

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL PROF. ARMANDO JOSÉ FARINAZZO  
CENTRO PAULA SOUZA

Lucas Souza de Holanda  
Matheus Elias Stopa  
Reuel Lucas da Silva Dias

FUTSHOW

Fernandópolis  
2019

Lucas Souza de Holanda  
Matheus Elias Stopa  
Reuel Lucas da Silva Dias

## FUTSHOW

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 Antonio Leal Soares.

Fernandópolis  
2019

Lucas Souza de Holanda  
Matheus Elias Stopa  
Reuel Lucas da Silva Dias

## FUTSHOW

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 Antonio Leal Soares.

Examinadores:

---

Examinador 1

---

Examinador 2

---

Examinador 3

Fernandópolis  
2019

## DEDICATÓRIA

A todos aqueles que estiveram próximos de nós nesta caminhada, contribuindo e estimulando com seus ensinamentos necessários para a conclusão deste trabalho, em especial ao nosso orientador e professor Ricardo Antonio Leal Soares.

## AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Deus, aos nossos familiares, amigos que estiveram presentes em cada momento desse novo aprendizado, agradecer também a todos os professores pelos ensinamentos e conhecimentos por eles passados, com isso tornando-nos pessoas melhores e com novas habilidades que mostraremos no mercado de trabalho.

## EPÍGRAFE

Chiavenato (2007, p.4) “O sucesso de uma organização não é fruto exclusivo da sorte, mas de uma série infindável e articulada de decisões, aglutinação de recursos, competências, estratégias e uma busca permanente de objetivos para alcançar resultados cada vez melhores”.

## RESUMO

A Futshow é uma empresa que se insere no mercado com o objetivo de oferecer o entretenimento que está em escassez na nossa região, no qual surgiu após a identificação da necessidade de abertura em algo relacionado a esta área. A empresa conta com campo *society* e quadra, um bar onde será comercializado porções e bebidas, que será terceirizado, e um espaço que será alugado para a realização de eventos, temos o objetivo de atrair clientes e satisfaze-lo, consequentemente garantindo confiança e a sua fidelização. Após a realização em uma pesquisa quantitativa, identificamos que 93% dos entrevistados disseram que acham viável a abertura de uma empresa no ramo de entretenimento, tornando assim a abertura viável da mesma. Para que tudo ocorra como foi planejado, e a marca seja fidelizada de forma satisfatória, buscaremos uma pesquisa sobre os fornecedores, além de analisar o ambiente de marketing, layout e a viabilização financeira, além da capacitação de nossos colaboradores para termos um atendimento de qualidade.

Palavras chave: Entretenimento. Escassez. Terceirizado. Layout. Fidelização.

## ABSTRACT

Futshow is a company that does not have a market in order to offer the entertainment that is in scarcity in our region, nor did it qualify in an authentication situation of a window related to this area. The company counts on the society and court, a bar where it will be marketed by stock and drinks, which will be outsourced, and a space that will be rented for the accomplishment of events, will have the objective of attracting customers and satisfy, consequently guaranteeing their loyalty. After conducting a quantitative survey, it was identified that 93% of respondents said that it was feasible to open a company in the field of entertainment, thus becoming a viable opening of it. In order to do everything as planned, and a brand is satisfactorily registered, we will seek a supplier survey, marketing analysis, layout and financial feasibility, as well as the qualification of our employees for quality service.

Keywords: Entertainment. Scarcity. Outsourced. Layout. Loyalty.



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 01 – Organograma da Futshow .....	22
Imagem 02 – Canvas .....	24
Imagem 03 – <i>Layout</i> .....	28
Imagem 04 – Demonstrativo de Pagamento .....	43
Imagem 05 – Identificação do Mapa de risco no Layout .....	45
Imagem 06 – Entrevista de Desligamento.....	49
Imagem 07 – Ambiente da empresa.....	54
Imagem 08 – Análise SWOT .....	55
Imagem 09 – Matriz BCG .....	56
Imagem 10 – Matriz CVP.....	57
Imagem 11 – Uniforme da Futshow.....	59
Imagem 12 – Logomarca da Futshow .....	60

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 – Prática .....	64
Gráfico 02 –Frequência .....	64
Gráfico 03 – Período .....	65
Gráfico 04 – Gramado .....	65
Gráfico 05 – Bebidas .....	66
Gráfico 06 – Comidas .....	66
Gráfico 07 – Idade .....	67
Gráfico 08 – Viabilidade?.....	67

## LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Máquinas e Equipamentos .....	70
Tabela 02 – Móveis e Utensílios.....	70
Tabela 03 – Estimativa de Estoque Inicial .....	71
Tabela 04 – Estimativa de Capital de Giro .....	71
Tabela 05 – Investimento pré-operacional .....	72
Tabela 06 – Investimento total.....	74
Tabela 07 – Estimativa de faturamento .....	74
Tabela 08 – Custo da Mercadoria Vendida .....	75
Tabela 09 – Custo comercialização.....	76
Tabela 10 – Custo da mão de obra .....	76
Tabela 11 – Custo de depreciação.....	76
Tabela 12 – Custo fixo mensal .....	77
Tabela 13 – Demonstrativo de resultado do exercício.....	77
Tabela 14 – Indicadores .....	78

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Ficha de fornecedor: Mercadão da limpeza.....	.27
Quadro 2 - Ficha de fornecedor: Poly Sport .....	.27
Quadro 3 - Descrição do Cargo: Auxiliar de limpeza.....	.33
Quadro 4 - Descrição do Cargo: Segurança.....	.33

## 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- Microempresa

TPM- Total Productive Maintenance

CTPS- Carteira de Trabalho e Previdência Social

PIS- Programa de Integração Social

PASEP- Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público

CLT- Consolidação das Leis de Trabalho

FGTS- Fundo de Garantia do Tempo de Serviço

CEP- Código de Endereçamento Postal

SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

DRE- Demonstrativo de Resultado do Exercício

QVT- Qualidade de Vida no Trabalho

## LISTA DE SÍMBOLOS

- : - Anuncia uma citação ou uma numeração;
- () - Melhora a compreensão do texto escrito;
- , - Marca pequenas pausas;
- . - Pausa máxima da voz;
- ; - Separar orações coordenadas;
- “- Realçar parte do texto;
- %- Indica porcentagem;
- ? – Interrogação;
- R\$: Real;
- ... – Reticências;
- / - Criar um efeito de alternância de palavras na gramática;
- [ ] Indica omissões de partes na transcrição de um texto;
- - Destacar algum elemento explicativo no interior da frase;
- 1, 2, 3 – Títulos e subtítulos;
- - Marcador.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>18</b>
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>19</b>
<b>1. Histórico .....</b>	<b>19</b>
<b>1.1. Missão .....</b>	<b>19</b>
<b>1.2. Visão .....</b>	<b>20</b>
<b>1.3. Valores .....</b>	<b>20</b>
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>21</b>
<b>2. Apresentação da Empresa .....</b>	<b>21</b>
<b>2.1. Dados da Empresa .....</b>	<b>21</b>
<b>2.2. Forma Jurídica .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3. Enquadramento Tributário .....</b>	<b>21</b>
<b>2.4. Contrato Social .....</b>	<b>22</b>
<b>2.5. Organograma da Empresa .....</b>	<b>22</b>
<b>2.6. Canvas .....</b>	<b>23</b>
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>25</b>
<b>3. Prestação de Serviços .....</b>	<b>25</b>
<b>3.1. Fornecedores .....</b>	<b>25</b>
<b>3.1.1. Prospecção de Fornecedores .....</b>	<b>26</b>
<b>3.1.2. Política da Empresa com os Fornecedores .....</b>	<b>26</b>
<b>3.1.3. Fornecedores da Empresa .....</b>	<b>27</b>
<b>3.2. Layout .....</b>	<b>28</b>
<b>3.3. Método de Prestação de Serviço .....</b>	<b>28</b>
<b>3.4. Capacidade de Atendimento .....</b>	<b>29</b>
<b>3.5. Manutenção .....</b>	<b>29</b>
<b>3.5.1. Tipos de Manutenção .....</b>	<b>29</b>
<b>3.5.2. Política de manutenção da Empresa .....</b>	<b>30</b>
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>31</b>

<b>4. Gestão de Pessoas</b> .....	<b>31</b>
<b>4.1. Planejamento de Recursos Humanos</b> .....	<b>31</b>
<b>4.2. Descrição de Cargos e Salários</b> .....	<b>32</b>
<b>4.3. Recrutamento</b> .....	<b>33</b>
<b>4.3.1. Recrutamento Interno</b> .....	<b>34</b>
<b>4.3.2. Recrutamento Externo</b> .....	<b>34</b>
<b>4.4. Seleção</b> .....	<b>35</b>
<b>4.5. Admissão</b> .....	<b>35</b>
<b>4.5.1. Contrato de Trabalho</b> .....	<b>36</b>
<b>4.5.1.1. Registro na CTPS</b> .....	<b>37</b>
<b>4.5.2. Exame médico admissional</b> .....	<b>38</b>
<b>4.6. Integração</b> .....	<b>39</b>
<b>4.6.1. Manual de Integração</b> .....	<b>39</b>
<b>4.7. Treinamento</b> .....	<b>39</b>
<b>4.7.1. Treinamento Operacional</b> .....	<b>40</b>
<b>4.7.2. Treinamento Técnico</b> .....	<b>40</b>
<b>4.8. Benefícios</b> .....	<b>40</b>
<b>4.8.1. Benefícios Sociais/Legais</b> .....	<b>41</b>
<b>4.8.2. Espontâneos</b> .....	<b>41</b>
<b>4.9. Remuneração</b> .....	<b>42</b>
<b>4.9.1. Remuneração básica e complementar</b> .....	<b>42</b>
<b>4.9.2. Folha de pagamento</b> .....	<b>42</b>
<b>4.9.3. Demonstrativo de pagamento/pró-labore</b> .....	<b>43</b>
<b>4.10. Avaliação de desempenho</b> .....	<b>43</b>
<b>4.11. Segurança no Trabalho</b> .....	<b>44</b>
<b>4.11.1. Mapa de Risco</b> .....	<b>44</b>
<b>4.11.2. NRs utilizadas na empresa</b> .....	<b>45</b>
<b>4.12. Qualidade de vida</b> .....	<b>47</b>
<b>4.13. Desligamento</b> .....	<b>48</b>
<b>4.14. Outsourcing</b> .....	<b>49</b>
<b>CAPÍTULO V</b> .....	<b>50</b>
<b>5. Planejamento de Marketing</b> .....	<b>50</b>
<b>5.1. Briefing</b> .....	<b>50</b>
<b>5.2. Definição do público alvo</b> .....	<b>51</b>
<b>5.4. O composto de Marketing</b> .....	<b>51</b>



5.4.1. Produto/Serviço.....	51
5.4.2. Preço .....	52
5.4.3. Promoção.....	52
5.4.4. Praça .....	53
5.5. Análise do ambiente .....	54
5.5.1. Análise SWOT.....	54
5.5.2. Matriz BCG / Matriz CVP .....	56
5.6. Análise dos concorrentes.....	58
5.7. Definição de Objetivos e Metas.....	58
5.9. Definição de marca .....	58
5.9.1. Uniforme.....	59
5.9.2. Manual de Identidade Visual .....	59
5.10. Endomarketing .....	60
5.10.1. Motivação.....	61
5.10.2. Integração .....	62
5.11. Plano de fidelização .....	62
5.12. Estratégias de pós-vendas .....	62
5.13. Marketing Social e Verde .....	63
Pesquisa de Mercado.....	63
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>69</b>
6. Planejamento Financeiro .....	69
6.1. Investimento Fixo .....	69
6.1.1. Resumo do investimento físico .....	70
6.2. Investimento Financeiro .....	70
6.2.1. Estimativa de investimentos .....	71
6.2.2. Total de investimento financeiro .....	71
6.3. Investimentos pré-operacionais .....	72
6.3.1. Legalização .....	72
6.3.2. Dependências Físicas.....	73
6.3.3. Divulgação e Treinamento.....	73
6.3.4. Aluguel / Construção / Reformas.....	73
6.3.5. Outras Despesas .....	73
6.4. Estimativa do Investimento Total .....	73
6.5. Estimativa do faturamento mensal .....	74
6.5.1. Elaboração do preço de venda .....	74

<b>6.6. Estimativa do custo com serviços</b> .....	<b>75</b>
<b>6.7. Estimativa de custos de comercialização</b> .....	<b>75</b>
<b>6.8. Estimativa de custos de mão-de-obra</b> .....	<b>76</b>
<b>6.9. Despesas com depreciação</b> .....	<b>76</b>
<b>6.10. Estimativa dos custos fixos mensais</b> .....	<b>77</b>
<b>6.11. Demonstrativo de resultados</b> .....	<b>77</b>
<b>6.12. Indicadores de viabilidade</b> .....	<b>78</b>
<b>6.12.1. Ponto de Equilíbrio</b> .....	<b>78</b>
<b>6.12.2. Lucratividade</b> .....	<b>78</b>
<b>6.12.3. Rentabilidade</b> .....	<b>78</b>
<b>6.12.4. Prazo de Retorno do Investimento</b> .....	<b>79</b>
<b>CAPÍTULO VII</b> .....	<b>80</b>
<b>7. Responsabilidade social</b> .....	<b>80</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>81</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>82</b>

## INTRODUÇÃO

Para conclusão de curso técnico em Administração na Escola Técnica Estadual Prof. Armando José Farinazzo (ETEC), a etapa final é a abertura de empresa. Nesse processo colocamos em prática os conhecimentos adquiridos durante a graduação, aumentando nossos conhecimentos teóricos/práticos do qual somente o mercado de trabalho pode proporcionar.

A intenção na abertura de empresa é trazer uma melhor qualidade de vida para as pessoas por meio da pratica frequente de esportes, além de incluir com esse projeto uma necessidade de nossa região que é a falta de entretenimento.

A nossa empresa prestará serviços através da locação de campo *society e quadra*, e um espaço que será alugado para realização de eventos aos finais de semana, além da comercialização de bebidas que será realizada por meio de um bar terceirizado.

Nossa empresa se posiciona no mercado como inovadora unindo esporte e entretenimento visando mudar o rumo dos negócios na região de Fernandópolis. Com uma ideia ousada e criativa, atenderemos dois públicos diferentes em um mesmo local.

## CAPÍTULO I

### 1. Histórico

O surgimento da empresa se deu a partir de uma ideia discutida por três amigos, no qual perceberam que no ambiente em que se residia havia escassez na área de entretenimento. Então tivemos a ideia de abrir uma praça esportiva, mas no decorrer do projeto observamos que podíamos criar um local perfeito colocando espaço para shows e eventos, e decidimos investir.

Com base na análise concluíram que a abertura da empresa seria viável de oferecer uma mais uma opção de entretenimento para a cidade.

#### 1.1. Missão

A missão é o porquê da empresa se encontrar no mercado.

Segundo Churchill; Peter (2000, p.87) “A missão de uma organização é o seu propósito, sua razão de ser”.

A missão da empresa Futshow é:

- Proporcionar um espaço de lazer com: campo e quadra para prática de futebol, espaço para realização de eventos, com toda infraestrutura e comodidade, além de segurança e um ambiente familiar para a população de Fernandópolis e região.

## 1.2. Visão

A visão é a meta da empresa, previsão futura de onde a mesma deseja chegar. “Descrevem os resultados pretendidos com a realização da missão.” (CHURCHILL; PETER, 2000, p.89)

A visão da empresa Futshow é:

- Tornar-se referência na área de esportes e infraestrutura para realização de eventos, expandindo a marca e criando empresas na região; ampliando, assim, o ramo de atuação.

## 1.3. Valores

Os valores são os princípios da empresa, servem como um direcionamento para os colaboradores de como agir 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:

- Credibilidade
- Lazer
- Satisfação
- Segurança
- Qualidade
- Socialização
- Comodidade
- Fidelidade

## **CAPÍTULO II**

### **2. Apresentação da Empresa**

#### **2.1. Dados da Empresa**

Nossa empresa tem como Razão Social de Futshow LTDA - ME está registrada na Junta Comercial do Estado de São Paulo, no entanto, atende pelo número de CNPJ 73.250.637/2007-02 e ao nome Fantasia Futshow. Está localizada na R. Guanabara, 380 - Jardim Santa Helena, Fernandópolis – SP.

#### **2.2. Forma Jurídica**

Foi decidido pelos investidores que a empresa será uma Sociedade de responsabilidade Limitada e cada um dos sócios investirá 1/3 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 entretenimento. Desta forma, contribuindo com uma taxa mensal.

## 2.4. Contrato Social

O Contrato Social é um documento registrado em cartório onde consta todas as informações relacionadas a acordos e responsabilidades a serem realizados pelos sócios.

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

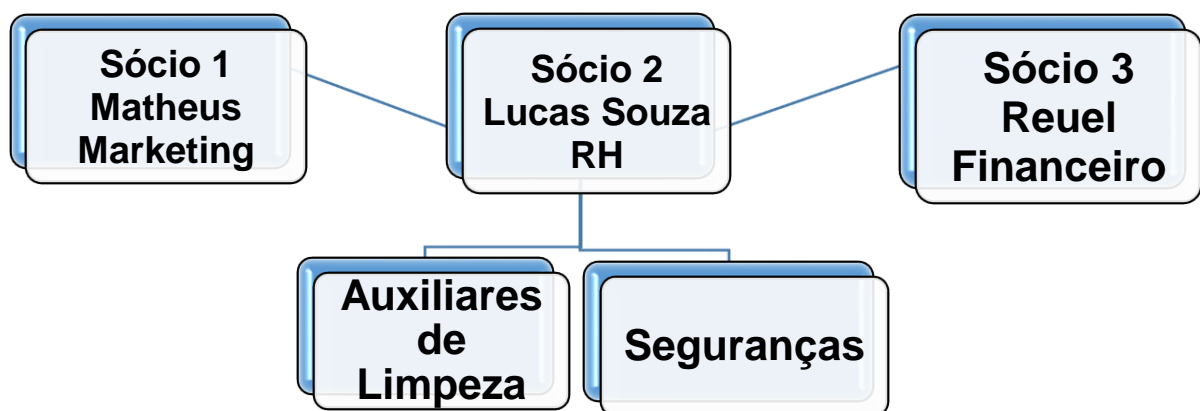
## 2.5. Organograma da Empresa

O organograma da empresa é uma ferramenta utilizada para organizar todos os cargos e funções de forma que tenha uma hierarquia, facilitando o melhor desempenho dos colaboradores em suas determinadas funções.

Segundo Alvarez (2010, p.107)

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

Imagem 01: Organograma da Futshow



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

## 2.6. Canvas

Canvas é uma metodologia utilizada para e mostrar e projetar com maior clareza os serviços da empresa. São fragmentados através dos seguintes temas:

- Parceiros chave;
- Atividades chave;
- Oferta de valor;
- Relacionamento com o cliente;
- Segmentos de clientes;
- Recursos chave;
- Canais de venda;
- Fontes de custos;
- Fontes de receitas.

Segundo [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br), [...] é possível definir com clareza o que a empresa faz, como vai gerar lucros e como vai competir no mercado, sustentando-se e crescendo ao longo do tempo. São nove blocos que devem ser analisados e preenchidos a fim de traçar o panorama real e preciso do negócio.



Imagem 02: Canvas.



Fonte: (<https://sebraecanvas.pr.sebrae.com.br/#/>, do próprio autor, 2019).

## **CAPÍTULO III**

### **3. Prestação de Serviços**

A Prestação de Serviços é a forma com que a empresa se apresenta perante o mercado, em busca de receita.

Segundo Martins; Campos (2006, p.436)

Serviço é procedimento intangível que proporciona ao consumidor satisfação de uma necessidade ou de um desejo; ele pode ou não vir acompanhado de um produto ou bem portador.

Segundo Código Civil (2002)

Art. 594. Toda a espécie de serviço ou trabalho lícito, material ou imaterial, pode ser contratada mediante retribuição.

A prestação de serviço tem como essência principal atender as necessidades dos clientes, buscando sempre proporcionar serviços de qualidade através dos colaboradores e gestores qualificados, visando a satisfação de seu público.

A empresa Futshow presta seu serviço a partir da locação de campo society e quadra, realização de eventos para entretenimento do público da região de Fernandópolis.

#### **3.1. Fornecedores**

Fornecedores são os parceiros e contribuintes por meio de serviços ou materiais, execução com qualidade das atividades da empresa.

Segundo Martins, Campos (2006, p.429) Aquele que gera o bem ou serviço destinado a satisfazer uma necessidade ou desejo do consumidor.

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

A Futshow não responsabiliza pelo transporte dos insumos, deixando clara a total responsabilidade para a empresa fornecedora.

### **3.1.1. Prospecção de Fornecedores**

Para ter sucesso nas aquisições dos materiais de uma empresa é necessário fazer uma boa prospecção para identificar fornecedores em potencial. Tendo este processo bem efetuado, evitará surpresas inesperadas, tais como atraso nas entregas, falta de produtos, entre outros.

A prospecção será realizada por meio de pesquisa na internet, indicações, arquivos do departamento de compras e consultorias especializadas.

### **3.1.2. Política da Empresa com os Fornecedores**

Os fornecedores da Futshow serão analisados e definidos por critérios claros e bem estabelecidos sem discriminação. Os critérios a serem levados em conta serão:

- Qualidade;
- Prazo para entrega;
- Custo benefício;
- Preço do produto.

Para ser um fornecedor deverá conhecer os valores estabelecidos e ter atuações condizentes com o de nossa empresa.

Poderá encerrar a relação de negócio quando houver prejuízos de seu interesse, bem como os descumprimentos questões pré-estabelecidas em contrato, além de questões legais e tributárias.

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

### 3.1.3. Fornecedores da Empresa

Quadro 01: Ficha de fornecedor: Mercado da Limpeza

<b>FICHA DE FORNECEDORES</b>	
<b>NOME:</b> Mercado da Limpeza	
<b>ENDEREÇO:</b> R. Rio de Janeiro	<b>N°</b> 1953
<b>BAIRRO:</b> Centro	<b>CIDADE:</b> Fernandópolis-SP
<b>TELEFONE:</b> (17) 3642-3326	
<b>TIPOS DE INSUMO:</b> Produtos de Limpeza	

Fonte: (dos próprios autores, 2019)

Quadro 02. Ficha de fornecedor: Poly Sport

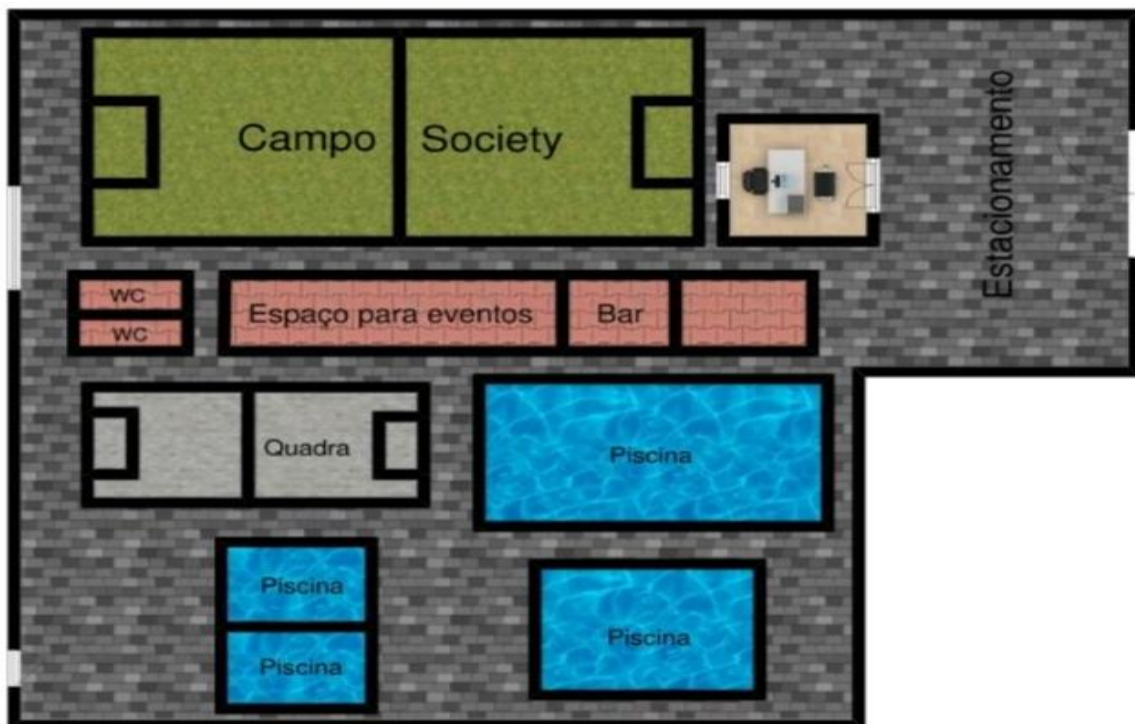
<b>FICHA DE FORNECEDORES</b>	
<b>NOME:</b> Poly Sport	
<b>ENDEREÇO:</b> R. Brasil	<b>N°</b> 2094
<b>BAIRRO:</b> Centro	<b>CIDADE:</b> Fernandópolis-SP
<b>TELEFONE:</b> (17) 3463-9001	
<b>TIPO DE INSUMO:</b> Materiais Esportivos	
<b>FACEBOOK:</b> <a href="https://www.facebook.com/polysportnet/">https://www.facebook.com/polysportnet/</a>	

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

### 3.2. Layout

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

Imagem 03. Layout da empresa.



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

### 3.3. Método de Prestação de Serviço

A Futshow disponibiliza um ambiente confortável e seguro para todos que procuram entretenimento, não será cobrada a entrada, só será cobrado a locação do campo e da quadra e as porções e bebidas.

### **3.4. Capacidade de Atendimento**

O ambiente da Futshow para eventos terá capacidade para 200 pessoas.

O ambiente da Futshow para a prática esportiva atenderá em média 168 pessoas diariamente.

### **3.5. Manutenção**

Manutenção é o ato de conservar, consertar e prevenir para que se evite falhas ou danos de algo.

Sendo uma ação feita com um tempo determinado ou não como por exemplo troca do gramado, limpeza e demais ajustes.

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

A manutenção deve ser praticada de forma constante nas empresas, pois caso o gramado tenha danos ou apresente falhas, o serviço não apresentará a mesma qualidade que poderia ser oferecido em caso do gramado estar em ótima condição, podendo gerar obstáculos e prejuízos a empresa.

#### **3.5.1. Tipos de Manutenção**

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

- A preventiva é o tipo de manutenção feita quando algo a ser consertado ainda não possui nenhum problema, sendo assim evitando um problema futuro;

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

Martins; Campos (2006, p.315)

Na manutenção preditiva ou monitorada, os equipamentos, seus componentes ou instalações são monitorados por meio de sensores ligados a computadores que usam softwares dedicados, os quais emitem sinais de alerta quando o item monitorado se aproxima de um colapso.

### **3.5.2. Política de manutenção da Empresa**

A Futshow irá adotar a política de manutenção preventiva tendo um acompanhamento periódico dos equipamentos, gramados e iluminação sempre os mantendo em perfeito estado de conservação, garantindo assim a qualidade de nossos serviços evitando maiores prejuízos.

Martins; Campos (2006, p.432)

Sistema de manutenção planeja de equipamentos de forma a levar em conta a probabilidade de falhas em função do tempo de operação; possibilita programar as intervenções dentro de intervalos de tempos pré-determinados, antes que a falha ocorra.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. Gestão de Pessoas**

Gestão de pessoas é organizar, valorizar, estimular, incentivar e gerenciar pessoas para alcançarem as metas e objetivos propostos pela empresa e superando os desafios e obstáculos para se desenvolver a cada dia.

Para conquistar isso temos estratégias e planos, por uma gestão com qualidade e precisa composta por gestores capacitados.

Segundo Gil (2010, p. 17):

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

#### **4.1. Planejamento de Recursos Humanos**

O setor de RH (Recursos Humanos) deve estar sempre ciente da missão, visão e valores para solucionar os problemas da empresa.

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

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



Entre os itens de planejamento de recursos humanos estão:

- Realizar treinamentos e desenvolvimento de pessoas;
- Rever estruturas e salários;
- Avaliar estratégias de liderança;
- Analisar benefícios oferecidos;
- Análise do clima organizacional;
- Gestão da saúde, segurança e bem-estar;
- Definição de ação de melhorias.

Segundo Pomi, Apud, ASSIS (2007, p.4)

A área de RH, como todas as áreas de um organismo empresarial, precisa compreender e buscar o entendimento, a antecipação e a superação das necessidades de seus clientes internos, trabalhando alinhada às estratégias dos negócios.

A empresa Futshow estará sempre fiscalizando a área de gestão de pessoas, realizando treinamentos e reuniões para que haja uma significativa melhora no desempenho de nossa equipe.

## **4.2. Descrição de Cargos e Salários**

A descrição de cargos é o processo que consiste em elencar os elementos ou fatos que compõem um cargo.

Salário é uma Remuneração estabelecida pelo serviço prestado como pagamento.

Segundo Lacombe (2005, p.153), “[...] a descrição de cargo é feita para fins de administração salarial. [...] descreve-se o que fazem os ocupantes do cargo, incluindo-se, em alguns casos, a periodicidade das atividades.”

Quadro 03. Descrição do Cargo: Auxiliar de limpeza.

<b>Título do Cargo</b>	Auxiliar de limpeza
<b>Descrição do Cargo</b>	Trabalha em prol da organização e higienização de todos os ambientes.
<b>Salário</b>	R\$ 1.000,00
<b>Escolaridade</b>	Ensino Médio Completo.
<b>Experiência Profissional</b>	Ter experiência na área de no mínimo 6 meses.
<b>Relacionamento Humano</b>	Se relacionar com todos.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Quadro 04. Descrição do Cargo: Segurança.

<b>Título do Cargo</b>	Segurança
<b>Descrição do Cargo</b>	Trabalha em prol da segurança da organização e dos clientes que estiverem no local.
<b>Salário</b>	R\$ 1.275,00
<b>Escolaridade</b>	Ensino Médio Completo.
<b>Experiência Profissional</b>	Ter experiência na área de no mínimo 1 a 2 anos.
<b>Relacionamento Humano</b>	Se relacionar e comunicar bem com todos.

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

### 4.3. Recrutamento

Segundo Lacombe (2005, p.65), o recrutamento abrange o conjunto de práticas e processos usados para atrair candidatos para as vagas existentes ou potenciais [...] é uma atividade permanente, sendo apenas intensificada nas ocasiões em que existem vagas.

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

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

#### **4.3.1. Recrutamento Interno**

Segundo Chiavenato (2005, p.113):

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

O recrutamento interno possui características como:

- Recrutar pessoas conhecidas, diminuindo o tempo de preenchimento da vaga;
- Mostra chance de promoção aos outros colaboradores;
- Estimula a promoção profissional, valorizando o pessoal que já está na empresa;
- O custo de admissão é praticamente.

#### **4.3.2. Recrutamento Externo**

Segundo Chiavenato (2005, p.113), o recrutamento externo atua sobre candidatos que estão fora da organização, para submetê-los ao seu processo de seleção de pessoal.

De acordo com Chiavenato (2005) o recrutamento externo:

- Introduz sangue novo na organização: talentos, habilidades e expectativas.

- Aumenta o capital intelectual ao incluir novos conhecimentos e destrezas.
- Renova a cultura organizacional e enriquece com novas aspirações.

A Futshow usará o recrutamento externo como ferramenta de seleção, e a capacitação de candidatos será através de cursos técnicos.

#### **4.4. Seleção**

Segundo Chiavenato (2005, p.130): “a seleção de pessoas funciona como uma espécie de filtro que permite que apenas algumas pessoas possam ingressar na organização: aquelas que apresentam características desejadas pela organização”.

A Futshow na seleção dos seus colaboradores optará por entrevistas, visando descobrir as habilidades e capacidades dos concorrentes ao cargo.

#### **4.5. Admissão**

É realizado um acordo com o empregador e o colaborador, se comprometendo a trabalhar para o empregador, recebendo uma remuneração de acordo com cargo e função.

A admissão de funcionários precisa de cumprimento de protocolos lícitos, destacando a obrigação de determinados documentos para o reconhecimento do mesmo, deixando-o informado das obrigações trabalhistas.

- Carteira de Trabalho e Previdência Social – CTPS;
- Atestado de Saúde Ocupacional;
- Título de eleitor, certificado de reservista ou de alistamento militar;
- Certidão de nascimento, casamento;
- RG;

- CPF;
- Documento de Inscrição no PIS/PASEP;
- Comprovante de Endereço;
- 2 fotos 3x4;
- Comprovante escolar (declaração, histórico ou diploma).

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

#### **4.5.1. Contrato de Trabalho**

Segundo a CLT;

Art. 442 - Contrato individual de trabalho é o acordo tácito ou expresso, correspondente à relação de emprego.

Art. 443. O contrato individual de trabalho poderá ser acordado tácita ou expressamente, verbalmente ou por escrito, por prazo determinado ou indeterminado, ou para prestação de trabalho intermitente. (Redação dada pela Lei nº 13.467, de 2017)

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

Tudo que for abordado no contrato deve ser obrigatoriamente registrado na CTPS (carteira de trabalho e previdência social) do funcionário, sobre isso as empresas que contratarem os mesmos utilizarão desses dados para o preenchimento de um novo contrato.

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

De regra, a CLT estabelece o contrato por tempo indeterminado: ou seja, o vínculo empregatício não tem data certa para acabar. Tendo o contrato de

experiência podendo durar no máximo 90 dias podendo haver somente uma prorrogação.

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

Outros contratos de trabalho:

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

A Futshow contratará os funcionários por tempo indeterminado 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 Futshow irá trabalhar sempre de acordo com as leis da CLT (Consolidação das Leis do Trabalho).

#### **4.5.2. Exame médico admissional**

O exame médico age de forma com a proteção para o colaborador, analisando se o mesmo está em condições físicas e psicológicas para exercer determinada função. É a forma do empregador garantir e comprovar que está empregando uma pessoa capaz de efetuar suas funções, analisando a saúde do mesmo.

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

A Futshow 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 técnica que a empresa utiliza para a implementação de novos funcionários, e deixa claro aos colaboradores que busca sempre a qualidade em todos métodos propostos na empresa.

A integração tem o intuito de fortificar as relações entre todos na empresa, demonstrando apelo pelo trabalho em equipe, buscando somar as qualidades dos presentes para dominar resultados satisfatórios e o aumento da organização.

##### **4.6.1. Manual de Integração**

O manual de integração é um documento onde consta todas as informações possível para os colaboradores que ingressam na empresa. Isso facilita o entendimento de normas e políticas internas, e ajuda os funcionários a exercer com qualidade suas atividades. Nele contém 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 a forma de adaptar, qualificar a pessoa para exercer de forma melhor a sua função.

Segundo Chiavenato (2005, p.339):

Treinamento é considerado um meio de desenvolver competências nas pessoas para que se tornem mais produtivas, criativas e inovadoras, a fim de contribuir melhor para os objetivos organizacionais e se tornarem cada vez mais valiosas.

#### **4.7.1. Treinamento Operacional**

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

A Futshow utilizará o treinamento operacional, pois será padronizada na organização e no atendimento, os treinamentos serão efetuados por uma empresa terceirizada, na inclusão de colaboradores, realizando treinamentos.

#### **4.7.2. Treinamento Técnico**

A Futshow não utilizará o treinamento técnico, pois não temos a utilização de mão de obra em máquinas.

#### **4.8. Benefícios**

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

Segundo Lacombe (2011, p.176)

Além do salário, as empresas concedem benefícios, monetários ou não. Ao se fazer uma comparação de valores pagos, deve-se considerar a remuneração mais os benefícios monetários e não apenas o salário. [...] além disso, existem os benefícios proporcionados pelo status, pelo conforto nas condições de trabalho e tudo o mais que causa satisfação as pessoas que trabalham na empresa.

#### **4.8.1. Benefícios Sociais/Legais**

Pela CLT, são obrigatórios os seguintes benefícios:

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

Há outros benefícios que as empresas oferecem a seus funcionários: vale refeição; plano médico; odontológico e cesta-básica. No entanto, nenhum desses benefícios é obrigatório pela CLT, vale frisar que pela Convenção Coletiva do Trabalho, alguns benefícios podem se tornar obrigatórios, como o vale refeição e a cesta básica.

A Futshow seguirá as normas da CLT pagando e cumprindo com todos os benefícios obrigatórios por lei determinados.

#### **4.8.2. Espontâneos**

Os benefícios espontâneos não são obrigatórios por lei, quem decide conceder ou não esses benefícios é a empresa.

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

#### **4.9. Remuneração**

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

Segundo Chiavenato (2005, p. 258) a remuneração básica é representada pelo salário, mensal ou horário. No jargão econômico, salário é a remuneração em dinheiro recebida pelo trabalhador pela venda de sua força de trabalho.

##### **4.9.1. Remuneração básica e complementar**

A remuneração básica da Futshow estará de acordo com o piso salarial da categoria e sempre respeitando as leis presentes CLT.

##### **4.9.2. Folha de pagamento**

Todos os meses a Futshow entregará aos seus funcionários o pagamento e o holerite onde constará: 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 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

Cód.		Descrição	Referência	Proventos	Descontos	
001		SALARIO BASE	220:00			
400		COMISSAO				
420		REPOUSO REMUNERADO		0,00		
903		INSS			0,00	
MENSAGENS				Total dos Vencimentos	Total dos Descontos	
				0,00	0,00	
				Liquido a Receber:->	0,00	
Salário Base		Base Cál. INSS	Base Cál. FGTS	FGTS do Mês	Base Cál. IRRF	Parcela IRRF
0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0

1ª VIA - EMPREGADOR

**Recibo de Pagamento de Salário**  
Referente ao Mês / Ano

EMPREGADOR  
Nome  
Endereço  
CNPJ

CODIGO 00078 NOME DO FUNCIONARIO  
CBO FUNÇÃO  
VENDEDOR (A)

DECLARO TER RECEBIDO A IMPORTANCIA LIQUIDA DISCRIMINADA NESTE RECIBO.

ASSINATURA DO FUNCIONARIO

DATA

Fonte: (<https://modelosprontos.com/holerite-comprovante-renda-cheque>).

#### 4.9.3. Demonstrativo de pagamento/pró-labore

O pró-labore será a forma utilizada para o pagamento dos três sócios administrativo, assim como os funcionários todos os sócios receberão de forma legal o demonstrativo de pagamento com os valores acertados.

#### 4.10. Avaliação de desempenho

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

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

A Futshow utilizará da avaliação de desempenho para a empresa onde estará definido um período em que será realizado a análise do microambiente, tal análise tomara como parâmetro de avaliação dos pontos fracos/fortes. Ao identificar os pontos fracos será elaborado um planejamento para melhora-los.

#### **4.11. Segurança no Trabalho**

A segurança do trabalho é medida de extrema importância dentro de uma organização, de forma a prevenirem os futuros acidentes e manterem um ambiente agradável e seguro tanto para os funcionários quanto aos clientes que frequentam a empresa.

Segundo Chiavenato (2005, p.437):

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

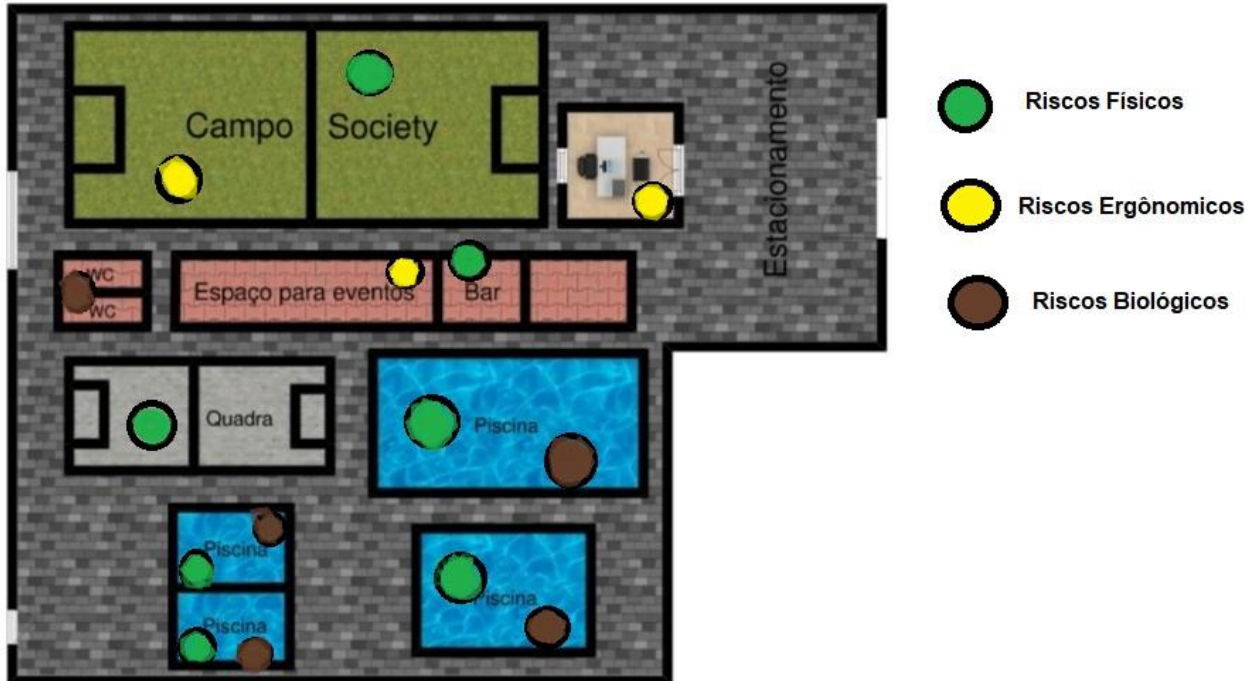
A Futshow por considerar a segurança no trabalho um fator importante em seu ambiente, portanto, trabalhará sempre com medidas preventivas de riscos de acidentes e incêndios.

##### **4.11.1. Mapa de Risco**

É uma representação referente aos riscos presentes no ambiente de trabalho facilitando a prevenção de acidentes.

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

Imagem 05: Identificação do Mapa de Risco no layout



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

O tamanho de cada círculo representado na imagem, refere-se ao tamanho do risco.

#### 4.11.2. NRs utilizadas na empresa

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

A Futshow utilizará como normas as NRs, nº 7, nº 10, nº 17, nº 23 explicadas abaixo.

➤ **NR 7: PCMSO - PROGRAMA DE CONTROLE MÉDICO OCUPACIONAL**

7.1. Do objeto

7.1.1. Esta Norma Regulamentadora - NR estabelece a obrigatoriedade da elaboração e implementação, por parte de todos os empregadores e instituições que admitam trabalhadores como empregados, do PROGRAMA DE CONTROLE MÉDICO DE SAÚDE OCUPACIONAL - PCMSO, com o objetivo de promoção e preservação da saúde do conjunto dos seus trabalhadores.

NOTA: Todos os trabalhadores devem ter o controle de sua saúde de acordo com os riscos a que estão expostos. Além de ser uma exigência legal prevista no artigo 168 da CLT, está respaldada na Convenção 161 da Organização Internacional do Trabalho - OIT, respeitando princípios éticos, morais e técnicos.

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

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

➤ **NR 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 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 no ambiente de trabalho está ligada ao bem-estar do funcionário, não somente no ambiente interno da empresa, mas em seu âmbito externo também.

Segundo Chiavenato (2005, p.449)

Atualmente, o conceito de QVT envolve tanto aspectos físicos e ambientais, como os aspectos psicológicos do local de trabalho. [...] a reivindicação dos empregados quanto ao bem-estar e satisfação no trabalho, e, de outro, o interesse das organizações quanto aos seus efeitos potenciadores sobre a produtividade e a qualidade.

A qualidade de vida no trabalho busca sempre a manutenção dos funcionários em bem-estar de forma que os mantenha incentivados e satisfeitos com



o ambiente organizacional. Com o intuito de que não tenha uma baixa qualidade em seu rendimento profissional.

A Futshow abordará a qualidade de vida no trabalho de forma que traga *feedbacks* sobre o rendimento da empresa, orientando em caso de necessidades de melhorias e mostrando reconhecimento aos trabalhos executados de forma satisfatória.

#### **4.13. Desligamento**

Segundo [www.salariobr.com.br](http://www.salariobr.com.br)

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

A Futshow no desligamento de funcionário, antes fará uma entrevista de desligamento, para que a mesma sirva como um *feedback* sobre a gestão. Com o intuito de buscar melhorias futuras.

Imagem 06. Entrevista de Desligamento

<b>ENTREVISTA DE DESLIGAMENTO</b>	
<b>DADOS FUNCIONAIS</b>	
Condomínio / Setor	
Nome do Colaborador	
Data do Desligamento	
Cargo	
Tipo Desligamento	<input type="checkbox"/> A Pedido <input type="checkbox"/> Demissão <input type="checkbox"/> Acordo
Tempo de Serviço	
Quem comunicou o desligamento	<input type="checkbox"/> Funcionário <input type="checkbox"/> RH <input type="checkbox"/> DP <input type="checkbox"/> Supervisor
Motivo do Desligamento	
Você se sentia confortável com o trabalho que realizava?	<input type="checkbox"/> Totalmente <input type="checkbox"/> Parcialmente <input type="checkbox"/> Não
Existe algum problema no seu local de trabalho?	<input type="checkbox"/> Calor <input type="checkbox"/> Condições Inseguras <input type="checkbox"/> Falta de Material <input type="checkbox"/> Pouca Iluminação
Supervisor / Chefia Imediata	
Como era o relacionamento com sua chefia imediata?	<input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim
Em que você acha que a empresa precisa melhorar?	_____ _____ _____
Você voltaria a trabalhar na Esquadra?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
	Por que _____

Fonte: (<https://www.slideshare.net/renatahortencio/entrevista-de-desligamento-novo-modelo>).

#### 4.14. Outsourcing

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

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

A Futshow utilizara de serviços terceirizados para a gestão do bar.

## CAPÍTULO V

### 5. Planejamento de Marketing

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

Segundo Kotler; Keller (2006, p.58): “um plano de marketing é um documento escrito que resume o que o profissional de marketing sabe sobre o mercado e que indica como a empresa planeja alcançar seus objetivos”.

#### 5.1. Briefing

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

Segundo Sampaio (1997, p. 206), “A palavra *briefing* vem do inglês, do verbo *brief* que significa resumir, fazer a apresentação sumariada de alguma coisa”.

O *Briefing* da empresa é:

A ideia de abertura da empresa Futshow foi iniciada no ano de 2018 após uma análise na cidade com a conclusão de que há uma escassez na área de entretenimento.

Localização: R. Guanabara, 380 - Jardim Santa Helena, Fernandópolis – SP.

Com a razão social Futshow ME-LTDA, em que se enquadra no Simples Nacional, funcionará de terça-feira a sexta-feira, das 14:00 horas até 00:00 horas. No sábado das 8:00 às 22:00 e no domingo das 8h às 12h.

## **5.2. Definição do público alvo**

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

A Futshow terá como público alvo:

Futebol – Homens de 16 a 45 anos.

Pessoas que procuram por entretenimento.

## **5.4. O composto de Marketing**

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

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

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

### **5.4.1. Produto/Serviço**

Define-se Produto/Serviço como um ato de oferecer algo ao mercado que possa suprir uma necessidade.

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

A Futshow é uma empresa que atua no ramo de entretenimento através da prestação de serviços, gerindo com alta qualidade, e buscando a satisfação de seus clientes.

- Aluguel de campo society (Hora)
- Aluguel de quadra (Hora)
- Aluguel de espaço para eventos com piscina (Diária)
- Aluguel de espaço para eventos sem piscina (Diária)
- Bar terceirizado (Mês)

#### **5.4.2. Preço**

É a quantidade monetária que é atribuída a um bem ou serviço que a empresa oferece. Analisando o valor que o cliente está disposto a pagar.

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

Preços praticados pela empresa Futshow:

- Aluguel de campo society (Hora): R\$ 80,00
- Aluguel de quadra (Hora): R\$ 40,00
- Aluguel de espaço para eventos com piscina (Diária): R\$ 1000,00
- Aluguel de espaço para eventos sem piscina (Diária): R\$ 700,00
- Bar terceirizado (Mês): R\$ 2500,00

#### **5.4.3. Promoção**

É a forma como a empresa busca atrair seu público alvo através de bonificações, campeonatos e ações que visam promover o produto ou serviço.

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

A Futshow utilizará como meio de divulgação as redes sociais, por ser os meios de comunicação mais utilizado por jovens atualmente podendo facilitar a comunicação com o público alvo.

E a promoção ao grupo que jogar no mínimo 8 horas mensais ganhará 1 hora extra para jogar.

#### **5.4.4. Praça**

Desempenha funções de ligar a empresa ao consumidor final, ou seja, é o canal de distribuição pelo qual o produto/serviço será comercializado.

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

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

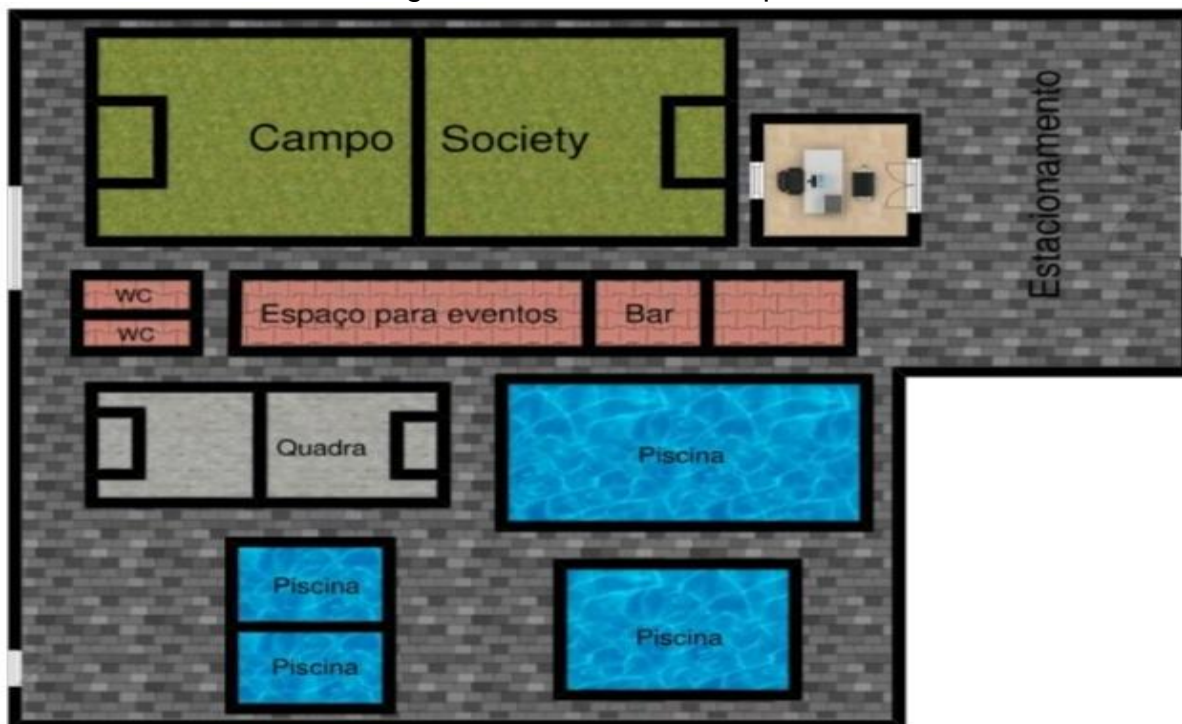
A Futshow se localizará na R. Guanabara, 380 - Jardim Santa Helena, Fernandópolis-SP.

O ambiente conta com campo society, quadra, espaço para realização de eventos, piscinas e um bar onde será comercializado bebidas e porções que será terceirizado.

Será um ambiente agradável, seguro e familiar para atender nossos clientes.

Escolhemos, pois, é bem localizado, e oferece tudo que nossa empresa precisa, contendo uma boa infraestrutura para o bom funcionamento da empresa.

Imagem 07. Ambiente da empresa.



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

## 5.5. Análise do ambiente

### 5.5.1. Análise SWOT

Segundo Kotler; Keller (2006, p.50): “a avaliação global das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças é denominado análise SWOT (dos termos em inglês *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, *threats*). Ela envolve o monitoramento dos ambientes externo e interno”.

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

Imagem 08. Análise SWOT da Futshow

<p style="text-align: center;"><b>Forças</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualidade do gramado</li> <li>• Ambiente agradável</li> <li>• Ótimo atendimento</li> <li>• Localização</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Fraquezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de experiência na área administrativa</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Parcerias</li> <li>• Palestras/Coaching</li> <li>• Inclusão de Energia Solar</li> <li>• Aplicativo de agendamento</li> <li>• Eventos de games</li> <li>• Aulas de hidroginástica na piscina</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Ameaças</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Muitos concorrentes na área esportiva</li> </ul>

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

**Forças:** Segmento único: não há concorrentes na região que uniram essas duas atividades: tornando nossa empresa inovadora e completa. Funcionários qualificados: os funcionários são treinados para executar suas funções com êxito. Bom atendimento: a empresa possui empatia e proatividade com os clientes. Ambiente agradável.

**Fraquezas:** Falta de experiência da administração: como o segmento da empresa é novo no mercado, a administração não possui experiência.

Os sócios procurarão se especializar na área administrativa

**Oportunidades:** Expansão de novos esportes para atender outros praticantes. Conquista e fidelização de novos clientes. Novas parcerias: fazer parcerias com outras empresas.

**Ameaças:** Novos concorrentes: abrir empresas do mesmo seguimento na região. Declínio de procura: o público parar de frequentar o local.



## 5.5.2. Matriz BCG / Matriz CVP

Segundo Zenone (2007, p.50):

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

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



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

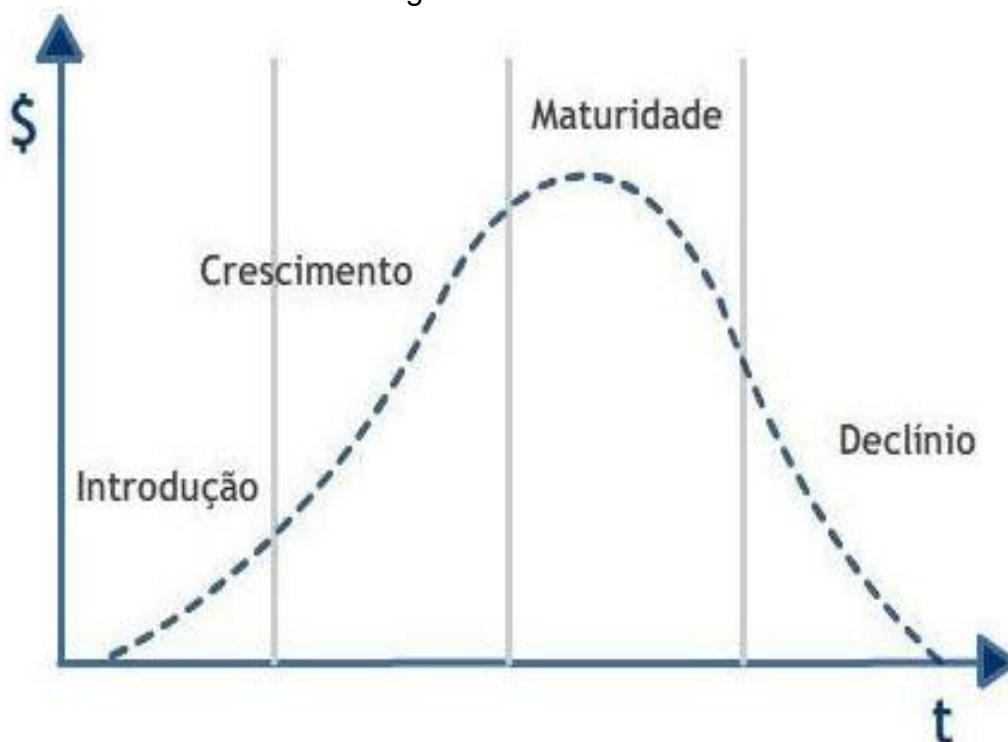
A Futshow encontra-se na interrogação por estar iniciando no mercado, onde a pior característica é quanto ao fluxo de caixa, pois exige altos investimentos e apresenta baixo retorno inicialmente e tem baixa participação de mercado. Nesse

estágio é necessário criar estratégias de marketing e mercado para que o serviço cresça e assim se torne um produto “estrela”, atraindo mais os clientes.

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

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

Imagem 10. Matriz CVP



Fonte: (dos próprios autores, 2019)

Para sair da introdução a Futshow investirá em divulgação e publicidade buscando atrair clientes, buscar sempre melhorar seu serviço fazendo com que conquiste clientes fiéis, entrando assim na fase do crescimento e chegando na maturidade.

## 5.6. Análise dos concorrentes

A Futshow não possui nenhum concorrente direto pois na cidade e região não tem nenhuma empresa que uniu as duas atividades. Mas existe empresas que podem ser consideradas concorrentes indiretas, por atuar na área de entretenimento, como:

- Futeba: oferece serviço de locação de campo society.
- Casa de Portugal: que também alugam espaços para eventos

## 5.7. Definição de Objetivos e Metas

- Profissionais qualificados – Vamos fornecer treinamento antes do início das atividades de cada funcionário e terá uma análise de desempenho para haver novos treinamentos se necessário.
- A Futshow estará analisando o mercado em busca de inovações para Fernandópolis e Região através de serviço com qualidade e excelência.

## 5.9. Definição de marca

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

Segundo Kotler; Keller (2006, p.269): “A *American Marketing Association* (AMA) define marca como um nome, termo, sinal, símbolo ou design, ou uma combinação de tudo isso, destinado a identificar os produtos ou serviços de um fornecedor ou grupo de fornecedores para diferenciá-los dos outros concorrentes.”

Sendo assim, marca é tudo que faça com que o consumidor identifique, produto ou serviço podendo ser nome, cor, fonte, logo, slogan entre outros. Portanto

é o papel fundamental de uma marca identificar o produto/serviço, sendo assim de grande importância uma análise antes da definição da marca.

### 5.9.1. Uniforme

Imagem 11. Uniformes da Futshow



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

A Futshow possuirá uniformes padronizados da cor azul personalizado contendo o logo da empresa.

Camisa polo representa o profissionalismo.

Azul: Confiabilidade e Segurança

### 5.9.2. Manual de Identidade Visual

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

Segundo Munhoz (2009, p.30)

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

Imagem 12. Logomarca da Futshow



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

O *design* é para parecer como o logo de um time de futebol.

A bola é para relacionar com o futebol.

As três estrelas estão relacionadas a quantidade de sócios.

Azul: Confiabilidade e Segurança

Amarelo: Prender a atenção dos clientes

Branco: Limpeza

Preto: Elegância

Verde: Tranquilidade

## 5.10. Endomarketing

Segundo Bekin (2006, p.01); “Ações gerenciadas de marketing eticamente dirigidas ao público interno (funcionários) das organizações e empresas focadas no lucro [...]”.

Portanto endomarketing são ações de marketing voltadas para os colaboradores, visando mantê-los motivados para que tenham uma alta produtividade visando o lucro da empresa.

Ações da empresa para o endomarketing:

- Boa comunicação com nossos colaboradores e parceiros
- Ouvir as ideias de melhorias
- Manter os colaboradores satisfeitos
- Gestão participativa

### **5.10.1. Motivação**

Segundo Bekin (2004, p.140) “Uma empresa que emprega funcionários satisfeitos será sempre mais capaz de satisfazer seus clientes do que aquela cujos funcionários estão insatisfeitos.”

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

A Futshow concederá um ambiente agradável de trabalho sempre se preocupando com o bem-estar de seus colaboradores, sempre ouvindo as sugestões dos mesmos, mostrando a confiança e a sua importância dentro da organização. Daremos uma bonificação para aquele funcionário que se destacar em seu serviço, recompensando-o pelo seu esforço e desempenho, deixando-os motivados para exercerem seu serviço com qualidade.

### **5.10.2. Integração**

Toda empresa tem diversos departamentos, mas é de grande importância que sejam todas unidas, para haver boa produtividade, e não ocorrer intrigas entre funcionários, assim melhorando o relacionamento entre os setores da empresa, com isso havendo uma boa tornando o ambiente agradável para trabalhar.

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

A Futshow, providenciará uma reunião mensal com todos os funcionários da empresa, para saber do que pode ser alterado para haver uma melhor comunicação, para ajudar a deixar todos da empresa unidos, assim melhorando toda produtividade e todo relacionamento.

### **5.11. Plano de fidelização**

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

A Futshow vai buscar a satisfação do cliente, mas iremos focar no cliente fiel, pois o cliente fiel, veste a camisa da empresa, defendendo a empresa, com isso a Futshow terá a promoção que o grupo que atingir no mínimo 8 horas mensais ganhará 1 hora extra para jogar, buscando a atração para a fidelização.

### **5.12. Estratégias de pós-vendas**

A Futshow trabalhará em busca de um diálogo maior com seus clientes para a saber a satisfação dos mesmos, e suas opiniões sobre que poderia ser mudado para melhorar o ambiente.

### **5.13. Marketing Social e Verde**

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

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

A Futshow realizara eventos, guardando um dia a cada 3 meses, com o objetivo de entreter crianças carentes, entidades, escolas municipais realizando um ato de solidariedade, esse dia, será especialmente para isso, as visitas serão agendadas com antecedência, para não acontecer problemas, trazendo felicidade para todas as crianças.

O marketing verde é a imagem que a empresa passa sobre sua consciência ecológica e ambiental, envolvendo os benefícios e os malefícios dos produtos utilizados em nossa empresa.

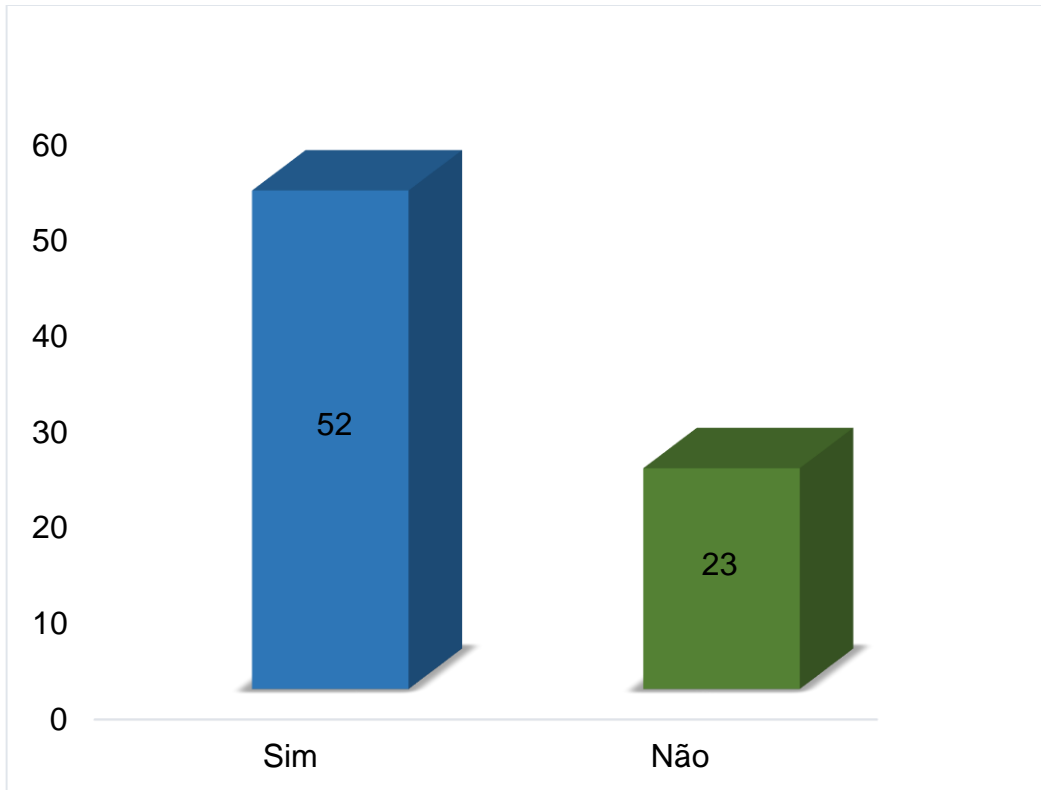
A Futshow, todo o lixo produzido pela empresa, será totalmente reciclável, secadores para as mãos nos banheiros, economizando no papel toalha e beneficiando o meio ambiente.

### **Pesquisa de Mercado**

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

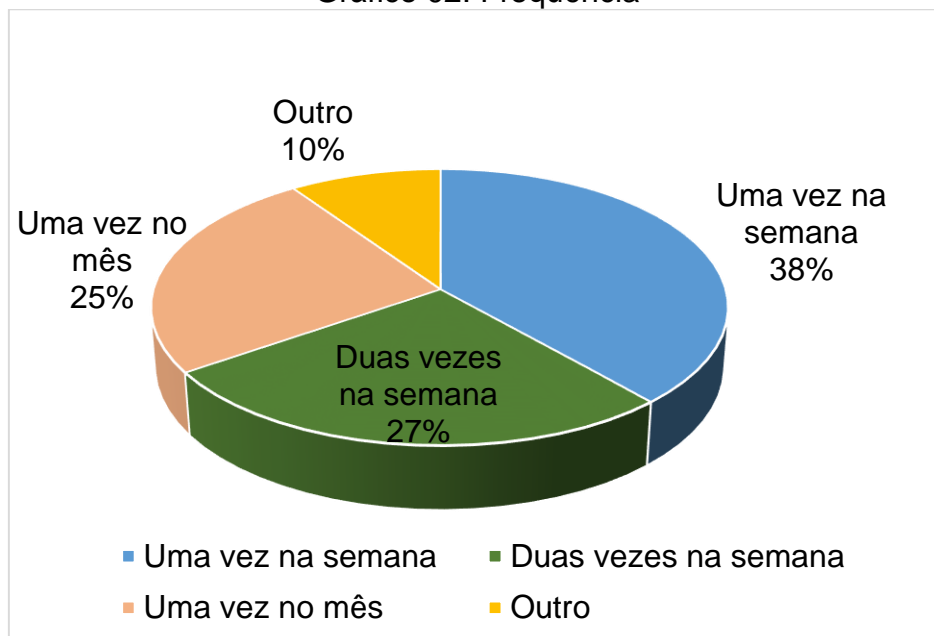


Gráfico 01. Prática



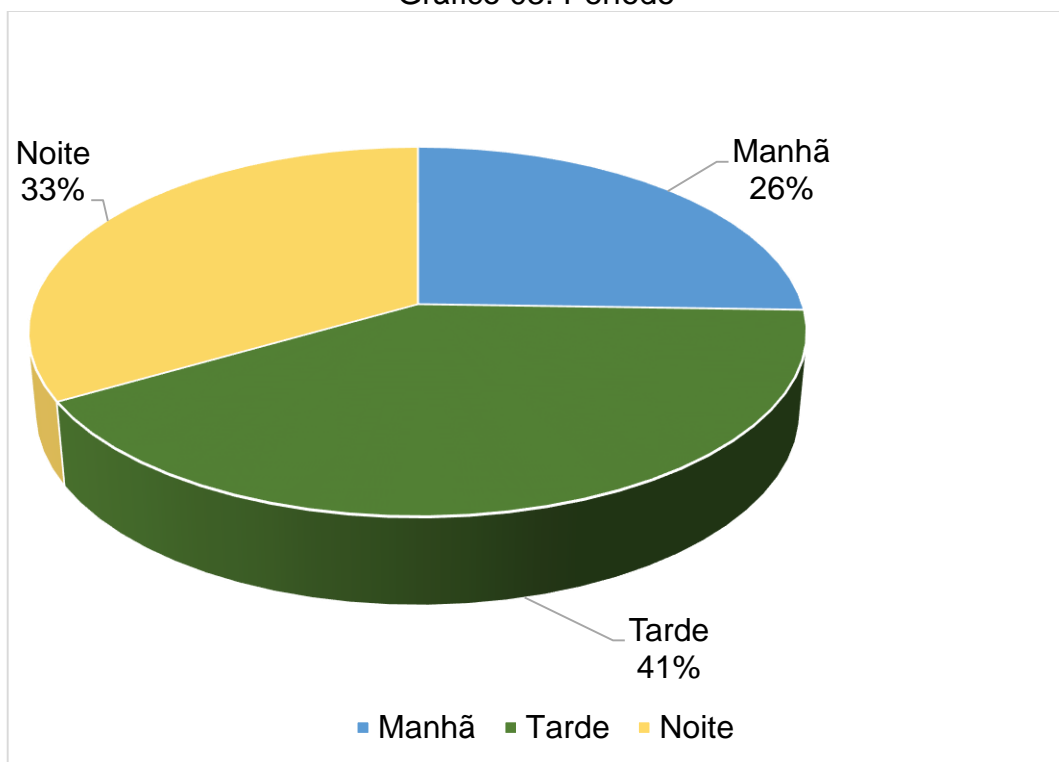
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 02. Frequência



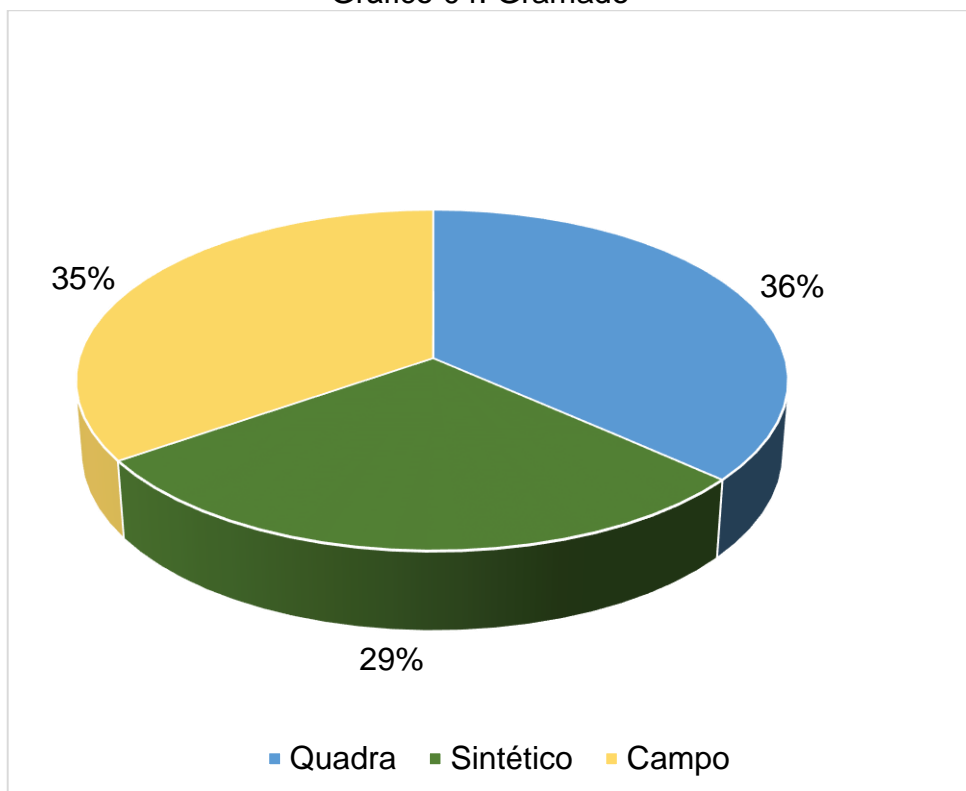
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 03. Período



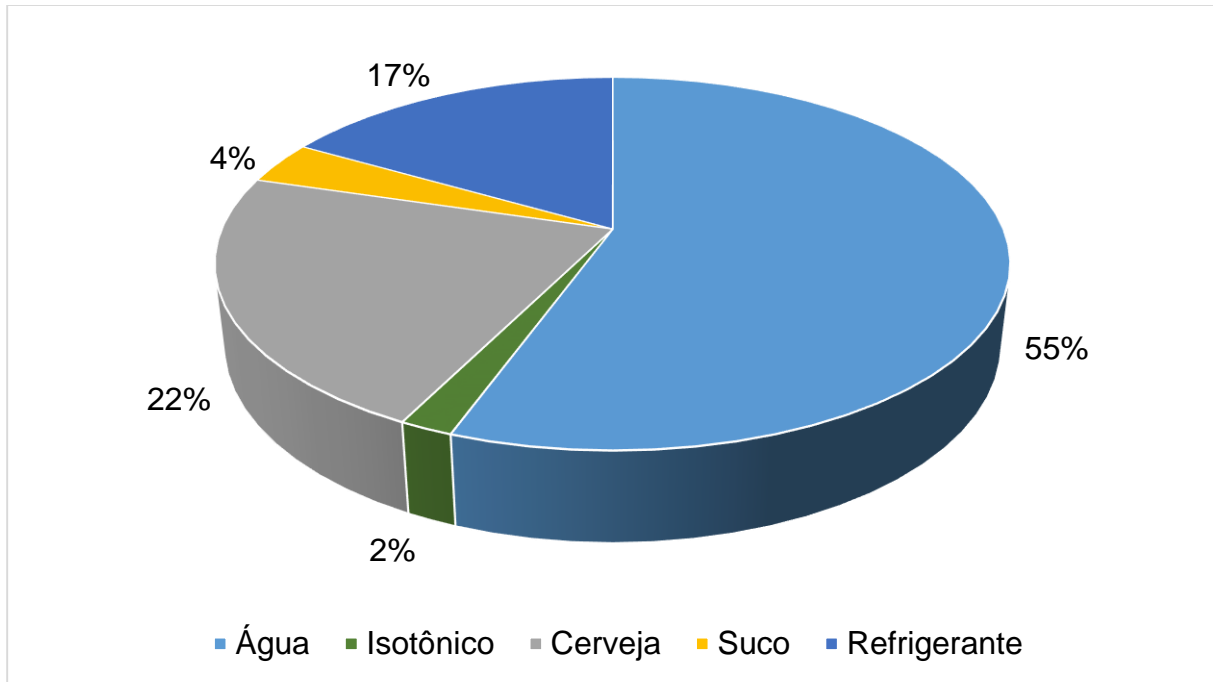
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 04. Gramado



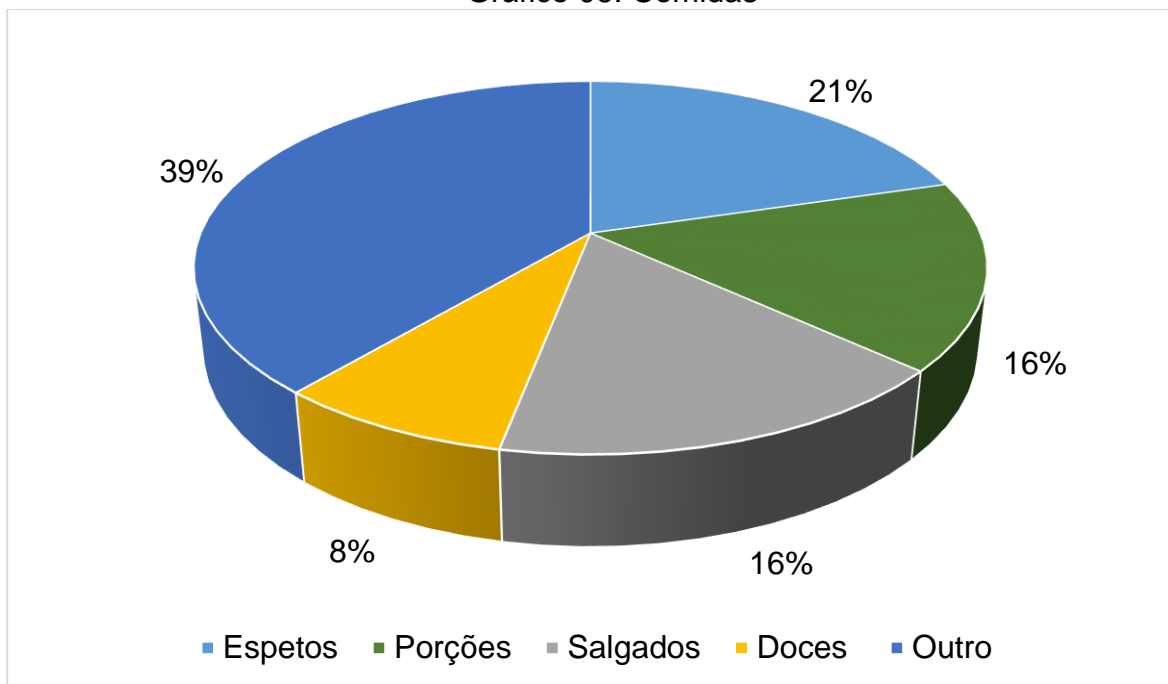
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 05. Bebidas



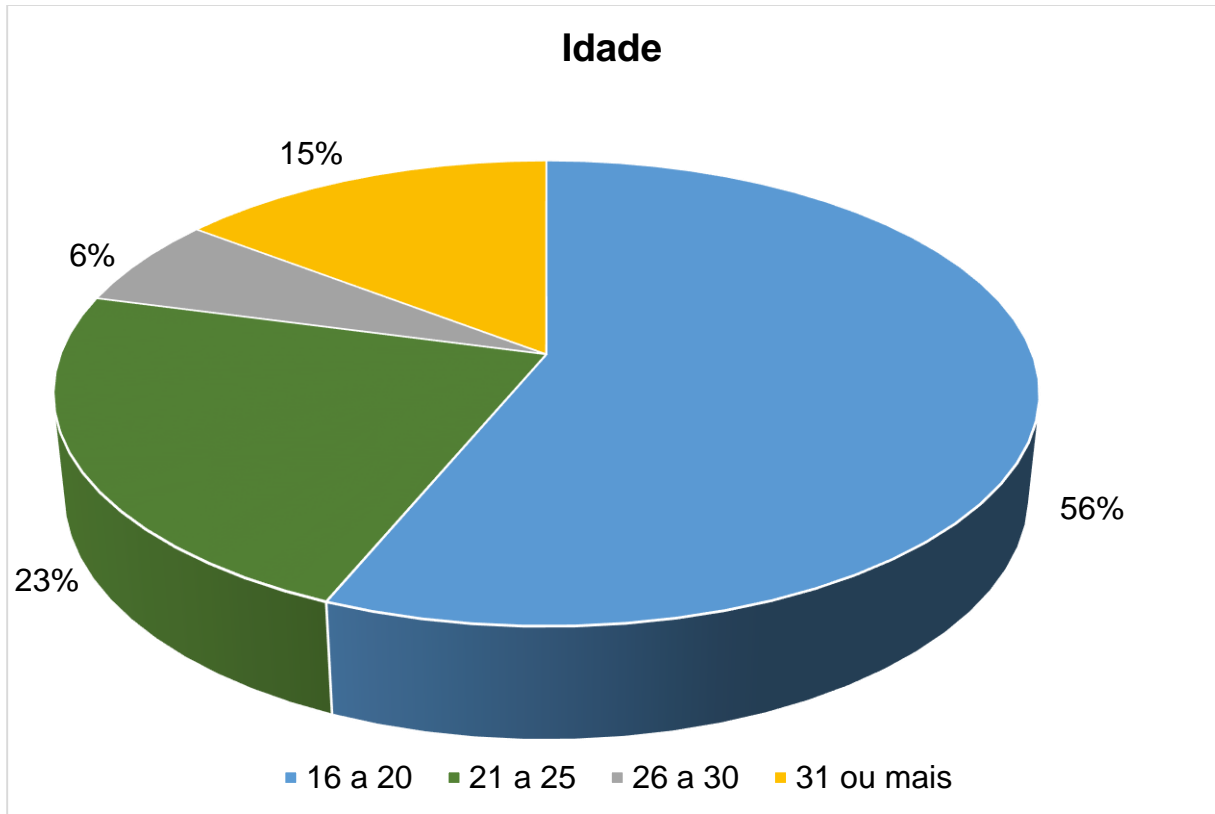
Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 06. Comidas



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 07. Idade



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Gráfico 08. Viabilidade?



Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Essa pesquisa foi realizada na Etec de Fernandópolis com os alunos do sexo masculino do período noturno, objetivando saber a opinião deles acerca da possível abertura de nossa empresa, além de informações sobre a prática de futebol, horários e preferências de bebidas e alimentações após a prática do futebol. Após a realização das pesquisas, foi realizado uma tabulação dos dados coletados e posterior a isso foi feita uma análise dos mesmos, onde foi constatado que a maioria pratica o esporte de uma a duas vezes na semana, nos períodos da tarde e da noite, e costumam praticar em quadras e campos society, consumindo após a pratica água, cerveja e refrigerante, alimentando-se de espetos, salgados e porções e que acreditam ser viável a abertura de uma empresa como a Futshow.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. Planejamento Financeiro**

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

O planejamento financeiro é para prever as ocorrências futuras, fazendo com que a empresa se prepare para possíveis surpresas que poderão surgir, abalando as finanças.

É necessário estabelecer métodos para realizar controles, fazendo uso de ferramentas que contribuam para um bom planejamento financeiro.

#### **6.1. Investimento Fixo**

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

Ou seja, o investimento fixo é todos os materiais que você deve adquirir para que seu negócio funcione de maneira apropriada.

### 6.1.1. Resumo do investimento físico

Tabela 01: Máquinas e Equipamentos

<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
Freezer	2	R\$ 2200,00	R\$ 4400,00
Fogão Industrial (4 bocas, chapa e forno)	1	R\$ 1200,00	R\$ 1200,00
Jogo de Mesa	6	R\$ 230,00	R\$ 1380,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>R\$ 6980,00</b>

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Tabela 02: Móveis e Utensílios

<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
Ar condicionado	1	R\$ 2700,00	R\$ 2700,00
Cadeira	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Computador	1	R\$ 2200,00	R\$ 2200,00
Gaveteiro	1	R\$ 220,00	R\$ 220,00
Impressora	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Jogo de câmera	1	R\$ 1800,00	R\$ 1800,00
Mesa de escritório	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Roteador	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
Telefone	1	R\$ 99,90	R\$ 99,90
Secadores para as mãos (banheiros)	5	R\$ 500,00	R\$ 2.500,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>R\$ 10589,90</b>
<b>TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS</b>			<b>R\$ 17569,90</b>

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Fazendo uma análise de todo o custo fixo necessário para a abertura da empresa entre máquinas e equipamentos, e, móveis e utensílios terá um investimento físico de R\$ 17569,90.

### 6.2. Investimento Financeiro

O investimento financeiro da empresa é o capital a ser aplicado pelos sócios com o intuito de ter uma base para o início da atividade empresarial para que ela não venha a fracassar e em longo prazo buscar o retorno do investimento.

### 6.2.1. Estimativa de investimentos

Nas tabelas abaixo, tabela nº 03 e nº 04, descrevemos todos os produtos que serão necessários, para o início da atividade da Futshow e a estimativa de capital de giro.

Segundo Neto, Silva (2007, p.14) o termo giro refere-se aos recursos correntes (curto prazo) da empresa, geralmente identificados como aqueles capazes de serem convertidos em caixa no prazo máximo de um ano.

Tabela 03: Estimativa do Estoque Inicial

<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
Equipamentos esportivos	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
SUBTOTAL			R\$ 800,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Tabela 04: Estimativa de Capital de Giro

<b>Descrição</b>	<b>TOTAL</b>
Reserva de Caixa (Cobertura dos Custos)	R\$ 15.000,00
<b>TOTAL DOS INVESTIMENTOS FINANCEIROS</b>	<b>R\$ 15.800,00</b>

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Ressaltando que a empresa não trabalhará com estoque, por estrar no ramo de prestação de serviços. As tabelas acima apresentadas estão relacionadas ao estoque para mantimentos.

### 6.2.2. Total de investimento financeiro



O total de capital a ser investido somando o valor do estoque inicial mais o capital de giro será de R\$ 15800,00 (quinze mil e oitocentos reais), como demonstrado nas tabelas n° 03 e n° 04.

### 6.3. Investimentos pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais são todos os gastos realizados para que a empresa esteja apta ao funcionamento, antes do negócio abrir e começar a faturar. Como, por exemplo, despesas com reforma de imóveis, taxas para registro e legalização da empresa, entre outros.

Tabela 05: Investimentos Pré-operacionais

<b>Investimentos Pré-Operacionais</b>	<b>TOTAL</b>
Despesas de Legalização	R\$ 2.000,00
Divulgação	R\$ 600,00
Reforma	R\$ 20.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 22.600,00</b>

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

Na tabela acima, tabela n° 05, foi descrito tudo que será gasto para que a Futshow comece a funcionar, como despesas de legalização, reformas, divulgação pré-lançamento, e outras despesas.

#### 6.3.1. Legalização

Calculamos o valor de R\$ 2.000,00 (dois mil reais), para despesas de legalização, referente ao alvará municipal de funcionamento da empresa, visto que em relação ao alvará de bombeiro, fica encarregado o próprio clube de estar disponibilizando.

### **6.3.2. Dependências Físicas**

Será investido o valor de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) para a melhoria da qualidade da infraestrutura do estabelecimento visando melhor conforto dos nossos clientes.

### **6.3.3. Divulgação e Treinamento**

Optamos em reservar o valor de R\$ 600,00 (seiscentos reais) para a divulgação, pois para inauguração iremos fazer: propagandas em rádios, jornais, promover anúncios nas redes sociais, etc.

### **6.3.4. Aluguel / Construção / Reformas**

A Futshow gastará com aluguel R\$ 4.500,00 (quatro mil e quinhentos reais), além disso será gasto com reformas algo em torno de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais).

### **6.3.5. Outras Despesas**

A Futshow não deixará nenhum valor reservado para outras despesas, pelo fato de estar tudo reservado e apresentado em seus locais específicos.

## **6.4. Estimativa do Investimento Total**

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

Tabela 06: Investimento Total

<b>Descrição</b>	<b>TOTAL</b>
Estimativa dos Investimentos Fixos	R\$ 17.569,90
Estimativa dos Investimentos Financeiros	R\$ 15.800,00
Estimativa dos Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 22.600,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 55.969,90</b>

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

## 6.5. Estimativa do faturamento mensal

A tabela abaixo, tabela nº 07, está discriminando a previsão de faturamento de 1 (um) mês da Futshow.

Tabela 07: Estimativa do Faturamento

<b>Produto/Serviço</b>	<b>Quantidade (Estimativa de Vendas)</b>	<b>Preço de Venda Unitário</b>	<b>Faturamento Total</b>
Locação de campo society (Hora)	168	R\$ 80,00	R\$ 13.440,00
Aluguel da quadra (Hora)	112	R\$ 40,00	R\$ 4.480,00
Terceirização do bar (Mês)	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
Espaço para eventos sem piscina (Diária)	2	R\$ 700,00	R\$ 1.400,00
Espaço para eventos com piscina (Diária)	4	R\$ 1.000,00	R\$ 4.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 25.820,00</b>

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

### 6.5.1. Elaboração do preço de venda

O preço de venda da Futshow foi calculado através dos gastos que teremos como despesas com funcionários e despesas mensais que somam R\$ 18.114,84.

$$18.114,84 / 25.820,00 \times 100 = 70,16 \%$$

Somando as porcentagens da empresa com impostos de 6%.

Para encontrarmos o mark-up, o seguinte cálculo foi feito:

$$100 - (70,16\% + 6\% + 20\%) = 3,84 / 100 = 0,0384$$

## 6.6. Estimativa do custo com serviços

Tabela 08: Custo de Serviços Vendidos

<b>Produto/Serviço</b>	<b>Quantidade (Estimativa de Vendas)</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>CMV</b>
Locação de Campo (Hora)	168	R\$ 7,80	R\$ 1.310,40
Aluguel da Quadra (Hora)	112	R\$ 3,37	R\$ 377,44
Espaço para eventos sem piscina (Diária)	2	R\$ 80,00	R\$ 160,00
Espaço para eventos com piscina (Diária)	4	R\$ 100,00	R\$ 400,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 2.247,84</b>

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

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

## 6.7. Estimativa de custos de comercialização

A tabela abaixo, tabela nº 09, demonstra o que será pago de imposto do Lucro presumido, tendo Simples Nacional 6%

Tabela 09: Custo de Comercialização

<b>Descrição</b>	<b>%</b>	<b>Faturamento Estimado</b>	<b>Custo Total</b>
Impostos	6	R\$ 25.820,00	R\$ 1.549,20
TOTAL			R\$ 1.549,20

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

### 6.8. Estimativa de custos de mão-de-obra

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

Tabela 10: Custo de Mão de Obra

<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>TOTAL</b>
Auxiliar de Limpeza	2	R\$ 1.000,00	R\$ 2.000,00
Segurança	2	R\$ 1.275,00	R\$ 2.550,00
TOTAL			R\$ 4.550,00

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

### 6.9. Despesas com depreciação

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

Tabela 11: Custos com Depreciação

<b>Ativos Fixos</b>	<b>Valor do Bem</b>	<b>Vida Útil em Anos</b>	<b>Depreciação Anual</b>	<b>Depreciação Mensal</b>
Máquinas e Equipamentos	R\$ 6.890,00	10	R\$ 689,00	R\$ 57,42
Móveis e Utensílios	R\$ 10.589,90	10	R\$ 1.058,90	R\$ 88,25
TOTAL				R\$ 145,67

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

## 6.10. Estimativa dos custos fixos mensais

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

Tabela 12: Custos Fixos Mensais

<b>Descrição</b>	<b>Custo Total Mensal</b>	
Aluguel	R\$	4.500,00
Água	R\$	1.000,00
Energia Elétrica	R\$	2.000,00
Escritório de Contabilidade	R\$	350,00
Telefone	R\$	90,00
Pró-Labore	R\$	4.500,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$	200,00
Material de Limpeza	R\$	800,00
Depreciação	R\$	145,67
<b>TOTAL</b>	<b>R\$</b>	<b>13.585,67</b>

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

## 6.11. Demonstrativo de resultados

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

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>	<b>Índice</b>	<b>%</b>
Receita Total com Vendas	R\$ 25.820,00		
Custos Variáveis Totais	R\$ 2.247,84	0,09	9
Margem de Contribuição	R\$ 23.572,16	0,91	91
Custos Fixos Totais	R\$ 13.585,67	0,53	53
Custo de Mão de Obra	R\$ 4.550,00	0,18	18
Imposto	R\$ 1.549,20	0,06	6
<i>Lucro do Exercício</i>	<i>R\$ 3.887,29</i>	<i>0,15</i>	<i>15</i>

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

## 6.12. Indicadores de viabilidade

Tabela 14: Indicadores

Ponto de Equilíbrio	R\$ 19.906,42	
Lucratividade	15%	
Rentabilidade	7%	
Prazo de Retorno do Investimento	14,40	Meses
	1,20	Anos

Fonte: (Do próprio autor, 2019).

### 6.12.1. Ponto de Equilíbrio

O indicador acima, tabela nº 14, demonstra quanto a empresa necessita faturar para que sua receita iguale a suas despesas, ou seja sem nenhum ganho, na Futshow o ponto de equilíbrio será de R\$ 19.906,42.

### 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 Futshow será de 15%, isso significa que a cada R\$ 100,00 reais em serviços comercializados, sobrarão R\$ 15,00.

### 6.12.3. Rentabilidade

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

#### **6.12.4. Prazo de Retorno do Investimento**

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

A Futshow tem o prazo de retorno de 14,40 meses, ou seja, em menos de um ano e meio, o capital investido retornará aos seus sócios.



## CAPÍTULO VII

### 7.Responsabilidade social

Segundo Ashley (2002, p.98):

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

A Futshow terá como responsabilidade social abrir uma vez a cada trimestre para crianças e adolescentes que residem em entidades públicas, que não tem fins lucrativos e sim servem a sociedade que necessita.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Concluimos através do presente trabalho que as utilizações das ferramentas administrativas para a realização de um bom planejamento estratégico para uma empresa são de grande importância. Com isso, conseguimos analisar as necessidades do mercado, observando uma escassez na área de entretenimento, onde decidimos investir nesse setor. Após a análise e as pesquisas realizadas acreditamos ser viável a abertura da empresa, tanto financeiramente, como por meio do público que acha interessante a abertura de uma empresa como a nossa.

Foi muito interessante a realização deste trabalho pois conseguimos colocar em prática todos os ensinamentos realizados em sala de aula, onde os professores foram de suma importância pelos ensinamentos passados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LACOMBE, Francisco. **Recursos Humanos**. São Paulo: Saraiva, 2005.

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

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

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

ROCHA, Ângela da. **Empresas e clientes**. São Paulo: Atlas, 2000.

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

SEBRAE. Canvas. Sebrae, disponível em: <https://sebraecanvas.pr.sebrae.com.br/#/>. Acesso dia 25 de abril de 2019.

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

Alvarez, María Esmeralda Ballester. **Manual de organização sistemas métodos**. 4º Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

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

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

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

Entrevista de desligamento, disponível em: <https://www.slideshare.net/renatahortencio/entrevista-de-desligamento-novo-modelo> Acesso dia 22 de maio de 2019.

[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm) Acesso dia 30 de maio de 2019.

Garcia; Campos: **Administração de materiais e recursos patrimoniais**.2.ed.São Paulo: Saraiva, 2006.

Alexandre Neto, César Silva: **Administração de Capital de Giro**.3.ed.São Paulo: Atlas, 2007.

[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del5452.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm) Acesso dia 04 de junho de 2019