TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL EM TÉCNICO DE ADMINISTRAÇÃO

EDUARDA SALES DOS SANTOS

FABRICIA FRANCINE CERPA REIS

GABRIELA MENDES OLIVEIRA

PROJETO DE UMA AGÊNCIA DE EMPREGO E CAPACITAÇÃO VOLTADA PARA JOVENS DE CAMPO LIMPO PAULISTA E REGIÃO

ETEC DE CAMPO LIMPO PAULISTA

DEZEMBRO/2024

EDUARDA SALES DOS SANTOS

FABRICIA FRANCINE CERPA REIS

GABRIELA MENDES OLIVEIRA

PROJETO DE UMA AGÊNCIA DE EMPREGO E CAPACITAÇÃO VOLTADA PARA JOVENS DE CAMPO LIMPO PAULISTA E REGIÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à EteCamp – Etec de Campo Limpo Paulista, do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, como requisito parcial para a obtenção da habilitação profissional de Técnico de Nível Médio em Administração sob a orientação do Professor Mauricio Ferreira, responsável pelo PTCC e DTCC.

Orientação:

Mauricio Aparecido Ferreira

Fernanda de Moraes Rossi Affonso

ETEC DE CAMPO LIMPO PAULISTA

DEZEMBRO/2024

EDUARDA SALES DOS SANTOS

FABRICIA FRANCINE CERPA REIS

GABRIELA MENDES OLIVEIRA

PROJETO DE UMA AGÊNCIA DE EMPREGO E CAPACITAÇÃO VOLTADA PARA JOVENS DE CAMPO LIMPO PAULISTA E REGIÃO

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Programa de Técnico de Administração para obtenção do título de habilitação técnica em administração. Campo Limpo Paulista, 25 de novembro de 2024.

Aprovada em: _____ / _____ / _____

Conceito: _____.

Banca de Validação:

_____

Professor:

Orientador

_____

Professor Fernanda de Moraes Rossi Affonso

_____

Professor Mauricio Aparecido Ferreira

Chegar ao fim dessa jornada de aprendizado é a realização de um sonho. Por isso, dedicamos este trabalho a todos que foram e continuam sendo nossos alicerces ao longo dessa caminhada. Este é um reflexo do amor e da fé de cada um de vocês. Com profunda gratidão e emoção, compartilhamos essa vitória.

AGRADECIMENTO

Agradecemos ao nosso querido Deus, que nos ilumina e nos guarda, mesmo de longe.

Aos nossos pais, por todo amor, dedicação e esperança ao longo de nossa jornada. Por nos ensinar os caminhos pelos quais devemos caminhar e por nos dar impulso e determinação para continuar.

A nossos amigos e companheiros que nos apoiaram em momentos de dificuldade e estão vibrando por essa conquista.

E, em especial, a todos os professores e funcionários da Etec de Campo Limpo Paulista que com sabedoria e paciência, nos deram conhecimento e forças para chegarmos até aqui.

Este trabalho é, sem dúvidas, o resultado de todo o aprendizado que tivemos ao longo de nossa trajetória. Muito obrigada à todos que fizeram parte dessa longa caminhada para que hoje, enfim, possamos descansar à sombra.

“Slow down, you’re doing fine

You can’t be everything you wanna be before your time.”

Billy Joel

RESUMO

O presente trabalho foi desenvolvido com o objetivo de realizar pesquisas sobre o projeto de criação de uma Agência de emprego e capacitação voltada para jovens de Campo Limpo Paulista e região. Com o aumento de desemprego no Brasil e no município, especialmente entre os jovens, o desenvolvimento de iniciativas que visam fornecer agenciamento e capacitação é indispensável devido à sua importância para o mercado de trabalho hodierno.

Por conseguinte, o principal objetivo desse projeto é fornecer embasamento para a possível criação de uma empresa que visa inserir jovens de forma facilitada no mercado de trabalho local, através de um agenciamento acolhedor e eficiente, especialmente para aqueles que não possuem experiências anteriores, que estão em busca de seu primeiro emprego e irão ingressar no mercado de trabalho como jovem aprendiz ou estagiário. Além disso, a empresa deseja fornecer capacitação a estes, a fim de garantir maiores chances de empregabilidade.

Para que fosse possível descobrir a viabilidade de uma empresa como essa, foi necessário o desenvolvimento da metodologia e a criação de um Plano de negócios que permitiu analisar o mercado que a empresa irá competir, seus concorrentes e possíveis obstáculos caso seja implementada.

Por meio destes desenvolvimentos, é notório que a implementação da "*Blossom*", é viável, caso a empresa consiga atingir suas metas no que se refere a finanças e à venda de todos os seus serviços conforme a visão em seu cenário realista. Caso a implementação ocorra, a empresa pode agregar valor à sua comunidade, por meio da facilidade na busca por emprego e fornecimento de capacitação para seus usuários.

Palavras chaves: agenciamento; capacitação; jovens; primeiro emprego; jovens aprendiz; estagiário; mercado de trabalho; Campo Limpo Paulista e região.

ABSTRACT

This work was developed with the aim of carrying out research on the project to create an employment and training agency aimed at young people in Campo Limpo Paulista and the region. With the increase in unemployment in Brazil and in the municipality, the development of initiatives that aim to provide agency and training is essential due to their importance for today's job market.

Therefore, the company's main objective is to easily insert young people into the local job market, through a welcoming and efficient agency, especially for those who have no previous experience, who are looking for their first job and will enter the market. work as a young apprentice or intern. Furthermore, the company wishes to provide training to them, in order to guarantee greater chances of employability.

To discover the viability of a company like this, it was necessary to develop the methodology and create a Business Plan that allowed analysis of the market in which the company will compete, its competitors and possible obstacles if implemented.

Through these developments, the implementation of "*Blossom*" is viable, if the company can achieve its goals in terms of finances and the sale of all its services as per the vision in its realistic scenario. If implementation occurs, the company can add value to its community, by facilitating the search for employment and providing training for its users.

Keywords: agency; training; young people; first job; young apprentice; intern; job market; Campo Limpo Paulista and region.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Matriz SWOT 25

Figura 2 - Matriz TOWS 26

Figura 3 - Site 31

Figura 4 - Logo 32

Figura 5 - Slogan 33

Figura 6 - 5 Forças de Porter 34

Figura 7 - Organograma 39

Figura 8 - Layout 43

Figura 9 - Localização 45

Figura 10 - Fluxograma agenciamento 48

Figura 11 - Fluxograma capacitação para jovens 48

Figura 12 - Fluxograma educação corporativa 49

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	10
1.	OBJETIVO	11
2.	PROBLEMÁTICA	12
3.	HIPÓTESE	14
4.	REFERENCIAL TEÓRICO	15
5.	METODOLOGIA	19
6.	PLANO DE NEGÓCIO	20
7.	RESULTADOS	51
8.	CONCLUSÕES/ CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
9.	REFERÊNCIAS	51
APÊNDICE		51
ANEXO		51

1. INTRODUÇÃO

O cenário de desemprego no Brasil tem despertado preocupação entre as entidades governamentais e apresenta desafios significativos para a sociedade, especialmente para jovens que estão ingressando no mercado de trabalho. A busca por soluções que possam minimizar o impacto deste fenômeno na economia e no mercado de trabalho é indispensável pois, o aumento da taxa de desemprego que em 2024 chegou a 16,8% entre os jovens, o que torna o mercado de trabalho um ambiente ainda mais competitivo.

É notório que esta taxa tenha se tornado maior entre a população jovem do Brasil, devido à ausência de interesse desta parte da sociedade em aprimorar seu currículo profissional com cursos ou treinamentos que visam facilitar sua inserção no mercado de trabalho e promover melhoria profissional, e isso diminui suas chances de empregabilidade.

A princípio, a carreira profissional de um jovem começa entre seus 16 e 24 anos de vida, com sua primeira experiência trabalhista que abre portas para sua vida profissional. A primeira grande decisão que um jovem precisa tomar conforme seu crescimento é a carreira profissional que deseja seguir. Por isso, o primeiro emprego e a capacitação desempenham um papel fundamental na construção de uma carreira profissional sólida, que garante o sucesso em carreiras trabalhistas futuras.

Em um município como Campo Limpo Paulista e toda região que o acompanha, é essencial desenvolver iniciativas que promovam a capacitação e a inclusão profissional de sua população. Diante deste cenário, o presente trabalho foi desenvolvido com o objetivo de realizar pesquisas sobre o projeto de criação de uma Agência de emprego e capacitação voltada para jovens de Campo Limpo Paulista e região.

A "*Blossom*", possível empresa projetada com base em pesquisas elaboradas pelo grupo, é uma empresa *Business to Consumer* (B2C) e *Business to Business* (B2B, ou seja, a empresa fornece serviços tanto para consumidores, no caso a capacitação para pessoas física, quanto para outras empresas que é o caso da educação corporativa. Esta deseja criar um sistema de capacitação voltada tanto para o público interno quanto aos aspirantes e agenciamento destes para estágios e programa de aprendizes. A proposta da empresa surge da necessidade de um espaço que integre o agenciamento, a orientação profissional e a oferta de cursos de capacitação, além de parcerias com empresas locais.

Por meio das análises realizadas, a empresa busca evidenciar a importância de seus serviços para região em que atua e proporcionar um panorama abrangente que sustentará a implementação desta iniciativa para que seja possível gerar impactos positivos em sua comunidade.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GERAL

Criar um sistema de capacitação voltada tanto para o público interno quanto aos aspirantes e agenciamento destes para estágios e programa de aprendizes.

1.2 OBJETIVO GERAL

Desenvolver e fornecer embasamento para outros trabalhos referente à possível criação de uma Agência de emprego e capacitação para Campo Limpo Paulista;

Entender o universo corporativo que a empresa atenderá;

Desenvolver apostilas educacionais para as empresas e para os jovens;

Capacitar os jovens para vagas existentes;

Agenciar os jovens em programas de estágios e aprendizes;

Coletar e analisar feedback dos jovens e das empresas;

Manutenção do sistema educacional.

2. PROBLEMÁTICA

A questão problema que foi analisada através das pesquisas realizadas pelo grupo são: a quantidade de jovens que não estão capacitados para o mercado de trabalho e o aumento da taxa de desemprego entre os jovens.

A existência de jovens que nem estudam nem trabalham ou procuram emprego, os chamados de “nem-nem”, aumentou para 5,4 milhões no primeiro trimestre de 2024, comparado a 4 milhões no mesmo período do ano anterior, de acordo com o Ministério do Trabalho e Emprego.

No ano de 2020, a pandemia de COVID-19 teve um impacto promotor para o aumento desta taxa, já que os jovens que passaram pelo período pandêmico ficaram dois anos sem possuírem grandes oportunidades para ingressarem no mercado de trabalho. Durante e após a pandemia, houve também a escassez de jovens que buscaram por capacitação profissional, o que dificultara sua inserção no mercado de trabalho que, em um cenário pós pandêmico, apresentava condições de salários precárias e menos oportunidades para jovens que não possuíam experiências trabalhistas anteriores.

Atualmente, o aumento da taxa de desemprego no Brasil tornou-se alarmante para as entidades governamentais e para a sociedade como um todo e como consequência desta lacuna no país, a taxa de desemprego entre os jovens de 16 a 24 está em 16,8%, segundo o Poder 360.

Por meio de pesquisas primárias realizadas, foi possível notar que as principais causas para o presente cenário é a falta de qualificação profissional ou a falta de habilidades, causada pela ausência de interesse dos cidadãos que são em sua maioria jovens, cujo não anseiam por aprimorar seu currículo profissional com cursos ou treinamentos em que o objetivo é assegurar a melhoria profissional e salarial.

Em consequência da lacuna na experiência e falta de estudos entre os jovens, as empresas têm sido cada vez mais seletivas nos processos de contratação e profissionais têm rejeitado a admissão de jovens exatamente pela escassez de habilidades e qualificação que as empresas procuram na atualidade.

A ausência de programas de capacitação acessíveis e de qualidade na região contribui para a perpetuação desta causa, com a ausência de orientações adequadas e oportunidades de desenvolvimento, muitos jovens se veem obrigados a aceitar empregos informais, que não oferecem segurança financeira ou perspectiva de crescimento profissional.

Devido a estes fatores, é notório a importância da criação de uma Agência de emprego e capacitação para Campo Limpo Paulista e região pois esta visa facilitar a inserção de jovens no mercado de trabalho e garantir que estes estejam qualificados para sua vida profissional.

3. HIPÓTESE

Se, após as análises, o grupo, em conjunto com seu possível investidor desejar implementar a Agência de emprego e capacitação "*Blossom*" será possível diminuir significativamente desemprego e a ausência de capacitação entre os jovens de Campo Limpo Paulista e região.

4. REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo fornece embasamento teórico para compreensão e análise do problema pesquisado.

4.1 “GERAÇÃO NEM-NEM"

Apesar de parecer recente, o termo “nem-nem” surgiu em 1980 no Reino Unido e vem do inglês *NEET - Not in employment, education or training*. Sua tradução está direcionada especialmente a parcela da população com idade entre 18 e 24 anos que não estudam, nem trabalham ou estão em treinamento, por isso são chamados de “nem-nem”.

Segundo a Central de Notícias *Uniter* (CNU) 2024 “O crescimento desta parcela da população de jovens e adultos que não estudam e não trabalham, conta com cerca de 36% no Brasil.” Este aumento pode ocorrer devido a fatores sociais, como a falta de incentivo de familiares para a volta aos estudos e a busca por empregos, assim como pode ocorrer por fatores econômicos como a falta de poder aquisitivo.

> [...] em um país com forte desigualdade econômica, social e regional como o Brasil, essa trajetória não é igual para todos os jovens. Os jovens que vivem em famílias com melhores condições econômicas e com mais acesso à educação e ao mercado de trabalho trilham caminhos mais lineares e com a transição para a vida adulta compatível ao que se observa em países desenvolvidos. Contudo, muitos jovens enfrentam dificuldades econômicas e sociais, não conseguindo essa linearidade na sua trajetória. FREIRE, D. G. Os jovens que nem trabalham e nem estudam no Brasil: caracterização e transformações entre 2004 e 2015. Rio de Janeiro: Editora CRV, 2018.

Pesquisas realizadas por Denise Guichard Freire Da Mota apontam que o agravamento da “geração nem-nem” também está relacionada ao perfil socioeconômico e sociais dos jovens além da baixa qualidade da educação e a desconexão entre o currículo escolar e as exigências do mercado de trabalho.

O aumento na taxa que corresponde a esta geração é alarmante, e impacta negativamente o mercado de trabalho e consequentemente, traz redução na oportunidade de empregos, especialmente entre os jovens.

Estes fatores afetam o cenário de desemprego no país, aumentando a taxa que já era considerada alta. Como efeito dominó, o aumento na taxa de desemprego diminui a economia regional.

4.2 CAUSA DO DESEMPREGO ENTRE OS JOVENS

De forma simplificada, o desemprego trata-se da não realização de atividade remunerada por pessoas com idade acima de 16 anos, que estão em busca de trabalho e não são contratadas por nenhuma empresa.

O aumento no número da população não empregada pode refletir em mudanças na economia e no mercado de trabalho de um país. No Brasil, a taxa de desemprego entre os jovens de 18 a 24 anos subiu de 15,3% no 4º trimestre de 2023 para 16,8% no 1º trimestre de 2024, diz o Poder 360. Apesar deste ser o menor aumento desde 2014, a taxa ainda é preocupante para a sociedade e para o mercado de trabalho.

"Nós acreditamos nos jovens" é uma pesquisa realizada pelo *Mc Donald's* e pela empresa Argentina *Trendsity* e entrevistou 500 brasileiros com idade entre 16 e 27 anos, entre esses, 77% dos jovens apontaram a exigência dos empregadores por uma atividade prévia, ou seja, uma experiência no mercado de trabalho. Deste modo, é notório que a falta de experiência é a maior barreira quando se trata da busca por empregos.

Mesmo com a crescente busca por emprego entre os jovens, as empresas relatam problemas ao preencher as vagas, a maior dificuldade é encontrar profissionais capacitados e qualificados. De acordo com o relatório *Education at a Glance* de 2021, o Brasil possuí uma taxa de 9% em formação técnica e profissional entre os alunos que concluíram o ensino médio, sendo a segunda menor entre 37 países membros e parceiros da OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico).

4.3 IMPORTÂNCIA DA CAPACITAÇÃO PARA O MERCADO DE TRABALHO.

No Brasil, o mercado de trabalho é altamente competitivo, especialmente para jovens que estão ingressando no universo corporativo. Para muitas empresas, a formação acadêmica não é suficiente para garantir que a população tenha sucesso profissional desejado, por isso, a capacitação e a experiência tornam-se fundamentais para que o currículo do profissional se

destaque em meio a tantos outros. Portanto, é natural que as organizações busquem por candidatos qualificados ou que possuam experiências prévias na carteira de trabalho

Capacitação é um processo de aperfeiçoamento das habilidades, conhecimentos e competências, a capacitação ocorre por meio de cursos e treinamentos, e seu principal objetivo é aprimorar o currículo do empregado, o preparando para enfrentar desafios e se adaptar as exigências diante do mercado de trabalho.

A capacitação se torna importante para a carreira profissional a longo prazo, estudos apontam que os indivíduos que possuem pós-graduação e cursos de capacitação, são aqueles que apresentam menor probabilidade de continuar na condição de desemprego em comparação aos indivíduos das demais faixas de escolaridade. Por isso, se o profissional deseja permanecer empregado e concorrer a vagas de liderança dentro de uma empresa, deve investir em capacitação profissional. Além disso, a capacitação serve para assegurar que o currículo do profissional estará à vista dos contratantes pois é um diferencial diante do currículo de jovens que não estão interessados em capacitação.

Ao capacitar seus empregados, a empresa promoverá benefícios próprio, pois ao investir na capacitação de seus colaboradores, irá garantir uma equipe mais produtiva e eficiente, o que também irá garantir maior lucro para a organização. Conforme afirma Lazear e Gibbs (1998), quando o empresariado investe em qualificação, minimiza-se a necessidade de alteração do corpo de funcionários, ou seja, há redução da rotatividade, bem como das despesas com demissões, contratações e treinamento de novos funcionários.

> A capacitação profissional é fundamental para evolução dos profissionais, e toda boa empresa deve investir no desenvolvimento das habilidades dos seus colaboradores, tendo o RH, papel fundamental na implementação das ações capacitadoras. Esse investimento em habilidades, pode proporcionar muitos resultados positivos para a empresa, que ao desenvolver seus colaboradores garante retenção de talentos e o fortalecimento da cultura organizacional, tudo isso por oferecer ao colaborador a possibilidade de ampliar seus conhecimentos. Pontotel. Saiba o que é capacitação e sua importância para as empresas, abril de 2023.

Por conseguinte, investir em capacitação e ampliar a oferta de ensino garante que os profissionais sejam devidamente inseridos no mercado de trabalho e permaneçam empregados concorrendo a oportunidades melhores de cargos, como cargos de liderança, aumentando o salário

deste empregado. A competitividade no mercado de trabalho demanda de profissionais capacitados e preparados para as transformações das últimas décadas, além de possuir grande influência sobre a economia de um país. De acordo com estudo realizado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDS), um crescimento econômico acima de 2% ao ano, de forma sustentável, só é possível com um grande salto de produtividade. E, para que isso aconteça, é preciso investir em educação e capacitação. Assim, o governo deve investir em programas de educação e qualificação profissional para trabalhadores desempregados e os que já estão empregados, o que trará benefícios não apenas para o mercado de trabalho, mas para toda e economia regional.

4.4 AGÊNCIA DE EMPREGO NA SOCIEDADE

Agências de Emprego são um ramo de atividade de assessoria em recursos humanos que visa a prestação de serviço de recrutamento e seleção de pessoal. “Representa a busca permanente da “pessoa certa, para o lugar certo, na hora certa”.” SEBRAE. Por isso, sua atuação no universo corporativo atual beneficia tanto os empregadores quanto os candidatos. Muitas Agências funcionam também como capacitadoras, fornecendo cursos e treinamentos para os seus candidatos.

O mercado de agencias no Brasil é crescente, com um nível maior de competidores no mercado é importante que o empresário que deseja fundar uma empresa com este serviço invista em um bom diferencial. De acordo com as pesquisas do SEBRAE, atuar em nichos menos populares pode ser um grande diferencial.

> A resposta passa pela identificação de nichos de mercado não atendidos por estes competidores, que precisam dos serviços de recrutamento e seleção, como por exemplo, agências de emprego especializadas em determinado tipo de profissional ou perfil de cliente, tais como micro e pequenas empresas, serviços domésticos, obras e reformas, motoboys, salões de beleza, dentre outros. Site do SEBRAE, recuperado em 01 de novembro de 2024.

A procura de trabalho é um tema de extrema importância para a sociedade, uma Agência de emprego por sua vez, busca facilitar este aspecto para aqueles que não possuem condições para fazê-lo. Além de servir como ponte para o funcionário, uma empresa deste tipo deseja reduzir o

desemprego na região em que atua, aumentando as oportunidades de empregos e aumento da inclusão no mercado.

Por estes fatores, as agências de emprego desempenham um papel de extrema relevância para a sociedade. Buscando não apenas facilitar a conexão de candidatos com o mercado, mas também diminuir o desemprego e agregar valor à economia da comunidade em que atua.

5. METODOLOGIA

O projeto usou informações feita pelas pesquisas secundárias como método principal de coleta de dados. A escolha da pesquisa secundárias se justifica pela necessidade de dados específicos do tema estudado.

Para a coleta de dados, foi feita uma análise de dados que foram coletados e examinados por outros pesquisadores e instituições. A pesquisa secundária foi feita pela necessidade de obter uma ótica mais abrangente do projeto utilizando assim, fontes confiáveis e consolidadas para fundamentar teoricamente a discussão.

Para a pesquisa primária foi elaborado um formulário para pesquisar os interesses dos jovens da Etec de Campo Limpo Paulista (ETECAMP) e outras escolas estaduais da região.

As perguntas utilizadas para tal foram:

Quantos anos você tem;

Você entraria em uma empresa de capacitação, para ter o treinamento necessário para entrar numa empresa;

O que você procuraria nessa empresa;

Quanto você pagaria em cursos como Pacote Office, Sustentabilidade e Finanças Pessoais;

Você gostaria de ensino EAD ou presencial;

O que você procura numa empresa;

Com base nas respostas recebidas -gráficos anexados no apêndice- foi possível enxergar o perfil e as percepções específicas do público-alvo em relação ao projeto, assim como também trouxe um retorno mais detalhado do nível de envolvimento dos jovens, mostrando ser bem recebido e os ajustes que poderiam ser feitos.

A análise de dados e fontes foram muito importantes para identificar fatores econômicos ou culturais que influenciariam o projeto, comprovando as observações da pesquisa primária e facilitando uma interpretação mais sólida e completa.

Além disso, a criação de um Plano de Negócios foi essencial para melhor compreender o mercado no qual a empresa irá competir, estabelecer metas e objetivos, os obstáculos que irá enfrentar e evidenciar se a possível implementação da Agência de emprego e capacitação "*Blossom*" é de fato possível ou não.

6. PLANO DE NEGÓCIO

O plano de negócio é um documento especializado que descreve toda a estrutura para a construção de um negócio, ou seja, uma empresa. Este plano serve como guia para a elaboração do projeto de uma Agência de emprego e empresa de capacitação voltada para jovens de Campo Limpo Paulista e região e outros projetos. O plano de negócios inclui informações do plano estratégico, plano de marketing, plano operacional e plano financeiro da empresa, possibilitando uma visão mais estratégica para que a empresa alcance seus objetivos.

6.1 PLANO ESTRATÉGICO

Por meio dos estudos do grupo foi elaborada uma análise do ambiente do empreendimento, que apresenta os fatores do ambiente externo, oportunidades e ameaças e o ambiente interno representado pelas forças e fraquezas, sendo essas analisadas pela análise SWOT, como mostra a figura abaixo:

Figura 1 – Matriz SWOT

Fonte: Elaborado pelas autoras

A matriz SWOT é uma ferramenta poderosa de planejamento estratégico, pois permite uma análise equilibrada entre fatores internos e externos, fornecendo uma visão abrangente da situação de uma organização.

Forças: Os pontos fortes são as vantagens internas que possui a organização. Esses elementos permitem que a empresa se destaque no mercado e conquiste uma posição competitiva.

Fraquezas: Os pontos fracos se referem às limitações internas que podem comprometer o desempenho da organização. Reconhecer essas fraquezas é essencial para buscar melhorias.

Oportunidades: As oportunidades são fatores externos que a organização pode aproveitar para crescer e se desenvolver. Identificar essas oportunidades pode abrir novas avenidas de sucesso.

Ameaças: As oportunidades são fatores externos que a organização pode aproveitar para crescer e se desenvolver. Identificar essas oportunidades pode abrir novas avenidas de sucesso.

A seguir será apresentada a análise cruzada elaborada pelo grupo para determinar as estratégias para o início do negócio.

Figura 2 – Matriz TOWS

Fonte: Elaborado pelas autoras

A matriz TOWS é uma extensão da matriz SWOT que ajuda na formulação de estratégias. Enquanto a análise SWOT foca na identificação de pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças, a matriz TOWS se concentra em como essas variáveis interagem e influenciam as decisões estratégicas.

Forças x oportunidades (FO): Estratégias que utilizam os pontos fortes da organização para aproveitar as oportunidades externas.

Forças x ameaças (FA): Estratégias que utilizam os pontos fortes para enfrentar ou mitigar ameaças externas.

Fraquezas x oportunidades (WO)**:** Estratégias que buscam superar fraquezas internas ao aproveitar oportunidades externas.

Fraquezas x ameaças (WA): Estratégias que abordam fraquezas internas para proteger a organização contra ameaças externas.

6.2 PLANO DE MARKETING

O plano de marketing é um resumo das principais estratégias, ações e objetivos de uma empresa. Ele permite conhecer melhor o perfil dos clientes para direcionar as ações, os canais de divulgação mais adequados, prioridades para execução, estabelecimento de prazos e alinhamento de expectativas entre uma equipe. Por meio de tais informações será possível perceber os recursos necessários para a implementação das atividades, orçamentos e resultados esperados para avaliar se a empresa está no caminho adequado (SEBRAE, 2013).

6.2.1 Detalhamento da ideia

A Agência de emprego e capacitação *"Blossom"* foi criada especialmente para jovens de 16 a 24 anos moradores de Campo Limpo Paulista e região que estão em busca de seu primeiro emprego. Nosso foco é facilitar a entrada dessas pessoas no mercado de trabalho e capacitá-las para aumentar suas chances de empregabilidade. Para alcançar esses objetivos, a empresa fornece um agenciamento eficiente e aprimoração de currículos através da capacitação profissional com cursos e treinamentos para jovens em busca de seu primeiro emprego, ou treinamentos para qualificar a equipe de empresas locais

6.2.2 Descrição dos principais serviços

6.2.2.1 Agenciamento

O agenciamento pode ser descrito pelo ato de intermediação entre o funcionário e a empresa. Para a "*Blossom",* este processo funciona através da notificação da empresa parceira de contratos da *"Blossom"* que desejam contratar um funcionário. A função da "*Blossom"* a partir desse momento é buscar e filtrar os currículos dos jovens, para que seja possível fornecer um funcionário que se adeque a empresa contratante.

Após a escolha do candidato, cabe a empresa contratante decidir se aquele funcionário é de seu interesse ou não, para que possam fechar o contrato de jovem aprendiz ou estagiário com o jovem.

Caso a empresa decida seguir com o processo de contratação, deve ser estipulado um contrato de acordo com a legislação brasileira.

O contrato de agenciamento do jovem deverá ser assinado pela "*Blossom"* e pela empresa contratante.

Ambas as empresas iram receber uma porcentagem correspondente ao salário do funcionário, sendo a média salarial de um Jovem Aprendiz de R$ 794,00 reais e a de um estagiário de R$ 862,00 reais.

A porcentagem será de 20% para a empresa contratante e 80% para a Agência correspondente ao primeiro salário, ou seja, ao salário do primeiro mês de trabalho do funcionário agenciado.

6.2.2.3 Capacitação

Capacitação é o processo permanente e deliberado de aprendizagem, com o propósito de contribuir para o desenvolvimento de competências institucionais por meio do desenvolvimento de competências individuais. Decreto 5.707/2006, 5.825/2006

A empresa "*Blossom"* conta com uma lista com mais de 20 cursos disponíveis por EAD ou de maneira presencial.

Os cursos EAD representam o maior número dentre as capacitações, sua lista conta com 20 (vinte) cursos de temas como empreendedorismo, saúde mental, recursos humanos, gestão e outros. A fim de facilitar a realização destes, os cursos com modalidade EAD possuem apenas 16 horas necessárias para sua realização, após o pagamento da mensalidade, a pessoa que comprou o curso tem 2 meses para realizar a conclusão.

Em caso de não conclusão do curso após o período de 2 meses, o cliente deve realizar o pagamento da mensalidade novamente.

Tabela 1 - Descrição cursos EAD

CURSOS EAD		
MODALIDADE	HORAS	PERÍODO DE CONCLUSÃO
EAD	16	Dentro de 2 meses

Fonte: Elaborado pelas autoras

Para os cursos presenciais, a empresa conta com uma (1) sala de aula com capacidade máxima de dez (10) alunos.

Cada curso terá duração máxima de duas (2) horas por dia e acontecerá uma (1) vez na semana, o que resulta em cinco (5) turmas por dia.

No mês, a empresa possui vinte e cinco (25) turmas, com dez (10) alunos em média. Então, mensalmente a *"Blossom"* comporta 250 pessoas.

Tabela 2 - Descrição cursos presenciais

CURSOS PRESENCIAIS			
MODALIDADE	HORAS POR DIA	TURMAS AO MÊS	CAPACIDADE POR TURMA

PRESENCIAL	02	25	10

Fonte: Elaborado pelas autoras

Os cursos são disponibilizados com diferentes precificações, mas pensando em um público que busca a capacitação de maneira rápida e eficaz para garantir um currículo aprimorado, ingressar no mercado de trabalho e se destacar perante ele.

6.2.2.4 Educação corporativa

A educação corporativa tem como objetivo adquirir, fornecer e divulgar conhecimento dentro da empresa para desenvolver habilidades e competências de seus colaboradores.

A empresa que deseja adquirir planos de educação corporativa para sua equipe entrará em contato com a "*Blossom"* e poderá escolher dentre quatro (4) cursos qual o interessa.

O plano de cada curso terá um pacote fechado específico para uma equipe com dez (10) funcionários, podendo haver modificação de preço para um número maior do que dez (10) pessoas.

Após a especificação de serviço que a empresa deseja, ocorre a assinatura de contratos entre a "*Blossom"* e a empresa contratante.

O próximo passo é receber o documento e descrição de todos os funcionários da empresa e cadastrar estes no *Website "Blossom"* para que possam realizar o curso.

O último passo é o recolhimento de *feedback* fornecido pela empresa a fim de melhorar o desempenho da "*Blossom"*.

6.2.3 Estrutura de comercialização

A estrutura de comercialização é usada para conhecer os canais de distribuição, ou seja, os caminhos que o produto passa até chegar ao cliente. O site disponibilizará o *Login* para pessoas que desejam se inscrever no serviço de agenciamento, além de uma apostila com lista de cursos, formas de pagamento e outras informações relevantes para o consumidor.

Os cursos de capacitação profissional "*Blossom"* com modalidade EAD serão fornecidos através de um *Website* disponível gratuitamente em qualquer rede de pesquisa. Assim como também será usado a empresa fisica para dar aula ou se matricular para cursos.

Figura 3 - Site

Fonte: Elaborado pelas autoras

6.2.4 Estratégias promocionais

Para promover a empresa, será utilizada plataformas de mídia social e métodos de divulgação direta como tech-a-tech. As plataformas de redes sociais como Instagram e Facebook, são essenciais para conectar com o público-alvo, assim promovendo o conteúdo e interagindo mais com os consumidores de maneira dinâmica.

Além da presença digital, a será aplicado uma estratégia de divulgação direta e por site. Utilizando tambem interações pessoais com clientes e parceiros para uma abordagem mais personalizada e eficaz, e aproveitar o site para fornecer informações detalhadas, atualizações e promoções. A combinação dessas ferramentas permitirá criar uma presença de marca de confiança e impactante, alcançando assim os objetivos de forma abrangente e engajada.

6.2.5 Localização do negócio

A empresa ficará localizada no endereço: Avenida Manoel Tavares da Silva 262, Vila Tavares, Campo Limpo Paulista.

A escolha desse local foi por motivos de baixo custo em aluguel e por ser um bom ponto estratégico para o negócio devida a sua localização.

6.2.6 Público-alvo

A *"Blossom"* foca em jovens de 16 a 24 anos que ainda não têm experiência profissional registrada e buscam qualificação. Esses jovens estão procurando oportunidades para desenvolver habilidades e melhorar sua procura por emprego.

A empresa oferece programas de capacitação e aagenciamento com parcerias de empresas locais, ajudando na formação de sua equipe e promovendo a sustentabilidade. A *"Blossom"* se dedica a preparar esses jovens para o mercado de trabalho, proporcionando uma experiência prática e contínua, enquanto contribui para um desenvolvimento comunitário mais sustentável e responsável.

6.2.7 Identidade corporativa/ marca

O nome *"Blossom"*, que significa "florescer", é perfeito para a proposta, pois remete ao crescimento dos consumidores. Nossa missão é plantar novas habilidades e competências em outras empresas, ajudando a cultivar e "florescer" novos hábitos e práticas positivas.

Optamos pela cor azul e elementos como predios refletindo nosso compromisso com as empresas e trazendo confiança e segurança ao nossos clientes.

Figura 4 - Logo

Fonte: Elaborado pelas autoras

6.2.8 Slogan

O slogan é uma frase de impacto que faz a mente do cliente se lembra sempre daquela marca

Figura 5 - Slogan

Fonte: Elaborado pelas autoras

A frase ” Cultivando Talentos, Colhendo Sucessos!” remete a capacitar os clientes para que virem grandes talentos para entrar em empresas parceiras.

6.2.9 Concorrentes

6.2.9.1 Análise das 5 Forças de Porter

Treinamento e desenvolvimento pessoal e corporativo e Agência de emprego.

O seguimento de mercado da *"Blossom"* é a Prestação de Serviços (restaurantes, Lanchonetes, varejo, treinamento e desenvolvimento etc) e como essa área está em relação à concorrência. Atualmente, o mercado de treinamento e desenvolvimento tem crescido no Brasil, com plataformas online ou até mesmo empresas regionais físicas que atuam com a intenção de fornecer melhoras no currículo da população. Paralelo a isso, a concorrência tem aumentado e afetado novas empresas que desejam entrar nesse ramo. Através da análise Porter, foi possível descobrir a quantidade de concorrentes da empresa *"Blossom*", analisando suas forças e fraquezas, seus diferenciais e pontos fracos. Além disso, existem diversas plataformas online, como a Catho, Nube e CIEE que são antigas no mercado e atuam como uma agência de emprego para jovens aprendizes, estagiários e pessoas que já estão empregadas e querem subir de cargo. Como para toda empresa existem barreiras para esse novo negócio, é um mercado competitivo com

empresas que possuem anos de carreira além da confiança e fidelidade de seus usuários, isso se torna uma barreira quando uma empresa desconhecida com um público novo deseja se inserir nessa competição.

Pequenos fornecedores estão dispostos a fechar negócio com pequenas empresas. Para a *"Blossom",* buscar fornecedores na região de Jundiai é a melhor opção, quando se trata de custo-benefício e a disposição dos fornecedores. Através da pesquisa das 5 forças de Porter

encontramos fornecedores locais que investem em novas empresas, por isso, acreditamos que há sim a disponibilidade referente a fornecedores para a *"Blossom"*.

O mercado está lotado de empresas que possuem a mesma distribuição de serviços, o que garante diversas opções para o público escolher com qual empresa irá se relacionar, além disso, algumas dessas empresas possuem a vantagem sobre o preço, por fornecerem cursos mais baratos que a *"Blossom"*. Quando pensamos no agenciamento, não é muito diferente, existe muitas empresas que fornecem o mesmo serviço. Por esse motivo, a *"Blossom"* usa como diferencial a forma acolhedora de ser, investindo seu tempo e dinheiro em campanhas de marketing tet-a-tet, oferecendo palestras para escolas estaduais e faculdades de Campo Limpo Paulista e região, visando garantir a confiança de seu público. A Matriz das 5 Forças de Porter é uma ferramenta estratégica que ajuda a entender como o mercado influencia o sucesso e a lucratividade de uma empresa, analisando cinco forças que determinam a competitividade e destacam oportunidades e ameaças. Essas cinco forças estão interligadas e ajudam a empresa a entender seu ambiente de mercado. A Matriz de Porter oferece uma visão clara de onde estão as maiores pressões no mercado, ajudando as empresas a tomar decisões mais seguras, planejando estratégias de longo prazo para se manterem competitivas, desenvolvendo estratégias mais eficazes para melhorar sua posição no ranking, aumentando a rentabilidade e garantindo o sucesso pensando em longo prazo.

Figura 6 – 5 Forças de Porter

Fonte: Elaborado pelas autoras

Concorrência: A primeira força fala sobre a rivalidade entre os concorrentes e avalia o nível de competição entre as empresas que já atuam. Em setores onde há muitas empresas competindo agressivamente por um espaço nesse mercado, a rivalidade tende a ser alta, o que pode resultar em guerras de preços, aumento de custos com marketing e inovação constante. Em

mercados onde a competição é mais moderada, as empresas podem manter margens mais saudáveis e crescer de forma sustentável.

Fornecedores: A segunda força é a negociação dos fornecedores, mede o quanto os fornecedores conseguem influenciar os preços e as condições de compra. Se houver poucos fornecedores ou se eles oferecerem serviços difíceis de substituir, eles terão um grande controle sobre os custos da empresa. Isso pode reduzir as margens de lucro, especialmente se a empresa não tiver alternativas. Por outro lado, se há muitos fornecedores ou substitutos disponíveis, a empresa ganha mais flexibilidade para melhor negociar.

Substitutos: A terceira força é a ameaça de produtos substitutos, reflete o risco de os consumidores escolherem alternativas ao produto ou serviço de uma empresa. Quanto mais alternativas disponíveis, maior a pressão para que as empresas inovem ou ajustem seus preços para reter os clientes. Substitutos podem vir de diferentes indústrias ou inovações tecnológicas, tornando esse um fator crítico para a competitividade.
Compradores: A quarta força é o poder de negociação dos clientes, avalia quanto os consumidores podem influenciar preços e qualidade. Quando os clientes têm muitas opções ou podem facilmente trocar de fornecedor, eles exercem um poder maior. Isso força as empresas a se diferenciar para manter a lealdade dos consumidores ou a competir mais em preço, o que pode comprometer as margens de lucro. Se os clientes forem mais fragmentados ou se a empresa oferece algo único, o poder deles diminui.

Novos Concorrentes: A ameaça de novos entrantes é a quinta e última força e analisa o quanto é fácil para novas empresas entrarem no mercado. Quando as barreiras de entrada como altos custos iniciais, as empresas já estabelecidas têm uma vantagem competitiva. Entretanto, se entrar no mercado for relativamente fácil, novos competidores podem surgir e aumentar a concorrência, pressionando os preços e dificultando o crescimento.

6.2.10 Missão, Visão e Valores

Missão: A missão é diminuir o desemprego entre os jovens e agregar valor significativo à economia de Campo Limpo Paulista. E, por meio da Capacitação e Educação Corporativa *"Blossom",* garantir um Mercado de Trabalho mais qualificado e profissional para nossa região.

Visão: Ser reconhecida como empresa referência em nossa região, nos destacando pela eficiência nos serviços oferecidos.

Valores: Ética e transparência, empatia e respeito ao próximo, eficiência e qualidade, compromisso com a inclusão social e compromisso com a sociedade e o meio ambiente

6.3 PLANO OPERACIONAL

O plano operacional descreve como a empresa será estruturada: localização, instalações físicas e equipamentos. O empresário também faz estimativas acerca da capacidade produtiva ou de quantos clientes consegue atender por mês, além de traçar quantos serão os funcionários e as tarefas de cada um. SEBRAE, atualizado em 07/02/2022.

6.3.1 Gestão de pessoas (recursos humanos)

A gestão de pessoas, também conhecida como gestão de recursos humanos é um elemento crucial para o sucesso de uma empresa como a "*Blossom"*. Essa função abrange um conjunto de atividade que estão diretamente ligadas ao planejamento, organização, direção e controle das atividades relacionadas aos colaboradores. Além disso, seu objetivo é melhorar o desempenho dos colaboradores e da empresa, alinhando os direitos, deveres e valores de ambas as partes.

6.3.2 Necessidade de pessoal

Para garantir eficiência na prestação de serviços a Agência de emprego e capacitação "*Blossom"* contará com a colaboração de quatro (4) funcionários para as atividades iniciais. Dentre estes colaboradores, três (3) serão os próprios sócios e fundadores da Empresa e um (1) será contratado de acordo com as Consolidações das Leis Trabalhistas (CLT). Para os professores dos cursos de capacitação, a empresa optou por contratar pessoas jurídicas, ou seja, uma empresa que irá fornecer seu serviço.

6.3.3 Pessoa jurídica

A contratação de pessoa jurídica trata-se de um acordo entre duas pessoas jurídica para a prestação de serviços dentro da empresa contratante.

Para a "*Blossom",* a contratação destas pessoas é de extrema importância, devido a facilidade e baixo custo em sua contratação. Por este motivo, a empresa optou por manter a maior parte de seus colaboradores como contrato de pessoa jurídica.

Tabela 3 – Pessoa jurídica

PESSOA JURÍDICA		
CARGO	QUANTIDADE	HORAS
Prof. Idiomas	1	80
Profissional Sust.	1	40
Profissional ST	1	40
Prof. Mkt	1	40
Profissional Tecnologia	1	40
Profissional RH	1	40
Prof. Finanças	1	40

Fonte: Elaborado pelas autoras

6.3.4 Recrutamento e seleção

Para o funcionário que será contratado pela "*Blossom"* através das Consolidações das Leis Trabalhistas, o recrutamento será através de divulgação, anúncios em jornais e redes sociais ou por indicação dos sócios.

Para pessoas jurídicas, a forma de recrutamento será através de agências próximas a localidade da Empresa.

6.3.5 Análise e descrição de cargos

Os cargos de colaboradores serão distribuídos da seguinte forma: Diretor Geral e Agenciador, Diretor de Marketing e Agenciador, Diretor de Finanças e Agenciador e Secretária e Recepcionista.

Tabela 4 - Sócio um (1)

NOME COMPLETO	Eduarda Sales dos Santos
TIPO DE CONTRATO	Contrato Social
ÁREA	Administrativo
CARGO	Diretor Geral e Agenciador
CARGA HORARIA MENSAL	200
HORARIO DE TRABALHO	07:00 às 19:00
HORARIO DE ALMOÇO	11:00 às 13:00

Fonte: Elaborado pelas autoras

Descrição de função e outros: O Diretor Geral e Agenciador é responsável por planejar, organizar e controlar as atividades administrativas dentro da organização. Além disso, este funcionário deve gerir seus colaboradores, visando a melhoria da empresa com a qual trabalha. Sua função como agenciador é recrutar, selecionar e integrar jovens ao mercado de trabalho. Sendo assim, o Diretor geral e Agenciador deve possuir iniciativa e pensamento crítico, saber liderar, ser organizado, responsável, proativo, eficiente na tomada de decisões e estar preparado para lidar com conflitos.

Tabela 4 - Sócio dois (2)

NOME COMPLETO	Fabricia Francine Cerpa Reis
TIPO DE CONTRATO	Contrato Social
ÁREA	Marketing
CARGO	Diretor de Marketing e Agenciador
CARGA HORARIA MENSAL	200
HORARIO DE TRABALHO	07:00 às 19:00
HORARIO DE ALMOÇO	11:00 às 13:00

Fonte: Elaborado pelas autoras

Descrição de função e outros: O Diretor de Marketing e Agenciador é responsável por criar e executar campanhas que visam promover os produtos e serviços da empresa. Além disso, sua função como agenciador é recrutar, selecionar e integrar jovens ao mercado de trabalho. Sendo assim, o Diretor de Marketing e Agenciador deve possuir visão estratégica, conhecer o mercado com o qual trabalha e estar preparado para lidar com mudanças.

Tabela 5 - Sócio três (3)

NOME COMPLETO	Gabriela Mendes Oliveira
TIPO DE CONTRATO	Contrato Social
ÁREA	Contabilidade
CARGO	Diretor de Finanças e Agenciador
CARGA HORARIA MENSAL	200
HORARIO DE TRABALHO	07:00 às 19:00
HORARIO DE ALMOÇO	11:00 às 13:00

Fonte: Elaborado pelas autoras

Descrição de função e outros: O Diretor de Finanças e Agenciador é responsável por desenvolver metas financeiras, analisar relatórios e controlar toda a parte financeira da organização. Assim como os outros agenciadores, sua função é recrutar, selecionar e integrar jovens ao mercado de trabalho. O Diretor de Finanças e Agenciador deve possuir uma boa visão estratégica, inteligência emocional estável, capacidade analítica de dados e estra sempre atualizado com as mudanças do mercado.

Tabela 6 – Colaborador CLT um (1)

NOME COMPLETO	Priscila Alves de Cunha
TIPO DE CONTRATO	CLT
ÁREA	Assistente administrativo
CARGO	Secretária
CARGA HORARIA MENSAL	200
HORARIO DE TRABALHO	07:00 às 19:00
HORARIO DE ALMOÇO	11:00 às 13:00

Fonte: Elaborado pelas autoras

Descrição de função e outros: A Recepcionista e Secretária deve recepcionar pessoas, atender pedidos e chamadas telefônicas, orientar e encaminhar pessoas, anotar e transmitir recados. Além disso, este funcionário está responsável por toda a parte de impressão de papéis da empresa. Sendo assim, o colaborador deve possuir boa comunicação, simpatia, proatividade e eficiência.

6.3.5 Organograma funcional

O organograma é uma representação visual da estrutura organizacional de uma empresa, é uma ferramenta essencial para a gestão organizacional pois serve como um guia que ajuda a descrever como a empresa se organiza internamente a nível de cargos e departamentos. Este organograma foi elaborado de maneira a representar a estrutura hierárquica da Agência de emprego e capacitação "*Blossom"*.

Figura 7 - Organograma

Fonte: Elaborado pelas autoras

6.3.6 Avaliação de desempenho dos colaboradores

A avaliação de produtividade, eficiência e qualidade de serviço é fundamental para o desempenho contínuo dos colaboradores "*Blossom"*. Para garantir a eficácia desse processo, será realizada uma avaliação de desempenho trimestral, que fornece o desempenho detalhado de cada funcionário. Essa avaliação acontecera por meio de critérios como o feedback construtivo, através da coleta de opinião de clientes e outros funcionários, garantindo uma avaliação justa para o funcionário. Esse processo de avaliação visa identificar oportunidades e melhoria e promover o desempenho de todos os colaboradores, alinhando suas competências e comportamentos às necessidades e aos padrões de excelência estabelecidos pela "*Blossom"*.

6.3.7 Remuneração dos colaboradores

A remuneração dos colaboradores na "*Blossom"* é composta por salário base e benefícios. O salário base é o pagamento fixo que todos os funcionários da empresa recebem, esse salário é pago de acordo com as exigências legais, como o pagamento de salário-mínimo e outras contribuições sociais. Os benefícios incluem vantagens como o vale-alimentação, vale transporte e plano de saúde. O pagamento fixo, benefícios e encargos estão anexados dentro da remuneração do colaborador.

Já a remuneração dos sócios, chamada de pró-labore é mais flexível, pois envolve tanto compensações fixas, quanto variáveis na participação nos lucros da empresa. Para os primeiros anos de funcionamento da empresa, os sócios irão receber a pró-labore, ou seja, o salário bruto

sem participação nos lucros para que seja possível pagar o valor de investimento inicial de fundação da corporação.

A remuneração de pessoas jurídicas acontece por meio da especificação de seu valor hora multiplicado pela quantidade de horas mensais que essa pessoa trabalhou dentro da "*Blossom"*.

Além disso, vale ressaltar que todos os professores de capacitação com modalidade EAD terão de fornecer sua imagem para a gravação dos cursos de acordo com as leis de direito de imagem estipuladas dentro do contrato que será fornecido após a contratação do colaborador.

6.3.8 Normas de conduta e *compliance*

Política interna é o conjunto de regras, procedimentos e diretrizes que regulam o comportamento dos funcionários, a ética no ambiente de trabalho, entre outros.

A política interna da *"Blossom"* inclui o respeito de todos os colaboradores aos seus clientes, descrevendo que todos devem ser tratados com dignidade, sem discriminação ou comportamentos inadequados como assédio, bullying ou preconceito de qualquer natureza, caso ocorra, a empresa fornece um canal de denúncias dentro do web site que serve para relatar qualquer comportamento inadequado dentro da empresa. Como meio de diminuir os preconceitos e exclusões sociais, a *"Blossom"* irá promover programas e ações que incluam minorias dentro das empresas, incentivando e dando visibilidade á empresas que atuem com este intuito. Além disso, a empresa possui pontos de acessibilidade como rampas para cadeirantes e piso tátil para deficientes visual e outras pessoas com dificuldades.

A responsabilidade sustentável de uma organização é uma questão de extrema relevância para o meio empresarial. Por isso, a "*Blossom"* implementou em sua corporação a Norma ISO 14.001 que atende políticas que visam criar um sistema de gestão que minimize o impacto ambiental das operações da empresa, para que isso seja possível, a empresa irá diminuir o uso de papéis que agridam o meio ambiente optando pelo uso de documentos digitais, participar de coleta seletiva, separando os resíduos da empresa em cestos de lixo recicláveis e orgânicos. E ainda, irá fornecer treinamentos de sustentabilidade para todos seus colaboradores.

Além disso, a empresa implementou a Norma ISO 45.001 em sua corporação. A Norma tem como objetivo criar um sistema de gestão de saúde e segurança ocupacional para garantir a integridade física e mental de colaboradores e consumidores, para que esta implementação seja possível a empresa irá fornecer treinamento de ergonomia e segurança no trabalho para todos seus colaboradores a fim de garantir a segurança e o bem-estar de todos.

Por fim, a empresa visa a transparência em qualquer serviço realizado dentro da empresa, este serviço deve ser realizado de forma clara e ética, sem quaisquer práticas abusivas ou enganosas, incluindo os valores de cursos e serviços, políticas de reembolso e contratos. Essa ação serve para garantir o direito dos clientes em caso de desistência ou cancelamento.

6.3.9 Serviços

Como principal serviço, a empresa oferece um agenciamento que se dedica a preparar e conectar os jovens, especialmente contratos de Jovem aprendiz e estagiários ao mercado de trabalho. Oferecemos orientações sobre a elaboração de currículos, técnicas de entrevista e desenvolvimento de habilidades essenciais para aumentar sua chance de empregabilidade. A "*Blossom"* se compromete a apoiar esses jovens na transição para sua entrada no mercado de trabalho e suas primeiras experiencias profissionais.

Além disso, a "*Blossom"* conta com uma lista composta por mais de vinte (20) cursos de capacitação profissional, cuja finalidade é proporcionar aos candidatos a oportunidade de se destacarem no mercado, através da aprimoração de seus currículos.

Tabela 7 – Cursos

LISTA DE CURSOS	
NOME	MODALIDADE
Idiomas (inglês)	PRESENCIAL
Idiomas (espanhol)	PRESENCIAL
Cultura Digital (Pacote Office e redes sociais)	PRESENCIAL
Marketing Digital e Pessoal	PRESENCIAL
Educação Financeira (Finanças Pessoais)	PRESENCIAL
Empreendedorismo e inovação	EAD
Sustentabilidade social e econômica	EAD
Gestão e Liderança	EAD
Criação de Site	EAD
Preparação para o Mercado de Trabalho	EAD
Ética e Cidadania	EAD
Gestão de Logística	EAD
LinkedIn na Prática	EAD
Produtividade	EAD

Soluções Ágeis	EAD
Estratégia de Negociação	EAD
Comunicação	EAD
Gestão de tempo	EAD
Planejamento estratégico	EAD
Gestão de conflitos	EAD
Inclusão	EAD
Postura e imagem pessoal	EAD
Inteligência artificial	EAD
Inteligência emocional	EAD
Autoconhecimento	EAD

Fonte: Elaborado pelas autoras

Por fim, a empresa fornece programas com treinamento de sustentabilidade e segurança personalizados que atendem às necessidades específicas de cada pequena e grande empresa local. Estes programas visam capacitar as equipes, aumentar a produtividade e transformar o ao ambiente de trabalho um lugar mais consciente, seguro e sustentável.

Tabela 8 - Educação Corporativa

EDUCAÇÃO CORPORATIVA	
NOME	MODALIDADE
ESG (Sustentabilidade Empresarial)	EAD
Reciclagem, Redução e Reutilização	EAD
Segurança do Trabalho	EAD
ODS (Objetivo de desen. sustentável)	EAD

Fonte: Elaborado pelas autoras

6.3.10 Estrutura

A estrutura da empresa se baseia em um estilo de distribuição escolar, com salas de aula e áreas comuns para os alunos. A empresa também conta com uma linha de equipamentos novos e funcionais bem pensados para melhor atender a todos seus clientes e as necessidades de seus funcionários.

6.3.11 Estrutura física

Tabela 9 – Estrutura física

ÁREA TOTAL	ÁREA ÚTIL	PISOS	CÔMODOS
1201	320	1	19

Fonte: Elaborado pelas autoras

6.3.12 Layout

O layout da *"Blossom"* foi pensado de forma estratégica para garantir um ambiente mais harmônico e acolhedor para seus clientes e colaboradores, sua sede possui ambientes bem arejados e iluminados que visam transmitir uma sensação de tranquilidade e confiança para todos.

Figura 8 – Layout

Fonte: Elaborado pelas autoras

Os dezenove (19) cômodos foram distribuídos de acordo com a estrutura do espaço que será alugado.

Tabela 10 - Distribuição de cômodos

CÔMODO	QUANTIDADE	FUNÇÃO
Banheiro	4	Higiene e bem-estar
Copa	1	Preparação de alimentos e descanso
Corredor	5	Circulação e acesso
Escritório compartilhado	1	Descanso de funcionários
Escritório privado	3	Agenciamento e outros serviços
Recepção	1	Recepcionar clientes
Sala de aula	1	Fornecer cursos
Sala de Gravação	1	Gravar aulas
Sala de reunião	1	Reunir funcionários
Sala de servidores	1	Fornecer cursos EAD

Fonte: Elaborado pelas autoras

O espaço é dividido em quatro (4) áreas principais para seus clientes: A recepção, a sala de aula, a sala de servidores e as três (3) salas de agenciamento.

A recepção é o cômodo de entrada da empresa que está responsável por ligar todos os cômodos entre si, este é o cômodo no qual a recepcionista estará responsável por receber, recepcionar e encaminhar todos os clientes.

A sala de aula, localizadas a esquerda da recepção, este cômodo serve para acomodar os alunos durante o período de duração de todos os cursos.

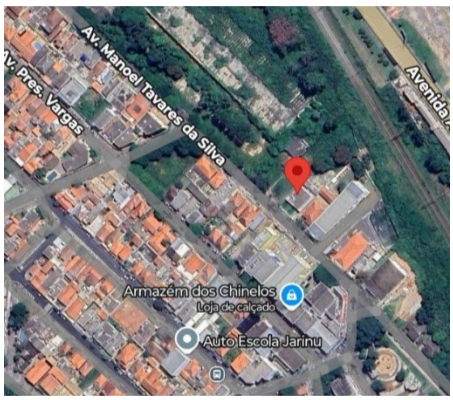
A sala de servidores estará disponível de maneira gratuita para todos aqueles que são assinantes dos cursos e desejam realizar o curso com maior praticidade e equipamento de qualidade. Esta serve especialmente para pessoas que não possuem acesso à tecnologia ou aparelhos eletrônicos. As três (3) salas de agenciamento são exclusivamente para uso de profissionais. Ela é importante para os colaboradores e clientes pois é o cômodo no qual ocorre o serviço principal da empresa, o agenciamento

6.3.13 Localização

A empresa ficará localizada no endereço: Avenida Manoel Tavares da Silva 262, Vila Tavares, Campo Limpo Paulista - São Paulo.

A escolha desta localidade se deu devido ao baixo custo em aluguel e por ser um bom ponto estratégico para o negócio.

Figura 9 - Localização



Fonte: Google Maps

6.3.14 Recursos

Os recursos foram divididos em cinco (5), sendo estes: Recursos humanos, Recursos estruturais, Recursos tecnológicos, Recursos intangíveis e Recursos financeiros, todas as descrições de cada recurso estarão dispostos nas tabelas a seguir.

Tabela 11 – Recursos humanos

RECURSOS HUMANOS
Agenciadores
Colaboradores
Funcionários terceirizados

Fonte: Elaborado pelas autoras

Os recursos humanos que são a mão de obra essencial para o pleno funcionamento da empresa.

Tabela 12 – Recursos estruturais

RECURSOS ESTRUTURAIS
Estrutura física

Máquinas e equipamentos

Fonte: Elaborado pelas autoras

Os recursos estruturais que são as infraestruturas necessárias paras as operações da organização. Estes recursos incluem tanto a sede da empresa, quanto as máquinas e os equipamentos usados para garantir seu funcionamento.

Tabela 13 – Recursos tecnológicos

RECURSOS TECNOLÓGICOS
Marketing e Redes sociais
Hospedagem do site

Fonte: Elaborado pelas autoras

Os recursos tecnológicos são tudo aquilo que envolva a tecnologia necessária para divulgação ou funcionamento da empresa.

Tabela 14 – Recursos intangíveis

RECURSOS INTANGÍVEIS
Agenciamento profissional
Cursos e treinamentos
Certificação
Parcerias com empresas
Normas de conduta e compliance

Fonte: Elaborado pelas autoras

Os recursos intangíveis não possuem forma física, mas agregam valor significativo à empresa, esses recursos são fundamentais para o sucesso da empresa.

Tabela 15 – Recursos financeiros

RECURSOS FINANCEIROS
Investimento inicial
Capital de giro
Receitas

Fonte: Elaborado pelas autoras

Recursos financeiros referem-se aos ativos e a capital monetários disponíveis dentro da empresa, para suas operações e investimentos.

6.3.15 Manutenção de recursos

A manutenção de recursos é o conjunto de práticas e ações que a *"Blossom"* realiza para preservar, otimizar e garantir a eficiência dos ativos da empresa. A manutenção é fundamental para garantir que todos os recursos da empresa continuem funcionando adequadamente.

Para os recursos humanos, a "*Blossom"* conta com feedbacks e desenvolvimento continuo a fim de garantir que seus colaboradores estejam motivados e se sintam integrados aos valores da empresa.

Para a manutenção dos recursos estruturais, a empresa conta com a conservação e o reparo de equipamentos, máquinas e infraestrutura do local, através de manutenções preventivas, corretivas e preditivas para evitar que os equipamentos falhem e prolongar a vida útil dos ativos.

Para seus Recursos tecnológicos e intangíveis, a empresa busca manter boas relações com seus clientes e parceiros, a fim de assegurar a confiança entre ambas as partes.

E por fim, para seus Recursos financeiros, a empresa busca a manutenção através da economia e alocação eficaz de seus recursos, para garantir que a empresa tenha liquidez para suas operações e investimentos.

6.3.16 Processos operacionais

Os processos operacionais são o conjunto de tarefas interligadas do início até o fim, projetados para entregar valor ao cliente final. Ou seja, é como a empresa funciona desde o início do processo de produção do produto até a entrega deste produto ao seu cliente.

6.3.17 Horário de funcionamento

O horário de funcionamento da "*Blossom"* se refere ao período que a empresa estará aberta para atender os seus clientes, realizar agenciamento e oferecer seus serviços. A princípio a empresa funcionará em horário semelhante durante feriados e pontos facultativos, realizando possíveis pausas em eventos sazonais.

Tabela 16 - Horário de funcionamento

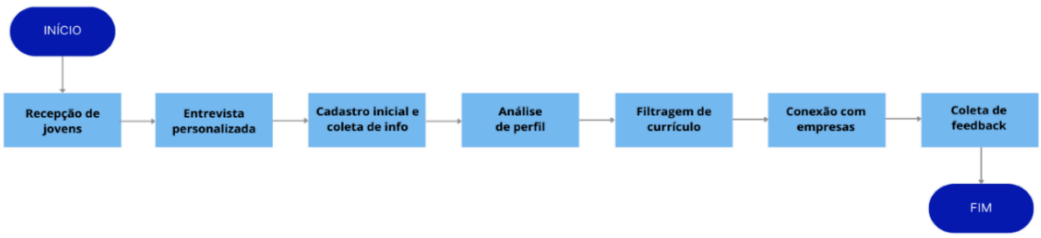
HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO					
	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA
ABERTO	07:00 às 11:00	07:00 às 11:00	07:00 às 11:00	07:00 às 11:00	07:00 às 11:00
ALMOÇO	11:00 às 13:00	11:00 às 13:00	11:00 às 13:00	11:00 às 13:00	11:00 às 13:00
ABERTO	13:00 às 19:00	13:00 às 19:00	13:00 às 19:02	13:00 às 19:00	13:00 às 19:00

Fonte: Elaborado pelas autoras

6.3.18 Fluxograma

Fluxograma é um mapa visual de processos que ilustra as etapas, sequências e decisões de um processo ou fluxo de trabalho.

Figura 10 - Fluxograma agenciamento

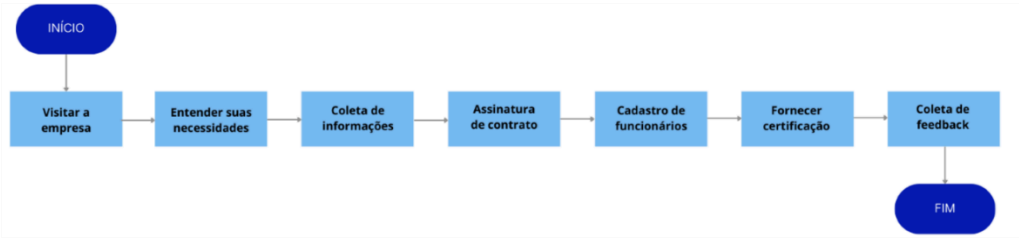


Fonte: Elaborado pelas autoras

Figura 11 - Fluxograma capacitação para jovens

Fonte: Elaborado pelas autoras

Figura 12 – Fluxograma educação corporativa



Fonte: Elaborado pelas autoras

6.3.19 Capacidade

A capacidade de uma empresa refere-se a sua capacidade de produzir e vender os serviços que esta oferece.

6.3.19.1 Capacidade instalada

Capacidade instalada é a capacidade máxima de produção considerando seus equipamentos, sua estrutura, seus funcionários e todos os outros recursos que a empresa precisa para a realização de seus serviços. Assim, a capacidade instalada da "*Blossom"* respeita a estrutura física de sala de aula e sala de agenciamento e a disponibilidade de seus funcionários.

Tabela 17 – Agenciamento

CAPACIDADE INSTALADA						
SERVIÇO	QUANT. DE PROFISSIONAIS	DIAS DE TRABALHO	TEMPO MÉDIO	C. DIÁRIA P/ FUNCIONÁRIO	C. SEMANAL P/ FUNCIONÁRIO	C. TOTAL AO MÊS
Agenciamento	3	5	2h 30 min	2	10	120

Fonte: Elaborado pelas autoras

Tabela 18 – Treinamento presencial

CAPACIDADE					
SERVIÇO	QUANT.	CAPACIDADE POR SALA	HORAS SEMANAL TURMA	TURMAS SEMANA	CAPACIDADE MENSAL
Capacitação presencial	5	10	2	10	100

Fonte: Elaborado pelas autoras

Tabela 19 – Treinamento online

CAPACIDADE					
SERVIÇO	QUANT.	CAPACIDADE POR SALA	HORAS SEMANAL TURMA	TURMAS SEMANA	CAPACIDADE MENSAL
Capacitação online	20	LIVRE	LIVRE	LIVRE	LIVRE

Fonte: Elaborado pelas autoras

Tabela 20 – Treinamento para organizações

CAPACIDADE					
SERVIÇO	QUANT.	CAPACIDADE POR SALA	HORAS SEMANAL TURMA	TURMAS SEMANA	CAPACIDADE MENSAL
Capacitação organizações	4	LIVRE	LIVRE	LIVRE	LIVRE

Fonte: Elaborado pelas autoras

6.3.19.2 Capacidade comercial

A capacidade comercial é elaborada baseada na capacidade produtiva, pensando em um cenário otimista, realista e pessimista de vendas de produtos e serviços da empresa.

Tabela 21 – Capacidade comercial cursos presenciais

CAPACIDADE COMERCIAL PRESENCIAL		
CENÁRIO	VENDAS MENSAIS	TOTAL ANUAL
CENÁRIO OTISMA	100	100
CENÁRIO REALISTA	50	50
CENÁRIO PESSIMISTA	-	-

Fonte: Elaborado pelas autoras

Tabela 22 – Capacidade comercial cursos online

CAPACIDADE COMERCIAL EAD		
CENÁRIO	VENDAS MENSAIS	TOTAL ANUAL
CENÁRIO OTISMA	LIVRE	LIVRE

CENÁRIO REALISTA	LIVRE	LIVRE
CENÁRIO PESSIMISTA	LIVRE	LIVRE

Fonte: Elaborado pelas autoras

Tabela 23 – Capacidade comercial cursos para empresas

CAPACIDADE COMERCIAL EMPRESAS		
CENÁRIO	VENDAS MENSAIS	TOTAL ANUAL
CENÁRIO OTISMA	LIVRE	LIVRE
CENÁRIO REALISTA	LIVRE	LIVRE
CENÁRIO PESSIMISTA	LIVRE	LIVRE

Fonte: Elaborado pelas autoras

Tabela 24 – Capacidade comercial agenciamento

CAPACIDADE COMERCIAL CONTRATOS		
CENÁRIO	AGENCIAMENTOS MENSAIS	TOTAL ANUAL
CENÁRIO OTISMA	120	1.440
CENÁRIO REALISTA	84	1008
CENÁRIO PESSIMISTA	60	720

Fonte: Elaborado pelas autoras

Por atuar em uma região com pouco comércio, mesmo que a capacidade comercial da empresa represente um grande número, não é possível mensurar se de fato todos esses serviços trarão receita para a empresa, devido à baixa possibilidade de empregar este número de pessoas anualmente.

6.4 PLANO FINANCEIRO

Para a elaboração do plano financeiro foram necessárias muitas pesquisas, para que tudo seja definido com precisão, sendo assim a tabela de precificação, o investimento inicial, todos os custos e margem de vendas foram montados a partir de dados coletados e moldados ao projeto "*Blossom"*.

A tabela de faturamento foi feita com base em estimativa de vendas de outras instituições, sendo pensado de forma realista, caso vendido grande parte do que será possível atender.

Na tabela demonstrativa de mão de obra deixamos os sócios que erão pagos a partir da retirada do Pró-labore e uma secretaria que ficara registrada na empresa com um salário calculado com seus encargos. Para os professores dos cursos oferecidos, foi optado por profissionais PJ, o que traria vantagens em relação aos gastos da *"Blossom"*, sendo assim facilitando maior movimento do capital de giro.

Por fim para o cálculo dos outros custos variáveis, foi analisado tudo o que será gasto com comissões e taxas de maquininhas de cartão.

Tabela 25 – Investimento Inicial

INVESTIMENTO INICIAL				
Descrição	Quantidade	Valor	Valor Total	Local da Compra
Construções			**R$ 15,000.00**	**-**
Reformas e Adaptações		R$ -	R$ 15,000.00	
Máquinas e Equipamentos	**8**	**R$ 5,547.47**	**R$ 13,863.47**	**-**
Geladeira	1	R$ 2,209.47	R$ 2,209.47	Magazine Luiza
Microondas	1	R$ 649.00	R$ 649.00	Mercado Livre
Fogão	1	R$ 610.00	R$ 610.00	Casas Bahia
Ar condicionado	5	R$ 2,079.00	R$ 10,395.00	Casas Bahia
Móveis e Utensílios	**74**	**R$ 5,219.55**	**R$ 18,197.77**	**-**
Mesa escritório	6	R$ 395.99	R$ 2,375.94	Mobly
Cadeira escritório	20	R$ 199.00	R$ 3,980.00	Amazon
Conjunto sala aula	10	R$ 421.91	R$ 4,219.10	AmericanFer
Mesa sala de reunião	1	R$ 1,827.21	R$ 1,827.21	MadeiraMadeira
Mesa de centro	3	R$ 78.89	R$ 236.67	Mercado Livre
Mesa copa	1	R$ 334.81	R$ 334.81	MadeiraMadeira
Banqueta	4	R$ 86.00	R$ 344.00	Mercado Livre
Cadeira copa	4	R$ 105.90	R$ 423.60	MadeiraMadeira
Poltrona	10	R$ 145.30	R$ 1,453.00	Mercado Livre

Sofá	2	R$ 563.53	R$ 1,127.06	Explanada Móveis
Armário cozinha	1	R$ 311.60	R$ 311.60	MadeiraMadeira
Bancada cozinha	1	R$ 549.90	R$ 549.90	MadeiraMadeira
Prateleira	6	R$ 17.33	R$ 103.98	Mercado Livre
Armário escritório	5	R$ 182.18	R$ 910.90	Mercado Livre
Materiais de informática	**33**	**R$ 5,605.21**	**R$ 46,121.45**	**-**
Computador comp.	16	R$ 1,949.00	R$ 31,184.00	Amazon
Televisão	5	R$ 2,679.90	R$ 13,399.50	Casas Bahia
Telefone fixo	5	R$ 126.16	R$ 630.80	Amazon
Câmera	1	R$ 325.53	R$ 325.53	Mercado Livre
Microfone	1	R$ 339.90	R$ 339.90	Amazon
Luz de LED	1	R$ 165.72	R$ 165.72	Aliexpress
Luminária	4	R$ 19.00	R$ 76.00	Mercado Livre
Outros		**R$ 3,885.91**	**R$ 5,385.91**	**-**
Registro e Licenças		R$ 774.31	R$ 774.31	
Marketing Inicial		R$ 1,243.10	R$ 1,243.10	
Custos de Energia e Internet		R$ 1,868.50	R$ 1,868.50	
Seguros		R$ -	R$ 1,500.00	
Total Investimento Fixo			**R$ 98,568.60**	

Fonte: Elaborado pelas autoras

Tabela 26 – Custos e Despesas

Custos e Despesas	Valor R$
Custos Fixos	R$ 16,530.00
Mão-de-Obra + Encargos	R$ 11,280.00
Aluguel	R$ 4,500.00
Condomínio	R$ 750.00
Custos Variaveis	R$ 1,000.00
Água	R$ 150.00

Luz	R$ 850.00
Despesas Fixas	R$ 13,287.70
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	R$ 10,404.00
Telefone	R$ 94.90
Contador	R$ 660.30
Seguros	R$ 469.50
Propaganda e Publicidade	R$ 500.00
Serviços de Terceiros	R$ 1,000.00
Depreciação Mensal	R$ 159.00
Despesas Variaveis	R$ 3,309.00
Uso e Consumo	R$ 3,309.00
TOTAL	R$ 34,126.70

Fonte: Elaborado pelas autoras

Tabela 27 – Mão de Obra

CUSTOS COM MÃO DE OBRA					
Cargo/Função	Qtde de Funcionários	Salário	%*	Encargos	Total
Agenciador e Diretor Adm	1	R$ 2,890.00	20.00%	R$ 578.00	R$ 3,468.00
Agenciador e Diretor de Mkt	1	R$ 2,890.00	20.00%	R$ 578.00	R$ 3,468.00
Agenciador e Diretor Fin.	1	R$ 2,890.00	20.00%	R$ 578.00	R$ 3,468.00
Recepcionista/Secretária	1	R$ 2,050.00	60.00%	R$ 1,230.00	R$ 3,280.00
TOTAL	0	R$ 10,720.00	120.00%	R$ 2,964.00	**R$ 13,684.00**
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)					
Valor a ser retirado mensalmente (Reaplicado/Investido)		R$ 10,404.00			
Alíquota de INSS	14%	R$ 1,563.41		Total de Mão de Obra	Total c/ Pró-Labore
		R$ 8,840.59		R$ 11,280.00	R$ 21,684.00

Fonte: Elaborado pelas autoras

Tabela 28 – Mão de Obra PJ

CUSTOS MÃO DE PJ			
Cargo/Função	Qtde de Funcionários	Salário/Hora	Total
Profissional Sust.	1	R$ 25.00	R$ 1,000.00
Profissional ST	1	R$ 25.00	R$ 1,000.00
Prof. Mkt	1	R$ 25.00	R$ 1,000.00
Prof. Idiomas	1	R$ 25.00	R$ 2,000.00
Profissional Tecnologia	1	R$ 25.00	R$ 1,000.00
Profissional RH	1	R$ 25.00	R$ 1,000.00
Prof. Finanças	1	R$ 25.00	R$ 1,000.00
TOTAL	**7**	**R$ 175.00**	**R$ 8,000.00**

Fonte: Elaborado pelas autoras

Tabela 29 – Comissões e Outros Custos Variáveis

COMISSÕES E OUTROS CUSTOS VARIÁVEIS			
Comissões			
Descrição das Comissões	Faturamento	% da Comissão	Valor
Recepcionista por Telefone	R$ 2,521.40	2.00%	R$ 50.43
Comissão por Parcerias	R$ 329.90	2.00%	R$ 6.60
Comissão por Indicação	R$ 329.90	2.00%	R$ 6.60
Comissão por Marketing	R$ 89.90	3.00%	R$ 2.70
Cartão de Débito e Crédito			
Descrição	Faturamento	% da Comissão	Valor
Cartão de Débito	R$ 329.90	1,70%	R$ 5.61
Cartão de Crédito	R$ 89.90	3.20%	R$ 2.88

Fonte: Elaborado pelas autoras

Tabela 30 – Demanda Anual

DEMANDA ANUAL R$ (Cursos)								
Cursos	Valor	2025	2026	2027	2028	2029	2030	Demanda Total

- ESG (Sustentabilidade Empresarial)	R$ 2,521.40	R$ 42,863.80	R$ 42,863.80	R$ 64,295.70	R$ 64,295.70	R$ 85,727.60	R$ 85,727.60	R$ 385,774.20
- Reciclagem, Redução e Reutilização	R$ 2,521.40	R$ 42,863.80	R$ 42,863.80	R$ 64,295.70	R$ 64,295.70	R$ 85,727.60	R$ 85,727.60	R$ 385,774.20
- Segurança do Trabalho	R$ 2,521.40	R$ 42,863.80	R$ 42,863.80	R$ 64,295.70	R$ 64,295.70	R$ 85,727.60	R$ 85,727.60	R$ 385,774.20
- ODS (Objetivo de desen. sustentável)	R$ 2,521.40	R$ 42,863.80	R$ 42,863.80	R$ 64,295.70	R$ 64,295.70	R$ 85,727.60	R$ 85,727.60	R$ 385,774.20
- Idiomas (Inglês - Espanhol)	R$ 329.90	R$ 140,207.50	R$ 140,207.50	R$ 210,311.25	R$ 210,311.25	R$ 280,415.00	R$ 280,415.00	R$ 1,261,867.50
- Cultura Digital (Pacote Office)	R$ 329.90	R$ 140,207.50	R$ 140,207.50	R$ 210,311.25	R$ 210,311.25	R$ 280,415.00	R$ 280,415.00	R$ 1,261,867.50
- Sustentabilidade social e economica	R$ 329.90	R$ 140,207.50	R$ 140,207.50	R$ 210,311.25	R$ 210,311.25	R$ 280,415.00	R$ 280,415.00	R$ 1,261,867.50
- Empreendedorismo e inovação	R$ 329.90	R$ 140,207.50	R$ 140,207.50	R$ 210,311.25	R$ 210,311.25	R$ 280,415.00	R$ 280,415.00	R$ 1,261,867.50
- Gestão e Liderança	R$ 329.90	R$ 140,207.50	R$ 140,207.50	R$ 210,311.25	R$ 210,311.25	R$ 280,415.00	R$ 280,415.00	R$ 1,261,867.50
- Marketing Digital e Pessoal	R$ 329.90	R$ 140,207.50	R$ 140,207.50	R$ 210,311.25	R$ 210,311.25	R$ 280,415.00	R$ 280,415.00	R$ 1,261,867.50
- Educação Financeira (Finanças Pessoais)	R$ 329.90	R$ 140,207.50	R$ 140,207.50	R$ 210,311.25	R$ 210,311.25	R$ 280,415.00	R$ 280,415.00	R$ 1,261,867.50

- Criação de Site	R$ 89.90	R$ 49,445.00	R$ 49,445.00	R$ 74,167.50	R$ 74,167.50	R$ 98,890.00	R$ 98,890.00	R$ 445,005.00
- Preparação para o Mercado de Trabalho	R$ 89.90	R$ 49,445.00	R$ 49,445.00	R$ 74,167.50	R$ 74,167.50	R$ 98,890.00	R$ 98,890.00	R$ 445,005.00
- Ética e Cidadania	R$ 89.90	R$ 49,445.00	R$ 49,445.00	R$ 74,167.50	R$ 74,167.50	R$ 98,890.00	R$ 98,890.00	R$ 445,005.00
- Gestão de Logistica	R$ 89.90	R$ 49,445.00	R$ 49,445.00	R$ 74,167.50	R$ 74,167.50	R$ 98,890.00	R$ 98,890.00	R$ 445,005.00
- Linkedin na Pratica	R$ 89.90	R$ 49,445.00	R$ 49,445.00	R$ 74,167.50	R$ 74,167.50	R$ 98,890.00	R$ 98,890.00	R$ 445,005.00
- Produtividade	R$ 89.90	R$ 49,445.00	R$ 49,445.00	R$ 74,167.50	R$ 74,167.50	R$ 98,890.00	R$ 98,890.00	R$ 445,005.00
- Soluções Ageis	R$ 89.90	R$ 49,445.00	R$ 49,445.00	R$ 74,167.50	R$ 74,167.50	R$ 98,890.00	R$ 98,890.00	R$ 445,005.00
- Estrategia de Negociação	R$ 89.90	R$ 49,445.00	R$ 49,445.00	R$ 74,167.50	R$ 74,167.50	R$ 98,890.00	R$ 98,890.00	R$ 445,005.00
- Comunicação	R$ 89.90	R$ 49,445.00	R$ 49,445.00	R$ 74,167.50	R$ 74,167.50	R$ 98,890.00	R$ 98,890.00	R$ 445,005.00
- Gestão de tempo	R$ 89.90	R$ 49,445.00	R$ 49,445.00	R$ 74,167.50	R$ 74,167.50	R$ 98,890.00	R$ 98,890.00	R$ 445,005.00
- Planejamento estratégico	R$ 89.90	R$ 49,445.00	R$ 49,445.00	R$ 74,167.50	R$ 74,167.50	R$ 98,890.00	R$ 98,890.00	R$ 445,005.00

- Gestão de conflitos	R$ 89.90	R$ 49,445.00	R$ 49,445.00	R$ 74,167.50	R$ 74,167.50	R$ 98,890.00	R$ 98,890.00	R$ 445,005.00
- Inclusão	R$ 89.90	R$ 49,445.00	R$ 49,445.00	R$ 74,167.50	R$ 74,167.50	R$ 98,890.00	R$ 98,890.00	R$ 445,005.00
- Postura e imagem pessoal	R$ 89.90	R$ 49,445.00	R$ 49,445.00	R$ 74,167.50	R$ 74,167.50	R$ 98,890.00	R$ 98,890.00	R$ 445,005.00
- Inteligência artificial	R$ 89.90	R$ 49,445.00	R$ 49,445.00	R$ 74,167.50	R$ 74,167.50	R$ 98,890.00	R$ 98,890.00	R$ 445,005.00
- Inteligência emocional	R$ 89.90	R$ 49,445.00	R$ 49,445.00	R$ 74,167.50	R$ 74,167.50	R$ 98,890.00	R$ 98,890.00	R$ 445,005.00
- Autoconhecimento	R$ 89.90	R$ 49,445.00	R$ 49,445.00	R$ 74,167.50	R$ 74,167.50	R$ 98,890.00	R$ 98,890.00	R$ 445,005.00
Total	R$ 13,923.20	R$ 1,993,472.70	R$ 1,993,472.70	R$ 2,990,209.05	R$ 2,990,209.05	R$ 3,986,945.40	R$ 3,986,945.40	R$ 17,941,254.30
DEMANDA ANUAL R$ (Agenciamento)								
Agenciamento	Valor Contrato	2025	2026	2027	2028	2029	2030	Demanda Total
Agenciamento (Jovem Aprendiz)	Sal. do Contratado	R$ 40,494.00	R$ 41,288.00	R$ 61,932.00	R$ 61,932.00	R$ 82,576.00	R$ 80,988.00	R$ 369,210.00
Agenciamento (Estagiario)	Sal. do Contratado	R$ 43,962.00	R$ 44,824.00	R$ 67,236.00	R$ 67,236.00	R$ 87,924.00	R$ 87,924.00	R$ 399,106.00
Total		R$ 84,456.00	R$ 86,112.00	R$ 129,168.00	R$ 129,168.00	R$ 170,500.00	R$ 168,912.00	R$ 768,316.00

Base Salarial Jovem Aprendiz	R$ 794.00							
Base Salarial Estagiário	R$ 862.00							

Fonte: Elaborado pelas autoras

Para completar a planilha de orçamento, foi preciso a construção de todas as outras, para a estimativa do total faturamento, sendo assim, está presente nesta tabela toda a receita de vendas, capital de giro, e outras despesas e custos que serão necessários para a movimentação e atividade da empresa.

Tabela 31 – Orçamento 2025

ORÇAMENTO 2025	
RECEITAS	2,282,769.31
Receitas de Vendas	R$ 2,077,928.70
Investimentos (Capital de Giro)	R$ 106,272.00
INVESTIMENTOS(Maquinas e Equipamentos)	R$ 98,568.61
Máquinas	R$ 13,863.47
Mobiliário	R$ 33,197.77
Computadores	R$ 46,121.46
Outros	R$ 5,385.91
CUSTOS FIXOS	R$ 198,360.00
Aluguel + IPTU	R$ 63,000.00
Salarios + Encargos	R$ 135,360.00
CUSTOS VARIÁVEIS	R$ 707,316.47
Impostos (19%)	R$ 394,806.45
Insumos	R$ 21,600.00
Comissões	R$ 14,641.08
DESPESAS FIXAS	R$ 133,231.70

Publicidade	R$ 6,000.00
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	R$ 114,444.00
Telefone	R$ 1,138.80
Contador	R$ 7,923.60
Seguros	R$ 5,164.50
Serviços de Terceiros	R$ 12,000.00
Depreciação Mensal	R$ 1,908.00
DESPESAS VARIÁVEIS	R$ 27,119.20
Materiais de Uso e Consumo	R$ 27,119.20
TOTAL	R$ 1,118,173.33

Fonte: Elaborado pelas autoras

Tabela 32 – DRE

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO - DRE	
DRE EMPRESA:	2025
RECEITAS	R$ 2,282,769.31
(-) Impostos sobre vendas	R$ 479,381.56
(=) Receita Líquida	**R$ 1,803,387.75**
(-) CMV / CPV / CSP	R$ 21,600.00
(=) Lucro Operacional	**R$ 1,781,787.75**
(-) Despesas Comerciais	R$ 20,641.08
(-) Despesas Financeiras	R$ 47,896.90
(-) Despesas Administrativas	R$ 391,331.20
(=) Lucro antes dos impostos	**R$ 1,321,918.57**
(-) Impostos	R$ 39,657.56
(=) Resultado líquido	**R$ 1,282,261.02**

Fonte: Elaborado pelas autoras

Para finalizar foi montado a DRE, que mostra os lucros que a empresa terá. Tendo sido feita pensando em uma boa repercussão da empresa.

7. RESULTADOS

Os resultados que o grupo obteve perante a ideia de fundação da *"Blossom"* foram essenciais para debater a importância de uma empresa desse tipo para a comunidade em que atua.

Diante de todas as pesquisas e da criação do Plano de negócios o grupo analisou os seguintes resultados:

Do ponto de vista do plano estratégico, é notória a existência de concorrentes influentes, que podem sim ser obstáculos para a implementação da empresa. No entanto, o diferencial é de extrema importância para garantir que a empresa possua sucesso mesmo diante de tantos concorrentes. Por esse motivo, as estratégias elaboradas durante a criação da análise SWOT e análise TOWS foram fundamentais para garantir que a *"Blossom"* seja uma empresa de sucesso em Campo Limpo Paulista, e que em breve possa crescer no estado de São Paulo. Além disso, o grupo elaborou um formulário com a intenção de facilitar a criação de estratégias. Neste formulário, as questões abordadas foram:

Quantos anos você tem?

A resposta para essa pergunta foi importante para conhecer a faixa etária do público-alvo para a empresa "*Blossom*", o que nos ajudou a compreender mais sobre os possíveis clientes.

Você entraria em uma empresa de capacitação, para ter o treinamento necessário para entrar numa empresa?

Com 81% das respostas sendo "sim", é observado que a empresa "*Blossom*" poderia ser bem recebida e aprovada pelo público-alvo estabelecido na questão anterior.

O que você procuraria nessa empresa?

Essa pergunta foi importante para saber mais sobre o que o público-alvo espera da empresa. E nos auxiliou a criar estratégias que visam fazer o cliente se sentir confiante e confortável.

Quanto você pagaria em cursos como Pacote Office, Sustentabilidade e Finanças Pessoais?

A importância dessa pergunta foi para achar um preço razoável para os cursos de capacitação da "*Blossom*", assim trazendo um preço que seja acessível para o cliente.

Você gostaria de ensino EAD ou presencial?

Com essa pergunta, o cliente pode dar sua opinião sobre qual modalidade de ensino faria se sentir mais confortável em uma aula, para que assim ajude a "*Blossom*" a ver um lugar mais acessível para as aulas.

O que você procura numa empresa?

Essa pergunta é importante para saber mais sobre o que o público-alvo quer sobre uma empresa que o jovem poderia ingressar com a ajuda da "*Blossom*", nos ajudando a escolher um ambiente mais confortável para o cliente.

Todas essas questões foram igualmente essenciais para que pudéssemos estabelecer pontos e metas durante a criação de estratégias que chamem a atenção do público para a empresa. Com base nas respostas que obtivemos, vimos a positividade dos entrevistados em relação a uma empresa como a “*Blossom*” evidenciamos ainda mais a importância de uma empresa como essa para Campo Limpo Paulista e região.

Com as pesquisas realizadas sobre marketing e a criação de um Plano de marketing para a "*Blossom*", foi possível ver que a empresa pode ser implementada e ter visibilidade pelos jovens no comércio de Campo Limpo Paulista e região. Por meio da análise de dados feita pelos métodos e procedimentos apresentados como os 4Ps, é notório que o público está interessado e será possivelmente atraído, o que consequentemente pode aumentar a presença da marca, influenciando no mercado de trabalho local e consolidando suas metas e objetivos para alcançar sua visão, garantir a eficiência de sua missão, seguindo seus valores.

A criação do Plano operacional, foi essencial tanto para gerir os funcionários quanto para garantir uma estrutura que acomode seus clientes e colaboradores de modo eficiente. As regras de condutas e as Normas ISO foram implementadas para promover a segurança e o bem-estar de todos. Além disso, durante o período de criação do Plano operacional, foram elaboradas planilhas acerca da capacidade de serviços que a "*Blossom*" pode produzir e comercializar a fim de melhor estruturar a empresa usando apenas recursos necessários, sem a intenção de cometer desperdício.

A execução do Plano Financeiro foi preciso para a análise dos resultados, sendo fundamental para a finalização do projeto, principalmente para saber se o projeto será viável ou não, e o valor que será necessário investir.

A vista do Plano Financeiro, a empresa *"Blossom",* caso alcance todas as metas e expectativas será uma empresa de grande sucesso e retorno financeiro, sendo assim seria fácil o encontro de investidores ou bancos que possam proporcionar empréstimos.

Com isso, a criação do Plano de negócios foi fundamental para notar que a implementação da empresa no mercado de trabalho pode sim ser possível, contando que o empresário saiba lidar com as mudanças que o mercado de trabalho possui. E ainda, é notório que a implementação da empresa pode agregar valor à comunidade em que atua, através de um serviço eficiente que visa atingir seus objetivos e metas.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho de conclusão de curso proporcionou ao grupo uma experiência de aprendizado e melhor conhecimento na área de administração de empresas. A ideia deste trabalho é fornecer pesquisas e ser uma fonte para gerar embasamento caso outras pessoas desejem implementar este tipo de empresa. Por isso, não é possível declarar se todas as hipóteses estabelecidas durante a criação deste, são verdadeiras ou não. Ao analisar os resultados obtidos ao longo do desenvolvimento deste projeto, pode-se destacar a relevância de nossas pesquisas para o município de Campo Limpo Paulista e de suas comunidades vizinhas. As iniciativas deste projeto, tanto o agenciamento quanto a capacitação para jovens, mostraram-se essenciais para preparar os

indivíduos para os desafios do mercado de trabalho, por meio de um desenvolvimento de habilidades técnicas que são cada vez mais requeridas e valorizadas pelas empresas.

Os resultados positivos que o projeto obteve foram respostas de um Plano de Negócio bem estruturado, que serviu não apenas para orientar nossas estratégias de atuação, mas também para fornecer uma visão clara e detalhada de nossos objetivos. Através deste Plano, o grupo conseguiu imaginar a empresa como uma mudança positiva para o cenário de desemprego de Campo Limpo Paulista e região.

A fundação de um Plano bem articulado permitiu que o grupo tomasse conhecimento sobre todos os obstáculos que poderia enfrentar caso a empresa fosse de fato implementada. As pesquisas de campo, serviram para identificar aspectos importantes para a empresa, como as principais demandas do público-alvo, as experiências e dificuldades que estas pessoas enfrentam, entre outros que nos ajudaram a desenvolver um projeto que melhor funcione para todos.

No que diz respeito ao funcionamento da empresa, evidenciamos que uma Agência como a "*Blossom*" possui diversos concorrentes grandes como a Catho, Nube e outros que são de fácil acesso. Por isso, a solidificação de um diferencial pertinente seria de extrema importância para que a empresa passasse a ser bem-sucedida. Por este motivo, o foco da "*Blossom*" desde o princípio têm sido em jovens, especialmente aqueles que buscam por seu primeiro emprego, moradores de Campo Limpo Paulista e que não possuem condições para bancar os custos de um curso de capacitação com o preço encarecido. Por isso, o desejo da empresa é fornecer serviços que sejam acessíveis para todos, independentemente de sua condição, idade, gênero ou qualquer outra especificação.

A gestão de funcionários, as normas de conduta e todos os pontos detalhados no Plano Operacional serviu para mapear os passos que empresa deve dar para atingir seus objetivos. Além disso, através deste plano foi possível desenvolver abordagens que sejam cautelosas e acolhedoras, como palestras em escolas da região para chamar a atenção deste público para a empresa, sendo este mais um diferencial.

O contato direto do grupo com professores da Etec de Campo Limpo Paulista que atuam também como ponte entre o discente e o mercado de trabalho e o reconhecimento da dor de nossos colegas de ensino em relação a dificuldade para inserção no mercado de trabalho, dificuldades

como a falta de habilidades, ou até mesmo falta de vagas de emprego em horários que combinem com o horário de estudo foram promotores para que desejássemos produzir um trabalho como este.

Acreditamos que a combinação entre a vontade do grupo em mudar o cenário de Campo Limpo Paulista, os obstáculos que presenciamos com nossos colegas e o reconhecimento de professores que atuam com eficiência nessa área foram essenciais para desenvolver este projeto.

O grupo, após tantas pesquisas e criação do Plano de Negócios, acredita que caso este projeto seja implementado, ele será viável. Para que chegássemos a esta conclusão, analisamos principalmente o Plano financeiro da "Blossom". Neste, notamos que a empresa, caso alcance as estimativas e as expectativas de vendas, conseguirá recuperar o investimento inicial em menos de um ano e a partir daí, começará a trabalhar com um lucro consideravelmente alto. Por esse motivo, acreditamos sim em sua viabilidade.

Apesar de todas as pesquisas, é evidente que desenvolver um projeto como este, não é tão fácil devido ao aumento na taxa de jovens que não possuem interesse em aprimorar seu currículo ou na busca por empregos, especialmente no município. Entretanto, reconhecer a existência de jovens que mesmo com dificuldades e obstáculos possuem interesse neste tipo de programa é fundamental para a implementação de uma nova empresa como a "Blossom". Por isso, o desenvolvimento do Plano de Negócios foi essencial para compreendermos todas essas dificuldades.

No entanto, por mais que a criação do Plano de Negócios tenha sido eficiente, não é possível mensurar se de fato a empresa terá sucesso, devido a certas lacunas que ainda precisam ser estudadas e pesquisas para que a empresa possa ser implementada. Especificamente através do desenvolvimento do plano operacional, foi possível notar que a empresa terá capacidade para milhares de pessoas por ano, entretanto, como Campo Limpo Paulista é um município com poucos habitantes, não é possível mensurar se de fato todas essas pessoas estariam interessadas neste programa, e se estivessem interessadas não podemos saber se elas desistiriam ou se algum outro fator interno ou externo as influenciou a desistir do agenciamento ou da capacitação. Por isso, apesar de sua viabilidade financeira, acreditamos que a empresa não está preparada para ser implementada em Campo Limpo Paulista.

Por conseguinte, acreditamos que ainda há desafios a serem enfrentados e pesquisas a serem realizadas, devido a constante mudança no mercado de trabalho atual. Porém, acreditamos

que, ao investir neste projeto e priorizar a excelência na prestação de serviço, será possível atingir nossos objetivos e alcançar a visão da empresa como uma referência no setor de empregabilidade e capacitação, contribuindo para o desenvolvimento profissional de nossos possíveis clientes e o crescimento da economia regional.

A criação deste projeto é um reflexo de nosso compromisso pessoal com o desenvolvimento local e com a transformação do mercado de trabalho e social, demonstrando que é possível unir teoria e prática de maneira eficaz para gerar impactos positivos na comunidade.

Por fim, o aprendizado que adquirimos ao longo desta trajetória foi essencial para compreendermos como realmente funciona a administração, o que certamente será uma base sólida para nossas futuras carreiras.

REFERÊNCIAS

- YouTube. Disponível em: <https://youtu.be/JjwZfXnNb3o?si=AE0NSMkgmQrc6lie>. Acesso em: 02 set. 2024.

A Importância da Qualificação Profissional para o Mercado de Trabalho. Disponível em: <https://www.ufn.edu.br/site/blog/a-importancia-da-qualificacao-profissional-para-o-mercado-de-trabalho>. Acesso em: 03 set. 2024.

A Importância da Qualificação Profissional para o Mercado de Trabalho. Disponível em: <https://www.ufn.edu.br/site/blog/a-importancia-da-qualificacao-profissional-para-o-mercado-de-trabalho>. Acesso em: 12 set. 2024.

Ações. Disponível em: <https://www.b3.com.br/pt_br/market-data-e-indices/servicos-de-dados/market-data/cotacoes/>. Acesso em: 24 mai. 2024.

AMBIENTAL, H. **Sustentabilidade Empresarial, o que é? Horizonte Ambiental**, 22 mar. 2024. Disponível em: <https://horizonteambiental.com.br/sustentabilidade-empresarial/>. Acesso em: 01 set. 2024.

ARAUJO, M. L. **IA dá feedback e auxilia em processo de recrutamento; entenda como funciona**. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/negocios/ia-da-feedback-e-auxilia-em-processo-de-recrutamento-entenda-como-funciona/>. Acesso em: 30 set. 2024.

ASANA. **O que é um fluxograma? Aprenda os símbolos, tipos e como interpretá-los**. Disponível em: <https://asana.com/pt/resources/what-is-a-flowchart>. Acesso em: 23 out. 2024.

BASE DIGITAL. **Sustentabilidade: O que é e por que é importante**. Disponível em: <https://www.raizen.com.br/blog/sustentabilidade-empresa>. Acesso em: 12 ago. 2024.

Como montar uma agência de empregos - Sebrae. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-agencia-de-empregos,33687a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 29 abr. 2024.

Conheça a importância e os desafios dos jovens no mercado de trabalho. Disponível em: <https://www.florence.edu.br/blog/jovens-no-mercado-de-trabalho/>. Acesso em: 26 out. 2024.

Coursera. Disponível em: <https://www.coursera.org/>. Acesso em: 26 set. 2024.

Cresce número de jovens e adultos que não trabalham e não estudam. Disponível em: <https://www.uninter.com/noticias/cresce-numero-de-jovens-e-adultos-que-nao-trabalham-e-nao-estudam>. Acesso em: 02 set. 2024.

Curso Primeiro Emprego-Presencial. Disponível em: <https://www.prepara.com.br/curso-primeiro-emprego-presencial>. Acesso em: 26 ago. 2024.

DA, C. N. N. **Taxa de desemprego sobe para 7,9% no 1º trimestre do ano, diz IBGE**. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/taxa-de-desemprego-sobe-para-79-no-trimestre-encerrado-em-marco-diz-ibge/>. Acesso em: 10 set. 2024.

DE LIRA, R. **Não estudam, nem trabalham: Brasil tem mais jovens 'nem-nem' do que Argentina e Chile**. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/economia/taxa-de-jovens-que-nao-estudam-nem-trabalham-no-brasil-e-uma-das-piores-do-continente/>. Acesso em: 01 set. 2024.

Desafios da implantação da ISO 14001 e ISO 45001 em pequenas e médias organizações. Disponível em: <https://www.rsdata.com.br/iso-14001-45001-em-organizacoes/>. Acesso em: 24 set. 2024.

Desemprego entre jovens de 18 a 24 anos é mais de duas vezes superior à média nacional. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2023/11/22/desemprego-entre-jovens-de-18-a-24-anos-e-mais-de-duas-vezes-superior-a-media-nacional.ghtml>. Acesso em: 10 set. 2024.

DIAS, G. **Educação corporativa: o que é, objetivo e como implementar**. **Gupy.io**Gupy, , 3 jun. 2020. Disponível em: <https://www.gupy.io/blog/educacao-corporativa>. Acesso em: 31 out. 2024

DO BRASIL, J. E. et al. **Geração "nem-nem" chega a 16% durante a pandemia – Edição do Brasil**. Disponível em: <https://edicaodobrasil.com.br/2021/09/10/geracao-nem-nem-chega-a-16-durante-a-pandemia/>. Acesso em: 26 ago. 2024.

Educadores alertam para aumento de evasão escolar durante a pandemia. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/814382-educadores-alertam-para-aumento-de-evasao-escolar-durante-a-pandemia/>. Acesso em: 27 ago. 2024.

EMPREGOS, B. N. E. **Dificuldades do jovem no mercado de trabalho**. Disponível em: <https://blog.bne.com.br/dificuldades-do-jovem-no-mercado-de-trabalho/>. Acesso em: 26 ago. 2024.

Empresas sustentáveis e exemplos de ações sustentáveis para sua empresa. Disponível em: <https://www.portalsolar.com.br/exemplos-de-empresas-sustentaveis-para-seu-negocio>. Acesso em: 12 ago. 2024.

Entenda o que são as práticas de ESG - Sebrae. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-sao-as-praticas-de-esg,66c7e3ac39f52810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 12 ago. 2024

Geração nem-nem. Disponível em: <https://brasilescola.uol.com.br/sociologia/geracao-nem-nem.htm>. Acesso em: 15 set. 2024.

GUITARRARA, P. **Sustentabilidade**. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/biologia/sustentabilidade.htm>. Acesso em: 12 ago. 2024.

GULARTE, C. **Serviços de Contabilidade: Quanto custa um contador? Preços e outras informações**. **Blog da Contabilizei**Contabilizei, , 28 jun. 2024. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/servicos-de-contabilidade-precos/>. Acesso em: 30 out. 2024

GYRA+. **Quanto cobrar por um treinamento? Aprenda com essas 7 dicas!** Disponível em: <https://gyramais.com.br/blog/quanto-cobrar-por-um-treinamento/>. Acesso em: 25 out. 2024.

Impacto da pandemia é maior para trabalhadores jovens, diz Ipea. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-04/impacto-da-pandemia-e-maior-para-trabalhadores-jovens-diz-ipea>. Acesso em: 01 set. 2024.

MARKETUP. **A partir de 2023 as taxas nas máquinas de cartão terão limite de cobrança**. Disponível em: <https://marketup.com/blog/a-partir-de-2023-as-taxas-nas-maquinas-de-cartao-terao-limite-de-cobranca/>. Acesso em: 31 out. 2024.

Master ESG e Gestão Estratégica da Sustentabilidade - FIA Business School. Disponível em: <https://materiais.progesa.fia.com.br/masteresg?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=fiamastersustentabilidadeesg&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwz7C2BhDkARIsAA_SZKbgH4FzwtA4-hjjzwkrc6jUQbefvek2P5QlW0HX_T9SbTKVblFgwygaAiCCEALw_wcB>. Acesso em: 26 ago. 2024.

MATOS, É. **Processos operacionais: aprenda a implementar!** Disponível em: <https://blog.runrun.it/processos-operacionais/>. Acesso em: 23 out. 2024.

MIRANDA, A. **Entenda qual o impacto da sustentabilidade nas empresas**. Disponível em: <https://advadrienemiranda.com.br/2019/01/28/entenda-qual-o-impacto-da-sustentabilidade-nas-empresas/>. Acesso em: 12 ago. 2024.

NORMAS ABNT 2024. Disponível em: <https://tccmonografiaseartigos.com.br/normas-abnt-formatacao-tcc/>. Acesso em: 05 set. 2024.

Objetivo 4. Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todas e todos. Disponível em: <https://gtagenda2030.org.br/ods/ods4/>. Acesso em: 29 ago. 2024.

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 28 ago. 2024.

PERILLO, M. **Tributação no Simples Nacional: entenda de uma vez por todas**. Disponível em: <https://blog.contaazul.com/tributacao-simples-nacional/>. Acesso em: 05 nov. 2024.

PODER. **Taxa de desemprego entre jovens sobe para 16,8% no 1º trimestre**. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/poder-economia/economia/taxa-de-desemprego-entre-jovens-sobe-para-168-no-1o-trimestre/>. Acesso em: 26 ago. 2024.

PONTOTEL. **Contratação PJ: O que é e como funciona para as empresas**. Disponível em: <https://www.pontotel.com.br/contratacao-pj/>. Acesso em: 29 out. 2024.

Por que gestores estão evitando contratar jovens da Geração Z? Duomo, 5 mar. 2024. Disponível em:

<https://duomo.com.br/por-que-gestores-estao-evitando-contratar-jovens-da-geracao-z/>. Acesso em: 26 ago. 2024

PORTAL, E. R. H. **Com desemprego em 11%, falta de profissionais qualificados vira desafio para o Brasil**. Disponível em: <https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/desemprego-falta-de-profissionais/>. Acesso em: 10 set. 2024.

Qual a importância da sustentabilidade nas empresas? Gov.br, 15 ago. 2024. Disponível em: <https://bdmgorienta.bdmg.mg.gov.br/qual-a-importancia-da-sustentabilidade-nas-empresas>. Acesso em: 12 ago. 2024

Quanto custa seguro empresarial? Disponível em: <https://www.genebraseguros.com.br/faq-items/quanto-custa-seguro-empresarial/>. Acesso em: 30 out. 2024.

REDE DE ATENDIMENTO REDE, DE A. AO E. AO E. **UM PLANO DE MARKETING**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MG/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Plano+de+Marketing.pdf>. Acesso em: 10 set. 2024.

Reflexões sobre o desinteresse dos jovens no mercado de trabalho e na qualificação profissional. Disponível em: <https://regional.ciesp.com.br/guarulhos/noticias/reflexoes-sobre-o-desinteresse-dos-jovens-no-mercado-de-trabalho-e-na-qualificacao-profissional/>. Acesso em: 02 set. 2024.

REIS, T. **Impostos sobre vendas: entenda como funciona essa tributação**. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/impostos-sobre-vendas/>. Acesso em: 04 nov. 2024.

SANTANA, B. **Quanto Custa Marketing Digital: Preços das Agências e Principais Serviços em 2024**. Disponível em: <https://www.hostinger.com.br/tutoriais/quanto-custa-marketing-digital>. Acesso em: 30 out. 2024.

Sócio Administrativo. Disponível em: <https://www.vagas.com.br/cargo/socio-administrativo>. Acesso em: 30 out. 2024.

Sustentabilidade ambiental. Disponível em: <https://www.enelgreenpower.com/pt/learning-hub/desenvolvimento-sustentavel/sustentabilidade-ambiental>. Acesso em: 01 set. 2024.

TEIXEIRA, J. C. **Sustentabilidade: o que é, como funciona, benefícios e exemplos**. **FIA**, 20 set. 2023. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/sustentabilidade/amp/>. Acesso em: 12 ago. 2024

Treinamentos e Desenvolvimento Organizacional. Disponível em: <https://consultoriaconforme.com.br/treinamentos-desenvolvimento-organizacional/>. Acesso em: 21 ago. 2024.

VEJA. **Emprego: falta de experiência é barreira para 77% dos jovens**. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/economia/emprego-falta-de-experiencia-e-barreira-para-77-dos-jovens>. Acesso em: 10 set. 2024.

Disponível em: <https://www.totvs.com/blog/negocios/sustentabilidade-empresarial/>. Acesso em: 12 ago. 2024.

Disponível em: <https://integracao.com.br/curso/esg-e-sustentabilidade-na-pratica/>. Acesso em: 14 ago. 2024.

Disponível em: <https://revistaaber.org.br/rberu/article/view/839>. Acesso em: 11 nov. 2024c.

Disponível em: <https://bdm.unb.br/bitstream/10483/28281/1/2020_JulianaFerreiraDeOliveira_tcc.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2024.

Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&lr=lang_pt&as_sdt=0%2C5&q=dificuldade+na+inser%C3%A7%C3%A3o+de+jovens+inexperientes+no+mercado+de+trabalho&btnG=>. Acesso em: 02 set. 2024.

Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3417827/mod_resource/content/0/Aula10-PlanoFinanceiro.pdf>. Acesso em: 10 set. 2024.

Disponível em: <https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/ebook_guia_de_planejamento_financeiro.pdf>. Acesso em: 10 set. 2024.

Disponível em: <https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>. Acesso em: 10 set. 2024.

Disponível em: <https://www.cpet.com.br/desemprego-e-a-falta-de-capacitacao-profissional>. Acesso em: 10 set. 2024.

Disponível em: <https://www.vivareal.com.br/imovel/ponto-comercial-conjunto-habitacional-sao-jose-bairros-campo-limpo-paulista-104m2-aluguel-RS4900-id-2736352386/?utm_source=direct&utm_medium=shared_link>. Acesso em: 16 set. 2024.

Disponível em: <https://www.vivareal.com.br/imovel/ponto-comercial-jardim-vera-regina-bairros-campo-limpo-paulista-com-garagem-150m2-aluguel-RS2200-id-2669421819/?utm_source=direct&utm_medium=shared_link>. Acesso em: 16 set. 2024.

Disponível em: <https://www.glassdoor.com.br/Sal%C3%A1rios/professor-de-curso-livre-sal%C3%A1rio-SRCH_KO0,24.htm>. Acesso em: 25 out. 2024.

Disponível em: <https://www.glassdoor.com.br/Sal%C3%A1rios/secretaria-sal%C3%A1rio-SRCH_KO0,10.htm>. Acesso em: 30 out. 2024.

Disponível em: <https://www.glassdoor.com.br/Sal%C3%A1rios/professor-20-horas-sal%C3%A1rio-SRCH_KO0,18.htm>. Acesso em: 30 out. 2024.

Disponível em: <https://br.indeed.com/conselho-de-carreira/pagamento-salario/quanto-ganha-professor-escola-particular#:~:text=Piso%20salarial%20para%20professor%20do%20Ensino%20M%C3%A9dio&text

=SINPRO%20S%C3%A3o%20Paulo%3A%20R%24%2017,%2C95%20a%20hora%2Daula>. Acesso em: 31 out. 2024.

Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/a-camara/programas-institucionais/noticias/lei-do-estagio-x-lei-do-aprendiz>. Acesso em: 11 nov. 2024.

Disponível em: <https://www.pontotel.com.br/trabalho-jovem-aprendiz/>. Acesso em: 11 nov. 2024.

Disponível em: <https://www.gupy.io/blog/contratacao-estagiario>. Acesso em: 11 nov. 2024.

ANEXO - A

A Lei 10.097/00, ou Lei da Aprendizagem, e a Lei 11.788/08, Lei do Estágio, estabeleceram que:

O aprendiz deve ter entre 14 e 24 anos. Já o estagiário deve ter mais de 16 anos – mas não há limite máximo de idade.

O menor aprendiz possui vínculo empregatício, devendo ser registrado em sua Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS). Já o estagiário não possui vínculo empregatício e sua contratação é colocada no termo de compromisso.

Empresas de médio e grande porte são obrigadas a contratar, no mínimo, 5%, e no máximo, 15% de aprendizes. No caso dos estagiários não há uma obrigatoriedade de contratação mínima pelas empresas.

O salário do Jovem Aprendiz é regulamentado pelas Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). No estágio, o salário e o vale transporte são exigidos, mas os valores são negociados..

Tanto o contrato de aprendizagem quanto o contrato de estágio terão duração de até 2 (dois) anos.

ANEXO - B

Quais os pré-requisitos para o trabalho Jovem Aprendiz?

Nem todo jovem está apto para trabalhar como Jovem Aprendiz. É necessário seguir alguns pré-requisitos para poder ser contratado para o programa.

Como o programa tem o intuito de valorizar os aprendizados teórico e prático, as determinações definidas pela CLT estão relacionadas à idade, à escolaridade e ao desempenho escolar do jovem. Confira a seguir com detalhes cada uma dessas determinações.

Ter idade para trabalhar como Jovem Aprendiz

Conforme o Artigo 402 da Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), a idade para trabalhar como Jovem Aprendiz é de 14 até 24 anos. Contudo, essa faixa etária não é válida em vagas para pessoas com deficiência; neste caso em específico, não há limite máximo, mas o mínimo de 14 anos precisa ser respeitado.

A lei determina uma idade específica para trabalhar nessa modalidade porque o programa de trabalho Jovem Aprendiz tem como foco jovens que estão em período de aprendizado e iniciando a carreira profissional.

Sabendo disso, caso o contratado seja empregado em um regime de contrato com prazo máximo, ou seja, de 2 anos, ele precisa ter até 22 anos, uma vez que a idade máxima é 24.

A regra vale tanto para o começo como para o fim do contrato, portanto, em nenhuma hipótese um jovem com mais de 24 anos, que não seja PCD, pode permanecer trabalhando nessa modalidade, mesmo que o contrato tenha sido realizado antes de completar a idade máxima.

Manter boa frequência escolar

Outro requisito para se manter como Jovem Aprendiz é ter uma frequência escolar comprovada pela instituição de ensino.

Em nenhuma hipótese o trabalho pode prejudicar a frequência escolar do estudante; é por essa razão que a carga horária do Jovem Aprendiz é menor do que a de um contratado de forma tradicional pela CLT.

A lei não determina uma porcentagem exata de frequência a se manter, apenas afirma que o jovem deve estar frequentando a escola para que seu contrato seja mantido.

Ter bom desempenho escolar

Mais um dos requisitos para que o jovem se mantenha com seu contrato em dia é o bom desempenho escolar.

A lei do Jovem Aprendiz não determina com precisão o que é considerado um desempenho escolar ruim, mas, de forma convencional, deve-se evitar reprovações, faltas e notas baixas de forma excessiva.

Por mais que o programa seja pensado para que o trabalhador não tenha prejuízo em sua jornada pessoal de aprendizado, o trabalho ou até situações individuais podem acabar desestabilizando o desempenho do aluno, por isso é importante manter um diálogo entre empresa e escola.

.

ANEXO – C

Como contratar e formalizar um estagiário

A admissão de um estagiário exige que a empresa cumpra uma série de condições estabelecidas por lei, assegurando que o estudante realmente possa aprender na prática, dentro do mercado de trabalho, o exercício de uma profissão.

Essa contratação só pode acontecer se todas as partes envolvidas estiverem de acordo:

Aluno;

Empresa;

Instituição de ensino.

Por isso, o estágio só pode ser formalizado mediante a assinatura do Termo de Compromisso de Estágio — o TCE.

Além disso, é de obrigação da empresa que contratou disponibilizar um colaborador como supervisor desse profissional, para que possa acompanhar as atividades e compartilhar os ensinamentos da função.

Um colaborador pode supervisionar até 10 estagiários e 20% do número total de contratados pode pertencer a modalidade de estágio em empresas com mais de 25 colaboradores. A captação desses estudantes e o processo seletivo podem ser feitos como em qualquer outra contratação da empresa.