

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL PROF. ARMANDO JOSÉ FARINAZZO
CENTRO PAULA SOUZA

Eudis Marcelo Piva
Jacqueline Conceição Carvalho
Julia Luiza dos Santos
Julia Paulino

ABERTURA DE EMPRESA BOLERIA CANDY CAKE

Fernandópolis
2019

Eudis Marcelo Piva
Jacqueline Conceição Carvalho
Julia Luiza dos Santos
Julia Paulino

ABERTURA DE EMPRESA BOLERIA CANDY CAKE

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

Fernandópolis
2019

Eudis Marcelo Piva
Jacqueline Conceição Carvalho
Julia Luiza dos Santos
Julia Paulino

ABERTURA DE EMPRESA BOLERIA CANDY CAKE

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

Examinadores:

Examinador 1

Examinador 2

Examinador 3

Fernandópolis
2019

DEDICÁTORIA

Dedico este trabalho a todos que esteve conosco e contribuíram para concluirmos o mesmo. Agradecemos, aos nossos amigos e familiares e em especial nosso orientador e professor Ricardo Antônio Leal Soares.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a DEUS, aos nossos amigos e familiares, principalmente ao nosso orientador que estiveram junto de nós nessa etapa.

EPÍGRAFE

“Só se pode alcançar um grande êxito quando nos mantemos fiéis a nós mesmos.”

Friedrich Nietzsche

RESUMO

A CandyCakeBoleria é uma empresa que será implantada no mercado com o intuito de oferecer inovação na área alimentícia *gourmet*, a mesma surgiu após identificarmos que a cidade de Fernandópolis precisa de algo que se relacione com essa área pela alta demanda de bolos no pote. A empresa conta com uma variedade de bolos e um aplicativo rápido e fácil para fazer pedidos, oferecendo o serviço de entrega na casa do cliente, com o objetivo de satisfazer o mesmo e assim adquirir a confiança de novos consumidores fazendo com que eles escolham a nossa empresa. Para que tudo isso ocorra como planejado e a nossa marca seja garantida e reconhecida dentro do mercado consumidor, o nosso objetivo é satisfazer os clientes, os investimentos serão feitos na área de marketing, preços acessíveis, capacitação dos colaboradores para que desde o atendimento até a entrega satisfaça o cliente, desenvolvimento constante e principalmente inovação.

Palavras chave: Inovação. *Gourmet*. Clientes. Fidelidade.

ABSTRACT

Candy Cake Boleria is a company that will be established in the market with the intention of offering innovation in the gourmet food area. It was created after we identified that the city of Fernandópolis needs something that relates to this area due to the high demand for cakes in the pot. The company has a variety of cakes and a fast and easy ordering application, offering the service of delivery in the house of the client, with the purpose of satisfying the same and thus acquiring the confidence of new consumers by making them choose our company. In order for this to happen as planned and our brand is guaranteed and recognized within the consumer market, our goal is to satisfy customers, investments will be made in the area of marketing, affordable prices, training of employees so that from service to delivery satisfy customer, constant development and mainly innovation.

Keywords: Innovation. *Gourmet*. Customers. Faithfulness

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 01 – Organograma da CandyCakeBoleria.....	22
Imagem 02 – Canvas	23
Imagem 03 – Layout da casa	27
Imagem 04 – <i>Demonstrativo de Pagamento</i>	42
Imagem 05 – Página do Instagram da empresa.....	52
Imagem 06 – Página do Facebook da empresa.....	52
Imagem 07 – Aplicativo da empresa	53
Imagem 08 – Análise SWOT	55
Imagem 09 –Matriz BCG	57
Imagem 10 – Matriz CVP	58
Imagem 11 – Uniforme da CandyCake Boleria	60
Imagem 12 – Logomarca da Candy Cake Boleria	61

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 –Você compra bolo no pote?	64
Gráfico 02 –Qual valor você costuma pagar em um bolo no pote?	64
Gráfico 03 –Você acha viável a customização e vendas de bolo através de um aplicativo?.....	65
Gráfico 04 –Você julga necessário o disk entrega?.....	65
Gráfico 05 – Na sua opinião qual seria, em reais, uma taxa justa para entrega?	65
Gráfico 06 –Seria necessário a abertura de uma loja física?	66

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Máquinas e Equipamentos	68
Tabelas 02 – Móveis e Utensílios	68
Tabela 03– Estimativa de Estoque Inicial	69
Tabela 04 – Estimativa de Capital de Giro	70
Tabela 05 – Investimento pré-operacional	70
Tabela 06 - Investimento total	70
Tabela 07 – Estimativa de faturamento	72
Tabela 08 – Ficha de preço de venda	72
Tabela 09 – Estimativa do custo com materiais/insumos	73
Tabela 10 – Custo de comercialização	74
Tabela 11 – Custo de mão de obra	75
Tabela 12 – Custo com depreciação	75
Tabela 13 – Custo fixo mensal	76
Tabela 14 –D.R.E (Demonstrativo de Resultado do Exercício)	76
Tabela 15 – Indicadores	77

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 -Ficha de fornecedor: Doces Juninho	25
Quadro 2 - Ficha de fornecedor: Loja do Sorveteiro.....	25
Quadro 3 - Ficha de fornecedor: Amigão Supermercado	26
Quadro 4 - Ficha de fornecedor:Sakashita Supermercado	26
Quadro 5 - Ficha de fornecedor: Brisa Embalagens	26
Quadro 6 - Descrição do Cargo: Atendente	31
Quadro 7 -Descrição do Cargo: Administrador.....	31
Quadro 8 -Descrição do Cargo: Confeiteira.....	32
Quadro 9 - Descrição do Cargo: Auxiliar de confeiteira.....	32
Quadro 10 - Descrição do Cargo: Motoboy	32

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 ProductiveMaintenance

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

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;;
- - Marcador.

SUMÁRIO

CAPÍTULO I	18
1.Histórico	18
1.1. Missão	18
1.2.Visão	18
1.3.Valores	19
CAPÍTULO II	20
2. Apresentação da Empresa	20
2.1. Dados da Empresa	20
2.2. Forma Jurídica	20
2.3. Enquadramento Tributário	20
2.4. Contrato Social	21
2.5. Organograma da Empresa	21
2.6.Canvas	22
CAPÍTULO III	24
3. Produção/Serviços e Distribuição	24
3.1 Fornecedores	24
3.1.1. Prospecção de Fornecedores	24
3.1.2. Política da Empresa com os Fornecedores	25
3.1.3. Fornecedores da Empresa	25
3.2. Layout	27
3.3. Método de Prestação de Serviço	28
3.4. Capacidade de Atendimento	28
3.5. Manutenção	29
3.5.1. Tipos de Manutenção	29
3.5.2. Política de manutenção da Empresa	30
3.7. Alianças Estratégicas	30
CAPÍTULO IV	31

4. Gestão de Pessoas.....	31
4.1. Planejamento de Recursos Humanos.....	31
4.2. Descrição de Cargos e Salários	32
4.3. Recrutamento	34
4.3.1. Recrutamento Interno	34
4.3.2. Recrutamento Externo	35
4.4. Seleção	35
4.5. Admissão	36
4.5.1. Contrato de Trabalho	37
4.5.1.1. Registro na CTPS	38
4.5.2. Exame médico admissional.....	39
4.6. Integração	39
4.6.1. Manual de Integração	40
4.7. Treinamento	40
4.7.1. Treinamento Operacional	40
4.7.2. Treinamento Técnico.....	41
4.8. Benefícios	41
4.8.1. Benefícios Sociais/Legais.....	41
4.8.2. Espontâneos	42
4.9. Remuneração.....	42
4.9.1. Remuneração básica e complementar	43
4.9.2. Folha de pagamento.....	43
4.9.3. Demonstrativo de pagamento / pró-labore.....	44
4.10. Avaliação de desempenho.....	44
4.11. Segurança no Trabalho.....	45
4.11.1. Mapa de Risco	45
4.11.2. NRs utilizadas na empresa	46
4.12. Qualidade de vida	48
4.13. Desligamento	49
4.14. <i>Outsourcing</i>	49
CAPÍTULO V.....	50
5. Planejamento de Marketing	50
5.1. Briefing.....	50
5.2. Definição do público alvo	51
5.4. O composto de Marketing.....	51

5.4.1. Produto/Serviço	51
5.4.2. Preço.....	52
5.4.3. Promoção	52
5.4.4. Praça.....	55
5.5. Análise do ambiente.....	55
5.5.1. Análise SWOT	55
5.5.2. Matriz BCG / Matriz CVP.....	57
5.6. Análise dos concorrentes.....	59
5.7. Definição de Objetivos e Metas	59
5.9. Definição de marca.....	60
5.9.1. Uniforme:.....	60
5.9.2. Manual de Identidade Visual.....	61
5.10. Endomarketing	62
5.10.1. Motivação	62
5.10.2. Integração	62
5.11. Plano de fidelização	63
5.12. Estratégias de pós-vendas	63
5.13. Marketing Social e Verde	64
5.14. Pesquisa de Mercado	64
CAPÍTULO VI.....	68
6. Planejamento Financeiro	68
6.1. Investimento Fixo	68
6.1.1. Resumo do investimento físico.....	69
6.2. Investimento Financeiro	69
6.2.1. Estimativa de investimentos	70
6.2.2. Total de investimento financeiro.....	71
6.3.1. Legalização	72
6.3.2. Dependências Físicas	72
6.3.3. Divulgação e Treinamento	72
6.3.4. Outras Despesas	73
6.4. Estimativa do Investimento Total.....	73
6.5. Estimativa do faturamento mensal	73
6.5.1. Elaboração do preço de venda.....	74
6.6. Estimativa do custo com materiais/insumos	74
6.7. Estimativa de custos de comercialização	75

6.8. Estimativa de custos de mão-de-obra	75
6.9. Despesas com depreciação.....	76
6.10. Estimativa dos custos fixos mensais	76
6.11. Demonstrativo de resultados	77
6.12. Indicadores de viabilidade.....	78
6.12.1. Ponto de Equilíbrio.....	78
6.12.2. Lucratividade	78
6.12.3. Rentabilidade	78
6.12.4. Prazo de Retorno do Investimento.....	79
CAPÍTULO VII.....	80
7. Responsabilidade social.....	80
CONSIDERAÇÕES FINAIS	81
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	82
APÊNDICES.....	85

CAPÍTULO I

1.Histórico

A ideia da abertura da empresa Candy Cake Boleria surgiu em uma das aulas do curso técnico de administração, na Etec de Fernandópolis, entre quatro amigos visando que seria uma empresa bem aceita na cidade por ser da área de alimentício *gourmet*, com certas diferenças que outras não possuem, para facilitar a compra do nosso produto.

1.1. Missão

A missão descreve a condição da empresa; define o negócio e o setor.

Segundo Ogden; Crescitelli (2008, p.3) “A missão é simplesmente a razão pela qual a empresa ou organização existe. ”

A missão da empresa Candy Cake Boleria é:

- Oferecer ao consumidor bolos customizados de qualidade com rapidez e praticidade, sendo reconhecidos por nossa excelência nos produtos e bom atendimento.

1.2.Visão

A visão define os planos para o futuro compartilhados por todos os membros da organização; ela define o que a empresa é, o que faz e, o mais importante, qual é seu rumo.

Segundo Ogden; Crescitelli (2008, p.3,4) “A visão está bastante relacionada com a declaração de missão, mas se volta para o futuro”.

A visão da empresa Candy Cake Boleria é:

- Ser referência regional, com excelência e qualidade em bolos de pote, oferecendo aos seus clientes uma relação duradoura.

1.3.Valores

Os valores são os princípios morais de uma empresa, no qual mostra como seus colaboradores devem comportar-se perante a sociedade.

[...] definem a natureza do sistema empresarial, as relações dentro das empresas, das empresas entre 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 são:

- Satisfação dos clientes
- Empatia
- Respeito
- Qualidade em produtos e serviços
- Trabalho em equipe
- Ética
- Humildade

CAPÍTULO II

2. Apresentação da Empresa

2.1. Dados da Empresa

Nossa empresa com a Razão Social de Candy Cake Boleria LTDA - ME está registrada na Junta Comercial do Estado de São Paulo, no entanto, atende pelo número de CNPJ 52.334.578/0001-01 e ao nome Fantasia Candy Cake. Não vamos ter espaço físico, somente *delivery*.

A Candy Cake Boleria é uma empresa no ramo de alimentício *gourmet*, com variedades em bolos no pote, sendo eles:

- Massas: Chocolate, Cenoura, Pão-de-ló, Fubá, RedVelvet.
- Recheios: Brigadeiro, Ninho, Nesquick, Doce de leite e Beijinho.
- Coberturas: Granulado, Paçoca, Gotas de Chocolate, Amendoim, Ninho, Nozes, Castanhas, Nutella, Kinder Ovo, Confete.

2.2. Forma Jurídica

Foi decidido pelos investidores que a empresa será uma Sociedade de responsabilidade limitada e cada um dos sócios investirá 25% 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, na forma jurídica Sociedade Limitada, com enquadramento tributário Simples Nacional como Microempresa, atuando no setor de gastronomia. Desta forma, contribuindo com uma taxa mensal.

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.”

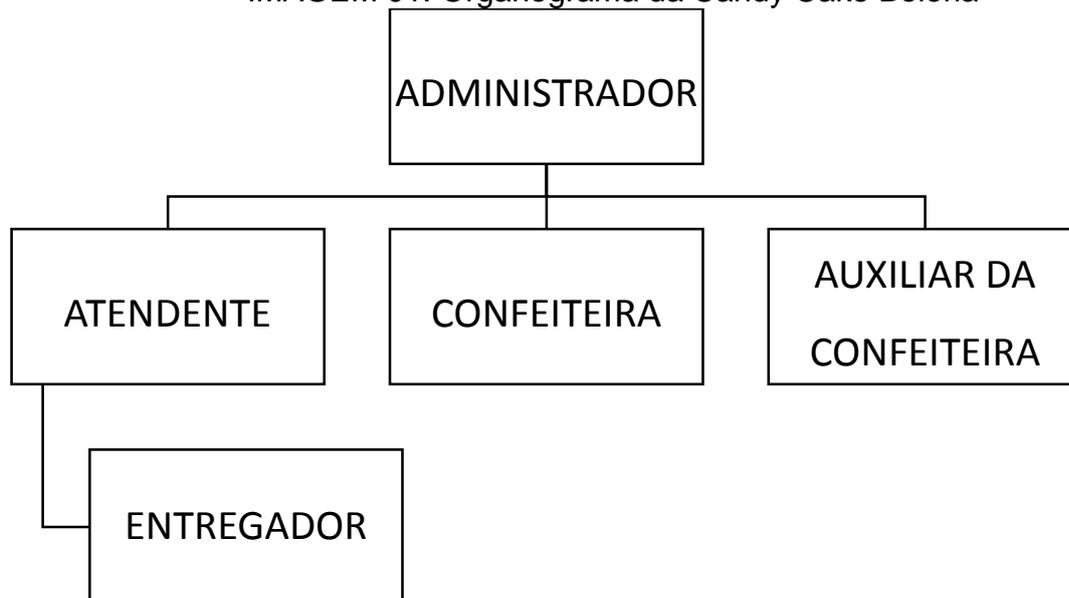
Para ciência de nosso contrato social, vide apêndice.

2.5. Organograma da Empresa

É uma estrutura hierárquica de uma organização, que tem por seu objetivo mostrar a organização dos papéis de cada colaborador dentro da empresa, visando à ligação de um com o outro dentro da mesma.

Segundo Alvarez (2010, p.107), organograma “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.”.

IMAGEM 01: Organograma da Candy Cake Boleria



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

2.6.Canvas

Uma ferramenta importante para o gerenciamento de uma empresa no desenvolvimento de um borrão de modelo de negocio, no qual determinara o uma melhor compreensão do negocio.

É uma metodologia de gerenciamento estratégico, que desenvolve novos planos de negócios ou até mesmo existentes. São divididos mediante os 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.

O modelo de negócios é como um esboço de um negócio o que será vendido (proposta de valor), o que irá ser comercializado, desenvolvimento (incluindo a estrutura de custos). O modelo de negócios é um esquema que guiará a empresa na definição e implementação da estratégia, por meio das estruturas, processos e sistemas organizacionais. (Osterwalder & Pigneur, 2011).

Imagem 02: Canvas.

<i>Parceiros chave</i> 	<i>Atividades chave</i> 	<i>Oferta de valor</i> 	<i>Relacionamento com o cliente</i> 	<i>Segmentos de clientes</i> 
Amigão, Sakashita, Juninho doces, Brisa embalagem, Casa do sorveteiro, Mercado livre.	Limpeza do ambiente, bolo pronto para venda, conferência do caixa.	Bolos customizados de alta qualidade, preparado de acordo com seu gosto e pedido. Amplas variedades e alta inovação.	Aplicativo, rede sociais, SAC e loja física.	Consumidor familiar, produtos oferecidos especialmente para a classe média.
	<i>Recursos chave</i> 		<i>Canais de Vendas</i> 	
	Faremos compras semanais de embalagens. Massas prontas todos os dias.		Aplicativo, <i>delivery</i> e atendimento ao público.	
<i>Fontes de custos</i> 		<i>Fontes de receitas</i> 		
Salários, fornecedores e publicidade.		Bolos no pote e bebidas.		

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

CAPÍTULO III

3. Produção/Serviços e Distribuição

3.1 Fornecedores

Os fornecedores são pessoas ou empresas que abastece algo/produto para outra empresa, sendo necessário ter requisitos para que possam ser escolhidos, como: custos, preços objetivos, qualidade e pontualidade.

Segundo Bertaglia (2006):

Comprar não é simplesmente o ato de efetuar uma cotação de preços. Há três características básicas que devem ser levadas em consideração no processo de decisão para se selecionar um fornecedor que seria preço, qualidade e serviço.

3.1.1. Prospecção de Fornecedores

Para ter excelência nos produtos de uma empresa é necessário fazer um estudo para identificar os melhores fornecedores com capacidade e que atenda aos requisitos impostos pela empresa. Tendo este processo feito evitará surpresas desagradáveis, tais como atraso nas entregas, falta de produtos, entre outros.

A prospecção será realizada por meio de telefone, pesquisa de internet e indicações de outras empresas que trabalhem no mesmo ramo ou que compre produtos semelhantes aos nossos.

3.1.2. Política da Empresa com os Fornecedores

Os fornecedores da Candy Cake Boleria serão avaliados e escolhidos, conforme nossas necessidades: preço, qualidade, sustentabilidade e comprometimento; com a cautela de selecionar e exigir seus fornecedores, dentro de procedimentos claros e justos realizados pelos mesmos. Toda a aquisição da mercadoria, ou seja, desde a chegada até o pagamento da mesma, será documentado. Os fornecedores deverão cumprir todas as regras que a empresa impõe sobre os mesmos; caso haja o descumprimento das regras eles poderão ser suspensos.

Segundo Dias (2007, p.297): “A eficiência do departamento de compras está diretamente ligada ao grau de atendimento e ao relacionamento entre o comprador e o fornecedor, que deve ser o mais adequado e conveniente”

3.1.3. Fornecedores da Empresa

Os fornecedores que vão abastecer nossa empresa, com os produtos necessários para produção.

“O fornecedor é mais do que uma simples fonte de material ou mercadoria: é também uma fonte inestimável de informações sobre mercadorias, preços, materiais, mercados, tendências do consumo e informações comerciais” (CANFIELD, 1970, p. 298).

Quadro 01: Ficha de fornecedor: Doces Juninho

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Doces Juninho	
ENDEREÇO: Av. Primo Angelucci	Nº 56
BAIRRO: Centro	CIDADE: Fernandópolis-SP
TELEFONE: (17) 3462-7234	
TIPOS DE INSUMO: Doces em geral, ingredientes para o recheio dos bolos	

E-MAIL: doces.juninho@hotmail.com

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 02: Ficha de fornecedor: Loja do Sorveteiro

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Loja do Sorveteiro	
ENDEREÇO: Av. Líbero de Almeida	N° 3331
BAIRRO: Bairro Brasilândia	CIDADE: Fernandópolis-SP
TELEFONE: (17) 3442-2728	
TIPOS DE INSUMO: Embalagens	
E-MAIL: Não possui	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 03: Ficha de fornecedor: Amigão Supermercado

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Amigão Supermercado	
ENDEREÇO: Shopping Center Fernandópolis	N° Sala 60
BAIRRO: Vila São Fernando	CIDADE: Fernandópolis-SP
TELEFONE: (17)3626-1980	
TIPOS DE INSUMO: Ingredientes para a produção dos bolo; farinha, óleo, etc.	
E-MAIL: Não possui	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 04: Ficha de fornecedor: :Sakashita Supermercados

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Sakashita Supermercados	
ENDEREÇO: Av. Expedicionários Brasileiros	N° 1420
BAIRRO: Centro	CIDADE: Fernandópolis-SP

TELEFONE: (17) 3465-0260
TIPOS DE INSUMO: Ingredientes para a produção dos bolo; farinha, óleo, etc
E-MAIL: Não possui

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 05: Ficha de fornecedor:Brisa Embalagem

FICHA DE FORNECEDORES	
NOME: Brisa Embalagem	
ENDEREÇO: Av. Expedicionários Brasileiros	N° 450
BAIRRO: Jardim Santa Helena	CIDADE: Fernandópolis-SP
TELEFONE: (17) 3442-6867	
TIPOS DE INSUMO: Embalagens Diversas	
E-MAIL: Não possui	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

3.2. Layout

O layout é o arranjo físico da empresa, onde se encontra os setores.

Para a elaboração do layout, são necessárias informações sobre especificações e características do produto, quantidades de produtos e de materiais, sequências de operações e de montagem, espaço necessário para cada equipamento, incluindo espaço para movimentação do operador, estoques e manutenção, e informações sobre recebimento, expedições, estocagem de matérias-primas e produtos acabados e transportes. (MARTINS, PETRÔNIO G.; LAUGENI, FERNANDO PIERO, 2006)

Não possuímos espaço físico para consumo, vamos alugar uma casa pela Imobiliária Ideal para a nossa produção, que está localizada na Avenida Paulo Saravalli N°2000, Parque Estoril, Fernandópolis-SP, no valor de R\$640,00 (seiscentos e quarenta reais), que será composta por um quarto no qual vai ser feito

o estoque, a cozinha destinada para produção e mesa para receber pedidos feito pelo aplicativo e por fim um banheiro.

Imagem 03: Layout da casa



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

3.3. Método de Prestação de Serviço

Candy Cake Boleria disponibiliza para todas as pessoas apaixonadas por bolos de pote um aplicativo rápido e fácil para pedidos com entrega na casa do cliente. No qual o cliente pode ter o prazer de montar o bolo da sua forma, escolhendo o tamanho, massas, recheios e acompanhamentos.

3.4. Capacidade de Atendimento

A Candy Cake Boleria terá capacidade de atendimento para 60 pessoas no aplicativo, tudo isso devido o mesmo ser fácil e rápido, podendo entrar diversas

peessoas ao mesmo tempo para fazer o pedido. Possibilitando assim chegarmos à produção estimada do dia que é de 90 (noventa) bolos.

3.5. Manutenção

Manutenção é o ato de consertar ou conservar algo, evitando assim possíveis falhas.

A mesma pode ser feita com ou sem tempo determinado, podendo ser preventiva ou corretiva.

Segundo Monchy (1987, p.424):

A manutenção dos equipamentos de produção é um elemento chave tanto para a produtividade das empresas quanto para a qualidade dos produtos. É um desafio industrial que implica rediscutir as estruturas atuais inertes e promover métodos adaptados à nova natureza dos materiais.

A manutenção dentro da empresa deve ser feita constantemente, para evitar que algo aconteça e traga prejuízos maiores alterando a qualidade do produto.

3.5.1. Tipos de Manutenção

Segundo Slack (2009, p.610):

Os benefícios da manutenção são significativos, incluindo segurança melhorada, confiabilidade aumentada, qualidade maior, custo de operações mais baixas, tempo de vida mais longo para processos de tecnologia e valor residual mais alto

Existem diversas formas de manutenção para se executar dentro da empresa podendo ser elas:

- A preventiva: É a manutenção que corrige falhas em máquinas e equipamentos antes mesmo que elas aconteçam.

- A preditiva: É uma manutenção com base no estado do equipamento, possui acompanhamento constante, baseado em dados coletados pelo monitoramento.
- A corretiva: É a manutenção feita em algo que já obteve falhas.

3.5.2. Política de manutenção da Empresa

Segundo Slack (2009, p.611): “Manutenção preventiva visa eliminar ou reduzir as probabilidades de falhas por manutenção das instalações em intervalos pré-planejados”.

A Candy Cake Boleria vai aderir a manutenção preventiva semanalmente, para não ocorrer imprevistos na hora da produção acarretando assim possíveis prejuízos na qualidade do nosso produto.

3.7. Alianças Estratégicas

Segundo Hitt (2002, p. 362):

Alianças estratégicas são parcerias entre firmas, em que seus recursos, capacidades e competências essenciais são combinados para perseguirem interesses mútuos ao projetar, manufaturar e distribuir bens e serviços.

A Candy Cake Boleria fechará alianças com Buffets e Lojas, para divulgação e promoções.

As pessoas que participarem do evento, poderão obter o nosso bolo mediante a promoção fechada com a loja ou buffet.

CAPÍTULO IV

4. Gestão de Pessoas

Gestão de pessoas é um conjunto de habilidades e métodos, com o objetivo de administrar os comportamentos internos e intensificar a produtividade nas organizações.

Para atingir a mesma, é preciso ter profissionais capacitados com bons planos e estratégias a serem aplicadas dentro da empresa.

Para Dutra (2002, p. 17), Gestão de Pessoas é “um conjunto de políticas e práticas que permitem a conciliação de expectativas entre a organização e as pessoas para que ambas possam realizá-las ao longo do tempo”.

4.1. Planejamento de Recursos Humanos

É o departamento dentro de uma organização, responsável desde o recrutamento até contratação e remuneração dos colaboradores. O mesmo tem o objetivo de manter os empregados motivados a executar suas tarefas dentro da organização, pensando sempre em novas estratégias para mudanças.

Entre os itens de planejamento de recursos humanos estão:

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

“A área de recursos humanos torna-se chave essencial na busca de eficiência e eficácia nos processos organizacionais. (CHIAVENATO, 1995. p. 106)”.

A Candy Cake Boleria estará sempre atenta na gestão de pessoas, assim através de cursos, treinamentos e reuniões podendo garantir um maior desempenho dentro da empresa.

4.2. Descrição de Cargos e Salários

Descrição de cargo é padronizar um documento escrito, no qual consta as atribuições, responsabilidades e exigências de um cargo dentro da empresa.

Salário é a remuneração estabelecida pela prestação de serviços do colaborado dentro da empresa.

Para Silva (2002):

O objetivo do PCS (Plano de Cargos e Salários) é alcançar equilíbrio interno e externo, através da distribuição de deveres, responsabilidades, funcionalidades e as responsabilidades de cada cargo e os seus níveis salariais pagos para o colaborador por exercer.

Quadro 06: Descrição do Cargo: Atendente

Título do Cargo	Atendente
Descrição do Cargo	Atua na recepção, atendendo os clientes, fazendo os pedidos e entregando o mesmo.
Escolaridade	Ensino Médio Completo
Experiência Profissional	Curso especializado ou experiência na área
Relacionamento Humano	Ser prestativo, atencioso e ter bom relacionamento com as pessoas.
Conhecimentos necessários	Saber informática básica e conhecer os setores da nossa empresa
Provas ou testes a serem aplicados	Aplicaremos treinamentos necessários ao cargo.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 07: Descrição do Cargo: Administrador

Título do Cargo	Administrador
Descrição do Cargo	Responsável por planejar, organizar, direcionar e controlar a empresa.
Escolaridade	Administração, Técnico em Administração.
Experiência Profissional	Não necessita.
Relacionamento Humano	Se dar bem com todos, principalmente os colaboradores.
Conhecimentos necessários	Ter conhecimento na área de administração.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 08: Descrição do Cargo: Confeiteira

Título do Cargo	Confeiteira
Descrição do Cargo	Atua na produção, montagem e decoração dos bolos.
Escolaridade	Ensino Médio Completo
Experiência Profissional	Curso especializado ou experiência na área
Relacionamento Humano	Ser prestativo, atencioso e ter bom relacionamento com as pessoas.
Conhecimentos necessários	Produção da confeitaria básica e fina.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 09: Descrição do Cargo: Auxiliar de Confeitaria

Título do Cargo	Auxiliar de Confeitaria
Descrição do Cargo	Auxiliar a confeiteira na produção.
Escolaridade	Ensino Médio Completo
Experiência Profissional	Curso especializado ou experiência na área
Relacionamento Humano	Ser prestativo, atencioso e ter bom relacionamento com as pessoas.
Conhecimentos necessários	Produção da confeitaria básica e fina.
Provas ou testes a serem aplicados	Aplicaremos treinamentos necessários ao cargo.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 10: Descrição do Cargo: Motoboy

Título do Cargo	Motoboy
Descrição do Cargo	Faz as entregas dos bolos no pote.
Escolaridade	Ensino Médio Completo.
Experiência Profissional	Experiência na área.
Relacionamento Humano	Ser prestativo, atencioso e ter bom relacionamento com as pessoas.
Conhecimentos necessários	Estar habilitado há pelo menos dois anos na categoria A, conhecer bem os lugares da cidade.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

4.3. Recrutamento

É um conjunto de técnicas, que os gestores utilizam para atrair candidatos às vagas de uma empresa, divulgando-as e oferecendo a oportunidade para profissionais capazes de assumir o cargo proposto.

O recrutamento refere-se ao processo que decorre entre a decisão de preencher um cargo vago e o agrupamento dos candidatos que preenchem o perfil da função e reúnem condições para ingressar na empresa” (CÂMARA et.al. 2003).

4.3.1. Recrutamento Interno

Esse recrutamento consiste em divulgar uma vaga e atrair candidatos dentro da própria empresa, valorizando assim os colaboradores que se sentem motivados a trabalhar e crescer dentro da mesma. O recrutamento interno traz alguns bens a organização como:

- Aproveitar melhor a mão de obra dentro da mesma;

- Motiva o desenvolvimento profissional dos atuais funcionários;
- Incentiva a permanência e a fidelidade dos funcionários à organização;
- Não requer socialização organizacional de novos membros;
- A hipótese de melhor seleção, já que os candidatos são bem conhecidos;
- Custa financeiramente menos do que fazer recrutamento externo.

4.3.2. Recrutamento Externo

O recrutamento externo caracteriza-se por selecionar candidatos que não fazem parte do quadro efetivo da empresa para vagas em aberto.

Para Chiavenato (2009):

O recrutamento externo proporciona novas experiências para a organização ocasionando uma importação de ideias novas e diferentes abrangentes dos problemas internos da organização, além disso, enriquece os recursos humanos da organização e aproveita os investimentos em T&D de pessoal feitos por outras empresas ou pelos próprios candidatos.

A divulgação para o recrutamento será feita em:

- Anúncio (s) em empresa (s)
- Instituições diversas (Sindicatos, eventos, etc.)
- Instituições de ensino (superior e técnico)
- Indicações feita por empresas parceiras, fornecedores, etc.

4.4. Seleção

É um procedimento de comparação e uma tomada de decisão, onde se deverá analisar quais dos candidatos recrutados apresentam maiores possibilidades de adaptação e produtividade.

Testes Psicológicos vão avaliar ou identificar os comportamentos mais frequentes dos candidatos, as características básicas de sua personalidade e, ainda, analisa as habilidades e o raciocínio.

A seleção abrange o conjunto de práticas e processos usados para escolher, dentre os candidatos disponíveis, aquele que parece ser o mais adequado para a vaga existente. A seleção é a segunda etapa do processo que começa com o recrutamento e termina com o contrato definitivo após o período de experiência. (LACOMBE, 2005, p.79).

4.5. Admissão

Quando se contrata o profissional ideal ao perfil da empresa, ele se adequa mais facilmente a sua realidade e se engaja completamente com os objetivos. Profissional engajado oferece a empresa maior possibilidade de resultados.

É importante ter todo o processo em mente para que todas as obrigações sejam cumpridas e evite-se ações trabalhistas — que geram desgaste, prejuízos e transtornos.

Para a contratação de futuros funcionários precisará dos seguintes documentos:

- 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).

4.5.1. Contrato de Trabalho

De acordo com site direito.trabalhista.info a definição do contrato individual de trabalho é dada pela CLT, no art. 442, e é um acordo que pode ser feito de forma verbal ou tácito, e que trata das relações de emprego, entre empregado e empregador. Há, portanto, um vínculo empregatício, que é a relação entre ambas as partes, definida por meio de um contrato de trabalho que mostra a prestação dos serviços que serão oferecidos à empresa.

Além disso, para a realização das atividades, o indivíduo precisará da Carteira de Trabalho, um dos principais documentos que constarão as atividades realizadas profissionalmente por um trabalhador.

Segue os modelos de contrato do site xerpa.com.br

- 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.

A Candy Cake Boleria contratará os colaboradores por tempo determinado de acordo com a CLT usando em primeiro momento o contrato de experiência no prazo de 90 dias.

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 Candy Cake Boleria não registrará nenhum colaborador, pois o motoboy é por uma empresa terceirizada na qual faz todo esse processo e o restante é os quatro sócios

4.5.2. Exame médico admissional

Esse exame serve para conferir a saúde do profissional, com o intuito de saber se ele está fisicamente apto para realizar as funções do cargo para o qual foi contratado na empresa.

Primeiro, precisamos ter certeza de que o novo colaborador está apto a trabalhar. Por isso, o segundo passo do processo de admissão de funcionários é pedir que ele realize o exame médico admissional obrigatório, de acordo com o PCMSO – sigla para Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional.

A Candy Cake Boleria 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

É uma forma que a empresa realiza para introduzir novos funcionários, e esclarecer aos colaboradores que devem buscar a satisfazer o cliente por meio da excelência em serviço.

Dá-se o nome de socialização organizacional à maneira como a organização recebe os novos funcionários e os integra à sua cultura, ao seu contexto e ao seu sistema para que eles possam comportar-se de maneira adequada às expectativas da organização (CHIAVENATO, 1999, p. 146).

A integração tem o objetivo de incorporar o novo colaborador na empresa, visando à melhoria das relações e trabalhos em equipe para obter melhores resultados em suas atividades.

4.6.1. Manual de Integração

O manual de integração é um documento que contém todas as informações para os novos colaboradores que acabaram de ser contratados. Facilita o entendimento de normas, políticas e culturas 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.

4.7. Treinamento

Treinamento é definido como capacitar alguém para exercer um determinado cargo.

Segundo Toledo (1986, p.88), “Treinamento na Empresa é ação de formação e capacitação de mão-de-obra, desenvolvida pela própria empresa, com vistas a suprir suas necessidades”.

4.7.1. Treinamento Operacional

É padronizar os métodos e processos de produção, tornando fundamental a obtenção da eficiência, da qualidade e da produtividade.

A Candy Cake Boleria utilizará o treinamento operacional, pois será padronizada na organização e no atendimento. Os treinamentos para novos funcionários serão realizados por terceiros (Sest Senat- São Vicente- SP), ou seja a

empresa terceirizada que nos fornece o colaborador fica responsável pelo seu treinamento e custos gastos com o mesmo.

4.7.2. Treinamento Técnico

O treinamento técnico está direcionado para a produtividade, à qualidade de produção e/ou serviços, onde nossa confeitadeira vai receber treinamento específico (Sest Senat- São Vicente- SP) em receitas, montagem dos bolos e o uso das máquinas na produção.

4.8. Benefícios

Os benefícios são uma forma de recompensar o colaborador com bens não materiais, reconhecendo seu esforço realizado dentro da empresa.

Segundo Chiavenato, (2004. p.314) “os benefícios constituem o pagamento financeiros indiretos oferecidos aos funcionários.”

A Candy Cake Boleria oferecerá benefícios que são exigidos pela CLT e benefícios espontâneos que será um acordo entre o funcionário e a empresa.

4.8.1. Benefícios Sociais/Legais

Pela CLT, são obrigatórios os seguintes benefícios:

- Contribuição para previdência social;
- Décimo terceiro salário;
- FGTS;
- Férias;
- Licença maternidade.

- Repouso semanal remunerado;
- Salário família;
- Vale Transporte.

E outros benefícios como: vale refeição e cesta-básica, que as empresas oferecem aos seus funcionários. Porém nenhum desses benefícios é obrigatório pela CLT. Os benefícios da Candy Cake Boleria será o vale refeição e cesta básica.

4.8.2. Espontâneos

Os benefícios espontâneos não são obrigatórios por lei e depende do acordo com a empresa e o colaborador.

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

Os benefícios espontâneos da Candy Cake Boleria será o vale refeição e cesta básica.

4.9. Remuneração

Remuneração é uma forma de pagamento ao colaborador pelo seu esforço e dedicação ao cumprimento de suas tarefas relativo a empresa para que foi designado.

De acordo com Chiavenato (2004):

Remuneração é a retribuição dada ao colaborador devido ao seu trabalho, dedicação e esforço, através de seus conhecimentos e habilidades, pode ser um pacote de recompensas quantificáveis que o empregado recebe pelo seu trabalho.

4.9.1. Remuneração básica e complementar

A remuneração da Candy Cake Boleria será de acordo com a profissão designada com a categoria salarial, seguindo as normas da CLT

4.9.2. Folha de pagamento

Mensalmente a Candy Cake Boleria entregará o pagamento e o holerite, que irá possuir: 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.

Imagem 04: Demonstrativo de Pagamento

00001 ALTERDATA DEPARTAMENTO PESSOAL		Demonstrativo de Pagamento de Salário			
RUA PREFEITO SEBASTIAO TEIXEIRA, 323					
01/05/2012 a 31/05/2012		Divisão Pack - Desenvolvimento	07556817000190		
000001 FUNCIONARIO A		COMERCIANTE VAREJISTA			
Cód.	Descrição	Referência	Vencimentos	Descontos	
406	Adiantamento Salarial		2.400,00		
			2.400,00	0,00	
			Valor Líquido	2.400,00	
Salário Base	Sal. Contr. INSS	Base Calc. FGTS	F.G.T.S co mês	Base Calc. IRRF	Para IRRF
8.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
DECLARO TER RECEBIDO A IMPORTÂNCIA LÍQUIDA DISCRIMINADA NESTE RECIBO					
____/____/____ DATA		_____ ASSINATURA DO FUNCIONÁRIO			

Fonte: Recibos Prontos.

4.9.3. Demonstrativo de pagamento / pró-labore

O pró-labore será a forma utilizada para o pagamento dos quatro sócios, assim como os funcionários (terceirizado), todos os sócios receberão o demonstrativo de pagamento com os valores acertados.

4.10. Avaliação de desempenho

Segundo Bergamini (1998):

A avaliação de desempenho é uma ferramenta desenvolvida para avaliar o resultado apresentado pelo colaborador que vai identificar necessidades de desenvolvimento e correção de problemas bem

como fornecer dados que auxiliam processos de promoções e adequações salariais.

A Candy Cake Boleria vai definir um período onde será feita a análise do microambiente, a mesma vai ser um dos critérios para avaliar os pontos tanto os fracos quanto os fortes; podendo fazer assim um possível planejamento para mudanças.

4.11. Segurança no Trabalho

Segurança do trabalho é a ciência que através de metodologias e técnicas promove a proteção do trabalhador no seu local de trabalho, visando assim a redução de acidentes de trabalho e doenças ocupacionais.

De acordo com Chiavenato (1999):

A segurança no trabalho corresponde a um conjunto de medidas técnicas, educacionais, médicas e psicológicas utilizadas para prevenir acidentes, quer eliminando as condições inseguras do ambiente, quer instruindo ou convencendo as pessoas sobre a implantação de práticas preventivas.

A Candy Cake Boleria considera a segurança do trabalho significativa a todos, sendo assim, a mesma trabalhará com medidas que possam prevenir um acidente e/ou incêndio dentro da empresa

4.11.1. Mapa de Risco

Segundo SIVIERI (1999):

O mapa de risco é uma representação gráfica com diversas nomenclaturas como: esboço, croqui e layout, de uma das partes ou de todo o processo produtivo da empresa, onde se registram os riscos e fatores de risco a que os trabalhadores estão expostos, direta ou indiretamente, ao processo e organização do trabalho e às

condições de trabalho. É elaborado pelos cipeiros e demais trabalhadores tendo como principais recursos suas percepções e opiniões nas avaliações dos postos de trabalho.

É um conjunto de fatores no local de trabalho que podem provocar prejuízos à saúde dos colaboradores: acidentes e doenças de trabalho.

O mesmo é representado dentro do layout da empresa. Esta representação é feita através de quadrados que podem variar de tamanho de acordo com o seu risco.

4.11.2. NRs utilizadas na empresa

São orientações que prezam por procedimentos a serem aplicados para proteção da saúde e segurança dos colaboradores dentro das empresas privadas e públicas que possuem empregados regidos pela Consolidação das Leis Trabalhistas- CLT.

A Candy Cake Boleria utilizará das NRs, nº 5, nº 10, nº 12, nº14, nº 17, nº 23 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 14 - FORNOS

14.1. Os fornos, para qualquer utilização, devem ser construídos solidamente, revestidos com material refratário, de forma que o calor radiante não ultrapasse os limites de tolerância estabelecidos pela Norma Regulamentadora - NR 15.

14.2. Os fornos devem ser instalados em locais adequados, oferecendo o máximo de segurança e conforto aos trabalhadores.

14.2.1. Os fornos devem ser instalados de forma a evitar acúmulo de gases nocivos e altas temperaturas em áreas vizinhas.

14.2.2. As escadas e plataformas dos fornos devem ser feitas de modo a garantir aos trabalhadores a execução segura de suas tarefas.

14.3. Os fornos que utilizarem combustíveis gasosos ou líquidos devem ter sistemas de proteção para:

a) não ocorrer explosão por falha da chama de aquecimento ou no acionamento do queimador;

b) evitar retrocesso da chama.

14.3.1. Os fornos devem ser dotados de chaminé, suficientemente dimensionada para a livre saída dos gases queimados, de acordo com normas técnicas oficiais sobre poluição do ar.

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.

4.12. Qualidade de vida

A qualidade de vida dentro do ambiente de trabalho está ligada ao bem estar do colaborador, a mesma pode ocorrer dentro ou fora da empresa.

A qualidade de vida no trabalho se apresenta como uma preocupação do homem de-se início da sua existência, com objetivo de facilitar ou trazer satisfação e bem-estar ao trabalhador na execução de suas tarefas. “O conceito de qualidade de vida engloba vários aspectos como físicos, ambientais e psicológicos do local de trabalho (CHIAVENATO, 2004, p.58).

A qualidade de vida no ambiente de trabalho busca sempre o melhor para seus colaboradores, assim fazendo com que os mesmos estejam mais dispostos e motivados, além de estar capacitado emocionalmente para entregar ótimos resultados à empresa.

A Candy Cake Boleria desenvolverá a qualidade de vida no trabalho conversando com o colaborador que será avaliado pelo seu desempenho,

mostrando seus acertos e erros, para que o mesmo possa melhorar sempre trazendo um vasta satisfação para a empresa.

4.13. Desligamento

A Candy Cake Boleria desligará o colaborador através de contrato feito com prazo, no qual pode ser rompido.

Ao contrário do que aponta o senso comum, não se pode pensar que salário é a principal causa para o pedido de desligamento pelas pessoas. Outros fatores contribuem de forma fundamental para esta decisão, dentre eles, a “falta de desafios, falta de reconhecimento, falta de investimento, falta de perspectivas profissionais” (PASCHOAL, 2006, p.46)

4.14. Outsourcing

Outsourcing é um termo em inglês utilizado para definir terceirização.
Para Silva (1997, p. 30)

De forma simplista e pensando no atual estágio das empresas brasileiras, diríamos apenas que terceirização é transferência de atividades para fornecedores especializados, detentores de tecnologia própria e moderna, que tenha esta atividade terceirizada como sua atividade-fim, liberando a tomadora para concentrar seus esforços gerenciais em seu negócio principal, preservando e evoluindo em qualidade e produtividade, reduzindo custos e ganhando competitividade.

A Candy Cake Boleria utilizará dos serviços terceirizados, para a contratação do motoboy para a mesma.

CAPÍTULO V

5. Planejamento de Marketing

O plano de marketing é um documento em que a empresa mostra a sua estratégia de divulgar a marca, um produto ou até mesmo o serviço.

Segundo Kotler e Keller (2006):

O marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais, sendo definido de uma maneira simplista pelo autor, como uma forma de suprir necessidades lucrativamente.

5.1. Briefing

Briefing é um documento feito para direcionar um certo projeto, o mesmo traz informações claras sobre as melhores estratégias, para nós alcançarmos os nossos objetivos, feito pela empresa.

Segundo Santanna (1989, p.109), “chama-se briefing todas as informações preliminares que contém as instruções que o cliente fornece à agência para orientar os seus trabalhos.”

O Briefing da empresa é:

A Candy Cake Boleria foi fundada no ano de 2019 após uma conversa entre quatro alunos na Etec Prof. Armando José Farinazzo, no qual chegamos à conclusão de que Fernandópolis precisava de uma nova Boleria, já que o ramo era pouco visto na cidade.

Com apenas aplicativo para *delivery* a empresa com razão social ME-LTDA, em que se enquadra no Simples Nacional, funcionará de segunda a sexta das 8:00 às 22:00 e de Sábado das 10:00 às 18:00.

5.2. Definição do público alvo

O público alvo são indivíduos que frequentam o estabelecimento, no qual forma os consumidores, assim o Marketing e as vendas são voltadas para os mesmos.

A Candy Cake Boleria terá como foco, pessoas que gostem e possam comer nossos bolos, pois todos contém açúcar, leite, etc.

5.4. O composto de Marketing

O composto de Marketing é uma ligação entre os quatro itens, dos quais não conseguem agir de forma independente. É justamente o Mix do Marketing.

Kotler (2000, p. 38), pontua que “os 4Ps representam a visão que a empresa vendedora tem das ferramentas de marketing disponíveis para influenciar compradores”.

5.4.1. Produto/Serviço

Produto/Serviço é aquilo que a empresa vende ao consumidor, podendo ou não ser físico.

Produto, "é algo que pode ser oferecido a um mercado para sua apreciação, aquisição uso ou consumo para satisfazer a um desejo ou necessidade" (KOTLER, 1996, p. 377)

A Candy Cake Boleria é uma empresa que atua no ramo de gastronomia oferecendo bolos no pote de qualidade aos nossos clientes.

5.4.2. Preço

Preço é o valor monetário que se atribui a um serviço ou produto de uma determinada empresa.

Kotler e Armstrong (1993, p.29) consideram que o preço significa "a quantidade de dinheiro que os clientes devem pagar para obter o produto"

A Candy Cake Boleria oferecerá os seguintes produtos por seus respectivos preços:

- Pote de 250 ML R\$5,00
- Pote de 450 ML R\$8,00
- Pote de 600 ML R\$10,00

Incluído nesses preços a taxa de R\$1,50 de entrega pelo motoboy.

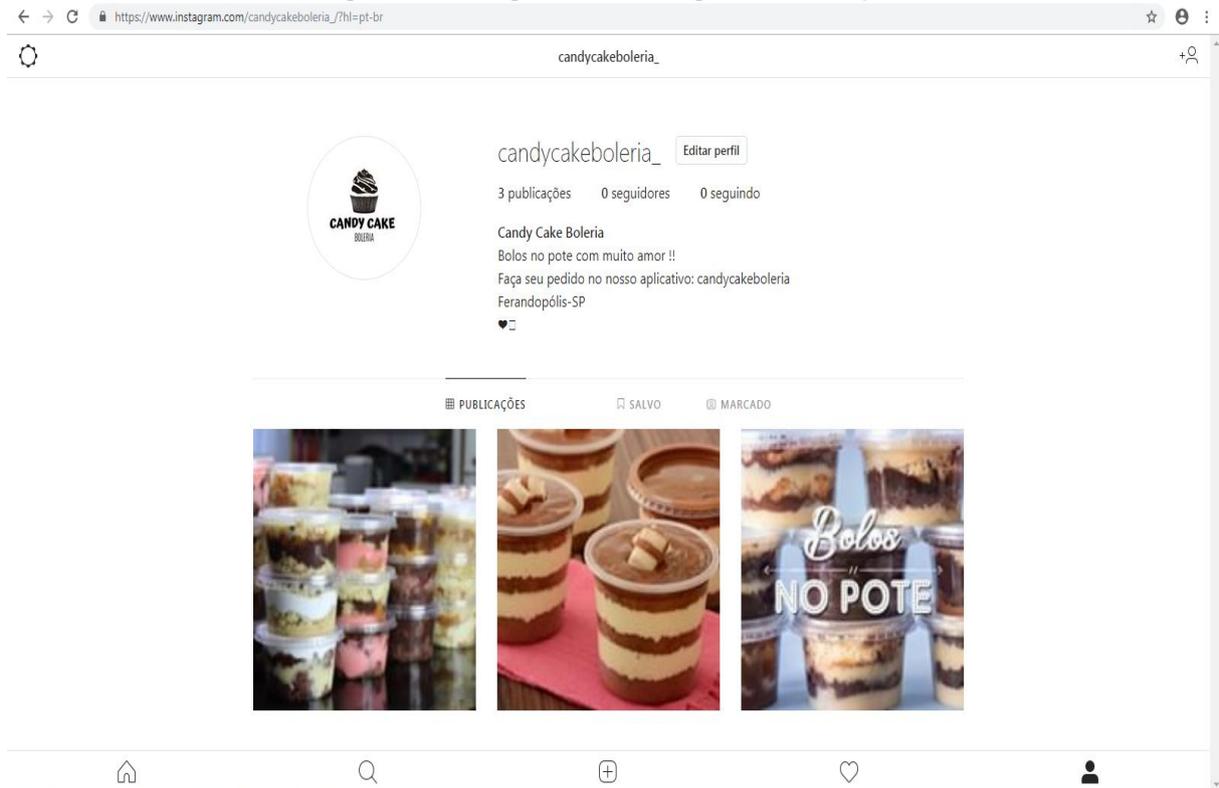
5.4.3. Promoção

Tem o objetivo de promover a sua marca encontrando soluções benéficas a empresa, como fazer que a mensagem de marketing da sua marca chegue ao público desejado.

Para Churchill e Peter (2000, p.166) é "a estratégia de promoção do profissional de marketing para influenciar os consumidores em todos os estágios do processo de compra".

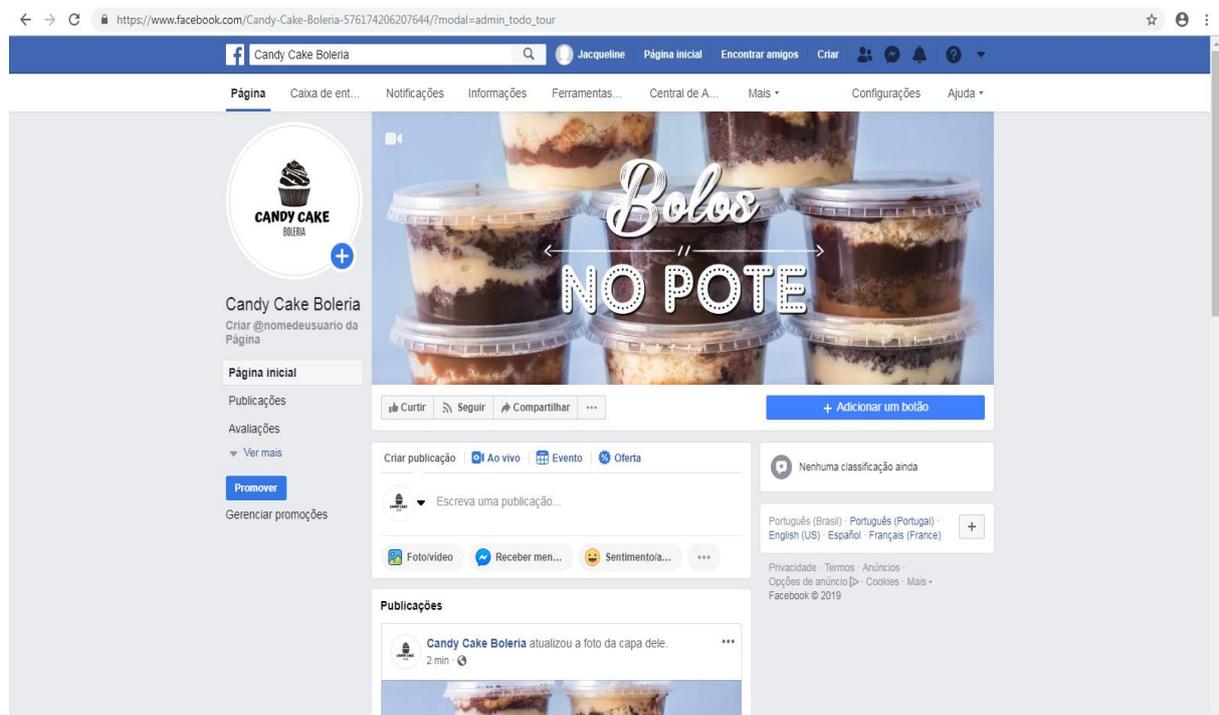
A Candy Cake Boleria utilizará meios de divulgação como as redes sociais (Facebook e Instagram) por ser os meios de comunicação mais utilizado do nosso público alvo, que são pessoas que gostam e possam comer os nossos bolos , também atentas em redes buscando por novidades na ramo alimentício.

Imagem 05: Página do Instagram da empresa



Fonte: (Do próprio autor, 2019)

Imagem 06: Página do Facebook da empresa



Fonte: (Do próprio autor, 2019)

Imagem 07: Aplicativo da empresa

BOLO NO POTE

CANDY CAKE

MONTE SEU BOLO DO JEITO QUE PREFERIR

POTES

POTE DE 250 ML R\$5,00 

POTE DE 450ML R\$8,00 

POTE DE 600ML R\$10,00 

MASSAS

CHOCOLATE 

CENOURA 

RED VELVET 

NOZES 

BAUNILHA 

RECHEIOS

BRIGADEIRO 

KINDER 

NINHO 

DOCE DE LEITE 

NESQUIK 

COBERTURAS

PAÇOCA 

GRANULADO 

AMENDOIM 

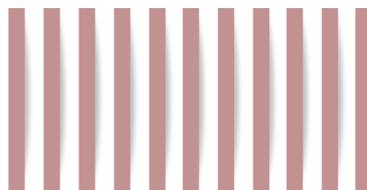
COCO RALADO 

KINDER 

CONFETE 

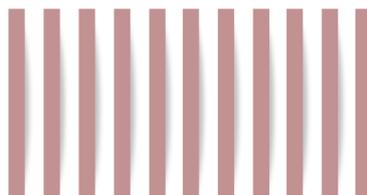
ENTREGA

ENTREGAR NO ENDEREÇO:



PEDIDO FINALIZADO

A CANDY CAKE AGRADECE



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

5.4.4. Praça

A praça é como o seu cliente chega até você, aos seus produtos e serviços.

Kotler; Armstrong (1993, p.29) denominam praça como sendo "as atividades da empresa que fazem com que o produto esteja disponível para os consumidores-alvo".

A Candy Cake Boleria não possui espaço físico apenas conta com aplicativo para pedidos e *delivery*, Fernandópolis-SP, 15600-000.

5.5. Análise do ambiente

5.5.1. Análise SWOT

Análise SWOT é uma ferramenta importante para se obter o planejamento estratégico da empresa, assim recolhendo dados que vão caracterizar os ambientes sejam eles interno (forças e fraquezas) ou externos (oportunidades e ameaças) da organização.

Imagem 08: Análise SWOT da Candy Cake Boleria

ANÁLISE SWOT

	AJUDA	ATRAPALHA
INTERNA (ORGANIZAÇÃO)	<ul style="list-style-type: none">- Aplicativo- Excelente localização- Funcionários qualificados- Produtos de qualidade- Serviço de entrega	<ul style="list-style-type: none">- Padarias próximas- Bolo de vida- Valor do aluguel
EXTERNA (AMBIENTE)	<ul style="list-style-type: none">- Parcerias com Buffet- Abertura de novas lojas na região- Devolução dos potes ao fornecedor	<ul style="list-style-type: none">- Novos entrantes no mercado- Fornecimento de produtos

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

- **Forças:** Aplicativo: nossos bolos também podem ser pedidos através do nosso aplicativo, que poderá ser atualizado se necessário. Excelente localização: a empresa estará localizada perto do centro, portanto facilita a deslocação do motoboy para entregas, Funcionários qualificados: os funcionários serão todos treinados para assumir seu cargo. Produto de qualidade: nós selecionaremos produtos de qualidade para produzir os bolos no pote. Serviço de entrega: nós vamos ter o serviço de entrega feito pelo motoboy terceirizado no conforto da sua casa.

- **Fraquezas:** Padarias próximas: o nosso ponto de distribuição ficará perto de padarias e supermercados. Bolo de Vida: a bicicleta de bolo cada dia está em um local, contando com bolos parecidos com o nosso, o que pode nos atrapalhar, sendo assim um forte concorrente. Valor do aluguel: o valor pode alterar o que pode nos prejudicar.

- **Solução para as fraquezas:** Apesar de possuir concorrentes, a Candy Cake Boleria vai trabalhar o seu diferencial competitivo: fidelizando nossos clientes com banco de dados (nome, telefone, endereço, etc.), em que no dia do seu aniversário o mesmo vai receber um bolo no pote e um cartão de mensagem. Sendo

assim observaremos as necessidades dos nossos consumidores, ou seja, o que eles valorizam em uma organização do mesmo ramo que o nosso, o que é um ponto positivo a favor do nosso negócio. O valor do nosso aluguel pode aumentar, por ser uma casa alugada pela imobiliária, portanto o que sugerimos a mesma foi que, fechassem contrato por tempo maior conosco, diminuindo assim o risco de aumentarmos o valor dos bolos para conseguir manter as despesas da empresa.

- **Oportunidades:** Parceria com Buffet: a nossa empresa, mediante contrato, poderá fornecer bolos para eventos. Candy Cake Boleria. Abertura de novas lojas na região: Mediante o sucesso da empresa, poderemos pensar em abrir novas empresas em nossa região. Devolução dos potes para o fornecedor: Recolheremos os potes dos nossos clientes, que ao total de dez obterão um desconto de 5% na próxima compra; e devolveremos ao nosso fornecedor para o mesmo reciclar corretamente.

- **Ameaças:** Novos entrantes no mercado: o mercado de Fernandópolis pode contar no futuro com novas empresas do mesmo ramo que a nossa, aumentando assim os nossos concorrentes. Fornecimento de produtos: o preço dos nossos fornecedores pode aumentar, conseqüentemente aumentaremos o preço dos bolos, podendo dificultar as vendas.

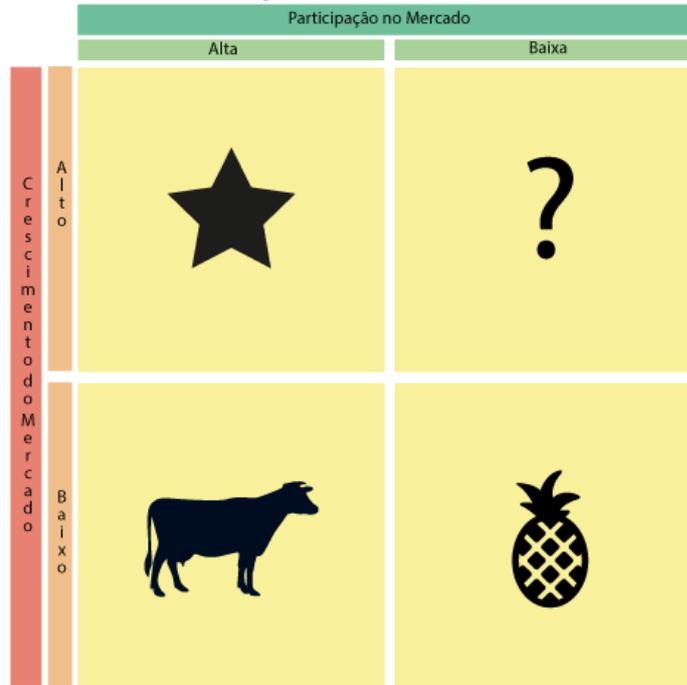
5.5.2. Matriz BCG / Matriz CVP

Segundo Kotler (2000, p.92)

A Matriz BCG iniciam-se como ponto de interrogação, tornam-se estrelas, depois vacas leiteiras e por fim animais de estimação. Por esse motivo, as empresas deveriam examinar não apenas as posições de seus negócios na Matriz BCG, mas também suas mudanças de posição.

A Matrix BCG fundamenta o ciclo de vida do produto, assim ajuda os gestores da empresa tomar certas decisões sobre a necessidade do produto, se ela tem que inovar, melhorar, ou até mesmo mudar sua estratégia de Marketing.

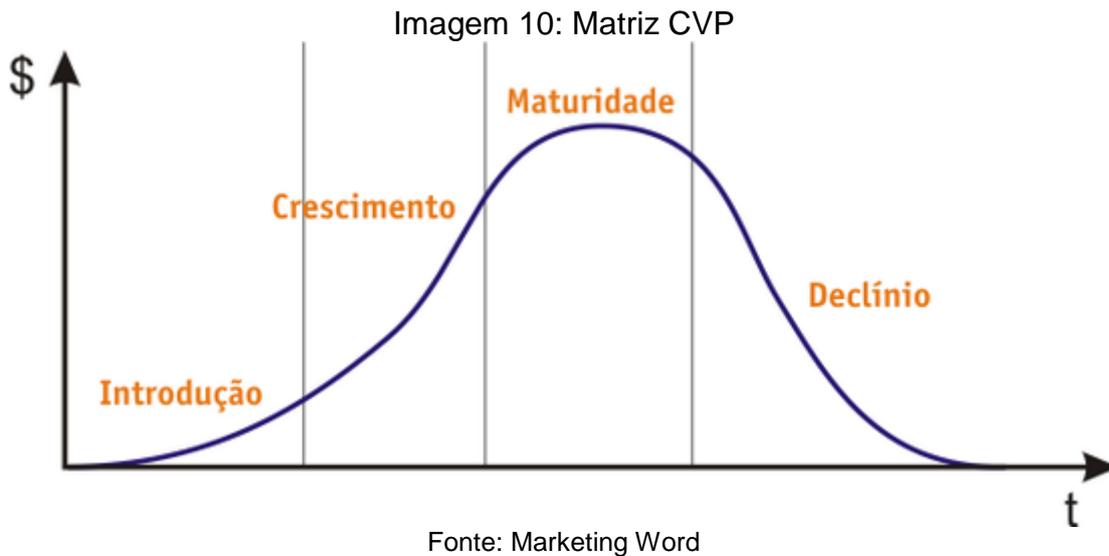
Imagem 09: Matriz BCG



Fonte: (Guia da Gestão).

A Candy Cake Boleria encontra-se na interrogação pois entraremos agora no mercado de trabalho, podendo ter baixa aceitação do público ou não, podendo apresentar baixo retorno, sendo necessário uma alta estratégia de Marketing, fazendo que o produto cresça no mercado tornando-se estrela.

O ciclo de vida do produto é quando o mesmo passa pela a introdução no mercado até o seu declínio. Também existe a possibilidade dependendo das estratégias que produtos pulem algumas das etapas.



Para sair da introdução a Candy Cake Boleria investirá sempre em publicidade mostrando novidades de novos sabores, recheios e possíveis coberturas, buscando sempre melhorar a prestação de serviço conquistando novos clientes, entrando assim na fase do crescimento e chegando na maturidade.

5.6. Análise dos concorrentes

A empresa Candy Cake Boleria possui como concorrente direto o Bolo de vida, que também é uma empresa que oferece bolos no pote. Como concorrentes indiretos temos supermercados, padarias e confeitarias.

Para solucionarmos a concorrência vamos nos esforçarmos para fazer o melhor em bolos, com produtos de qualidade e preço acessível a todos.

5.7. Definição de Objetivos e Metas

- Nossa empresa estará sempre buscando trazer inovação aos clientes, como inovar os sabores e combinações de bolo e recheio, embalagem e entrega dos produtos.

- Ser reconhecido em Fernandópolis e região, devido a qualidade dos produtos e bom atendimento.
- Profissionais capacitados – Cada funcionário receberá o treinamento específico para sua função designada.

5.9. Definição de marca

Marca é uma forma de identificar ou distinguir uma empresa ou entidade de maneira à torna-la única e reconhecível.

Segundo Aaker (1996) Valor da marca é um conjunto de recursos, que agregam ou subtraem valor a um produto ou serviço em benefício da empresa e de seus clientes.

5.9.1. Uniforme:

Imagem 11: Uniforme da Candy Cake Boleria



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Os uniformes da Candy Cake Boleria serão da cor branca e personalizados com a logo da empresa. O modelo masculino será uma camiseta polo e a feminina será baby look polo.

5.9.2. Manual de Identidade Visual

É a forma como a empresa se apresenta, pode ser por um logotipo, símbolo ou qualquer outro elemento.

De acordo com Aaker:

[...] um nome diferenciado e/ou símbolo (tal como um logotipo, marca registrada, ou desenho de embalagem) destinado a identificar os bens ou serviços de um vendedor ou de um grupo de vendedores e a diferenciar esses bens e serviços daqueles dos concorrentes. Assim, uma marca sinaliza ao consumidor a origem do produto e protege, tanto o consumidor quanto o fabricante, dos concorrentes que oferecem produtos que pareçam idênticos.

Imagem 12: Logomarca da Candy Cake Boleria



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

No logo da nossa empresa, optamos usar as cores preta que é associada com a elegância e o branco que atribui paz, pureza e limpeza. As mesmas combinam com a nossa empresa, já que preparamos bolos *gourmet*.

5.10. Endomarketing

Segundo Bekin (2004), considerado pioneiro do conceito, a definição de endomarketing se dá na seguinte maneira:

O endomarketing consiste em ações de marketing dirigidas ao público interno da empresa ou organização. Sua finalidade é promover entre os funcionários e os departamentos os valores destinados a servir cliente ou, dependendo do caso, o consumidor. Essa noção de cliente, por sua vez, transfere-se para o tratamento dado aos funcionários comprometidos de modo integral com os objetivos da empresa (BEKIN, 2004, p.03).

A Candy Cake Boleria vai dirigir o marketing interno ao nosso colaborador através de reconhecimentos, feedbacks e ao final da semana o mesmo ganhará um bolo no pote.

5.10.1. Motivação

Gil (2001, p. 202) acredita que motivação é:

[...] a força que estimula as pessoas a agir. No passado, acreditava-se que esta força era determinada principalmente pela ação de outras pessoas, como pais, professores ou chefes. Hoje, sabe-se que a motivação tem sempre origem numa necessidade. [...] é consequência de necessidades não satisfeitas.

O papel dos sócios é identificar o que motiva seus colaboradores, a fim de mantê-los empenhados a realizar suas atividades corretamente, ou seja, trabalhar mais satisfeitos. Um feedback positivo é capaz de estimular o colaborador gerando assim resultados ainda melhores.

5.10.2. Integração

O processo de integração na empresa dos sócios será através de reuniões e comemoração com família dos mesmos, passando todo tipo de informação e aprendizado que puder em relação à organização, assim melhorando todo relacionamento dentro da organização, construindo um ambiente agradável para se produzir e obter lucros. .

5.10.3. Informação

A Candy Cake Boleria terá como informação entre os sócios, e-mail, grupo de conversas no Whatsapp que só poderá ter conversas sobre as dúvidas relacionadas sobre clientes, fornecedores.

5.11. Plano de fidelização

A Candy Cake Boleria vai buscar a fidelização do cliente e do fornecedor, satisfazendo as necessidades dos seus mesmo, podendo maximizar o negócio, mantendo a empresa à frente da concorrência. Vamos proporcionar aos clientes promoções qualidade nos produtos e um preço acessível. Aos fornecedores que atenderem os requisitos impostos pela empresa, será garantido o abastecimento de produtos à empresa com os mesmo.

Conforme afirma, Jones (2007, p.74) “Se clientes satisfeitos são a alma de qualquer negócio bem-sucedido, clientes fiéis são essenciais para a sustentação da liderança no negócio”.

5.12. Estratégias de pós-vendas

O pós-venda é um conjunto de atividades dentro do componente de marketing que após realizar a venda do produto ou prestar algum serviço, a organização elabora pesquisas para identificar a satisfação dos clientes, assim buscando sempre fidelizar o mesmo.

A Candy Cake Boleria vai trabalhar com parcerias em festa, buffet e promoções, vamos possuir cartões de fidelização e assim planejar uma estratégia de pós vendas, atraindo e fidelizando os nossos clientes.

5.13. Marketing Social e Verde

O Marketing social é um conjunto de ações realizadas por causas sociais, ou seja, ao invés de focarmos na venda do nosso produto, vamos doar às pessoas que não tem necessidade de comprar.

A Candy Cake Boleria vai realizar uma doação de bolos no pote de acordo com a quantidade de pessoas carentes que são atendidas na entidade, no dia das crianças, assim praticando um ato de solidariedade.

O Marketing verde é uma estratégia da empresa no qual foca nos benefícios dos seus produtos em relação ao meio ambiente.

A Candy Cake Boleria vai ter um processo de recolhimento das embalagens, no qual após o cliente atingir e devolver 10 potes da nossa embalagem para a empresa, na próxima compra obterá 5% de desconto.

5.14. Pesquisa de Mercado

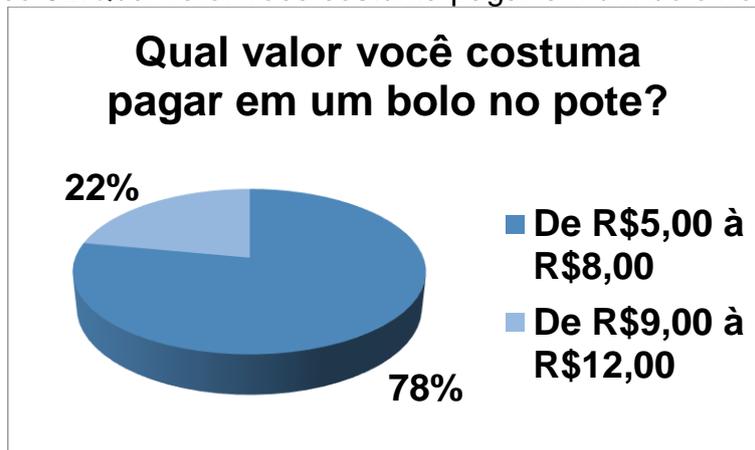
Mais especificamente, a pesquisa de mercado é o desenvolvimento, a interpretação e a comunicação da informação orientada para a decisão a ser usada em todas as fases do processo de marketing (ETZEL; WALKER; STANTON; 2001; p. 77).

Gráfico 01: Você compra bolo no pote?



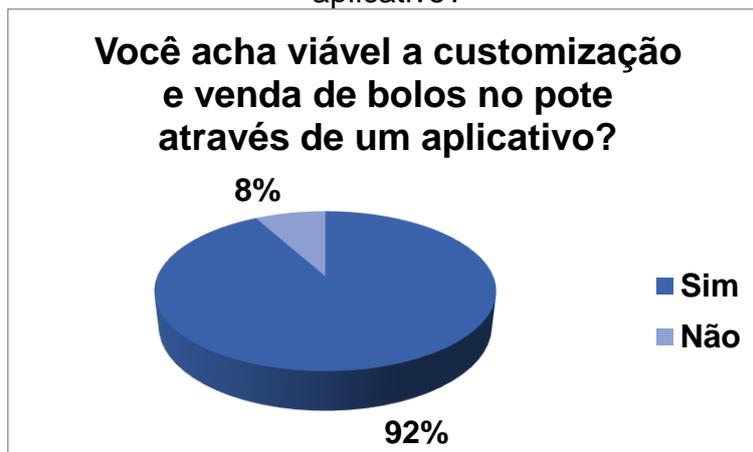
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 02: Qual valor você costuma pagar em um bolo no pote?



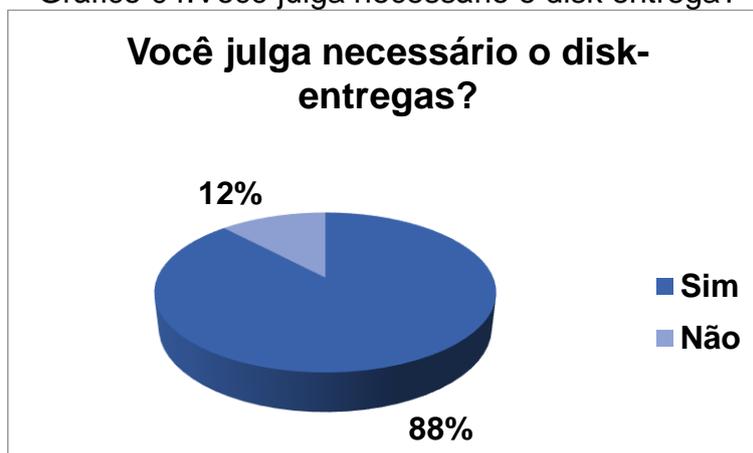
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 03: Você acha viável a customização e vendas de bolo através de um aplicativo?



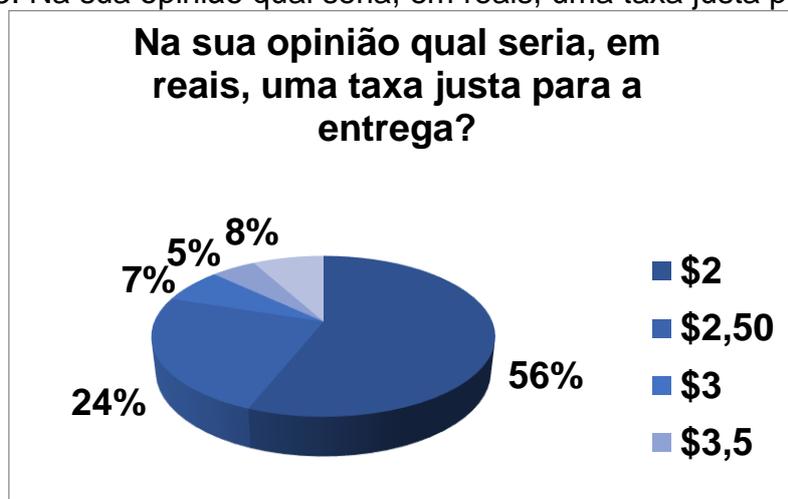
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 04: Você julga necessário o disk entrega?



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 05: Na sua opinião qual seria, em reais, uma taxa justa para entrega



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 06: Seria necessário a abertura de uma loja física ?



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

As pesquisas foram aplicadas com o propósito de descobrir a viabilidade da abertura da Candy Cake Boleria na cidade de Fernandópolis-Sp. As perguntas foram elaboradas com o objetivo de esclarecer sobre o consumo, preferências e a implantação de um aplicativo de pedidos. Através das pesquisas concluímos que a abertura da empresa seria viável com o uso do aplicativo e que o consumo de bolos no pote da cidade de Fernandópolis é alto, o preço varia de R\$5,00 a R\$8,00 de acordo com as respostas apresentadas. Também foi concluído que seria necessário um disk entregas e que uma taxa justa seria de R\$2,00. Segundo as pesquisas os entrevistados vê a necessidade de uma loja física porém não seria viável para a empresa para manter os custos, portanto iremos trabalhar com atendimento pelo aplicativo com o delivery.

CAPÍTULO VI

6. Planejamento Financeiro

Gitman (2010):

Descreve que o planejamento financeiro é importante porque irá indicar antecipadamente as necessidades de numerários para o atendimento dos compromissos que a empresa costuma assumir, considerando os prazos para serem saldados.

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

Um dos fatores mais importantes na constituição de uma empresa é a estimativa do investimento para iniciá-la e como obter esse capital. Por meio do investimento inicial a empresa terá condições de reunir os recursos necessários, como recursos humanos, materiais e financeiros, para seu funcionamento (CHIAVENATO, 2007).

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 físico

Tabela 01: Máquinas e Equipamentos

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor total
Batedeira	2	R\$ 359,99	R\$ 719,98
Prateleira	2	R\$ 329,00	R\$ 658,00
Forno Industrial	1	R\$ 599,00	R\$ 599,00
Geladeira	1	R\$ 1.699,00	R\$ 1.699,00
Mesa	2	R\$ 142,41	R\$ 284,82
Liquidificador	2	R\$ 262,59	R\$ 525,18
Assadeira	1	R\$ 26,00	R\$ 26,00
Fogão	2	R\$ 419,00	R\$ 838,00
TOTAL			R\$ 5.349,98

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Tabela 02: Móveis e Utensílios

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	valor total
Cadeira para escritório	1	R\$ 159,90	R\$ 159,90
Mesa para escritório	1	R\$ 278,30	R\$ 278,30
Kit de utensílios de silicone	1	R\$ 279,49	R\$ 279,49
Luvas	1	R\$ 15,99	R\$ 15,99
Máscaras	1	R\$ 10,00	R\$ 10,00
Potes de vidro	1	R\$ 575,00	R\$ 575,00
Touca	1	R\$ 6,20	R\$ 6,20
Produtos de limpeza	1	R\$ 79,68	R\$ 79,68
Computador	1	R\$ 1.870,52	R\$ 1.870,52
Impressora de nota fiscal	1	R\$ 455,98	R\$ 455,98
TOTAL			R\$ 3.890,96

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Fazendo uma análise de tudo que será gasto para abrir a empresa entre máquinas, equipamentos, móveis e utensílios terá um investimento físico de R\$ 9.161,84.

6.2. Investimento Financeiro

Um bom planejamento financeiro deve prever o que acontecerá caso o planejado não ocorra, frustrando as expectativas dos executivos e do mercado ou se o mercado não estiver aquecido o suficiente para dar o retorno esperado.

6.2.1. Estimativa de investimentos

Nas tabelas abaixo, tabela nº 03 e 04, descrevemos todos os produtos que serão necessários na Candy Cake Boleria para o início de suas atividades e a estimativa de capital de giro.

Tabela 03: Estimativa do Estoque Inicial

Achocolatado kg	2	R\$ 30,00	R\$ 60,00
Açúcar kg	25	R\$ 35,90	R\$ 897,50
Amendoim kg	2	R\$ 20,00	R\$ 40,00
Beterraba um	6	R\$ 5,00	R\$ 30,00
Cenoura um	6	R\$ 5,00	R\$ 30,00
Coco ralado kg	2	R\$ 23,85	R\$ 47,70
Confete kg	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
Doce de leite kg	5	R\$ 25,00	R\$ 125,00
Essência de baunilha L	3	R\$ 19,90	R\$ 59,70
Farinha de Trigo kg	30	R\$ 3,49	R\$ 104,70
Fermento kg	2	R\$ 32,87	R\$ 65,74
Granulado kg	2	R\$ 20,00	R\$ 40,00
Kinderbueno caixa	3	R\$ 96,09	R\$ 288,27
Leite condensado kg	2	R\$ 36,31	R\$ 72,62
Leite em pó kg	5	R\$ 31,91	R\$ 159,55
Paçoca 900g	2	R\$ 16,81	R\$ 33,62
Manteiga kg	5	R\$ 8,49	R\$ 42,45
Ovos cartela	10	R\$ 7,40	R\$ 74,00
Nesquik 380g	4	R\$ 11,79	R\$ 47,16
Nozes kg	1	R\$ 55,00	R\$ 55,00
Nutella 3kg	1	R\$ 159,99	R\$ 159,99
Óleo 900ml	8	R\$ 2,57	R\$ 20,56
Material de limpeza	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
TOTAL			R\$ 2.653,56

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Tabela 04: Estimativa de Capital de Giro

Descrição	TOTAL
Reserva de Caixa (Cobertura dos Custos)	R\$13.614,24
TOTAL DOS INVESTIMENTOS FINANCEIROS	R\$13.614,24

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

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\$ 13.267,80 (treze mil e duzentos sessenta sete reais e oitenta centavos), como demonstrado nas tabelas n° 03 e n° 04.

6.3. Investimentos pré-operacionais

Tabela 05: Investimentos Pré-operacionais

Investimentos Pré-Operacionais	TOTAL
Despesas de Legalização	R\$ 1.174,00
Divulgação	R\$ 550,00
Outras despesas (Aplicativo no ar)	R\$ 650,00
TOTAL	R\$ 2.374,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Tabela 06: Investimentos fixo/financeiros

Investimentos fixo/financeiros	TOTAL
Estoque inicial	R\$ 2.653,56
Capital de giro	R\$ 13.614,24
Software / Aplicativo	R\$ 5.000,00
Carrinho degustação	R\$ 1.800,00
TOTAL	R\$ 23.067,80

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Na tabela acima, tabela nº 05 e 06, foi descrito o que será gasto com a Candy Cake Boleria antes dela entrar em funcionamento, como despesas de legalização, reformas, divulgação pré-lançamento, e outras despesas.

6.3.1. Legalização

Calculamos o valor de R\$ 3.000,00 (três mil reais), para despesas de legalização, como alvará do bombeiro e a necessidade de ART de engenheiro elétrico, além de outros possíveis gastos preferimos deixar este valor.

6.3.2. Dependências Físicas

Não foi reservado um estoque para dependências físicas, pois a instalação da cozinha será de total responsabilidade do fornecedor, e o local alugado está em perfeito estado.

6.3.3. Divulgação e Treinamento

Optamos em reservar o valor de R\$ 350,00 (trezentos e cinquenta reais) para a divulgação, pois para inauguração vamos fazer, propagandas através de folders, promover anúncios nas redes sociais entre outros, e o valor de R\$ 200,00 (duzentos reais) que será destinado ao treinamento dos colaboradores.

6.3.4. Outras Despesas

A Candy Cake Boleria não deixará nenhum valor reservado para outras despesas, pois está tudo reservado e apresentado em seus locais específicos.

6.4. Estimativa do Investimento Total

A tabela abaixo, tabela nº 07, está descrevendo o que será investido para a abertura da Candy Cake Boleria

Tabela 07: Investimento Total

Descrição	TOTAL
Estimativa dos Investimentos Fixos	R\$ 9.240,94
Estimativa dos Investimentos Financeiros	R\$ 23.067,80
Estimativa dos Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 2.374,00
TOTAL	R\$ 34.682,74

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.5. Estimativa do faturamento mensal

A tabela abaixo, tabela nº 08, está discriminando a previsão de faturamento de 1 (um) mês da Candy Cake Boleria.

Tabela 08: Estimativa do Faturamento

Produto	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário	Dias / mês	Faturamento Total
Bolo no pote de 250 ML	30/ Dia	R\$ 5,00	25	R\$ 3.750,00
Bolo no pote de 450 ML	30/ Dia	R\$ 8,00	25	R\$ 6.000,00
Bolo no pote de 600 ML	30/ Dia	R\$ 10,00	25	R\$ 7.500,00
TOTAL				R\$ 17.250,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.5.1. Elaboração do preço de venda

O preço de venda da Candy Cake Boleria foi calculado através dos gastos que teremos com as despesas mensais R\$ 6.667,75.

$$6.667,75 / 17.250,00 = 0,38 \times 100 = 38,65\%$$

Tendo em vista que a empresa estará enquadrada no regime Simples Nacional, anexo III, terá como percentual de imposto 4%, mais o percentual do lucro decidido pelos sócios na porcentagem de 35%.

$$100 - (38,65\% + 4\% + 30\%) = 27,35\% / 100 = 0,2735$$

O nosso mark-up divisor está avaliado como 0,2735, 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 09: Estimativa do custo com matérias/insumos

Descrição	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Achocolatado kg	2	R\$ 30,00	R\$ 60,00
Açúcar kg	25	R\$ 35,90	R\$ 897,50
Amendoim kg	2	R\$ 20,00	R\$ 40,00
Beterraba um	6	R\$ 5,00	R\$ 30,00
Cenoura um	6	R\$ 5,00	R\$ 30,00
Coco ralado kg	2	R\$ 23,85	R\$ 47,70
Confete kg	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
Doce de leite kg	5	R\$ 25,00	R\$ 125,00

Essência de baunilha L	3	R\$ 19,90	R\$ 59,70
Farinha de Trigo kg	30	R\$ 3,49	R\$ 104,70
Fermento kg	2	R\$ 32,87	R\$ 65,74
Granulado kg	2	R\$ 20,00	R\$ 40,00
Kinderbueno caixa	3	R\$ 96,09	R\$ 288,27
Leite condensado kg	2	R\$ 36,31	R\$ 72,62
Leite em pó kg	5	R\$ 31,91	R\$ 159,55
Paçoca 900g	2	R\$ 16,81	R\$ 33,62
Manteiga kg	5	R\$ 8,49	R\$ 42,45
Ovos cartela	10	R\$ 7,40	R\$ 74,00
Nesquik 380g	4	R\$ 11,79	R\$ 47,16
Nozes kg	1	R\$ 55,00	R\$ 55,00
Nutella 3kg	1	R\$ 159,99	R\$ 159,99
Óleo 900ml	8	R\$ 2,57	R\$ 20,56
embalagens	90	R\$ 0,91	R\$ 82,00
Material de limpeza	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
TOTAL			R\$ 2.735,56

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.7. Estimativa de custos de comercialização

A tabela abaixo, tabela nº 10, demonstra o que será pago de imposto no regime Simples Nacional, sendo sua alíquota única definida à 4%.

Tabela 10: Custo de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
Impostos	4%	R\$ 690,00	R\$ 690,00
TOTAL			R\$ 690,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.8. Estimativa de custos de mão-de-obra

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

Tabela 11: Custo de Mão de Obra

Descrição	Quantidade	Custo Unitário	TOTAL
Sócios	4	R\$ 998,00	R\$ 3.992,00
TOTAL			R\$ 3.992,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.9. Despesas com depreciação

Na tabela abaixo, tabela nº 12, apresenta os valores que será poupado para a troca e manutenção dos equipamentos, máquinas, móveis e utensílios da empresa.

Tabela 12: Custos com Depreciação

Ativos Fixos	Valor do Bem	Vida Útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 5.110,98	10	R\$ 511,98	R\$ 42,66
Móveis e Utensílios	R\$ 3.971,18	10	R\$ 397,11	R\$ 33,09
TOTAL				R\$ 75,75

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.10. Estimativa dos custos fixos mensais

Na tabela abaixo, tabela nº 13, 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 13: Custos Fixos Mensais

Descrição	Custo Total Mensal	
Aluguel	R\$	640,00
Água	R\$	100,00
Energia Elétrica	R\$	100,00
Internet	R\$	90,00
Honorários do Contador	R\$	280,00
Pró-Labore	R\$	3.992,00
Gás	R\$	140,00
Material de Limpeza	R\$	100,00
Depreciação	R\$	75,75
Software do aplicativo	R\$	500,00
Manutenção /hospedagem	R\$	650,00
Terceirização/ Entrega	R\$	998,00
TOTAL	R\$	7.665,75

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.11. Demonstrativo de resultados

Tabela 14: D.R.E (Demonstrativo de Resultado do Exercício)

Descrição	Valor	Índice	%
Receita Total com Vendas	R\$ 17.250,00		
Custos Variáveis Totais	R\$ 2.735,56	0,15	15,85%
Margem de Contribuição	R\$ 14.514,44	0,84	84,14%
Custos Fixos Totais	R\$ 7.667,75	0,44	44,45%
Lucro do Exercício	R\$ 6.846,69	0,39	39,69%

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.12. Indicadores de viabilidade

Tabela 15: Indicadores

Ponto de Equilíbrio	R\$ 8.913,66	
Lucratividade	39,69%	
Rentabilidade	19,74%	
Prazo de Retorno do Investimento		Ano
	5	meses

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

6.12.1. Ponto de Equilíbrio

O indicador acima, tabela nº 15, demonstra quanto a empresa necessita faturar para que sua receita iguale a suas despesas, ou seja sem nenhum ganho, na Candy Cake Boleria o ponto de equilíbrio será de R\$ 8.913,66

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 Candy Cake Boleria será de 39,69%, isso significa que a cada R\$ 100,00 reais vendidos sobrarão R\$ 39,69.

6.12.3. Rentabilidade

A rentabilidade e o retorno do capital investido na abertura da empresa, apresenta o indicador de 19,74%

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 Candy Cake Boleria tem o prazo de retorno de 5 meses, ou seja, em menos de ano, o capital investido retornará aos seus sócios.

CAPÍTULO VII

7. Responsabilidade social

Segundo Dias (2012, p. 20) responsabilidade social é definida como:

Um conjunto de ideias e práticas da organização que fazem parte de sua estratégia e que têm como objetivo evitar prejuízos e/ou gerar benefícios para todas as partes interessadas (stakeholders) na atividade da empresa (consumidores, empregados, acionistas, comunidade local, meio ambiente etc.), adotando métodos racionais para atingir esses fins e que devem resultar em benefícios tanto para a organização como para a sociedade.

A Candy Cake Boleria terá como responsabilidade social, a data comemorativa dia das crianças, levando as crianças do orfanato para um belo dia de diversão e degustação de deliciosos bolos na praça da matriz em Fernandópolis com a parceria do Juninho Doces que é um dos nossos fornecedores que se disponibilizará para ajudar com os insumos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Montar um negócio não quer dizer que o mesmo irá se concretizar, pois a falência de micro empresas brasileiras é elevada. Para ser uma empresa de sucesso, depende muito das decisões que o empreendedor irá tomar antes de sua abertura. As pesquisas realizadas possibilitaram verificar que os nossos possíveis clientes buscam produtos de qualidade, com preço justo/acessível e o principal julgam que o *delivery* para a Boleria é essencial. Para chegarmos à conclusão da viabilidade da Candy Cake Boleria, calculamos alguns indicadores financeiros da mesma, como: despesas, receitas, taxa de rentabilidade, ponto de equilíbrio taxa de retorno, demonstração do resultado do exercício, etc.

Os estudos e análises feitos relacionados à Candy Cake Boleria, demonstra ser viável tanto econômico quanto financeiramente.

Concluimos então, através deste trabalho que a utilização das ferramentas administrativas é muito importante para o bom planejamento de uma empresa, com isso, foi constatado que atualmente a abertura da empresa é viável pela demanda de bolo no pote.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ALVAREZ, Maria Esmeralda Ballestero. **Organização, Sistemas e Métodos**. Mcgraw-hill, 1990

BEKIN, Saul Faingaus. **Endomarketing: Como praticá-lo com sucesso**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

BERGAMINI, Cecília Whitaker, **A Dificil Administração das Motivações**. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, FGV, janeiro/ março 1998.

BERTAGLIA, Paulo. Roberto. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**; São Paulo: Saraiva, 2006.

CÂMARA, Pedro. B.; GUERRA, Pedro. Balreira; RODRIGUES, Joaquim. Vicente., Humanator. **Recursos Humanos e Sucesso Empresarial**. Lisboa: Edições Dom Quixote. 2003.

CHIAVENATO Idalberto. **Gestão de pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**. São Paulo: Atlas, 1995

CHIAVENATO, Idalberto. **Desempenho humano nas empresas: como desenhar cargos e avaliar o desempenho para alcançar resultados**. 6. ed. Barueri: Manole, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

Chiavenato, Idalberto. **Gestão de pessoal: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 13ª Ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. 2ª edição, Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas; e o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2004 4ª Reimpressão.

CHIAVENATO, Idalberto. **Planejamento, Recrutamento e seleção de pessoal**. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

CHURCHILL, Gilbert A. Jr. PETER, J. Paul. **Marketing criando valor para os clientes**. 2ªed São Paulo. Saraiva, 2000.

DIAS, Reinaldo. **Responsabilidade social: fundamentos e gestão**. São Paulo: Atlas, 2012.

DUTRA, Joel Souza. **Gestão de Pessoas: modelos, processos, tendências e perspectivas**. São Paulo: Atlas S.A., 2002.

ETZEL, Michael. J.; STANTON, William. J.; WALKER, Bruce. J. **Marketing**. 11. ed. São Paulo: Makron Books, 2001.

GIL, Antônio Carlos. **Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo: Atlas, 2001.

GITMAN, Lawrence Jeffrey..**Princípios de Administração Financeira**. 7. ed. São Paulo: Harbra, 2002.

HITT, Michael A; Ireland, R. Duane; Hoskisson, Robert E.. **Administração estratégica**. São Paulo: Thomson Learning, 2002.

JONES, Thomas O. **Fidelização de Clientes – Medindo, Gerenciando e Criando Valor**. 2007 – Artigo.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5ªed. SÃO PAULO: Atlas, 1996.

KOTLER, Philip.; ARMSTRONG. Gary **Princípios de Marketing**. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil Ltda., 1993

KOTLER, Philip. ; KELLER, Lane kevin. **Administração de marketing: A Bíblia do marketing**. 12ª ad. pearsoneducation, 2006

LACOMBE, Francisco José Masset. **Recursos humanos: princípios e tendências**. São Paulo: Saraiva, 2005.

MARTINS, Petrônio. G.; LAUGENI, Fernando. Piero., **Administração da Produção**, 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

MONCHY, François. **A Função Manutenção: Formação para a gerência da Manutenção Industrial**. 1.ed. São Paulo: Ed. Durban, 1987.

OGDEN, James. R.; CRESCITELLI, Edson. **Comunicação integrada de marketing: conceitos, técnicas e práticas**.– 2. Ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

Osterwalder, Alexander. & Pigneur, Yves. (2011). **Business Model Generation: Inovação em Modelos de Negócios**. Rio de Janeiro: Alta Books.

PASCHOAL, Luiz. **Gestão de Pessoas: nas micros, pequenas e médias empresas.** 1ªed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.

SILVA, Ciro Pereira da, **A terceirização responsável: modernidade e modismo.** São Paulo: LTr, 1997.

SILVA, Mateus, de Oliveira, **O. Manual de gestão de pessoas e equipes: Operações.** Volume II. São Paulo: Gente, 2002

SIVIERI, Luiz Humberto. **Saúde no Trabalho e Mapeamento dos Riscos** São Paulo, 1996 Santos Cláudio F.P.dos. Apostila Mapa De Risco, 1999.

TOLEDO, Flavio de. MILIONI, Benedito. **Dicionário de Recursos Humanos.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1986.

APÊNDICES

Apêndice 01 – Contrato Social da Candy Cake Boleria

CONTRATO SOCIAL – SOCIEDADE LIMITADA CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DA CANDY CAKE BOLERIA

1. EUDIS MARCELO PIVA, brasileiro, casado, administrador, portador do CPF nº 122.279.401-88 e do RG 20.556.211, residente e domiciliado na Rua Romildo José Sandrim nº737, Jardim Residencial Por do Sol, Fernandópolis - São Paulo, CEP: 15600-350

2. JACQUELINE CONCEIÇÃO CARVALHO, brasileira, solteira, atendente, portadora do CPF nº 321.549.679-51 e do RG 49.865.842-5, residente e domiciliada na Rua Pedro Benez nº227, Residencial Mário Benez, Fernandópolis - São Paulo, CEP: 15603-716.

3. JULIA LUIZA DOS SANTOS, brasileira, solteira, auxiliar de confeitadeira, portadora do CPF nº 287.349.588-99 e do RG 28.421.190-5, residente e domiciliada na Av. Francisco Costa nº1838, Jardim Residencial Por do Sol, Fernandópolis - São Paulo, CEP: 15600-362.

4. JULIA PAULINO, brasileira, solteira, confeitadeira, portadora do CPF nº 464.679.243-69 e do RG 22.134.697-0, residente e domiciliada na Avenida Castelo Branco nº1424, Jardim Planalto, Fernandópolis - São Paulo, CEP: 15603-480.

Constituem uma sociedade limitada mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Candy Cake Boleria porém não possui espaço físico mas os bolos serão feitos em uma casa localizada na Av. Paulo Saravalli nº2000 - Parque Estoril Fernandópolis-SP, 15600-000. Contamos com aplicativo próprio para pedidos e delivery.

2ª Seu objeto social será bolos no pote.

3ª O capital social será de R\$ 49.732,75 (quarenta e nove mil setecentos e trinta e dois reais e setenta e cinco centavos), dividido em 4 pessoas (25%) quotas no valor nominal de R\$ 1,00 (um real), cada uma, subscritas

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

Eudis Marcelo Piva	nº de quotas 12. 433,20	R\$12.443,20.
Jacqueline Conceição Carvalho	nº de quotas12. 433,20	R\$ 12.443,20.
Julia Luiza dos Santos.....	nº de quotas12. 433,20	R\$ 12.443,20.
Julia Paulino	nº de quotas12. 433,20	R\$ 12.443,20.
Total	nº de quotas 49.732,75R\$ 49.732,75.

3.2 que serão integralizadas até 28/05/19, em moeda corrente do País, a partir de 28/08/19 sendo distribuídas conforme segue:

Eudis Marcelo Piva	nº de quotas 12. 433,20	R\$12.443,20.
Jacqueline Conceição Carvalho	nº de quotas12. 433,20	R\$ 12.443,20.
Julia Luiza dos Santos.....	nº de quotas12. 433,20	R\$ 12.443,20.
Julia Paulino	nº de quotas12. 433,20	R\$ 12.443,20.
Total	nº de quotas 49.732,75R\$ 49.732,75.

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

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

6ª A sociedade iniciará suas atividades em 04/06/19 e seu prazo de duração é por tempo indeterminado. **(art 967 , CC/2002)**

7ª A administração da sociedade caberá com os poderes e atribuições podendo os sócios assinar na forma isoladamente ou em conjunto autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

8ª Ao término da cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados.

9ª A sociedade poderá levantar balanços ou balancetes patrimoniais em períodos inferiores a um ano, e o lucro apurado nessas demonstrações intermediárias, poderão ser distribuídos mensalmente aos sócios cotistas, a título de Antecipação de Lucros, proporcionalmente às cotas de capital de cada um.

Opção 1: Da Eleição Do Foro

Fica eleito o foro de todos os sócios para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

Opção 2: Cláusula Compromissória

Todas as controvérsias originadas ou em conexão com o presente contrato, sua execução ou liquidação, serão resolvidas por Conciliação, Mediação e/ou Arbitragem, de forma definitiva, nos termos do que dispõe o regulamento da Câmara Brasileira de Mediação e Arbitragem Empresarial – CBMAE – Regional Bauru, da 12ª Região Administrativa da FACESP, entidade eleita pelas partes para administrar a conciliação, mediação e/ou o procedimento arbitral, por um ou mais conciliadores, mediadores ou árbitros nomeados conforme o disposto no referido regulamento. A conciliação, mediação e/ou arbitragem terá como sede a RA-12 da FACESP, situada na Rua Bandeirantes, 8-79, na cidade de Bauru/SP, podendo esta indicar qualquer outra área de sua abrangência regional. **(Sede poderá ser citada a de cada regional)**

10ª (Os) Administrador (es) declara(m), sob as penas da Lei, de que não est(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa de concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. **(art. 1.011, § 1º, CC/2002).**

E por estarem assim justos e contratados, assinam o presente instrumento em 4 vias, na presença de duas testemunhas.

Fernandópolis – SP, 28 de maio de 2019.

EUDIS MARCELO PIVA

JACQUELINE CONCEIÇÃO CARVALHO

JULIA LUIZA DOS SANTOS

JULIA PAULINO

Testemunhas:

TESTEMUNHA 1

TESTEMUNHA 2