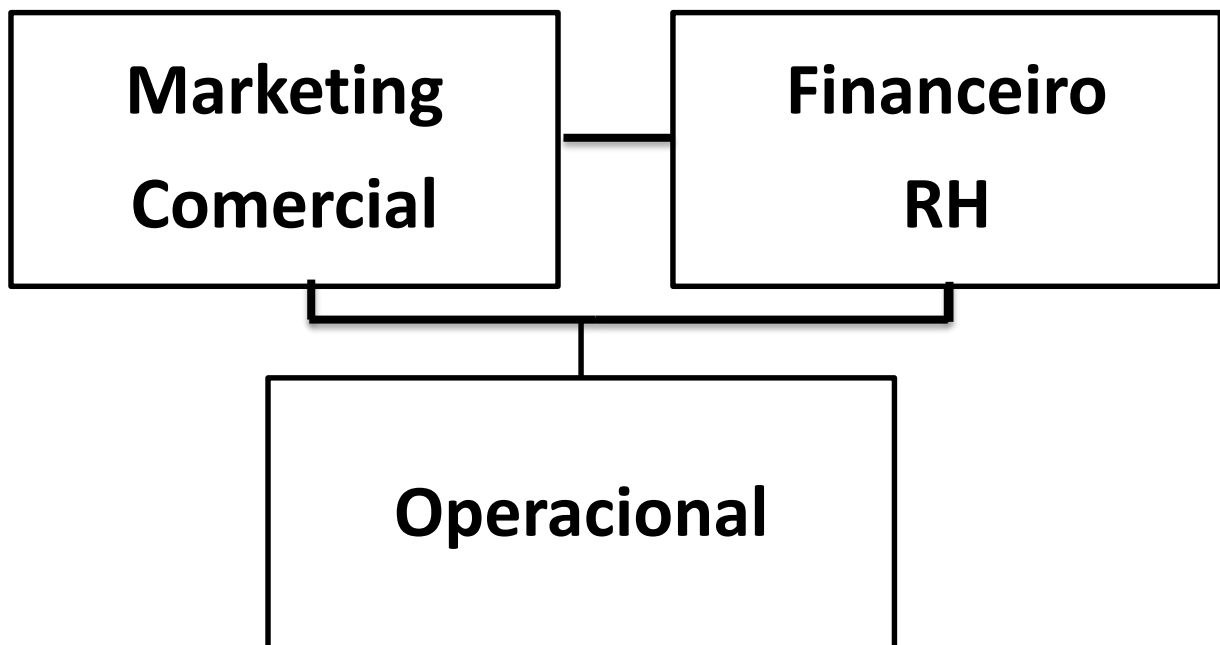
2.5 Organograma da Empresa

O Organograma da Empresa é uma ferramenta utilizada para dividir os cargos de forma hierarca, facilitando o melhor desempenho das funções dos colaboradores.

Segundo Alvarez (2010, p.107)

É o instrumento usado para configurar e estabelecer a estrutura formal de uma empresa ou de uma de suas partes em um determinado momento; é uma forma estática de configurar a empresa ou uma de suas partes.

Figura 01: Organograma da CentralStop



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

No topo do organograma estarão os sócios do negócio, logo abaixo o marketing, comercial, RH e financeiro que serão as mesmas, realizadas pelos sócios que também serão os próprios colaboradores. Mais abaixo estará o operacional, que são os colaboradores responsáveis pela instalação e manutenção do ponto de ônibus.

2.6 Canvas

Canvas é uma metodologia usada para expor e planejar com maior clareza os serviços da empresa. São divididos através dos seguintes temas:

- parceiros chave;
- atividades chave;
- oferta de valor;
- relacionamento com o cliente;
- segmentos de clientes;
- recursos chave;
- canais de venda;
- fontes de custos;
- fontes de receitas.

Segundo www.sebrae.com.br: é possível definir com clareza o que a empresa faz, como vai gerar lucros e como vai competir no mercado, sustentando-se e crescendo ao longo do tempo.

São nove blocos que devem ser analisados e preenchidos a fim de traçar o panorama real e preciso do negócio.”

Figura 02: CANVAS

<p>Parceiros Chave</p> <p>Deaço Comercial de Ferro e Aço Ltda; Acrilmarco Indústria e Comércio de Acrílico; Work Plastic Poltronas e Cadeiras; Clima Cold Ar condicionado; Dinâmica Trade – Brasil Solar.</p>	<p>Atividades Chave</p> <p>Se comunicar com o cliente; Realizar campanhas de publicidade; Procurar novas oportunidades para o produto; Atualizar o site.</p> <p>Venda e instalação de pontos de ônibus.</p>	<p>Proposta de Valor</p> <p>Nosso projeto é único na região e isso despertaria o interesse dos investidores, que podem investir na ideia.</p>	<p>Relações com Clientes</p> <p>Campanhas por meio de mídias sociais e projetos diretamente ligados ao cliente.</p>	<p>Clientes</p> <p>Primeiramente nosso cliente principal são as prefeituras, ou seja, faremos um serviço de terceirização para estas, que será de utilidade pública.</p>
<p>Despesas</p> <p>Salários a pagar , Compra de insumos, Publicidade</p> <p>Percentagem de 100 em vendas - 1 ano: 70000, 2 anos: 140000, 3 anos: 210000</p>	<p>Recursos Chave</p> <p>Barras de ferro Vidro acrílico</p> <p>Cadeiras longarinas Climatizador de ar quente/frio Placas solares</p>		<p>Canais</p> <p>O projeto será divulgado por meio de mídias sociais e também será oferecido diretamente pelos sócios à prefeitura. Apontando as vantagens de adquirir nosso produto, como conforto, qualidade e segurança por exemplo.</p>	
	<p>Despesas</p> <p>Salários a pagar , Compra de insumos, Publicidade</p> <p>Percentagem de 100 em vendas - 1 ano: 70000, 2 anos: 140000, 3 anos: 210000</p>		<p>Receitas</p> <p>Capital de investidores, Vendas</p> <p>vendas (Venda única), 1 ano: 70000, 2 anos: 140000, 3 anos: 210000</p>	

CAPÍTULO III

3. Prestação de Serviços

A qualidade na prestação dos serviços é um fator fundamental para uma empresa se fortalecer ou até mesmo desaparecer do mercado.

Segundo o site Administradores.com (2013), ser empático, saber ouvir, procurar rapidamente alternativas para a solução do problema do cliente, utilizar uma linguagem de comunicação eficiente, são premissas básicas para a prestação de serviços de qualidade.

A prestação de serviço tem como foco principal atender as necessidades dos clientes, buscando sempre proporcionar serviços de qualidade através de treinamentos aos colaboradores e gestores.

A empresa CentralStop é uma empresa outsourcing, presta seu serviço a partir do oferecimento de ponto de ônibus para a comodidade da sociedade, atendendo a necessidades da população e contando com a colaboração de fornecedores, que são partes importantes para o gerenciamento dos materiais utilizados no processo.

Serão apresentados neste capítulo a política empresarial da CentralStop, assim como o relacionamento com seus fornecedores e os tipos de capacidade e manutenção do negócio.

3.1 Fornecedores

Fornecedores são os parceiros e contribuintes de serviços e materiais para a produção, ou execução das atividades da empresa.

Segundo Pozo (2007) fornecedor é aquele que supre as necessidades da empresa e otimiza os recursos de suprimentos essenciais.

Fornecedor é pessoa jurídica ou física, que exerce a atividade de comercialização de insumos ou serviços.

A CentralStop não se responsabiliza pelo transporte da matéria prima, deixando clara a total responsabilidade para a empresa fornecedora. Ressaltando que a maioria é da cidade onde a instituição está localizada, exceto o fornecedor de acrílico que está localizado no estado do Rio Grande do Sul.

3.1.1 Prospecção de Fornecedores

Para ter sucesso nas compras de uma empresa é necessário fazer uma boa prospecção para identificar os melhores fornecedores em potencial. Tendo este processo bem realizado evitará surpresas desagradáveis, tais como atraso nas entregas, falta de produtos, entre outros.

A prospecção será realizada por meio da análise dos seguintes critérios:

- Qualidade
- Prazo de Entrega
- Marketing Verde
- Disponibilidade do produto
- ISO's
- Designer do produto
- Histórico de fornecimento
- Preço e Economia

3.1.2 Política da Empresa com os Fornecedores

Os fornecedores da CentralStop serão avaliados e escolhidos por critérios claros e bem estabelecidos sem discriminação. Além dos critérios citados acima, nós utilizaremos o *Just' in time*, ou seja, cada fornecedor estará ciente que a demanda será baixa por não haver muito estoque, assim gerando a *Continuous Improvement*.

Para ser um fornecedor deverá conhecer os valores estabelecidos e ter atuações compatíveis.

Poderá encerrar a relação de negócio quando houver prejuízos de seu interesse, bem como os descumprimentos de questões legais e tributárias.

Além de sermos totalmente responsáveis pelos dados sigilosos fornecidos aos nossos fornecedores.

3.1.3. Fornecedores da Empresa

Quadro 01: Ficha de fornecedor: Acrilmarco

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Acrilmarco Indústria e Comércio de Acrílico	
ENDEREÇO: Rodovia VRS-315, Km 04	N° -
BAIRRO:	CIDADE: São Marcos - RS
TELEFONE: (54)99654-3193	
TIPOS DE INSUMO: Chapas de Acrílico Reforçado	
E-MAIL: comercial@acrilmarco.com.br	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 02: Ficha de fornecedor: Serralheria Liberdade

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Serralheria Liberdade	
ENDEREÇO: Rua Naia Batista	N° 168
BAIRRO: Ubirajara	CIDADE: Fernandópolis- SP
TELEFONE: (17)3442-4966	
TIPOS DE INSUMO: Estrutura	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 03: Ficha de fornecedor: Lojas Americanas

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Lojas Americanas	
ENDEREÇO: atendimento.acom@americanas.com	N° -
BAIRRO: -	CIDADE: -
TELEFONE: (21)4003-8558	
TIPOS DE INSUMO: Cadeiras plásticas	
SITE: www.americanas.com.br	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 04: Ficha de fornecedor: Clima Cold

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Clima Cold Ar condicionado	
ENDEREÇO: Av. da Saudade	N° 282
BAIRRO: Higienópolis	CIDADE: Fernandópolis - SP
TELEFONE: (17)3442-7088	
TIPOS DE INSUMO: Climatizadores e Lâmpadas	
E-MAIL: geral@climacold.pt	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 05: Ficha de fornecedor: Brasol

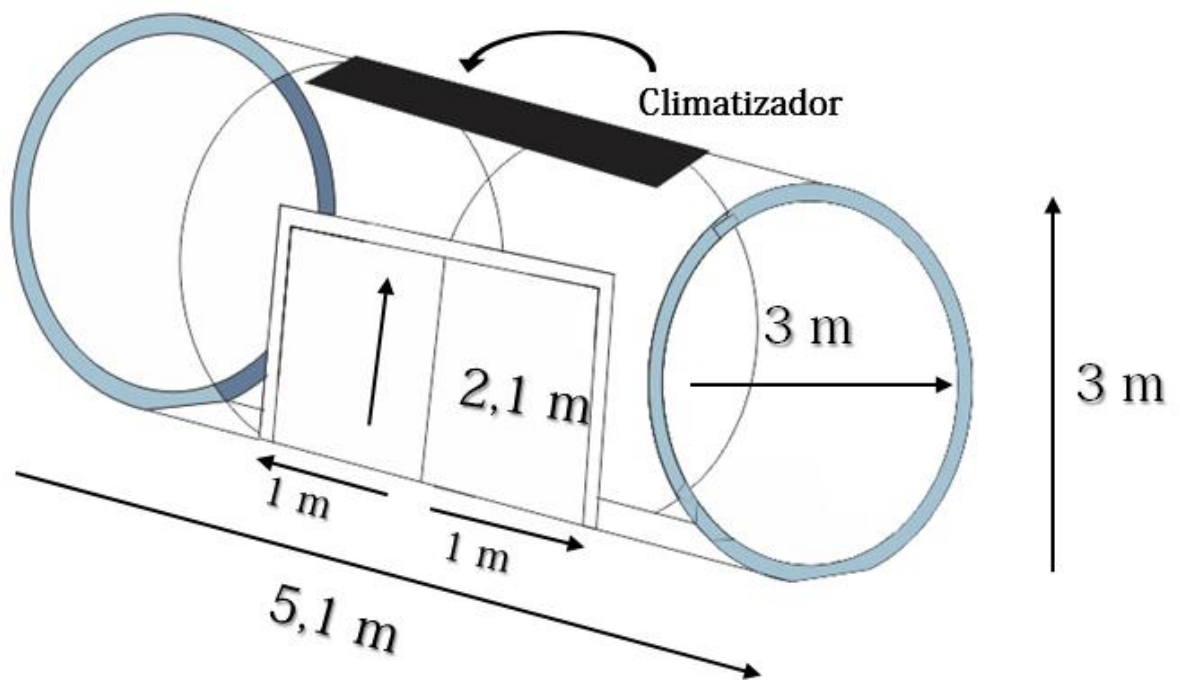
FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Brasol – Soluções em Energia Solares	
ENDEREÇO: Rua José Tomaz de Andrade	N° 690
BAIRRO: Alto Izanópolis	CIDADE: Cassilândia/MS
TELEFONE: (67) 981895270	
TIPOS DE INSUMO: Placas solares	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

3.2. Layout

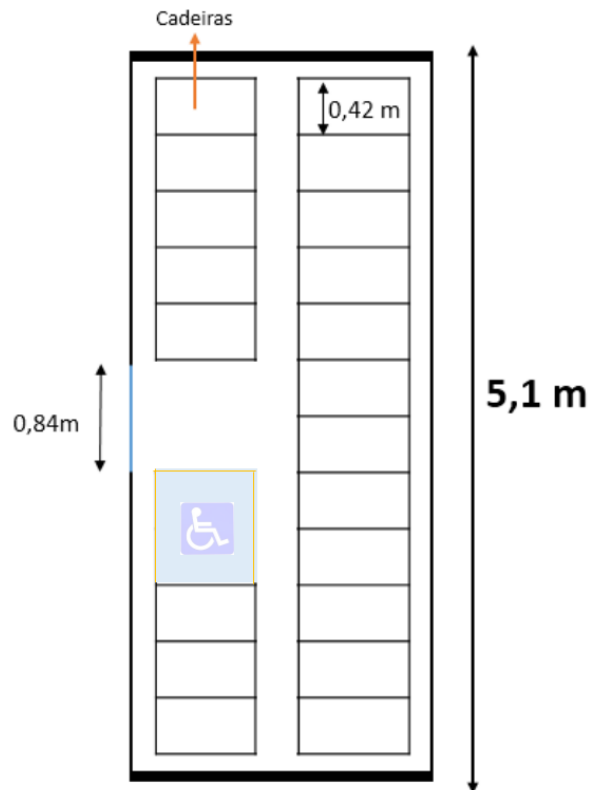
Paoleschi (2009) afirma que Layout é o espaço físico da empresa, visando mantê-lo amplo e organizado. Neste espaço estão alocadas todas as atividades da mesma, como, mão de obra, máquinas, administração, estoque e a movimentação dos colaboradores.

Figura 03: layout do projeto.



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Figura 04: layout do projeto.



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

O projeto compõe uma estrutura cilíndrica com armação de aço e paredes de acrílico temperado fumê em um tamanho de três metros de diâmetro e cinco metros de comprimento.

A estrutura terá vinte cadeiras ergonomicamente posicionadas e um espaço para cadeirantes, tornando o local mais acessível. As portas serão dos mesmos materiais que as paredes e a estrutura.

O diferencial deste ponto será que a estrutura poderá ser moldada como o comprador preferir, ou seja, adequando-se ao público que utilizará e não será estrutura padrão.

Vale ressaltar que a única coisa que será padrão é que sempre haverá espaço para deficientes e suporte para pessoas mais acima do peso.

Acima do ponto de ônibus será colocado o climatizador, o que fará toda a diferença.

3.3. Método de Prestação de Serviço

A CentraStop disponibiliza um ambiente agradável e confortável para todos os usuários do transporte público, no qual, não haverá custo algum a entrada no local, será de utilidade pública.

3.4. Capacidade de Atendimento

O modelo de exemplo haverá o ambiente com capacidade para 20 (Vinte) pessoas em cadeiras ergonômicas e um espaço para cadeirantes.

Serão 12 (doze) cadeiras em uma única fileira traseira, 5 (cinco) cadeiras à frente, ao lado esquerdo de quem está entrando, um acesso para cadeirantes dianteiro à direita de quem entra +(mais) três cadeiras ao lado.

Porém os pontos de ônibus serão moldados de acordo com a capacidade que cada local terá. Não sendo um modelo padrão.

3.5. Manutenção

Manutenção é o ato de conservar, consertar e prevenir evitando falhas ou até mesmo quebra de algo.

Sendo uma ação feita com um tempo determinado ou não como exemplo troca de peças, limpeza e ajustes.

Segundo Slack; Chambers; Johnston (2009, p.610) “Manutenção é como as organizações tentam evitar as falhas cuidando de suas instalações físicas. É uma parte importante da maioria das atividades de produção.”

A manutenção deve ser praticada constantemente nas empresas, pois caso o equipamento quebre ou apresente defeitos em operação, o produto não

apresentará o mesmo padrão de qualidade que poderia oferecer caso o equipamento não tivesse apresentado problemas, podendo gerar transtornos e prejuízos.

3.5.1. Tipos de Manutenção

Existem algumas classificações de manutenção sendo elas, preventiva, preditiva, corretiva e a produtiva total (TPM).

- A preventiva é o tipo de manutenção feita quando algo a ser consertado ainda não possui nenhum problema, sendo assim evitando um problema futuro;
- A preditiva que também é conhecida como planejada é um acompanhamento constante, prevendo falhas entrando com a manutenção somente quando necessário;
- A manutenção corretiva é o fato de fazer a reparação em algo que já apresentou problemas;
- A manutenção total (TPM) é um tipo realizado por todos os colaboradores visando o controle total dos equipamentos para uma melhoria contínua e prevenções de falhas.

3.5.2. Política de manutenção da Empresa

A CentralStop irá adotar a política de manutenção preventiva tendo um acompanhamento periódico dos pontos sempre os mantendo em perfeito estado de conservação, garantindo assim a qualidade de nossos serviços evitando maiores prejuízos; e a manutenção corretiva em caso de alguma intercorrência. Vale lembrar que a manutenção do local será feita por nossa conta, pois é um serviço terceirizado.

3.7. Alianças Estratégicas

Churchill; Peter (2000) relata que alianças estratégicas são parcerias de longo prazo com seus clientes ou fornecedores com objetivo de realizar metas de ambas partes. Nestas parcerias cada parte contribui com suas atividades demonstrando melhor desempenho. Desta forma é oferecido melhores resultados aos clientes.

A CentralStop estará pensando em uma nova oportunidade de aliança com marcas de refrigerantes e energéticos famosas, Coca-Cola, Monster, Dopamina entre outras, que funcionará da seguinte maneira:

O ponto de ônibus se tornará um ponto de divulgação das marcas, devido à sua forma cilíndrica que aparenta uma lata os logos poderão ser colados com adesivo específico para vidros, tornando-se assim por exemplo: uma lata de Coca-Cola gigante por 1 mês.

Isto seria um tipo de um outdoor totalmente inovador, o que chamaria a atenção de outras marcas que por sua vez entrariam em contato conosco agendando seu período de divulgação.

Lembrando que como nosso produto será de alto custo, ele será comercializado para cidades grandes com alto giro de capital. Após o reconhecimento, as marcas serão nossas patrocinadoras ocasionando a diminuição do custo com o produto e automaticamente reduzindo o preço de venda, podendo ser comercializados para polos com menos giro de capital

CAPÍTULO IV

4. Gestão de Pessoas

Gestão de pessoas é gerenciar, estimular, valorizar e incentivar as pessoas a alcançarem os objetivos propostos e ajuda-las a vencer os desafios e obstáculos para ser cada dia um profissional melhor.

Para alcançar isso temos que ter a estratégia e planos, por uma gestão precisa composta por gestores capacitados.

Segundo 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 Recursos Humanos

O Recursos Humanos deve estar sempre por dentro de qual é a missão, visão e valores da empresa para sempre buscar soluções para o melhor desempenho e crescimento da mesma.

É o setor que trabalha para garantir o crescimento e a lucratividade associados a equipe, tomando medidas para o bem-estar do trabalhador.

O RH também é responsável por buscar estratégias para melhorar a produtividade, relações interpessoais na organização e trabalhar a motivação.

Entre os itens de planejamento de recursos humanos estão:

- Realizar treinamentos e desenvolvimento de pessoas;
- Rever estruturas e salários;
- Avaliar estratégias de liderança;
- Analisar benefícios oferecidos.

Segundo Lacombe (2011, p.46)

O 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 CentralStop estará sempre atenta na gestão de pessoas. No que se refere a gestão dos que vão fazer a manutenção do nosso produto, ou seja, os funcionários públicos de Fernandópolis – SP.

4.2. Descrição de Cargos e Salários

A Descrição de Cargos é o processo que consiste em determinar os elementos ou fatos que compõem um cargo.

Salário é uma Remuneração estabelecida pelo serviço prestado como pagamento.

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 06: Descrição do Cargo: Sócio/Gerente 1

Título do Cargo	Sócio/Gerente 1
Descrição do Cargo	Este cuida da parte administrativa e atua no atendimento do SAC e Rede Social
Escolaridade	Ensino Médio Completo.
Experiência Profissional	Cursos especializados em Atendimento ao Público. Ou ter experiência neste cargo.
Relacionamento Humano	Estar sempre atento a todas as necessidades e relacionar com todo público do estabelecimento.
Conhecimentos necessários	Conhecimentos de Administração, informática e ética.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 07: Descrição do Cargo: Sócio/Gerente 2

Título do Cargo	Sócio/Gerente 1
Descrição do Cargo	Este cuida da parte administrativa e atua no atendimento do SAC e Rede Social
Escolaridade	Ensino Médio Completo.
Experiência Profissional	Cursos especializados em Atendimento ao Público. Ou ter experiência neste cargo.
Relacionamento Humano	Estar sempre atento a todas as necessidades e relacionar com todo público do estabelecimento.
Conhecimentos necessários	Conhecimentos de Administração, informática e ética.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 08: Descrição do Cargo: Técnico em manutenção

Título do Cargo	Técnico em manutenção
Descrição do Cargo	Este técnico ficará responsável pela manutenção preventiva do local.
Escolaridade	Ensino Técnico e Médio
Experiência Profissional	Cursos especializados em Manutenção
Relacionamento Humano	Estar sempre atento a todas as necessidades e relacionar com todo público do estabelecimento.
Conhecimentos necessários	Conhecimentos em manutenção em geral

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 09: Descrição do Cargo: Instalador

Título do Cargo	Instalador
Descrição do Cargo	Este ficará responsável pela instalação do produto no local.
Escolaridade	Ensino Técnico e Médio
Experiência Profissional	Cursos especializados em Manutenção e Instalação
Relacionamento Humano	Estar sempre atento a todas as necessidades e relacionar com todo público do estabelecimento.
Conhecimentos necessários	Conhecimentos em manutenção e instalação em geral

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 p. 198).

O recrutamento é a forma que as organizações usam para atrair seus candidatos, dentre aos quais serão selecionados os futuros colaboradores da empresa. O recrutamento é feito a partir das necessidades.

Recrutamento é um conjunto de técnicas e procedimentos que visa atrair candidatos potencialmente qualificados e capazes de ocupar cargos e oferecer competências para a organização.

4.3.1. Recrutamento Interno

Segundo Chiavenato (2005, p.113):

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.

O recrutamento interno possui como características:

- Recrutar pessoas conhecidas diminui o tempo de preenchimento da vaga;
- Investimento em treinamentos no SEBRAE e ETECs, já que os participantes deste processo terão que estar cada vez mais capacitados, pois estarão se envolvendo com o bem-estar das pessoas;
- Mostra chance de promoção a outros colaboradores;

- Estimula a promoção profissional valorizando o pessoal que já está na empresa.

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.

De acordo com Carvalho e Nascimento (1997) o recrutamento externo oferece:

- Uma gama diversificada de perfis para proceder com seleção de pessoal;
- Agilidade na captação de pessoas;
- Traz pessoas novas para a organização;
- Promove a criatividade e ideias;
- Muda a estrutura da organização, a composição das equipes trazendo a diversidade no trabalho.

4.4. Seleção

Segundo Chiavenato (2005, p.130):

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.

Após ter feito o recrutamento, é feita a seleção das melhores possibilidades de pessoas que se enquadram no cargo escolhido. Esta seleção pode ser feita através de ferramentas como:

- Entrevista;
- Provas de conhecimento e capacidade;
- Testes psicológicos;
- Dinâmicas.

Depois de usadas as ferramentas os gestores entram em um consenso das melhores escolhas e passam para a próxima etapa a admissão.

A CentralStop realizará estes métodos citados para selecionar o Técnico de manutenção adequado para a empresa.

4.5. Admissão

A admissão de funcionários, esta será tratado através de um acordo com o empregador e o colaborador, se responsabilizando a trabalhar para o empregador, recebendo uma remuneração.

A admissão de colaborador precisa de cumprimento de protocolos legais, destacando a obrigação de determinados documentos para o reconhecimento do funcionário, deixando-o informado do exato funcionamento para as obrigações trabalhistas.

- 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 menores de 14 anos, para fins de recebimento de salário-família;
- Carteira de vacinação;
- Comprovante de Endereço;
- 2 fotos 3x4;

- Registro em conselho regional de profissionais;
- Comprovante escolar (declaração, histórico ou diploma).

A empresa deve gerar anotações da CTSP e repor no máximo 48 horas, a empresa deverá produzir um contrato informando o colaborador o seu banco de horas, e o máximo de horas extras que ele pode efetuar no dia, sendo 2 horas por dia.

4.5.1. Contrato de Trabalho

O contrato de trabalho está na CLT, e é um documento que se trata do vínculo de emprego entre empregado e empregador, onde o colaborador presta serviços em uma instituição recebendo um salário em troca.

Tudo que for abordado nesse documento deve ser obrigatoriamente registrado na CTPS (carteira de trabalho e previdência social) do funcionário, sobre isso as empresas que contratarem os mesmos utilizarão desses dados para o preenchimento de um novo contrato.

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

De regra, a CLT estabelece o contrato por tempo indeterminado: ou seja, o vínculo empregatício não tem data certa para acabar. Tendo o contrato de experiência podendo durar no máximo 90 dias podendo haver somente uma prorrogação.

Já o contrato de trabalho por prazo determinado funciona diferente. Ele estabelece um período inicial e final para o vínculo empregatício e pode ter duração máxima de dois anos. O empregador pode contratar um funcionário por apenas seis meses se desejar, por exemplo.

Outros contratos de trabalho:

- Contrato de Trabalho Temporário: onde uma pessoa física é contratada por uma empresa por, no máximo, três meses tendo direito a todos os benefícios que são pagos aos profissionais com carteira assinada.

- Contrato de Trabalho Eventual: presta um serviço assalariado, mas esporádico e de curta duração. Ele é caracterizado pela ausência de permanência no local de trabalho, como não tem vínculo trabalhista, o eventual não tem direito a benefícios tendo direito apenas ao valor do serviço prestado.
- Contrato de Trabalho Avulso: o trabalho avulso acontece de forma esporádica, o serviço é prestado a um grupo de empresas de uma determinada classe.
- Contrato de Trabalho Autônomo: ocorre quando profissionais liberais prestam serviço para uma companhia e não têm empresa aberta. O salário é pago mediante o RPA– Recibo de Pagamento a Autônomo.
- Estagiário: é o estudante de nível universitário contratado por uma empresa com o objetivo de aprimorar sua formação.

4.5.1.1. Registro na CTPS

A carteira de trabalho e previdência social (CTPS) é um contrato que aborda as ocupações de um funcionário em seu tempo de execução de um serviço.

Esse documento assegura aos funcionários todos os direitos que ele deve ter perante a empresa em toda sua jornada de trabalho. Deve conter os seguintes direitos na carteira de trabalho:

- 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 CentralStop estará de acordo com as normas da CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas)

4.5.2. Exame médico admissional

O exame médico age de forma como uma proteção para o colaborador, analisando se o mesmo está em condições físicas para exercer a sua função. É a forma do empregador se garantir e comprovar que está empregando uma pessoa capaz de efetuar o seu ofício, analisando a saúde do funcionário de aspecto geral e específica através do seu cargo.

O exame deve ser totalmente obrigatório, cessando os problemas futuros, tanto para o empregador quanto para o colaborador.

A CentralStop realizará 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

É uma técnica que a empresa realiza para a implantação de novos funcionários, e deixa claro aos colaboradores a procurarem sempre a qualidade em todos métodos propostos na empresa.

A integração tem um intuito de fortificar as relações entre todos os funcionários, e o interesse pelo trabalho em equipe, buscando somar forças presentes para dominar resultados satisfatórios e o aumento da organização.

Assim que os funcionários da CentralStop forem contratados, receberão um manual de integração onde apresentará as normas de convivência da empresa.

4.6.1. Manual de Integração

O manual de integração é um documento onde contém todas as informações possível para aqueles colaboradores que acabaram de ingressar na empresa. Isso facilita o entendimento de normas e políticas internas, e ajuda os funcionários a exercer melhor suas atividades. Nele são abordados temas como: missão, visão e valores, organograma, processo de admissão, direitos e deveres dos funcionários e sócios da empresa.

O manual de integração da CentralStop constará:

- Missão, Visão e Valores
- Política Institucional (Serviços)
- Processos de seleção de fornecedores
- Equipamentos
- Cadastro de fornecedores
- Logística reversa

4.7. Treinamento

Treinamento é definido como a forma de adaptar, melhorar a pessoa para determinado cargo.

Segundo Lacombe (2011, p.379)

Treinamentos não é 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, para aumentar a sua capacidade para exercer melhor essas funções ou atividades, ou para prepara-la para exercer de forma eficiente novas funções ou atividades.

A CentralStop terá o apoio do SEBRAE e da ETEC para treinar e capacitar nossos colaboradores.

4.7.1. Treinamento Operacional

É o dever da padronização de métodos e processos de produção nas indústrias, tornando fundamental a obtenção da eficiência, da qualidade e da produtividade.

A CentralStop está de acordo com a padronização e igualdade a todos os clientes sendo os produtos feitos de forma igualitária sem modificação de acordo com a empresa.

4.7.2. Treinamento Técnico

A CentralStop utilizará esse método para capacitar cada vez mais o trabalhador e garantir um serviço de excelência

Este treinamento dá o suporte para o trabalhador em desenvolver o conhecimento e habilidades técnicas que impacta bastante em suas tarefas dentro da organização.

4.8. Benefícios

Benefícios são recompensas não tangíveis ao funcionário, como forma de reconhecimento pelo seu trabalho realizado dentro da empresa.

Segundo Lacombe (2011, p.176)

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 e tudo o mais que causa satisfação as pessoas que trabalham na empresa.

4.8.1. 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 outros benefícios como: vale refeição; plano médico; odontológico e cesta-básica, que as empresas oferecem aos seus funcionários. No entanto, nenhum desses benefícios é obrigatório pela CLT, fale frisar que por força de Convenções Coletivas do Trabalho, alguns benefícios podem se tornar obrigatórios, como o vale refeição e a cesta básica.

A CentralStop se comprometerá a cumprir com todas os regimentos exigidos por lei para com seu colaborador.

4.8.2. Espontâneos

Os benefícios espontâneos não são obrigatórios por lei, varia de acordo com a empresa optar em conceder ou não os mesmos.

Esses benéficos podem ser: gratificação em dinheiro, bolsa estudo, horário flexível e empréstimos.

A CentralStop oferecerá o vale alimentação aos nossos colaboradores e descontos em parceria com as farmácias para garantir o bem-estar dos mesmos.

4.9. Remuneração

Chiavenato (2005) afirma que a remuneração é uma recompensa concedida ao funcionário em troca de seu esforço e dedicação ao desenvolvimento de suas tarefas referentes à empresa. A forma que é paga a remuneração pode ser feita tanto pelo salário mensal, como através de benefícios ou incentivos, podendo ser bens não tangíveis.

Segundo Chiavenato (2005, p. 258)

A remuneração básica é representada pelo salário, mensal ou horário. No jargão econômico, salário é a remuneração em dinheiro recebida pelo trabalhador pela venda de sua força de trabalho.

A remuneração dos nossos colaboradores será referente ao piso estabelecido pelo Cadastro Brasileiro de Ocupações (CBO) e um acréscimo concedido pelos sócios.

4.9.1. Remuneração básica e complementar

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

4.9.2. Folha de pagamento

Na folha de pagamento, além dos salários dos funcionários, constam também outros valores, tais como: férias, 13º salário, INSS e IRRF descontados dos salários, aviso prévio, valor do desconto relativo ao vale transporte e às refeições e ainda o valor do FGTS incidente sobre os salários.

Podem, ainda, constar da folha de pagamento de salários, as verbas pagas aos funcionários por ocasião da rescisão de contrato de trabalho.

Todos os meses a CentralStop realizará o cálculo lucrativo e entregará aos Sócios, neste caso, junto com o pagamento o holerite onde estará discriminado: nome do funcionário; cargo; valor de remuneração; hora extra; adicional noturno; entre outros benefícios e os descontos legais. Respeitando as leis (art. 225 do Decreto 3048/1999); a empresa é obrigada a elaborar mensalmente a folha de pagamento da remuneração paga devida ou creditada a todos os segurados a seu serviço, devendo manter em cada estabelecimento, uma via da respectiva folha e recibos de pagamento.

Figura 05: Demonstrativo de Pagamento

001 - EMPRESA TESTE		Demonstrativo de Pagamento de Salário		
AV PROF SANDOVAL ARROXELAS, 480 - LJ 6 G IVONEMENDES - PONTA VERDE - MACEIO / AL CNPJ: 16.456.714/0001-49		Folha Mensal Novembro/2014		
Trabalhador: 00005 / 00005 - FELIPE FREIRE CAVALCANTE		Cpf: 322.633.378-06	Admissão: 14/10/2013	
Setor: VENDAS	Cargo: VENDEDOR		Pls: 12929242 01 0	
Código	Descrição	Referencia	Proventos	Descontos
002	SALARIO MENSAL	30 Dias	754,00	
005	HORAS EXTRAS (50%)	48,30 Horas	248,31	
006	HORAS EXTRAS (100%)	17 Horas	116,53	
202	DSR	6	87,56	
453	INSS	8		96,51
			Total dos Proventos	Total dos Descontos
			1.206,40	96,51
			Liquido ==>	1.109,89
Salário Base	Sir Contr. Previdência	Base Calc. FGTS	Valor FGTS	Base Calc. IRRF

Fonte: Academia Contábil (<http://academiacontabilonline.blogspot.com/2017/03/como-contabilizar-folha-de-pagamento.html>)

4.9.3. Demonstrativo de pagamento/pró-labore

O pró-labore será a forma utilizada para o pagamento dos dois sócios administrativo.

Assim como os funcionários todos os sócios receberão o demonstrativo de pagamento discriminado os valores acertados. Para igualarmos aos padrões éticos que queremos ver de nossos funcionários.

4.10. Avaliação de desempenho

Segundo Dessler (2003, p. 172) avaliação de desempenho é definida como:

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 ajudá-lo e eliminar deficiências de desempenho ou a manter seu bom nível de desempenho.

A CentralStop utilizará de avaliação de desempenho para a empresa onde terá definido um período que será realizado a análise do microambiente, tal análise será o parâmetro de avaliação dos pontos fracos/fortes. Ao identificar os pontos fracos será elaborado um planejamento para melhorá-los.

4.11. Segurança no Trabalho

A segurança do trabalho é medidas de extrema importância à empresa, de forma que previnem a futuros acidentes e mantém um ambiente seguro tanto aos funcionários quanto a clientes que frequentam a empresa.

Segundo Chiavenato (2005, p.437):

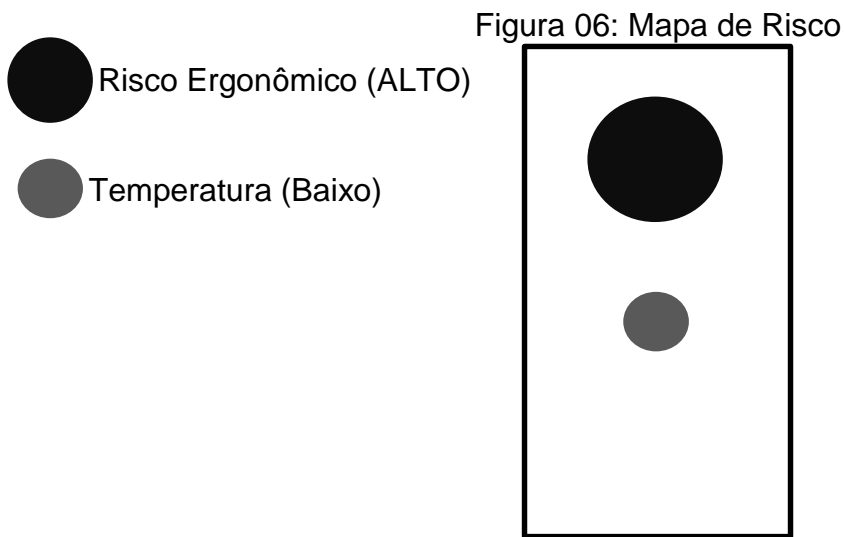
A segurança no trabalho está relacionada com a prevenção de acidentes e com a administração de riscos ocupacionais. Sua finalidade profilática no sentido de antecipar-se para que os riscos de acidentes sejam minimizados.

A CentralStop trabalhará sempre com medidas preventivas de riscos de acidentes e incêndios, como: Protetores oculares, protetores auriculares, luvas, capacete de segurança e extintores de incêndio tipo CO².

4.11.1. Mapa de Risco

É uma representação referente aos riscos presentes no ambiente de trabalho.

É apresentado em forma de gráfico no layout da empresa. Esta representação é feita através de círculos, no qual variam o tamanho de acordo com o risco. E as cores que refere ao tipo de risco.



Fonte: (Do próprio autor, 2019)

4.11.2. NRs utilizadas na empresa

As normas regulamentadoras subsidiam o fornecimento e regulamentação sobre os métodos exigidos por lei que estão relacionados a Saúde e Segurança do Trabalho, no qual são de desempenho obrigatória às empresas privadas e públicas que possuem empregados regidos pela Consolidação das Leis Trabalhistas- CLT.

A CentralStop utilizará das NRs, nº 5, nº 10, nº 12 e nº 33 explicadas abaixo.

NR 5 - COMISSÃO INTERNA DE PREVENÇÃO DE ACIDENTES

Do Objetivo

5.1 A Comissão Interna de Prevenção de Acidentes - CIPA - tem como objetivo a prevenção de acidentes e doenças decorrentes do trabalho, de modo a tornar compatível permanentemente o trabalho com a preservação da vida e a promoção da saúde do trabalhador.

NR 10 – SEGURANÇA EM INSTALAÇÕES E SERVIÇOS EM ELETRICIDADE

10.1 - Objetivo e campo de aplicação

10.1.1 Esta Norma Regulamentadora - NR estabelece os requisitos e condições mínimas objetivando a implementação de medidas de controle e sistemas preventivos, de forma a garantir a segurança e a saúde dos trabalhadores que, direta ou indiretamente, interajam em instalações elétricas e serviços com eletricidade.

NR-12 - SEGURANÇA NO TRABALHO EM MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

Princípios Gerais

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 – RISCO ERGONÔMICO

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.

4.12. Qualidade de vida

A qualidade de vida no trabalho está ligada ao bem-estar do funcionário, não somente no ambiente interno da empresa, mas em seu âmbito externo.

Segundo Chiavenato (2005, p.449)

[...] 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.

A qualidade de vida no trabalho busca sempre reter os funcionários em bem-estar de forma que os mantenha incentivados e satisfeitos com o ambiente organizacional. Com o intuito de que não tenha interferência em seu rendimento profissional.

A CentralStop abordará a qualidade de vida dos utilizadores de forma que traga *feedbacks* sobre o rendimento da empresa, orientando caso necessite de melhorias e mostrando reconhecimento a trabalhos executados de forma satisfatória.

4.13. Desligamento

Segundo www.salario.br afirma que o desligamento é definido após uma avaliação do funcionário sobre seu desempenho na empresa. Para que seja feito o desligamento, antes é feita uma entrevista com o funcionário, no qual é questionado sua opinião sobre a gestão, e sobre seu comportamento.

No desligamento fará uma entrevista de desligamento, para que a mesma sirva como um *feedback* sobre a gestão. De modo que futuramente utilize para buscar melhorias.

Figura 07: Entrevista de Desligamento (continua)

Entrevista de Desligamento

Nome: _____
Função: _____
Data de admissão: _____ Data de Demissão: _____
Tempo na empresa / função: _____ Demissão: ____ Pedido de Demissão: ____
Superior Imediato: _____
Data da Entrevista: _____

Motivo do Desligamento:

Você trabalharia na empresa novamente? Por quê?

O que você deixaria como contribuição para o processo de melhoria da empresa?

Agora faça uma avaliação da empresa em relação aos aspectos abaixo.
E – Excelente O – Ótimo B – Bom RE - Regular R - Ruim

- Relacionamento Interpessoal:

- Recursos físicos, materiais e tecnológicos (estrutura física para trabalhar):

- Valores e normas da empresa:

- Planejamento, organização e metas estabelecidas:

- Seu superior imediato:

Fonte: (<https://pt.slideshare.net/viniciuspedraci/modelo-entrevistadesligamento>).

Figura 08: Entrevista de Desligamento (conclusão)

Como analisa a empresa quanto a:	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Comentário
Treinamento					
Reconhecimento					
Instalações					
Horário					
Salário					
Assistência Médica					
Vale alimentação					
Festas de confraternização/eventos em geral					
Bolsa de estudos					
Críticas ou sugestões:					
Parecer do entrevistador:					
Data e Assinatura do funcionário:				Data e Assinatura do entrevistador:	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

4.14. Outsourcing

Outsourcing é um termo inglês muito empregado no mundo dos negócios para definir terceirização.

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

A CentralStop contará com o serviço de *Outsourcing* na realização dos seguintes processos:

- Construção da estrutura será por outra equipe terceirizada.
- Nós mesmos da CentralStop seremos uma empresa de terceirização pelo fato de revendermos um produto já pronto.

CAPÍTULO V

5. Planejamento de Marketing

O planejamento de marketing é voltado para a definição do negócio, no qual possibilita uma análise ampla do ambiente da empresa, facilitando a aplicação de metas e objetivos.

Segundo Kotler; Keller (2011, p.59):

[...] resume o que o profissional de marketing sabe sobre o mercado e que indica como a empresa planeja alcançar seus objetivos. Contém diretrizes táticas para os programas de marketing e para a alocação de fundos ao longo do período do planejamento.

5.1. Briefing

O *briefing* é um conjunto de informações sobre determinada empresa ou marca. Deve ser bem elaborado por servir como fator fundamental ao desenvolvimento de um trabalho sem gerar distorções ou más interpretações.

O Briefing da empresa é:

Esta ideia se iniciou quando um dos sócios, Breno, estava à espera do transporte público de sua cidade. Ao começar um diálogo com uma senhora também dependente do transporte, viu que ambos tinham a mesma opinião do clima do local. Logo imaginou em algo inovador. Se haveria possibilidade da criação de um ponto de ônibus climatizado.

Descrição

Esta inovação consiste em um ponto de ônibus com um ambiente fechado e climatizado, contendo bancos ergonômicos e o local com dimensões de 5,1m (comp.) x 3m (diam.) em forma cilíndrica.

Estas medidas podem ser alteradas devido alguns fatores que influenciem no novo estilo escolhido pelos clientes, como a capacidade de pessoas e espaços onde estarão localizados.

Estratégia

Oferecer benefício à população e terceirizar o produto para prestação de serviço à prefeitura local.

5.2. Definição do público alvo

Público alvo são indivíduos que frequentam o estabelecimento, não necessariamente são clientes, mas que de certa forma influenciam em fatores econômicos e sociais da empresa.

A CentralStop terá como foco jovens e adultos, que utilizam, de algum modo o transporte público.

5.4. O composto de Marketing

Composto de Marketing é uma ferramenta que a empresa utiliza se obter respostas que almeja no mercado alvo. É composta pelo 4 P's o qual direciona a demanda para seu produto/serviço.

Para Kotler; Armstrong (1993, p. 29) o composto de marketing é:

O grupo de variáveis controláveis de marketing que a empresa utiliza para produzir a resposta que deseja no mercado-alvo [...] consiste em ações que a empresa pode fazer para direcionar a demanda para seu produto.

5.4.1. Produto/Serviço

Define-se Produto/Serviço como um ato que a empresa vende a sociedade podendo esse produto ser físico ou não.

Segundo Parentoni (2007, p.74) produto é "combinação de bens e serviços oferecidos pela empresa para os consumidores".

A CentralStop é uma empresa que atua no ramo de terceirização através da prestação de serviços, buscando manter a qualidade e como recompensa a satisfação de seus clientes.

O produto oferecido contém uma forma cilíndrica, com seu interior totalmente climatizado e conta com cadeiras ergonômicas e um espaço para cadeirantes. No qual a mesma poderá ser moldada pelo próprio comprador, ou seja, podendo variar de tamanho devido a capacidade de pessoas de cada cidade.

5.4.2. Preço

É a quantidade monetária que atribui a um bem ou serviço que a empresa oferece. A decisão do mesmo se dá a partir da influência de fatores internos ou externos.

Parentoni (2007, p. 74) define preço como "a quantidade de dinheiro ou outros recursos que os consumidores têm de pagar para obter um produto"

A CentralStop será de uso gratuito para os passageiros, porém a empresa irá gerar receitas através do presente serviço contratado pela prefeitura local.

Conta também com a estratégia futura de patrocínio com divulgações de marcas famosas, tornando assim uma nova fonte de renda.

5.4.3. Promoção

É a forma como a empresa busca atrair seu público alvo através de divulgações do produto ou serviço.

Parentoni (2007, p. 74) afirma que promoção é: "como os profissionais de marketing informam, convencem e lembram os clientes dos produtos".

A CentralStop utilizará como meio de divulgação redes sociais (Facebook e Instagram) por ser os meios de comunicação mais utilizado atualmente, e por facilitar a comunicação com o público alvo.

Como promoção futura a CentralStop oferece a oportunidade de cada pessoa que tirar uma foto dentro do ponto climatizado postar em sua rede social, marcar três amigos e a rede social da empresa, terá descontos especiais nos patrocinadores da empresa.

Também contará com a promoção "Cara de quem gosta de esperar", que como desenvolvimento realizar a competição de melhor "careta" esperando o ônibus. A feição mais criativa e engraçada ganhará uma camisa exclusiva da CentralStop e uma garrafinha personalizada.

Branding

Branding é o conjunto de ações alinhadas ao posicionamento, propósito e valores da marca. O objetivo do branding é despertar sensações e criar conexões conscientes e inconscientes, que serão cruciais para que o cliente escolha a sua marca no momento de decisão de compra do produto ou serviço.

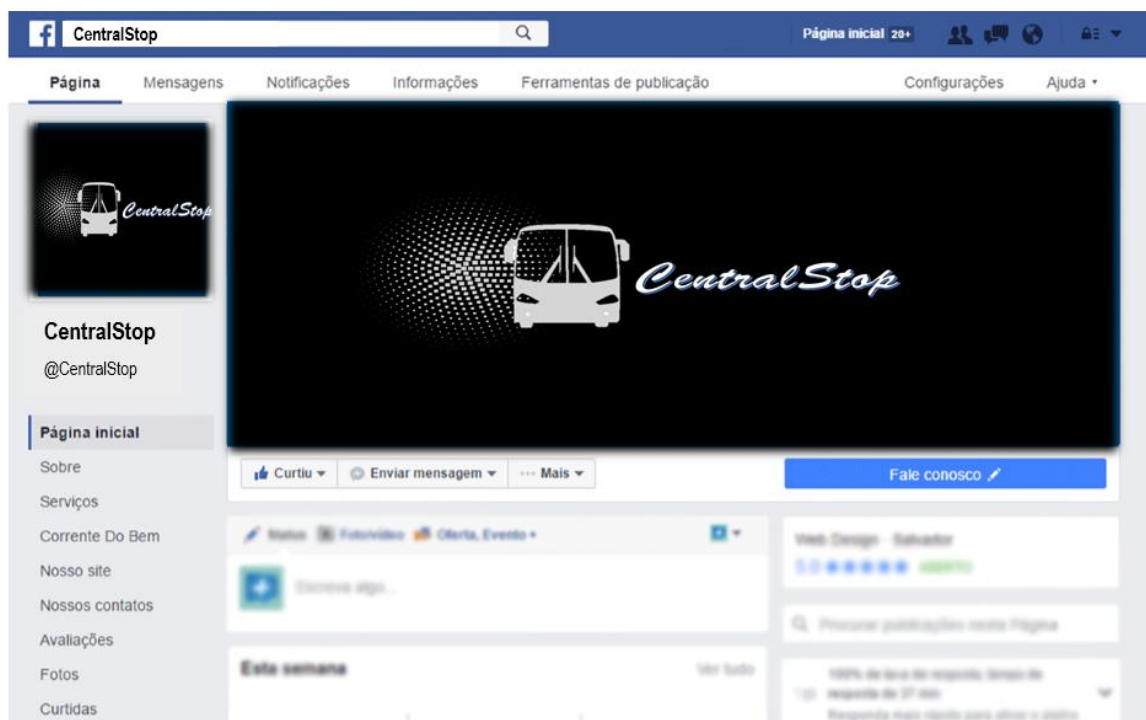
A CentralStop utilizará outdoors espalhados pela cidade mostrando nossa marca para que o cliente sempre possa lembrar, assim como as camisetas e garrafinhas que as pessoas ganharam com as promoções.

Figura 09: Página do Instagram da empresa



Fonte: (Do próprio autor, 2019)

Figura 10: Página do Facebook da empresa



Fonte: Facebook

5.4.4. Praça

Desempenha funções para ligar a empresa ao consumidor final, através da realização da tarefa do marketing.

Segundo Parentoni (2007, p. 87) praça se caracteriza:

Como e onde um produto está disponível influencia se o consumidor irá ou não encontrá-lo. Se um produto estiver amplamente disponível, ele entrará no conjunto considerado de mais consumidores. Os canais pelos quais um produto é oferecido também influencia a percepção do consumidor sobre a imagem do produto.

A empresa será virtual, porém a Central de comando da CentralStop se localizará na rua Paulino Ricardo de Paula, 632, Rosa Amarela, Fernandópolis – SP.

Os pontos de ônibus se localizaram nos mesmos onde são os antigos e mais alguns lugares estratégicos para atender toda a população.

5.5. Análise do ambiente

5.5.1. Análise SWOT

A análise SWOT é um método utilizado pela gestão para avaliar a empresa e diagnosticar as possíveis oportunidades, os pontos fortes, fraquezas e ameaças. Com a identificação desses pontos e possível elaborar estratégias e táticas para um plano de ação.

Figura 11: Análise SWOT da CentralStop



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

- **Forças:** Segmento único, inovador: não há concorrentes na região. Oferece o melhor conforto do que era o modelo antigo
- **Fraquezas:** Modo de inovação: Os usuários do ponto de ônibus podem ter um estranhamento para com a nova estrutura, assim não suprindo as expectativas esperadas. Também o alto custo de aquisição do produto poderá contar como uma grande fraqueza.
- **Oportunidades:** Aumentar a segurança mudando a espessura do acrílico inicial, acomodar melhor as pessoas com cadeiras mais macias e transforma-lo em um ponto de divulgação. Se tornar um ponto de divulgação de latas de refrigerantes e energéticos famosos. Também colocar Internet Wifi grátis para os utilizadores.
- **Ameaças:** Uma grande ameaça poderá ser o governo e as próprias prefeituras não aceitarem este tipo de inovação.

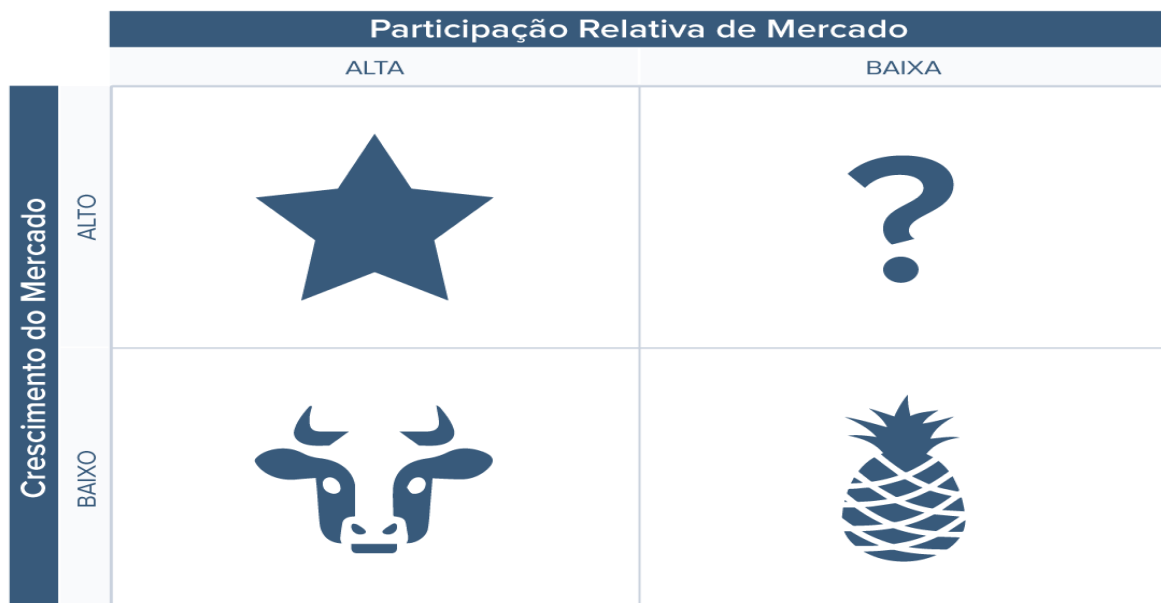
5.5.2. Matriz BCG / Matriz CVP

Segundo Zenone (2007, p.50):

É uma técnica matricial para avaliar portfólio de negócio mediante uma visualização bidimensional que compara a posição estratégica de cada negócio de uma empresa diversificada. É uma matriz formada que usa como eixos a taxa de crescimento do mercado e a participação relativa de mercado.

A matriz BCG é um método gráfico que define e compara diferentes negócios ou produtos, baseada em volume, participação e crescimento de mercado, com o objetivo de se tomar as decisões estratégicas mais adequadas sobre cada produto ou negócio analisado.

Figura 12: Matriz BCG



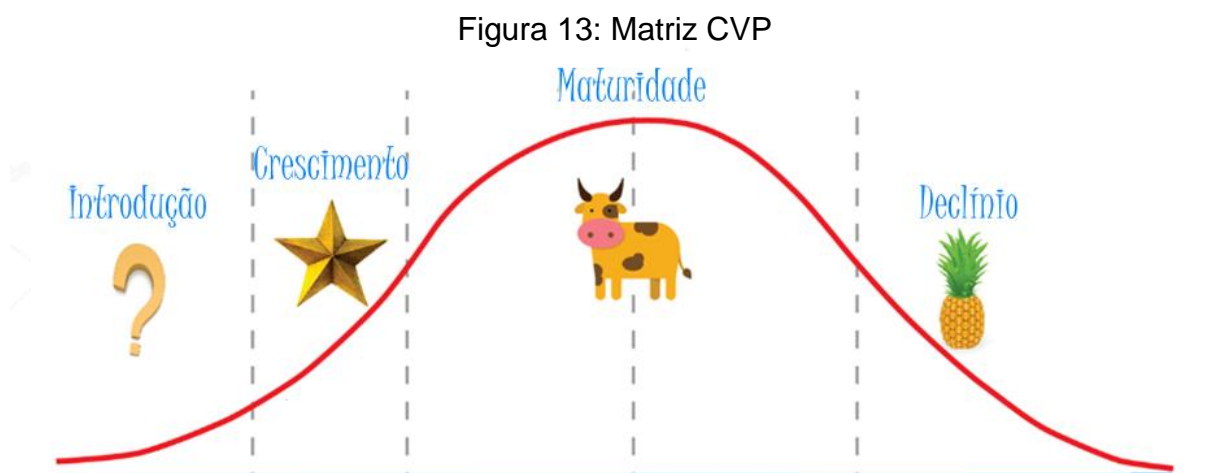
Fonte: (<https://www.comunilog.com/noticias/matriz-bcg>).

A CentralStop encontra-se na interrogação onde a pior característica é quanto ao fluxo de caixa, pois exige altos investimentos e apresenta baixo retorno sobre ativos e tem baixa participação de mercado. Nesse estágio é necessário criar

estratégias de marketing e mercado para que o serviço cresça e assim se torne um produto “estrela”.

O CVP (Ciclo de Vida do Produto) é um modelo de como as vendas de um produto se comporta com o passar do tempo. É utilizado como base para se tomar decisões em relação a um produto.

O CVP assume que todo produto passará por etapas definidas de seu lançamento até sua descontinuação. Essas etapas são inspiradas no ciclo de vida biológico e levam os nomes: Introdução, Crescimento, Maturidade e Declínio.



Fonte: (https://medium.com/@AM3D_Marketing/entendendo-o-ciclo-de-vida-dos-produtos-e-a-matriz-bcg-edb3fcb3f8f7)

Para sair da introdução a CentralStop investirá sempre em novidades de melhoria do conforto que serão pensadas e analisadas as viabilidades buscando sempre melhorar seu serviço fazendo com que conquiste clientes fiéis, entrando assim na fase do crescimento e chegando na maturidade.

5.6. Análise dos concorrentes

A CentralStop não possui nenhum concorrente direto pois na cidade e região não tem nenhuma empresa com o enfoque de ponto de ônibus climatizados.

5.7. Definição de Objetivos e Metas

- Profissionais capacitados – Vamos fornecer treinamento do início das atividades de cada funcionário e terá reciclagem de treinamento semestralmente com apoio do SEBRAE e a ETEC Prof. Armando José Farinazzo de Fernandópolis.
- A CentralStop terá uma equipe que estará sempre buscando novidades para Fernandópolis e Região através de serviço com qualidade e excelência.

5.9. Definição de marca

A marca é algo que demonstra o reconhecimento de um produto ou serviço.

Segundo Kotler; Keller (2011, p.269):

As marcas identificam a origem ou o fabricante de um produto e permitem que os consumidores sejam indivíduos ou organizações atribuam a responsabilidade pelo produto a determinado fabricante ou distribuidor.

Sendo assim marca é tudo que faça com que o consumidor identifique, seja produto ou serviço podendo ser nome, cor, fonte, logo, slogan entre outros. Portanto é o papel fundamental de uma marca identificar o produto/serviço, mas junto com esse benefício vem a tarefa de honrar a proposta que está sendo passada no mercado.

5.9.1. Uniforme

Figura 14: Uniformes da CentralStop



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

A CentralStop possuirá uniformes da cor preta personalizados contendo o logo da empresa, sendo camisa social representando profissionalismo.

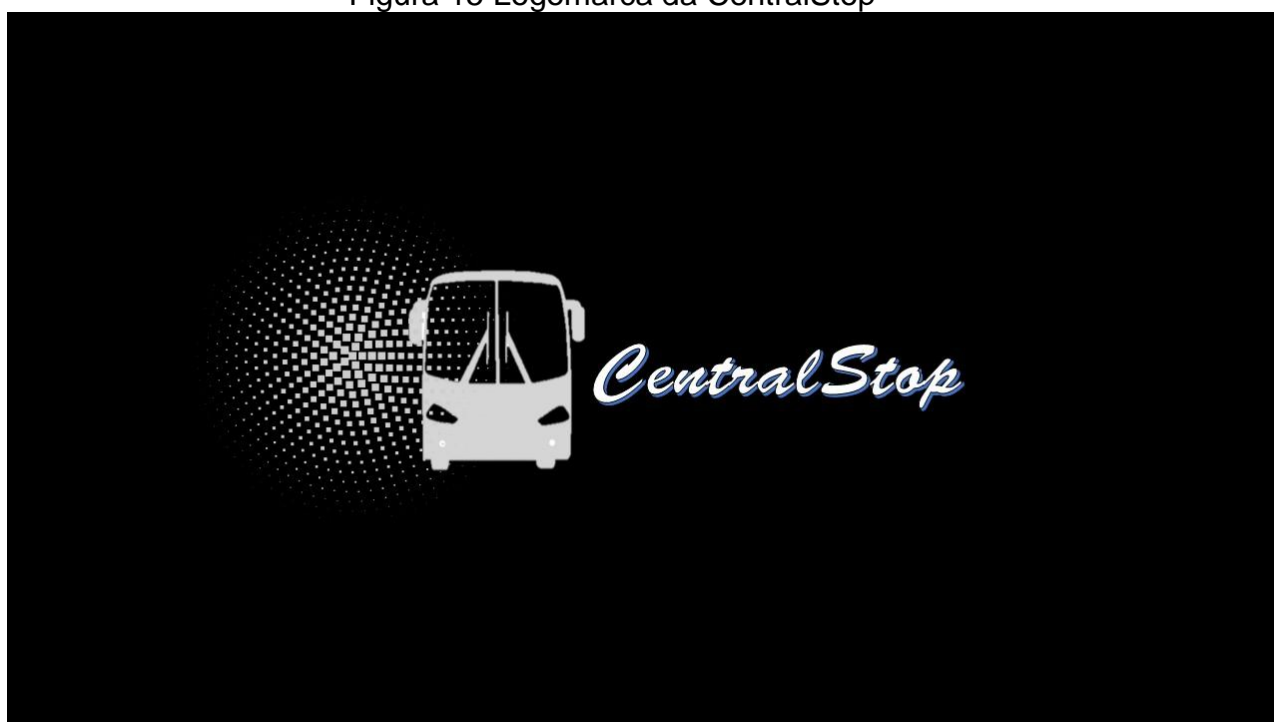
5.9.2. Manual de Identidade Visual

É a forma como apresenta a empresa, podendo ser através de logotipo, símbolo ou outro elemento.

Segundo Munhoz (2009, p.30)

Toda marca representa visualmente uma instituição ou um produto. Assim seu símbolo ou seu logotipo são constituídos segundo uma referência simbólica: seja no nome, no símbolo ou em alguma forma de junção destes elementos; seja por meio de uma representação abstrata ou realista; seja por uma forma minimalista ou ornamental, toda marca tem um conceito.

Figura 15 Logomarca da CentralStop



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

A logo da empresa contém a ilustração de um ônibus, que faz lembrar do produto da empresa que é ponto de ônibus. As cores usadas são: Preto que significa rispidez, dureza, elegância, poder e conservação; Branco que significa objetividade, novo, verdade, delicadeza e ideal; e azul que significa lealdade, tranquilidade, harmonia, confiança e limpeza.

5.10. Endomarketing

Segundo Bekin (2006, p.01)

É um processo cujo o foco é alinhar, sintonizar e sincronizar, para implementar e operacional a estrutura organizacional de marketing da empresa ou organização, que visa e depende da ação para o mercado e a sociedade.

5.10.1. Motivação

Segundo Bekin (2004, p.140) “As empresas que satisfizerem seus clientes internos serão as com maior chance de terem clientes externos também satisfeitos.”

A motivação é a iniciativa para o sucesso de uma organização. Os funcionários que atuam em suas áreas motivados passam a trabalhar mais satisfeitos e tendem a render mais seus ofícios, porem para que isso aconteça a organização fica encarregada de cuidar do bem-estar de seus empregados e concedendo uma condição de trabalho conveniente.

5.10.2. Integração

Toda empresa tem diversos departamentos, mas é de insumo importância que sejam todas unidas, para ter uma boa produtividade, e não ocorrer intrigas entre funcionários, assim melhorando todo relacionamento dentro da empresa, fazendo um ambiente agradável para trabalhar.

Se ocorrer algum problema com determinado departamento, todos serão atingidos indiretamente na produtividade.

A CentralStop entregará para seus colaboradores o manual de integração e utilizará de dinâmicas para integração de todos que trabalham na empresa.

5.11. Plano de fidelização

Segundo Souki (2006, p.10): “fica cinco vezes mais barato manter os clientes que já conquistamos do que sair à procura de novos”.

A CentralStop vai buscar a satisfação do cliente, mas iremos focar no cliente fiel, pois o cliente fiel, veste a camisa da empresa e não troca ela por nada, defendendo a empresa, com isso a CentralStop ganhará conhecimento e indicação a outros empresários interessados na ideia, através de motivações e promoções que crie o desejo das pessoas/empresas adquirirem o nosso serviço.

5.12. Marketing Social e Verde

O marketing social significa sessar os problemas sociais, envolvendo a saúde, transportes, educação, trabalho, moradia etc.

Procurando sempre envolver a sociedade, o marketing é uma causa social e não um interesse comercial.

A CentralStop realizará eventos beneficentes, guardando um dia a cada três meses, com o objetivo de entreter crianças carentes e de entidades, realizando um ato de solidariedade, esse dia, será especialmente para isso, as visitas serão agendadas com antecedência, para não acontecer problemas, e toda criança poder se divertir, livremente.

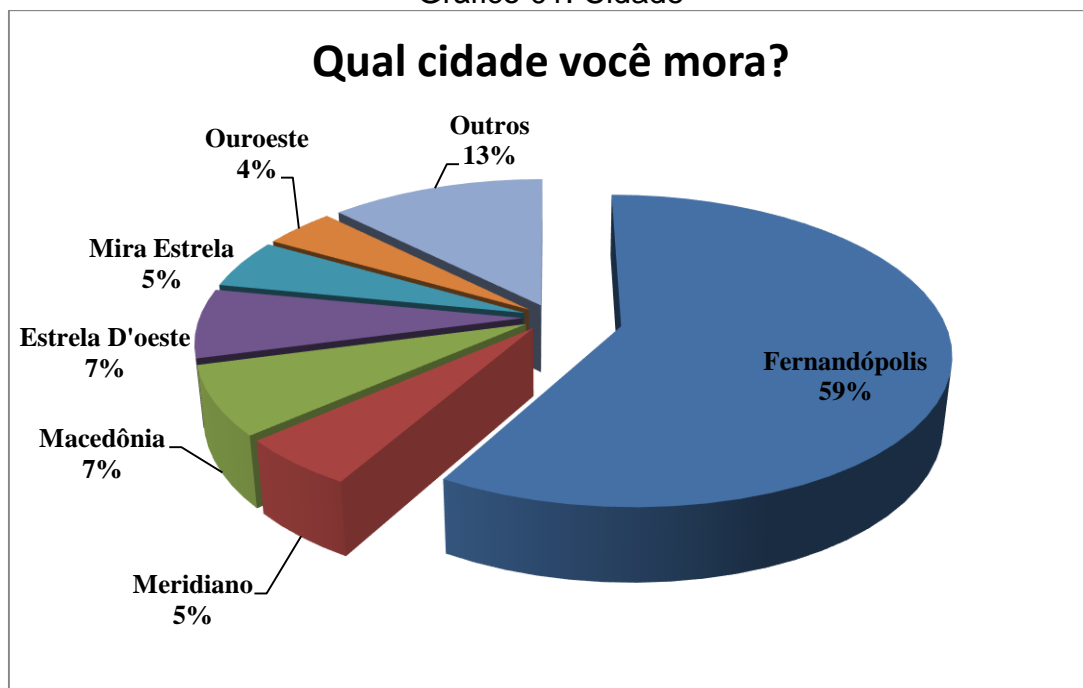
O marketing verde é a imagem que a empresa passa da sua consciência ecológica, envolvendo os benefícios e os malefícios dos produtos, que se utilizara na nossa empresa.

A CentralStop, futuramente, fornecerá uma tecnologia como sensores de movimentos, para economizar no uso da energia.

5.13. Pesquisa de Mercado

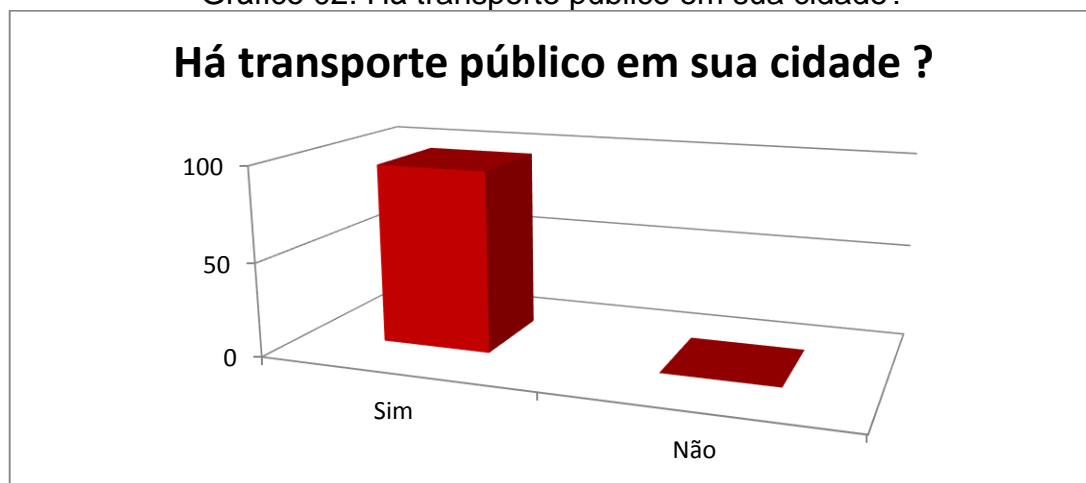
De acordo Kotler, Keller (2006) a pesquisa de marketing corresponde à elaboração, à coleta, à análise e à edição de relatórios sistemáticos de dados e descobertas relevantes sobre uma situação específica.

Gráfico 01: Cidade



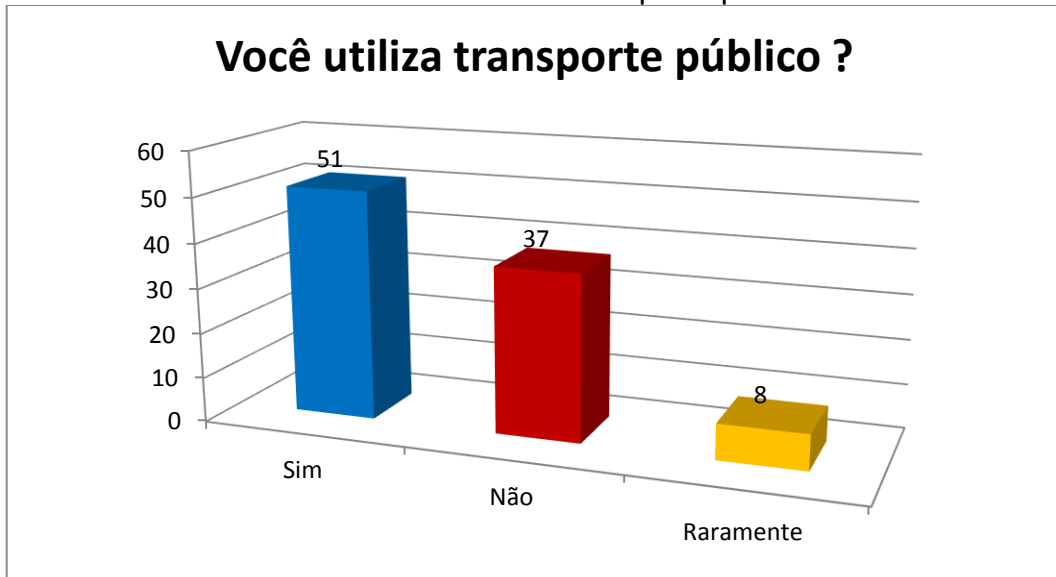
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 02: Há transporte público em sua cidade?



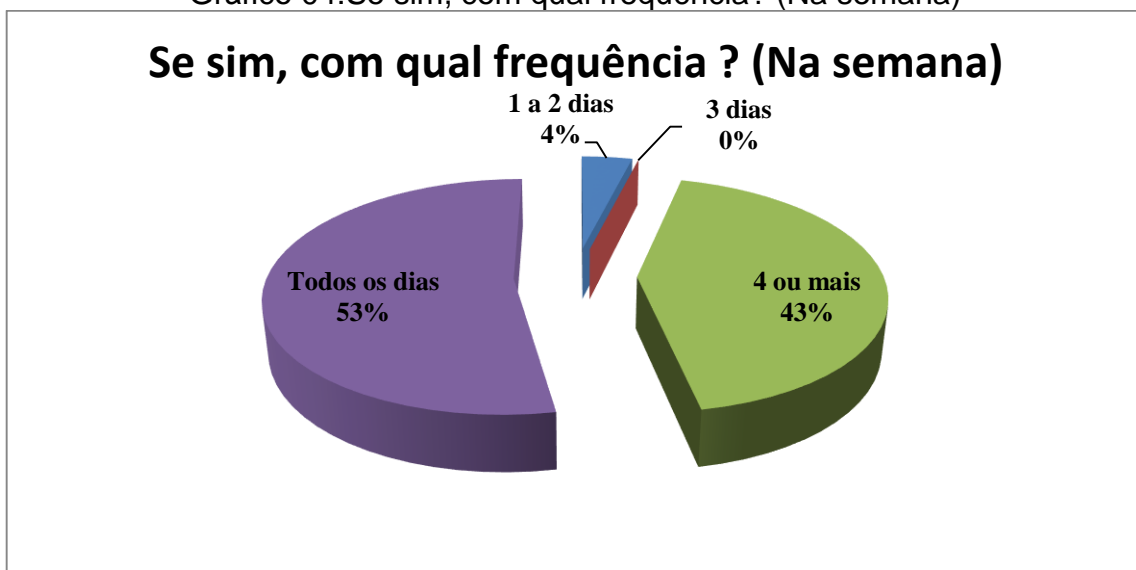
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 03: Você utiliza transporte público?



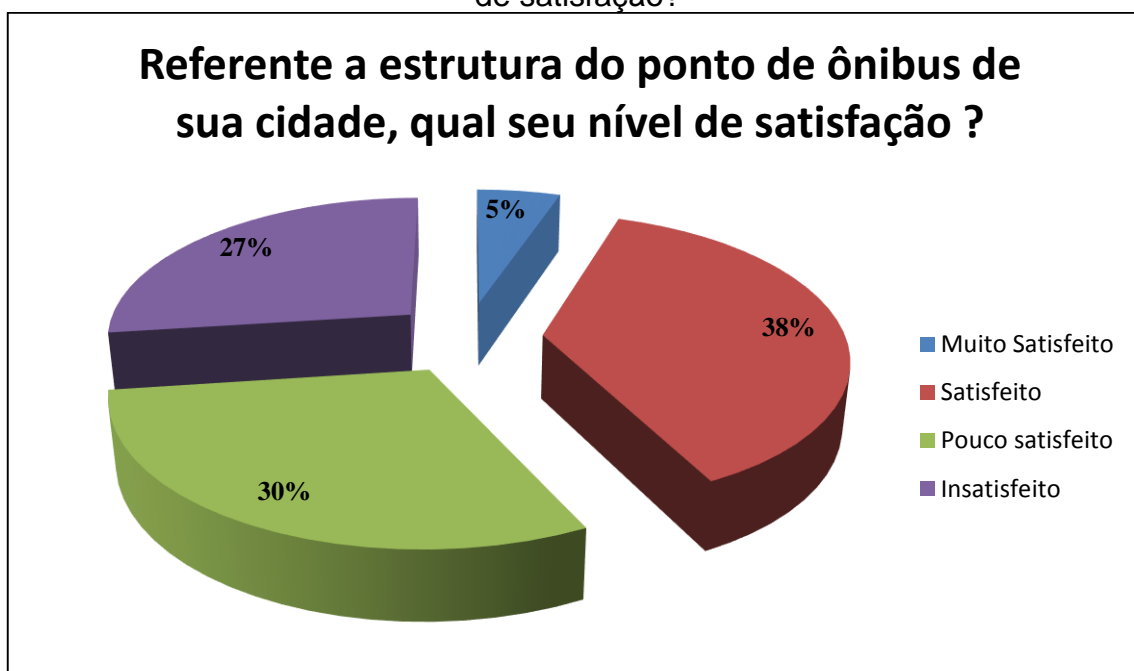
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 04: Se sim, com qual frequência? (Na semana)



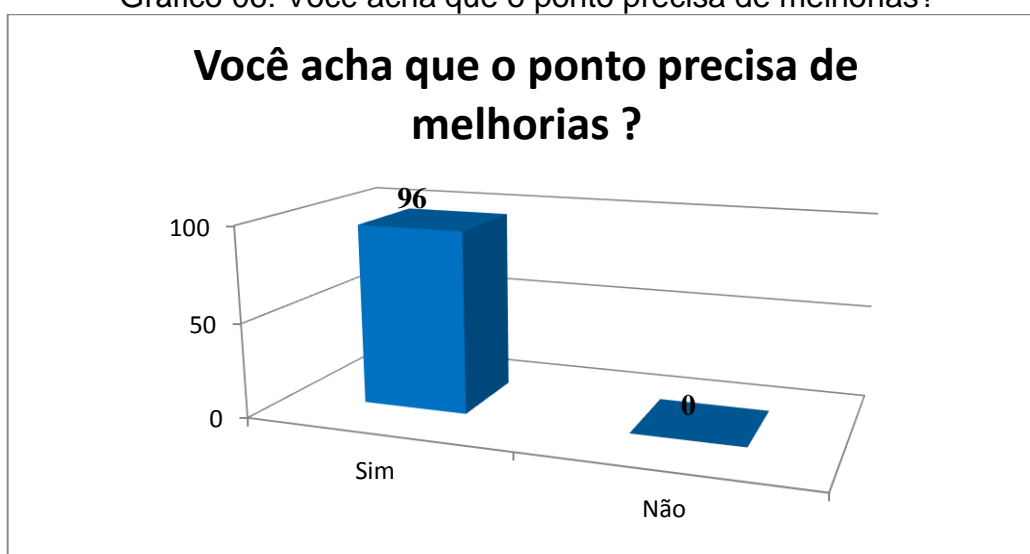
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 05: Referente a estrutura do ponto de ônibus de sua cidade, qual seu nível de satisfação?



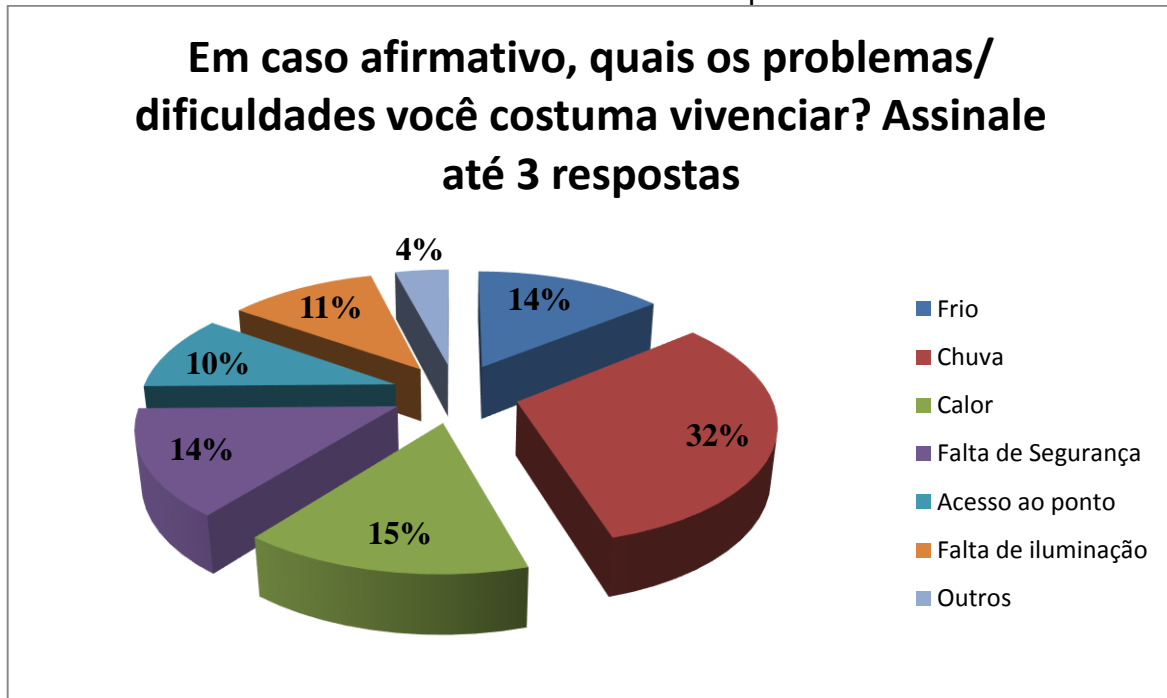
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 06: Você acha que o ponto precisa de melhorias?



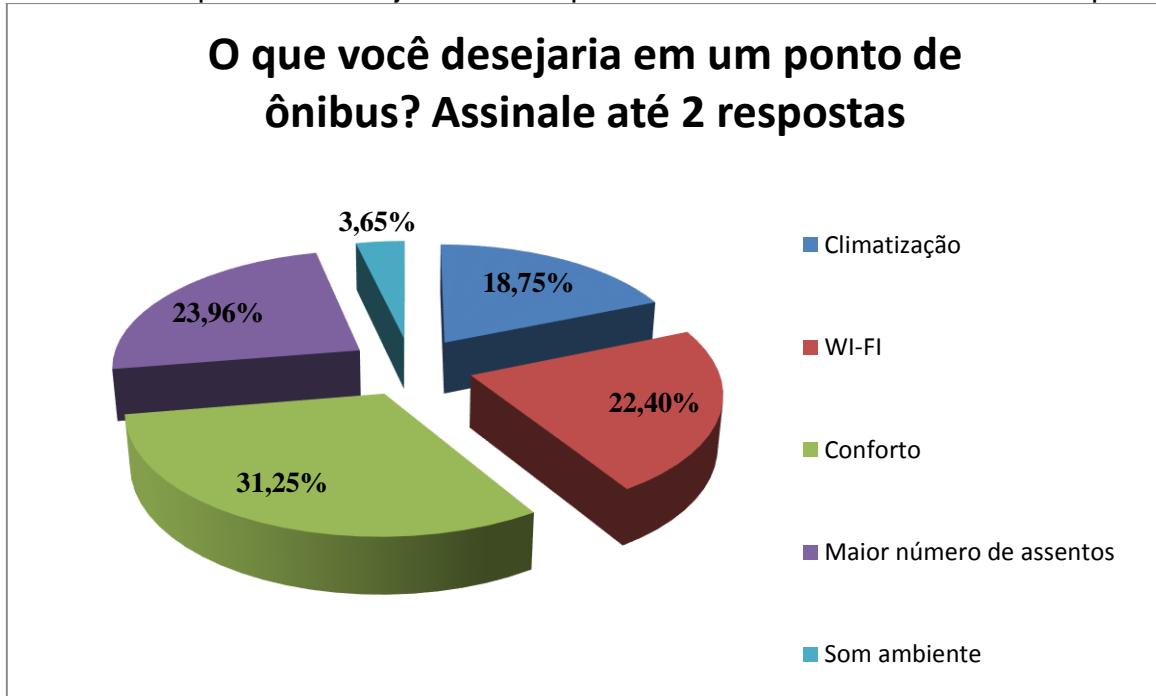
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 07: Em caso afirmativo, quais os problemas/dificuldades você costuma vivenciar? Assinale até 3 respostas



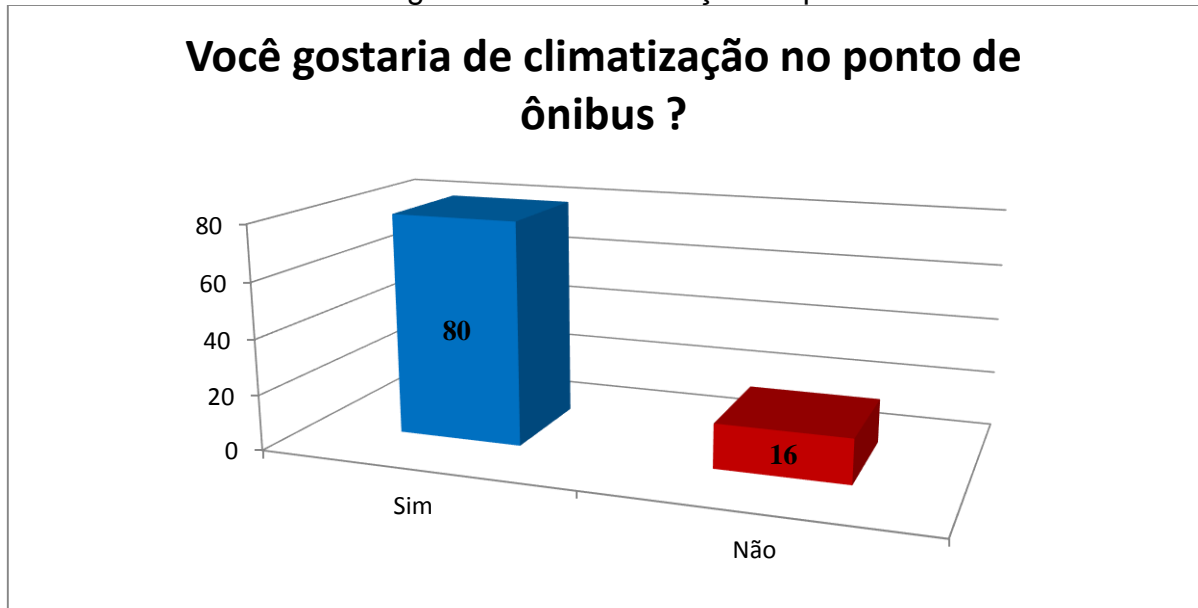
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 08: O que você desejaria em um ponto de ônibus? Assinale até 2 Respostas



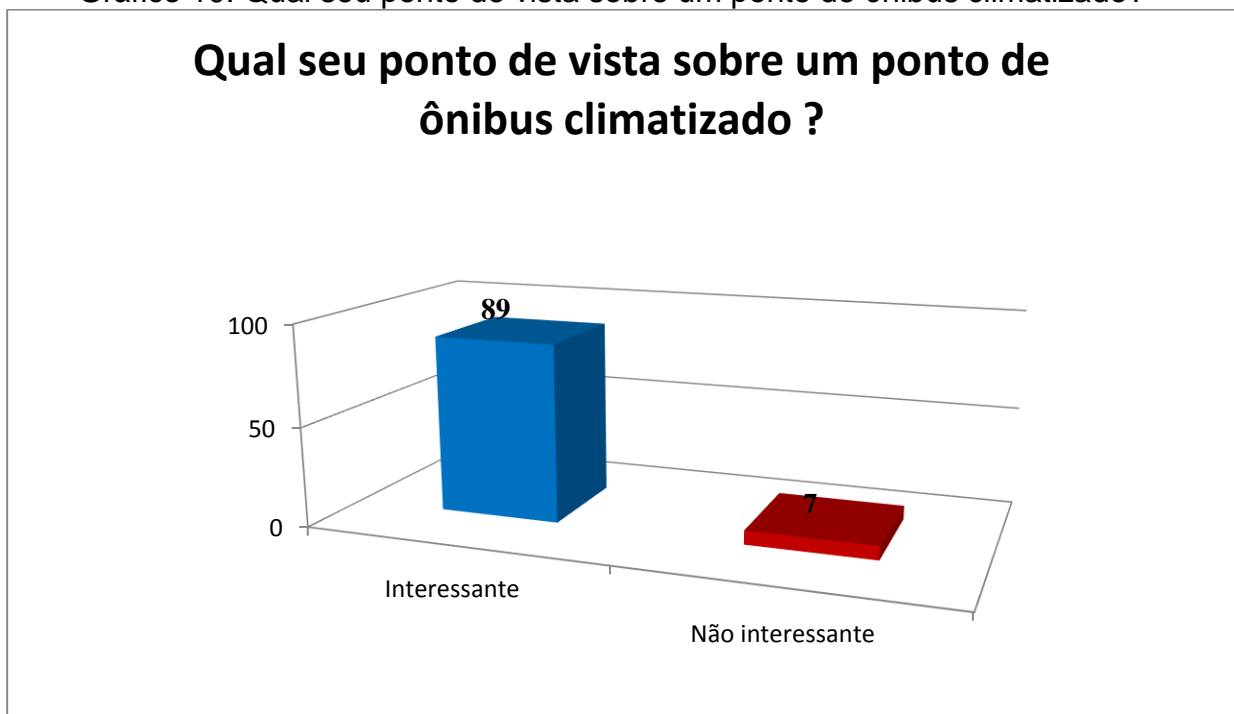
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 09: Você gostaria de climatização no ponto de ônibus?



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 10: Qual seu ponto de vista sobre um ponto de ônibus climatizado?



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Através dos levantamentos feitos com a pesquisa de mercado, os sócios chegaram à conclusão de que a abertura da empresa CentralStop é de total interesse do público usuário do transporte público.

CAPÍTULO VI

6. Planejamento Financeiro

Segundo Hoje (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 a tentativa de prever as ocorrências futuras e estar preparado para possíveis surpresas que podem vir a abalar as finanças de uma empresa.

É necessário estabelecer métodos de controle, fazendo uso de algumas ferramentas que contribuam para um planejamento financeiro.

6.1. Investimento Fixo

De acordo com Maikon Richardson no site do SEBRAE os investimentos fixos são aqueles cujo valor não é afetado pelo volume total de produção ou de vendas da empresa. Isso significa que os montantes permanecem os mesmos, independentemente de a empresa estar vendendo muito ou pouco. Como exemplo é o aluguel do ponto comercial, salário de colaboradores, etc.

Ou seja, o investimento fixo corresponde a todos os bens que você deve comprar para que seu negócio possa funcionar de maneira apropriada.

6.1.1. Resumo do investimento fixo

Tabela 01: Equipamentos

Descrição	U.M.	Quantidade	Valor Unitário	Total
Computador	UN	2	R\$ 2.250,00	R\$ 4.500,00
SUBTOTAL				R\$ 4.500,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Tabela 02: Móveis

Descrição	U.M.	Quantidade	Valor Unitário	Total
Mesa	UN	2	R\$ 860,00	R\$ 1.720,00
Cadeira	UM	6	R\$ 250,00	R\$ 1.500,00
SUBTOTAL				R\$ 3.200,00
TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS				R\$ 7.700,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Fazendo uma análise de tudo que será gasto para abrir a empresa entre equipamentos e móveis terá um investimento fixo de R\$ 7.700,00 (Sete mil e Setecentos reais)

6.2. Investimento Financeiro

O investimento financeiro da empresa é o capital aplicado com o objetivo de ter uma base para o início de suas atividades para que ela não venha a fracassar e a longo prazo o investimento retorna.

6.1. Investimento Fixo

De acordo com Maikon Richardson no site do SEBRAE os investimentos fixos são aqueles cujo valor não é afetado pelo volume total de produção ou de vendas

da empresa. Isso significa que os montantes permanecem os mesmos, independentemente de a empresa estar vendendo muito ou pouco. Como exemplo é o aluguel do ponto comercial, salário de colaboradores, etc.

Ou seja, o investimento fixo corresponde a todos os bens que você deve comprar para que seu negócio possa funcionar de maneira apropriada.

6.2.1. Estimativa de investimentos

Nas tabelas abaixo, tabela nº 03 e nº 04, descrevemos o software que será necessário para o início de suas atividades online e a estimativa de capital de giro.

Tabela 03: Estimativa do Estoque

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Software de Gerenciamento	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
Ponto de ônibus (amostras)	4	R\$ 13.490,00	R\$ 53.960,00
SUBTOTAL			R\$ 54.660,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Tabela 04: Estimativa de Capital de Giro

Descrição	TOTAL
Reserva de Caixa (Cobertura dos Custos)	R\$ 20.000,00
TOTAL DOS INVESTIMENTOS FINANCEIROS	R\$ 74.660,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Ressaltando que a empresa não trabalhará com estoque, por trabalhar com prestação de serviço. A tabela apresentada a cima representa o gasto para mantimento do software de gerenciamento.

6.2.2. Total de investimento financeiro

O total de investimento somando o valor do estoque inicial mais o capital de giro será de R\$74.660,00 (Sessenta e quatro mil seiscientos e sessenta reais) como demonstrado nas tabelas n° 03 e n° 04. (Lembrando que os cálculos estão sendo feitos a partir de uma unidade do produto)

6.3. Investimentos pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais são todos os gastos realizados antes do início da empresa, antes que o negócio abra e comece a faturar. Como exemplo despesas com reforma de imóveis, taxas para registro e legalização da empresa, entre outros.

Tabela 05: Investimentos Pré-operacionais

Investimentos Pré-Operacionais	TOTAL
Despesas de Legalização	R\$ 3.238,00
Divulgação	R\$ 750,00
E.P.I.	R\$ 2.000,00
TOTAL	R\$ 5.988,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Na tabela acima, tabela n° 05, foi descrito o que será gasto com a CentralStop antes dela entrar em funcionamento, como despesas de legalização, divulgação pré-lançamento.

6.3.1. Legalização

Calculamos o valor de R\$ 5.988,00 (Cinco mil novecentos e oitenta e oito reais), para despesas de legalização, por não ter uma questão muito rigorosa para a abertura de empresa online, mais com a parte da instalação dos pontos de ônibus e a necessidade de ART de engenheiro elétrico para fazer o ligamento das placas solares com o local, além de outros possíveis gastos preferimos deixar este valor maior.

6.3.2. Dependências Físicas

Não foi reservado um estoque para dependências físicas pelo fato de toda estrutura ser feita por outra empresa. A instalação do ponto de ônibus, assim como manutenção, será de total responsabilidade da CentralStop sendo o local todo da prefeitura.

6.3.3. Divulgação e Treinamento

Optamos em reservar o valor de R\$ 750,00 (setecentos e cinquenta reais) para a divulgação, pois para inauguração iremos fazer, propagandas em rádios, promover anúncios nas redes sociais entre outros.

6.3.4. Outras Despesas

A CentralStop deixará o valor de R\$ 2.000,00 (Dois mil reais) reservado para outras despesas, afim de manter equipamentos de proteção de boa qualidade para realizar as manutenções, pelo fato de ser uma prestação de serviço referencial.

6.4. Estimativa do Investimento Total

A tabela abaixo, tabela nº 06, está descrevendo o que será investido para a abertura da CentralStop.

Tabela 06: Investimento Total

Descrição	TOTAL
Estimativa dos Investimentos Fixos	R\$ 7.700,00
Estimativa dos Investimentos Financeiros	R\$ 74.660,00
Estimativa dos Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 5.988,00
TOTAL	R\$ 88.348,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.5. Estimativa do faturamento mensal

A tabela abaixo, tabela nº 07, está discriminando a previsão de faturamento de 1 (um) mês da CentralStop, sendo que o lucro que queremos obter é de 35% do valor do produto e a venda será apenas para a prefeitura de Fernandópolis.

Consideramos 35% um valor máximo de percentual de lucro, sendo 10% o mínimo, pois as prefeituras trabalham com licitação então teríamos que ter um valor máximo e mínimo de lucro para negociar tal licitação. Levando em conta esses valores para que não tenhamos tanto prejuízo porém ainda obtendo um pequeno lucro.

Tabela 07: Estimativa do Faturamento

Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário	Faturamento Total
Ponto de Ônibus	4	R\$ 18.211,50	R\$ 72.846,00
TOTAL			R\$ 72.846,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.5.1. Elaboração do preço de venda

O preço de venda da CentralStop foi calculado através dos gastos que teremos como despesas com funcionários e despesas mensais que somam R\$ 12.748,33 (Doze mil setecentos e quarenta e oito reais e trinta e três centavos).

$$12.748,33 / 72.846,00 = 0,18 \times 100 = 17,50\%$$

Tendo em vista que a empresa estará enquadrada no regime Simples Nacional, anexo III, terá como percentual de imposto 6%, mais o percentual do lucro decidido pelos sócios na porcentagem de 35%.

$$17,50\% + 6\% + 35\% = 58,50\% - 100 = 41,50 / 100 = 0,4150$$

O nosso mark-up divisor está avaliado como 0,4150, ou seja, está incluído todas as despesas mais impostos e mais os lucros para determinar o preço de venda, lembrando que essa estimativa precisa ser analisada pelos preços concorrentes do mercado.

6.6. Estimativa do custo com materiais/insumos

Tabela 08: Custo de Mercadoria Vendida

Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Custo Unitário	CMV
Ponto de Ônibus	1	R\$ 13.490,00	R\$ 13.490,00
TOTAL			R\$ 13.490,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

A tabela acima, tabela nº 08, demonstra o que será gasto com cada produto vendido, baseado no faturamento mensal.

6.7. Estimativa de custos de comercialização

A tabela abaixo, tabela nº 09, demonstra o que será pago de imposto no regime Simples Nacional, tendo como percentual 6%.

Tabela 09: Custo de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total	
Impostos	6%	R\$ 72.846,00	R\$	4.370,00
TOTAL			R\$	4.370,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.8. Estimativa de custos de mão-de-obra

A mão de obra da CentralStop será dos próprios investidores. Então o custo dos mesmos será de acordo com o salário base atual.

Tabela 10: Custo de Mão de Obra

Descrição	Quantidade	Custo Unitário	TOTAL	
Pró-Labore	2	R\$ 2.500,00	R\$	5.000,00
Técnico de Manutenção	1	R\$ 1.600,00	R\$	1.600,00
Instalador	2	R\$ 1.800,00	R\$	3.600,00
TOTAL			R\$	10.200,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.9. Despesas com depreciação

Na tabela abaixo, tabela nº 11, apresenta os valores que será poupado para a troca e manutenção dos equipamentos, máquinas, móveis e utensílios da empresa.

Tabela 11: Custos com Depreciação

Ativos Fixos	Valor do Bem	Vida Útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 4.500,00	5	R\$ 900,00	R\$ 75,00
Móveis e Utensílios	R\$ 3.200,00	5	R\$ 640,00	R\$ 53,33
TOTAL				R\$ 128,33

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.10. Estimativa dos custos fixos mensais

Custos fixos são aqueles que não sofrem alteração, independente da variação das vendas, e, todo mês são contabilizados. Alguns custos podem variar de valor de acordo com mudanças nas legislações, os reajustes, como por exemplo, salário dos funcionários, aumento nas contas de água, luz e telefone.

Tabela 12: Custos Fixos Mensais

Descrição	Custo Total Mensal
Telefone	R\$ 50,00
Internet (20 mega)	R\$ 120,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$ 1.600,00
Escritório de Contabilidade	R\$ 650,00
Depreciação	R\$ 128,33
TOTAL	R\$ 2.548,33

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.11. Demonstrativo de resultados

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

Descrição	Valor	Índice	%
Receita Total com Vendas	R\$ 72.846,00		
Custos Variáveis Totais	R\$ 53.960,00	0,74	74%
Margem de Contribuição	R\$ 18.886,00	0,26	26%
Custos Fixos Totais	R\$ 12.748,33	0,18	18%
Lucro do Exercício	R\$ 6.137,67	0,08	8%

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.12. Indicadores de viabilidade

Tabela 14: Indicadores

Ponto de Equilíbrio	R\$ 49.032,04	
Lucratividade	8%	
Rentabilidade	7%	
Prazo de Retorno do Investimento	1 ano e 2 meses	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.12.1. Ponto de Equilíbrio

O indicador acima, tabela nº 14, demonstra quanto a empresa necessita faturar para que sua receita iguale a suas despesas, ou seja sem nenhum ganho, na CentralStop o ponto de equilíbrio será de R\$ 49.032,04 (Quarenta e nove mil e trinta e dois reais e quatro centavos).

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.

A lucratividade da CentralStop será de 8%, isso significa que a cada R\$ 100,00 (cem reais) vendidos sobrarão R\$ 8,00 (oito reais).

6.12.3. Rentabilidade

A rentabilidade e o retorno do capital investido na abertura da empresa, apresenta o indicador de 7%.

6.12.4. Prazo de Retorno do Investimento

Este indicador representa quanto tempo levará para que o capital investido na abertura da empresa retorne aos sócios.

A CentralStop tem o prazo de retorno de 14 meses e 1,24 anos, ou seja, em 14 meses o capital investido retornará aos seus sócios.

CAPÍTULO VII

7.Responsabilidade social

Segundo Ashley (2002, p.98):

Responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, [...] agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. A organização [...] assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas a suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos.

A CentralStop terá como responsabilidade social a preservação do ambiente através da economia de energia, substituindo a energia elétrica comum por sustentável (Solar), que abastecerá o local sem que afete a natureza.

Além disso o ponto de ônibus contará com recolhedores de pilhas e baterias. Após, serão vendidas ao local de descarte adequado e o dinheiro revertido para a instituição de crianças carentes e desabrigados da cidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da apuração em relação a necessidade de reestruturação dos pontos de ônibus da cidade de Fernandópolis e região, percebemos o grande mercado que podemos estar investindo. Porém no momento teremos que abrir o negócio em cidades em que o giro de capital é alto devido ao alto custo do produto, então, esta se tornará inviável na cidade de Fernandópolis devido este motivo, por ser uma cidade onde o giro de capital não é suficientemente alto para que ocorra a aquisição do nosso produto e serviço. Este será um negócio que atenderá holisticamente as necessidades do público escolhido e de acordo com a análise SWOT apresentará grandes resultados em relação à lucratividade. Além disso, não aparenta concorrentes próximos, há um grande ideal de marketing envolvido que contará com a ajuda de marcas famosas no mercado expondo um diferencial na questão de criatividade. Este processo de marketing contará com a oportunidade de transformação do ponto de ônibus em uma maneira de Comunicação Visual onde exibirá, por sua forma cilíndrica, marcas de refrigerantes e energéticos no formato de lata. Após a abertura de empresa em cidades grandes como São Paulo, Rio de Janeiro e outros, ela se tornará conhecida e é a partir daí que conseguiremos as marcas patrocinadoras. Automaticamente com o patrocínio poderemos diminuir o preço de venda e comercializar para cidades menores, suprimindo então as necessidades de Fernandópolis e região.

Nossa empresa contará com os mais qualificados funcionários que serão selecionados a partir da gestão de pessoas capacitada da empresa, para garantir melhor segurança e confiabilidade do público para com a empresa.

Apesar de a CentralStop exibir um alto investimento na comodidade das pessoas, esta se preocupa muito com o Meio ambiente também. Refletindo sobre o grande gasto que vivenciaríamos com energia, apresentamos a utilização de placas solares no abastecimento do produto, assim, reduzindo estes gastos. E, além disso, realizarem o plano de ação sobre a logística reversa na introdução de lixeira de recicláveis no ponto de ônibus que utilizaremos para recolher materiais que sirvam para a transformação da massa em energia. Cada vez mais reduzindo os danos a natureza.

Após as pesquisas de investimento, custos e preço de venda concluímos que o negócio aparenta ser inviável em Fernandópolis, mas sim em cidades grandes, ou seja, todos os gastos serão compensados com as vendas e após um ano e dois meses teríamos o retorno do que investimos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACADEMIA CONTÁBIL. **Como contabilizar afolha de pagamento?** disponível em: <<http://academiacontabilonline.blogspot.com/2017/03/como-contabilizar-folha-de-pagamento.html>>. Acesso dia 10 de junho de 2019

AGUIRRE, Carine. **Administradores**, disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos>>. Acesso dia 25 de maio de 2019

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

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo Dando asas ao espírito Empreendedor**, São Paulo, Saraiva – 2006.

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento Estratégico**. 2ª Ed. Campus: Rio de Janeiro, 2010.

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento Estratégico**. 2ª Ed. Campus: Rio de Janeiro, 2010.

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.

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

POZO, H. **Administração de recursos materiais e patrimoniais**, São Paulo, Atlas – 2007.

SEBRAE. Canvas. Sebrae, disponível em: <https://www.sebraecanvas.com/#/>. Acesso dia 5 de Março de 2019.