

CENTRO PAULO SOUZA

ETEC Jardim Ângela

Curso Técnico em Administração

Heloisa dos Santos Silva Salvador
Jeniffer Caroline de Jesus Cardoso
Jéssica de Souza Gonçalves Cruz
João Vitor dos Santos Abílio
Karine Saturnino Macena
Maria Jordany Pereira de Sousa

EVANGELINE

São Paulo

2025

Heloisa dos Santos Silva Salvador
Jeniffer Caroline de Jesus Cardoso
Jéssica de Souza Gonçalves Cruz
João Vitor dos Santos Abílio
Karine Saturnino Macena
Maria Jordany Pereira de Sousa

EVANGELINE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da ETEC Jardim Angela, orientado pelo Professor Henrico Fernando Silva Scheunemann, como requisito parcial para a obtenção do título de Técnico de Nível Médio em Administração.

São Paulo

2025

DEDICATÓRIA

Dedicamos este TCC às pessoas que caminharam ao nosso lado durante toda essa jornada. Às nossas famílias, que nos deram força quando faltou ânimo e celebraram cada pequena vitória conosco. Aos amigos, que tornaram o processo mais leve e cheio de risadas. E aos professores, que nos guiaram com paciência, compromisso e inspiração. Cada página deste trabalho carrega um pedacinho do apoio de vocês.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente queremos agradecer à Deus pela força que nos manteve até aqui, aos nossos familiares e amigos que nos apoiaram nesta caminhada. Também agradecemos ao Centro Paula Souza (CPS) e a ETEC Jardim Ângela que nos proporcionaram esta incrível experiência. Aos nossos professores, e em especial à dupla Henrique e Francinaldo, pelas orientações em nosso trabalho de conclusão de curso.

EPÍGRAFE

“Quando tudo isso acabar eu vou precisar de terapia. Olha só meu olho piscando!”

(BURRO; Shrek)

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso apresenta a concepção, estrutura e proposta de valor da Evangeline, uma empresa fictícia do segmento de floricultura, criada com o propósito de oferecer produtos e serviços voltados ao cuidado com plantas, jardinagem e arranjos florais, mantendo o compromisso com práticas ecológicas e sustentáveis. O estudo tem como objetivo analisar o posicionamento da marca, sua identidade visual, seus processos internos e as estratégias adotadas para promover um consumo consciente. A metodologia utilizada envolveu pesquisa bibliográfica, análise de mercado e elaboração de um plano estratégico que contempla sustentabilidade, marketing verde e gestão operacional. Os resultados indicam que a Evangeline possui viabilidade conceitual e apresenta práticas compatíveis com tendências atuais do setor, destacando-se pelo uso responsável de recursos naturais e pela valorização da educação ambiental. Conclui-se que a empresa demonstra potencial competitivo e pode servir como referência para projetos acadêmicos voltados ao empreendedorismo sustentável e à inovação no mercado de floricultura.

Palavras-chave: Floricultura. Sustentabilidade. Marketing verde. Empreendedorismo.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Contrato Social da empresa Evangeline.....	15
Figura 2: Contrato de Parceria.....	16
Figura 3: Logotipo 1.....	23
Figura 4: Logotipo 2.....	23
Figura 5: Logotipo 3.....	23
Figura 6: Imagem instagram.....	27
Figura 7: Planner marketing mês de abril.....	31
Figura 8: Layout da Evangeline.....	34
Figura 9: Folha de Pagamento Evangeline.....	49
Figura 10: Quadro de Funcionários.....	50
Figura 11: Organograma da Empresa.....	56
Figura 12: Organograma da Empresa.....	57
Figura 13: Fluxograma da Empresa.....	58
Figura 14: Balanced de Scorecard.....	59
Figura 15: Planilha 5W2H Evangeline.....	61

LISTA DE TABELAS

Selecione títulos na barra lateral para acessar as informações no sumário.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS LISTA DE SÍMBOLOS

@ – Arroba

% -- Percentual

\$ -- Cifrão

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. DEPARTAMENTO JURÍDICO	13
2.1 Contrato Social	14
Contrato de Parceria	14
2.3.2 Contrato Social da empresa Evangeline:	15
2.4.2 Contrato de Parceria	16
2.4 Tipos de empresas	17
2.4.1 Porte de empresas	18
2.5 CNPJ	18
2.6 CNAE	18
2.6.1 CNAE Principal: 4776-5/00	19
3. DEPARTAMENTO DE MARKETING	21
3.1 4P's	21
3.1.1 4P's da empresa	21
3.2 4C's	22
3.3 Explicação do Produto	22
3.4 Logotipo, Slogan e Jingle	22
3.4.1 Versões do Logo Evangeline	22
3.4.2 Slogan	24
3.4.3 Jingle	24
3.5 Análise SWOT (FOFA)	25
3.5.1 Análise SWOT (FOFA) da Evangeline	25
3.6 Pesquisa Primária e Secundária	26
ANÁLISE DA PESQUISA DE MERCADO	26
3.7 Marketing Digital	27
3.8 Marketing Institucional – Tipo de Estratégia	27
3.9 CANVAS	28
3.9.1 Como estruturar o seu CANVAS	28
3.10 Cronograma Marketing (Planner)	30
4. DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA	33
4.1 Layout	33
4.1.1 Layout da Empresa Evangeline	33
4.2 Estocagem	34
4.2.1 Tipos de Estocagem	34
4.3 Custeio de Frete	35
4.4 Política de Compra	35
4.4.1 Política de Compre Evangeline	35

4.5 Política de Venda	36
4.5.1 Política de Venda Evangeline	36
4.6 Controle de Estoque	37
4.7 Logística Reversa	37
4.7.1 A importância da Logística Reversa	37
4.7.2 Logística Reversa da Empresa	38
5. DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS	39
5.1 Recrutamento Eficaz	39
5.1.1 Criação de Planos Cargos e Salários	39
5.1.2 Cuidado com o bem-estar do Colaborador	40
5.1.3 Manutenção e Harmonia entre as Relações Profissionais	40
5.1.4 Entrada e Saída dos Colaboradores	41
5.2 Contratação	41
5.2.1 Contratação Evangeline	41
5.3 Tipos de Contrato	42
5.3.1 Contrato por Tempo Determinado	43
5.3.2 Contrato por Tempo Indeterminado	43
5.3.3 Contrato de Trabalho Temporário	43
5.3.4 Contrato Eventual	43
5.3.5 Contrato Intermitente	43
5.3.6 Contrato de Trabalho Remoto – Home Office	43
5.4 Admissão	44
5.4.1 Exame Admissional	44
5.5 Treinamento	44
5.5.1 Treinamento e Desenvolvimento Evangeline	45
5.6 Cartão de Ponto	46
5.7 Folha de Pagamento	46
5.7.1 Folha de Pagamento Evangeline	46
5.7.2 Descontos do Funcionário Agregado (valores por dia)	46
5.7.3 Folha de Pagamento de um Colaborador	47
5.8 Demissão	47
5.8.1 Quadro de Funcionários	48
6. DEPARTAMENTO FINANCEIRO	49
6.1 Balanço Patrimonial	49
6.1.1 Balanço Patrimonial 2025	49
6.2 Ponto de Equilíbrio	49
6.2.1 Fórmula de Cálculo do Ponto de Equilíbrio	49
6.2.2 Carro Chefe dos Produtos	49
6.2.3 Ponto de Equilíbrio Evangeline	50

6.2.4 Quadro de Despesas	50
6.3 Custos Totais	50
6.3.1 Custos Totais Evangeline	50
6.4 Tabela de Insumos	50
6.5 Tabela de Depreciação	50
6.5.1 Tabela de Depreciação Evangeline	50
6.6 Bens Tangíveis	50
6.6.1 Bens Tangíveis Evangeline	51
6.7 DRE	51
6.8 Fluxo de Caixa	51
6.9 Ponto de Retorno	51
6.10 Cálculo de Payback	51
7. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO	52
7.1 Nossa História	52
7.2 Missão, Visão e Valores	52
7.3 Organograma	53
7.3.1 Organograma da Empresa	53
7.4 Cronograma	53
7.4.1 Cronograma da Empresa	54
7.5 Fluxograma	54
7.5.1 Fluxograma da Empresa	55
7.6 Balanced Scorecard (BSC)	55
7.6.1 Metas a curto, médio e longo prazo	56
7.6.2 Balanced Scorecard Evangeline	56
7.7 Planilha 5W2H	56
7.7.1 Planilha 5W2H Evangeline	57

1. INTRODUÇÃO

O setor de floricultura tem ganhado destaque pela crescente busca por produtos sustentáveis e práticas que valorizem o cuidado ambiental. Nesse cenário, este trabalho apresenta a Evangeline, uma floricultura fictícia criada com foco em soluções ecológicas e no incentivo ao consumo consciente. A proposta busca analisar como uma floricultura ecológica pode ser estruturada de forma a refletir princípios de sustentabilidade e atender às exigências do mercado atual.

A relevância do estudo está na necessidade de modelos empresariais que unam responsabilidade ambiental e inovação. Assim, o objetivo geral é desenvolver e analisar a estrutura conceitual da Evangeline, considerando identidade, posicionamento e estratégias sustentáveis. Entre os objetivos específicos, destacam-se: compreender o mercado da floricultura, definir a identidade da marca e elaborar estratégias de comunicação alinhadas ao conceito ecológico.

A metodologia adotada é qualitativa e baseada em pesquisa bibliográfica e análise de mercado, permitindo a construção de um projeto empresarial coerente com tendências sustentáveis. Ao longo deste trabalho, apresentam-se os fundamentos teóricos, a análise do setor, a concepção da empresa e as principais conclusões obtidas.

2. DEPARTAMENTO JURÍDICO

O setor jurídico da empresa desempenha um papel essencial na garantia da segurança institucional e na conformidade com a legislação vigente. Entre suas principais responsabilidades estão a elaboração, revisão e acompanhamento de contratos, a orientação preventiva sobre riscos legais, o suporte às demais áreas em questões regulatórias e a representação da empresa em demandas administrativas ou judiciais. Além disso, o jurídico atua de uma maneira estratégica, fornecendo análises que podem auxiliar na tomada de decisões e contribuem para a proteção do patrimônio, da imagem e das operações da organização. Seu trabalho é fundamental para assegurar que todas as atividades da empresa sejam realizadas com segurança jurídica, transparência e responsabilidade.

2.1 Contrato Social

O contrato social é o documento fundamental para a constituição de uma empresa. Ele funciona como “certidão de nascimento” do negócio, ele vai estabelecer a estrutura, as regras de funcionamento e as responsabilidades dos sócios. Nele são definidos pontos essenciais como razão social, capital social, endereço onde a empresa fica localizada, participação e atuação de cada sócio, atividades exercidas pela empresa, regras de entrada e saída de sócios, as distribuições de lucros e demais normas.

Este documento é registrado na junta comercial para que a empresa exista formalmente e possa passar a atuar de forma legal e regular, este contrato tem que ser bem elaborado para que possa garantir a segurança jurídica aos sócios e clareza nas relações internas da empresa.

Contrato de Parceria

O contrato de parceria é um acordo formal firmado entre duas ou mais partes que querem cooperar para alcançar determinados objetivos, sem que exista um vínculo empregatício ou subordinação entre elas. Esse documento estabelece as condições da colaboração, definindo responsabilidades, direitos, deveres, divisão de receitas, custos, metas, prazos e critérios para encerramento da parceria. Por meio deste contrato, cada parte mantém sua autonomia jurídica e financeira podendo atuar de forma complementar para o desenvolvimento de atividades, projetos ou serviços, esta formalização garante transparência, segurança jurídica e um alinhamento formal das expectativas das partes reduzindo os conflitos e fortalecendo relações.

Figura 1: Contrato Social da empresa Evangeline

CONTRATO SOCIAL DA EMPRESA EVANGELINE

João Vitor dos Santos Abílio, brasileiro, São Paulo, solteiro, 27/07/1989, empresário, CPF 356.577.098-41, RG 45.879.098-7, SSP/SP, (11) 95510-7406, casa, 120, Santo Amaro, São Paulo, SP, 01310-200

Karine Saturnino Macena, brasileira, São Paulo, solteira, 28/10/1999, empresária, CPF 908.765.009-04, RG 34.657.875-0, SSP/SP, casa, 548, Jardim Ângela, São Paulo, SP, 04941-175 (**art. 997, I, CC/2002**) constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:

A sociedade girará sob o nome empresarial Evangeline e terá sede e domicílio na Rua Pinheiros Guimarães, 706, Jardim Avelino, São Paulo, SP, 03141-030 (**art. 997, II, CC/2002**)

O capital social será R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais) dividido em 50% de quotas de valor nominal R\$ 250.000 (duzentos e cinquenta mil reais), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

João Vitor dos Santos Abílio - nº de quotas 250.000 R\$250.000,00

Karine Saturnino Macena - nº de quotas 250.000 R\$ 250.000,00 (**art. 997, III, CC/2002**) (**art. 1.055, CC/2002**)

O objeto será a compra e venda de plantas e flores para o público geral

A sociedade iniciará suas atividades em Primeiro de fevereiro de 2025 e seu prazo de duração é indeterminado. (**art. 997, II, CC/2002**) -

As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente. (**art. 1.056, art. 1.057, CC/2002**)

A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social. (**art. 1.052, CC/2002**)

A administração da sociedade caberá **Karine Saturnino Macena** com os poderes e atribuições de **João Vitor dos Santos Abílio** autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio. (**artigos 997, VI; 1.013, 1.015, 1064, CC/2002**)

Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados. (**art. 1.065, CC/2002**)

Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso. (**arts. 1.071 e 1.072, § 2º e art. 1.078, CC/2002**)

A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pro labore", observadas as disposições regulamentares pertinentes.

Figura 2: Contrato de Parceria

CONTRATO DE PARCERIA

PARCEIRO(A)1:

SERVIÇO FUNERÁRIO DA SERRA LTDA, sociedade empresária inscrita no CNPJ sob o nº 65.788.457/0001-58, com sede na Rua Virgílio Busnello, 37 - Centro, Itapeccerica da Serra, e endereço eletrônico admmandu@outlook.com, neste ato representada por João Paulo Gonçalves, Brasileiro, m união estável, e inscrito(a) no CPF sob o nº 573.521.278-56.

PARCEIRO(A) 2:

Floricultura Evangeline Roots, sociedade empresária inscrita no CNPJ sob o nº 00.042.329/0011-28, com sede na Rua Pinheiro Guimarães, 706, Jardim Avelino, São Paulo, SP 03141-030, e endereço eletrônico floriculturaevangeline@gmail.com, neste ato representada por Jessica de Souza Gonçalves Cruz, Brasileira, solteiro(a), e inscrito(a) no CPF sob o nº 573.521.288-59.

PARCEIRO(A) 1 e PARCEIRO(A) 2 em conjunto como (**Partes**) e, individualmente, como (**Parte**).

Pelo presente Contrato de Parceria (**Contrato**), as Partes têm entre si, justo e acertado o Contrato de Parceria ("Contrato") que será regulado pelas cláusulas e condições abaixo estabelecidas:

Objeto

1. Considerando que o(a) **PARCEIRO 1** realiza atividades voltadas para O Parceiro um receberá remessas de flores para a produção de coroas de flores e arranjos para velórios e enterros realizados pela primeira parte presente no contrato mediante pagamento e encomenda, e que o(a) **PARCEIRO(A) 2** atua na O segundo parceiro fornecerá flores para a produção de coroas e arranjos produzidos na funerária contratante mediante encomenda antecipada das flores, decidem as Partes celebrar o presente Contrato com o objetivo de Com o a parceria sendo realizada ambas as partes abordam seus públicos e clientes de forma excepcional e com qualidade. Ambos fornecem seus produtos e divulgam seus trabalhos. A compra de um leva a compra do outro garantindo flores, arranjos e divulgações coerentes as empresas presentes no contrato.

2. Em razão da execução do objeto do presente Contrato:

a. o(a) **PARCEIRO(A) 1** receberá em troca O parceiro 1 receberá as flores que encomendar com o parceiro 2 desde que esta encomenda seja realizada com até uma semana de antecedência e pagamento imediato ao recebimento. A funerária poderá receber as flores específicas utilizadas para a montagem de coroas de flores e pequenos arranjos.

b. o(a) **PARCEIRO(A) 2** receberá em troca o importe de R\$ 15.000 (Quinze mil reais), a ser pago por meio de Transferência Bancária em favor de Jessica de Souza Gonçalves Cruz, CPF/CNPJ 573.521.288-59, Banco Itaú Unibanco, Agência nº 0570, Conta nº 98765-4, PIX 1195460046. Valor este que deverá ser pago todo 5º dia útil do mês até que se finde a obrigação.

3. Na hipótese de atraso do pagamento/entrega haverá incidência de multa a parte devedora no importe de 2% (dois por cento) sobre o que é devido, além de juros de 1% (um por cento) ao mês até a data do efetivo cumprimento da(s) obrigação(ões).

Obrigações e Garantias das Partes

4. São obrigações das Partes:

a. cumprir, durante a vigência deste Contrato, toda a legislação aplicável à espécie, seja federal, estadual ou municipal, bem como todas as determinações e resoluções dos órgãos competentes da Administração Pública e demais entidades de fiscalização.

2.4 Tipos de empresas

No Brasil, os tipos de empresas são definidos com base em critérios como faturamento, número de sócios, responsabilidade jurídica e regime tributário. Abaixo estão os principais tipos existentes:

- **MEI (Microempreendedor Individual)** - Destinado a empreendedores individuais com faturamento anual de até R\$81 mil, o MEI é uma forma simplificada de formalização de pequenos negócios. Permite a contratação de apenas um funcionário e oferece tributação fixa mensal por meio do Simples Nacional. É uma boa alternativa para profissionais autônomos que desejam regularizar suas atividades com menos burocracia.
- **ME (Microempresa)** - A microempresa pode faturar até R\$360 mil por ano e comporta um número maior de funcionários do que o MEI. Pode optar pelos regimes tributários do Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real. É uma opção para negócios que superaram o limite do MEI e buscam expandir de forma estruturada, mantendo certa simplicidade na gestão fiscal e contábil.
- **LTDA (Sociedade Limitada)** - A Sociedade Limitada é uma das naturezas jurídicas mais utilizadas no Brasil. Formada por dois ou mais sócios, essa estrutura limita a responsabilidade de cada um ao valor de suas cotas no capital social. É uma escolha segura para quem deseja empreender em sociedade, com regras claras de divisão de lucros, deveres e responsabilidades entre os sócios.
- **SLU (Sociedade Limitada Unipessoal)** - A SLU é uma alternativa à LTDA para quem quer abrir uma empresa individual sem sócios, mas com a mesma proteção patrimonial. Ou seja, os bens pessoais do titular ficam separados do patrimônio da empresa. Ela permite maior formalidade e credibilidade no mercado, sendo ideal para prestadores de serviços e profissionais liberais que desejam atuar sozinhos com segurança jurídica.
- **EI (Empresário Individual)** - No Empresário Individual, o titular da empresa atua em nome próprio, sem separação entre seu patrimônio pessoal e o da empresa. Apesar de ter menos burocracia, essa modalidade envolve maior risco, pois o empreendedor responde com seus bens pessoais pelas dívidas do negócio. É indicada para negócios de menor complexidade, com operação individual e controle direto do proprietário.
- **S/A (Sociedade Anônima)** - A Sociedade Anônima é destinada a empresas de maior porte, cujo capital é dividido em ações. Os sócios são chamados de acionistas e sua responsabilidade é limitada ao valor das ações adquiridas. A S/A pode ser de capital aberto, quando negocia ações na bolsa, ou fechado, quando não há oferta pública. Essa estrutura exige mais controle, transparência e governança corporativa.

- **Cooperativa** - Cooperativas são formadas por um grupo de pessoas com interesses comuns e têm como objetivo o benefício coletivo, e não o lucro. Os resultados são repartidos entre os cooperados proporcionalmente à participação de cada um. Essa forma jurídica é comum em áreas como agricultura, crédito, saúde e serviços, promovendo colaboração e solidariedade econômica.
- **Associação** - As associações são entidades sem fins lucrativos, formadas por pessoas que se unem para promover atividades sociais, culturais, esportivas, religiosas ou beneficentes. Não distribuem lucros entre os associados e são mantidas por doações, contribuições ou prestação de serviços. Funcionam conforme estatuto próprio e são bastante utilizadas por ONGs e projetos comunitários.
- **Fundação** - A fundação é criada por um instituidor que destina um patrimônio para um fim específico de interesse público, como educação, cultura, pesquisa ou assistência social. Uma vez instituída, não possui donos ou sócios e é fiscalizada pelo Ministério Público. Requer formalização rígida e gestão responsável, já que seus recursos devem ser usados exclusivamente para os fins declarados.
- **EPP (Empresa de Pequeno Porte)** - Indicada para empresas com faturamento anual entre R\$360 mil e R\$4,8 milhões, a EPP é um estágio intermediário entre microempresas e negócios de médio porte. Assim como a ME, pode escolher entre diferentes regimes tributários e possui obrigações acessórias mais robustas. É ideal para empresas em crescimento que já apresentam maior volume de operações. A Evangeline é um comércio varejista que vende plantas, flores e outros produtos de jardinagem e decoração. Comporta 15 colaboradores, o que a classifica como EPP.

2.4.1 Porte de empresas

A Evangeline se enquadra como uma empresa de pequeno porte, podendo ter até 49 funcionários, nosso quadro de colaboradores atual conta com 15 funcionários em diferentes áreas.

2.5 CNPJ

O CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica) é um número único que identifica uma pessoa jurídica e outros tipos de arranjo jurídico junto a Receita Federal brasileira

2.5.1 CNPJ da Empresa:

00.042.329\0011-28

Acrônimo: CNPJ

Inserido: 2025;4 meses

Número de Dígitos: 14 Dígitos

2.6 CNAE

A Classificação Nacional de Atividades Econômicas é um código que identifica a atividade exercida por uma empresa ou profissional. Ele é usado na formalização de negócios, no enquadramento tributário e no cumprimento de obrigações legais. Cada CNAE representa uma atividade específica e é essencial para que a empresa atue de forma regular perante os órgãos públicos.

2.6.1 CNAE Principal: 4776-5/00

47 - Comércio varejista

477 - Comércio varejista especializado de outros produtos

4776 - Comércio varejista de plantas e flores naturais

5 - Dígito verificador

/00 - Subclasse específica da atividade

Comércio varejista de plantas e flores naturais. Envolve a venda direta ao consumidor* de flores, plantas ornamentais, arranjos e buquês em loja física.

2.6.2 CNAE Secundário:

O CNAE secundário é referente às outras atividades exercidas pela empresa além da declarada como principal.

2.7 Passos para legalização da Empresa:

FORMALIZAR:

O primeiro passo para legalizar uma empresa é formalizar e registrá-la.

REGISTRAR A EMPRESA NA JUNTA COMERCIAL \ OBTER O CNPJ:

O segundo passo consiste em registrar a empresa na junta comercial. Para isso é necessário ter um CNPJ, ter a documentação exigida, protocolar a documentação na junta comercial do estado.

Documentação necessária:

- Cópia autenticada do RG e CPF
- IPTU do imóvel
- Cópia do contrato de locação ou compra e venda
- Alvará de funcionamento

OBTER O ALVARÁ DE FUNCIONAMENTO:

Para se obter o alvará de funcionamento é necessário estar verificando a disponibilidade do CNPJ, Consultar as licenças que estão sendo exigidas (licença sanitária, licença ambiental, alvará do corpo de bombeiros) logo em seguida é feito o envio das documentações no site da prefeitura, realiza-se o pagamento da taxa, o envio de documentos e assim receberá o alvará de funcionamento.

CUMPRIR AS EXIGÊNCIAS LEGAIS:

Para cumprir as exigências legais como conformidades regulamentares sanitárias e ambientais, é necessário estar dentro das leis de gestão de resíduos, controle de poluição, conservação de recursos naturais e seguir leis de proteção a habitats e obter todas as licenças necessárias já citadas.

“O direito é fato, valor e norma” (REALE, 2002, pg. 60)

3. DEPARTAMENTO DE MARKETING

O marketing é um conjunto de estratégias e ações voltadas para entender, atender e até mesmo antecipar as necessidades e desejos dos consumidores. Ele não se resume apenas à venda de produtos ou serviços, mas busca criar valor, construir relacionamentos duradouros e fortalecer a imagem da marca no mercado. O marketing envolve estudo de mercado, comportamento do consumidor, comunicação, inovação e posicionamento.

Ele ajuda as empresas a se conectarem com seu público de forma eficiente, entender o que realmente os clientes esperam e como entregar isso da melhor maneira possível. Além disso, o marketing permite identificar oportunidades, desenvolver novos produtos ou serviços, promover a marca e acompanhar o desempenho da empresa em relação à concorrência. Com estratégias bem definidas, é possível atrair, conquistar e fidelizar clientes.

Sua importância é enorme em um mercado cada vez mais competitivo e dinâmico. Empresas que investem em marketing têm mais chances de crescer, se destacar e criar experiências marcantes para o consumidor. Em resumo, o marketing é uma ponte entre o que o cliente precisa e o que a empresa oferece, sendo um dos pilares fundamentais para o sucesso e a sustentabilidade de qualquer negócio.

*“As empresas bem-sucedidas são aquelas que conseguem satisfazer os clientes de forma superior à concorrência.”
(KOTLER; ARMSTRONG, 2007, p. 8)*

3.1 4P's

Os 4Ps representam os principais pilares do marketing tradicional: Produto, Preço, Praça e Promoção. O **Produto** é o bem ou serviço oferecido, que precisa atender às necessidades do consumidor. O **preço** define quanto será cobrado por ele, considerando o valor percebido e o mercado. A **Praça** diz respeito aos canais utilizados para entregar o produto ao consumidor final. Já a **Promoção** envolve as estratégias de comunicação e divulgação para tornar o produto conhecido e desejado.

3.1.1 4P's da empresa

Agora vamos ver os 4P's do marketing aplicados à Evangeline, uma floricultura sustentável, são os seguintes:

- **Produto:** Oferecemos flores e arranjos ecológicos, com foco na sustentabilidade. Nossos produtos são cultivados com práticas ecológicas e incentivamos o replantio.
- **Preço:** Mantemos preços competitivos alinhados ao valor sustentável da marca, garantindo acessibilidade e qualidade.

- **Praça:** Atendemos tanto presencialmente quanto online, com entrega programada para minimizar desperdícios e otimizar logística.
- **Promoção:** Utilizamos redes sociais, parcerias com eventos ecológicos e marketing de influência para divulgar nossa proposta sustentável.

3.2 4C's

Os 4Cs são uma abordagem mais centrada no cliente, criada como uma evolução dos 4Ps. Eles são: **Cliente**, **Custo**, **Conveniência** e **Comunicação**. O **Cliente** substitui o Produto, enfatizando que se deve entender e atender às reais necessidades do consumidor. O **Custo** substitui o Preço, considerando não só o valor monetário, mas todo o esforço para adquirir o produto. A **Conveniência** toma o lugar da Praça, focado em facilitar ao máximo o acesso do cliente ao produto. E a **Comunicação** substitui a Promoção, priorizando o diálogo e a construção de relacionamento com o público.

Agora vamos ver os 4 C's do marketing aplicados à Evangeline, uma floricultura sustentável, são os seguintes:

1. **Cliente:** Nossos consumidores valorizam práticas ecológicas e buscam um consumo consciente.
2. **Custo:** O custo percebido vai além do preço, incluindo a responsabilidade ambiental e a experiência sustentável.
3. **Conveniência:** Facilitamos o acesso por meio de vendas online, retirada em loja e entregas planejadas.
4. **Comunicação:** Interagimos com nosso público por meio de redes sociais, marketing digital e eventos ecológicos.

3.3 Explicação do Produto

A Evangeline oferece arranjos florais sustentáveis, flores cultivadas de maneira ecológica e kits de plantio para incentivar o replantio. Nosso diferencial é o compromisso ambiental, utilizando embalagens biodegradáveis e promovendo ações de conscientização.

3.4 Logotipo, Slogan e Jingle

3.4.1 Versões do Logo Evangeline



Figura 3: Logotipo 1

Versão Completa: Contém moldura decorativa com estética mágica, tipografia encantada, abelha, fadinha e elementos naturais ao redor

Figura 4: Logotipo 2

Versão Limpa: Mantém o nome “Evangeline”, a abelha e a fadinha, focando na essência da marca de forma mais sutil, ideal para usos minimalistas, embalagens pequenas e redes sociais.

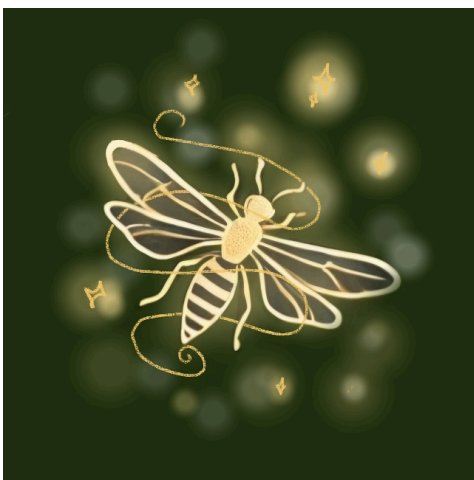


Figura 5: Logotipo 3

Versão simples: Nesse deixamos apenas a abelha ideal para adesivos que podem ser colocados em nossos buquês e etc, focando mais na estética da nossa embalagem

3.4.1.1 Significado do Logo:

O logotipo da Evangeline representa visualmente a essência da floricultura – um espaço onde natureza, magia e propósito se encontram. A arte principal traz:

- **Abelha:** Um símbolo vital, representando não apenas a polinização e a conexão com as flores, mas também alertando para a preservação ambiental. A espécie usada no logotipo é inspirada na espécie de abelhas urucu amarela do cerrado (melipona rufiventris lepeletier) nativas do Brasil que atualmente estão em risco de extinção, reforçando nosso compromisso com a biodiversidade.
- **Fadinha no pingo do “i”:** Evoca a sensibilidade mágica da marca. A presença delicada da fada transforma a logotipo em um convite para um mundo onde cada flor tem alma e história. Representa também o cuidado e carinho presentes em cada arranjo, trazendo então uma parte de nosso slogan.
- **Cores:** Utilizamos tons terrosos (como marrom, bege, oliva e toques dourados) para refletir estabilidade, natureza e aconchego. O dourado suave remete ao brilho da magia natural e ao toque encantado que a Evangeline carrega.
- **Tipografia:** Inspirada em fontes de época e mitológicas, com traços finos e elegantes. O estilo reforça a ideia de um universo encantado, remetendo a contos antigos, florestas mágicas e histórias envolventes.

3.4.2 Slogan

"Evangeline, onde cada flor conta uma história."

3.4.3 Jingle

Jingle 1

(0:00 – 0:07)

Evangeline...

Flores que dançam, magia no ar!

Chegou a floricultura pra te encantar!

(0:08 – 0:14)

Colorida, viva, cheirinho de amor,

Com toque de fada em cada flor!

(0:15 – 0:22 – *refrão*)

Evangeline tá aqui!

Pra te fazer sorrir!

Do seu jeitinho

É só pedir!

(0:23 – 0:30 – *final com o slogan*)

Com carinho e emoção na memória...

Evangeline... onde cada flor conta uma história.

Jingle 2

(0:00 – 0:07)

Evangeline,

No céu tão calma, você vem pra mim...

(0:08 – 0:14)

Brilha suave, doce e linda assim,

Minha luz, Ma Belle Evangeline...

(0:15 – 0:22 – final com o slogan)

Cai do céu em forma de flor, pra quem
sonha e se apaixona...
Evangeline... onde cada flor conta uma
história.

O Jingle 1 é alegre, colorido e direto, reforçando a presença da loja no cotidiano dos clientes. Ele transmite a ideia de uma floricultura viva, com um “toque de fada”, que encanta e personaliza cada pedido, finalizando com o slogan oficial da marca.

Já o Jingle 2 traz um tom mais poético e celestial. Inspirado na ideia de uma estrela-guia, usa o termo francês Ma Belle Evangeline para dar ainda mais charme e referência à origem do nome. A estrela que “cai do céu em forma de flor” conecta o universo mágico ao propósito da floricultura: transformar emoções em gestos florais.

3.5 Análise SWOT (FOFA)

A **análise SWOT** (também conhecida como **FOFA** em português) é uma ferramenta usada para entender melhor a situação de uma empresa, projeto ou ideia. Ela se divide em quatro elementos: **Forças** (o que a empresa faz bem, seus pontos fortes), **Fraquezas** (as limitações internas ou dificuldades), **Oportunidades** (fatores externos que podem ser aproveitados a favor do negócio) e **Ameaças** (fatores externos que podem prejudicar ou dificultar o sucesso). Essa análise ajuda na tomada de decisões mais estratégicas e no planejamento eficaz, mostrando onde a empresa está e para onde pode ir.

3.5.1 Análise SWOT (FOFA) da Evangeline

Forças:

- Sustentabilidade como diferencial competitivo.
- Produtos ecológicos com alto valor agregado.
- Identidade visual encantadora e diferenciada.

Oportunidades:

- Crescimento do mercado sustentável e ecológico.
- Parcerias com eventos e empresas voltadas para ESG.
- Expansão do e-commerce para públicos conscientes.

Fraquezas:

- Custos de produção sustentáveis podem ser mais elevados.
- Necessidade de constante conscientização do público sobre práticas ecológicas.

Ameaças:

- Concorrência com floriculturas tradicionais de menor custo.
- Flutuação nos preços de matéria-prima sustentável.
- Mudanças climáticas que afetam a produção floral.

3.6 Pesquisa Primária e Secundária

- **Pesquisa Primária:** Realizamos enquetes com clientes, coletamos feedbacks e analisamos a receptividade de novos produtos ecológicos.
- **Pesquisa Secundária:** Utilizamos dados de mercado sobre a demanda por produtos sustentáveis e tendências do setor floral.

ANÁLISE DA PESQUISA DE MERCADO

A pesquisa realizada no mês de Maio de 2025, revela importantes insights sobre o perfil e o comportamento de consumo do nosso público. Os dados coletados referem-se à 120 respondentes, no qual indicam que:

- A maioria do nosso público é composta por mulheres jovens, entre 18 e 25 anos.
- Grande parte dessas mulheres recebem flores, mas não compram com frequência, o que mostra uma tendência de passividade no consumo, ou seja, elas são mais presenteadas do que consumidoras ativas.
- O consumo de flores, de modo geral, está majoritariamente ligado a datas comemorativas (como aniversários, casamentos, Dia dos Namorados e outras celebrações sazonais).
- Entre o público masculino, houve destaque para o interesse em artigos de jardinagem, mostrando uma abertura para outros segmentos do universo floral.

Reflexões Estratégicas

Esses dados refletem a necessidade de diversificar e ampliar nossa abordagem de marketing e vendas:

- Estimular o consumo frequente e afetivo de flores, indo além das datas comemorativas, através de campanhas que reforcem o valor simbólico e emocional das flores no cotidiano.
- Promover ações que incentivem as mulheres a se presentear com flores, como forma de autocuidado, empoderamento e expressão pessoal.

- Explorar o nicho de jardinagem para homens, desenvolvendo linhas específicas com identidade própria, linguagem direcionada e valores compatíveis com esse público.
- Trabalhar o conceito de flores como presentes para homens, quebrando estereótipos e reforçando que o gesto de flores também é afeto masculino.
- Oferecer produtos com preços acessíveis e simbólicos, que permitam a manutenção do consumo mesmo em períodos não comemorativos.

Com isso, concluímos que a pesquisa revela que há grandes oportunidades para ampliar o alcance da marca e fidelizar diferentes perfis de clientes. Com estratégias bem direcionadas, é possível transformar o ato de comprar flores em um hábito mais presente, diverso e acessível — tanto para mulheres quanto para homens.

3.7 Marketing Digital

A Evangeline aposta no marketing digital para fortalecer sua presença e engajamento através de:

- *Instagram*: Conteúdos sobre arranjos, dicas de cultivo e práticas ecológicas.
- *E-mail marketing*: Envio de newsletters com promoções e conteúdos educativos.

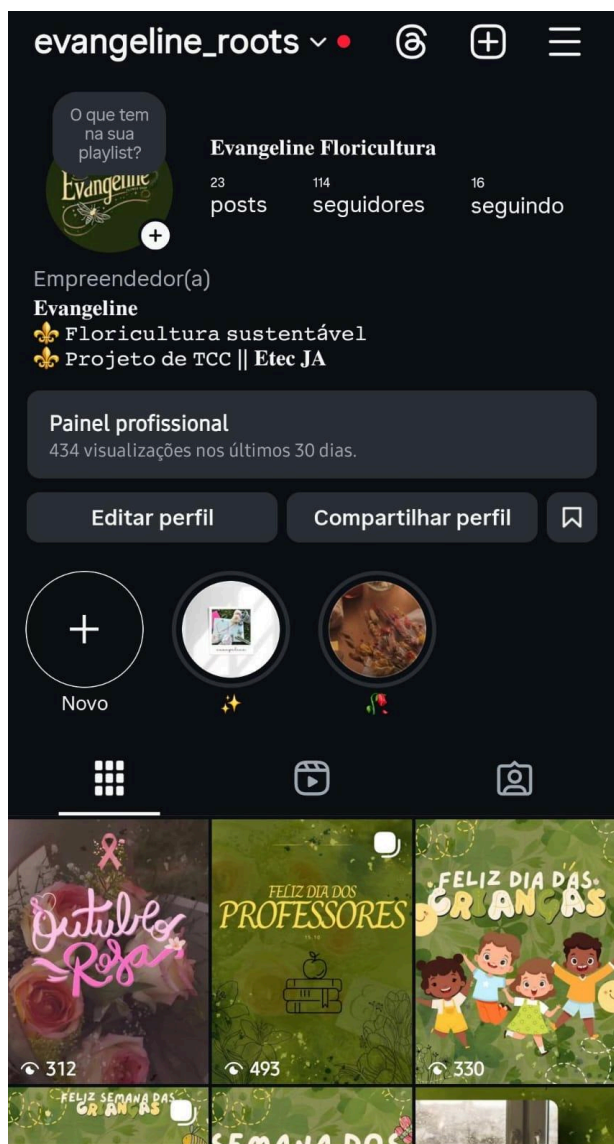
3.8 Marketing Institucional – Tipo de Estratégia

O marketing institucional reforça a imagem da Evangeline como uma marca sustentável:

- Parcerias com ONGs ambientais.
- Campanhas de conscientização sobre impacto ecológico.
- Certificações de sustentabilidade e boas práticas.

Nossa estratégia é focada em diferenciação e nicho sustentável, posicionando a Evangeline como referência em floricultura ecológica e encantada.

Figura 6: Imagem instagram



3.9 CANVAS

O **Canvas de Nove Passos**, também conhecido como **Business Model Canvas**, é uma ferramenta visual de planejamento estratégico que ajuda a organizar e compreender o funcionamento de um modelo de negócio. Ele é composto por nove blocos principais: Segmentos de Mercado (público-alvo), Proposta de Valor (o que a empresa oferece de diferente e útil), Canais (como o produto ou serviço chega ao cliente), Fontes de Renda (como a empresa ganha dinheiro), Relação com Clientes (forma de interação e fidelização), Atividades Chave (ações essenciais para entregar valor), Recursos Chaves (ativos necessários para operar), Parcerias Chaves (colaboradores externos que apoiam o negócio) e Estrutura de Custos (principais despesas envolvidas). Essa estrutura facilita a visualização do todo, ajudando na criação, inovação ou melhoria de um modelo de negócio.

3.9.1 Como estruturar o seu CANVAS

Passo 1 – Segmento de Mercado

Nosso público-alvo é composto por pessoas que valorizam práticas sustentáveis e têm afinidade com o universo encantado da natureza. São consumidores conscientes, sensíveis à estética, que buscam produtos com propósito e impacto ambiental positivo. Incluímos também amantes de flores, decoração, jardinagem e eventos ecológicos, além de jovens e adultos com interesse por estética mística e diferenciada.

Passo 2 – Proposta de Valor

A Evangeline resolve a carência de opções sustentáveis no mercado floral, unindo beleza, magia e responsabilidade ambiental. Entregamos arranjos ecológicos, kits de plantio e experiências que conectam o consumidor à natureza. Nossa proposta se encaixa na vertente qualitativa, pois valorizamos a experiência encantada, o cuidado com o planeta e a personalização dos produtos. O diferencial da Evangeline está na combinação entre o cuidado ambiental e uma identidade visual mágica que encanta e fideliza.

Passo 3 – Canais

Nossos produtos são distribuídos por meio de:

- Loja física para atendimento pessoal e retiradas.
- Loja online com entregas programadas e logística otimizada.
- Redes sociais como o Instagram, com destaque para vídeos estéticos, embalagens personalizadas e bastidores da produção.
- Eventos ecológicos e parcerias com marcas alinhadas ao propósito sustentável.

Passo 4 – Fontes de Renda

- Venda direta de arranjos, kits e buquês ecológicos.
- Kits temáticos por assinatura (como o ciclo das estações, datas especiais ou flores místicas).

- Parcerias com eventos e brindes corporativos sustentáveis.
- Encomendas personalizadas para celebrações e homenagens.

Passo 5 – Relação com o Cliente

Utilizamos estratégias de:

- Atendimento humanizado via WhatsApp e redes sociais.
- Pós-venda com acompanhamento e incentivo ao replantio.
- Marketing digital com foco em conteúdo educativo e inspirador.
- Programas de fidelidade e recompensas ecológicas (como troca de embalagens por descontos).

Passo 6 – Atividades-chave

- Curadoria e cultivo de flores com práticas ecológicas.
- Criação de embalagens e arranjos personalizados.
- Produção de conteúdo visual/místico para redes sociais.
- Parcerias com ONGs e eventos verdes.
- Desenvolvimento e inovação em kits de plantio.

Passo 7 – Recursos-chave

- Mão de obra especializada em floricultura e design.
- Parcerias com produtores ecológicos.
- Plataforma de e-commerce e gerenciamento de redes sociais.
- Ferramentas de jardinagem e materiais biodegradáveis.

Passo 8 – Parceiros-chave

- Fornecedores de flores ecológicas.
- ONGs ambientais para campanhas e ações conjuntas.
- Influenciadores do nicho verde e místico.
- Embalagens biodegradáveis e produtores locais.
- Eventos culturais e ecológicos com foco em sustentabilidade.

Passo 9 – Estrutura de Custos

1. Principais custos da Evangeline

Nossos maiores gastos estão ligados à aquisição de flores cultivadas de forma sustentável, embalagens biodegradáveis e materiais ecológicos para os arranjos. Além disso, a criação da identidade visual e o investimento em marketing digital com estética mística também representam um custo relevante.

2. Recursos-chave que exigem investimento contínuo

Para manter a Evangeline viva e encantadora, é essencial investir em:

- Fornecedores comprometidos com o meio ambiente.
- Manutenção do nosso espaço físico e loja online.

- Ferramentas de marketing digital e redes sociais.
- Capacitação de equipe para atendimento humanizado e sustentável.

3. Custos fixos e variáveis

Fixos: aluguel do espaço, internet, contas básicas, plataformas de e-commerce, manutenção da identidade visual, pagamento de equipe.

Variáveis: compra de flores sazonais, produção de kits de plantio, materiais para arranjos personalizados, embalagens ecológicas e custo com logística de entrega.

3.10 Cronograma Marketing (Planner)

Organizar e visualizar as ações de marketing ao longo do mês é essencial para manter a constância da comunicação, aproveitar datas comemorativas de forma estratégica e garantir que os valores da marca estejam sempre refletidos nas postagens. No caso da Evangeline, o planejamento mensal permite alinhar o conteúdo com campanhas temáticas, datas institucionais e também reservar momentos específicos para a produção de material visual.

O processo de produção exige reflexão, criatividade e organização. É nessa etapa que são pensadas as ideias, definidas as paletas visuais, mensagens principais, dias de postagem e até as datas de gravação. Com isso, a equipe consegue manter uma linha estética e conceitual coerente ao longo do mês, com uma visão antecipada das ações que serão executadas.

A seguir, temos o planner visual de postagens do mês de abril:

Nossas postagens normais são feitas às Quintas e aos Domingos e possuem uma cor específica para se diferenciar das datas comemorativas que por sua vez as cores são distribuídas com um significado interligados a data comemorativa.

Marketing Planer

Mês: Abril Evangeline

Programação Postagens

	S	T	Q	Q	S	S	D
semana 1			02/04				
semana 2				10/04			13/04
semana 3	14/04	15/04		17/04			20/04
semana 4				24/04			27/04
semana 5	28/04		FIM MÊS				

Figura 7: Planner marketing mês de abril

Legenda do Planner:

Dia 02/04

Neste dia foi feita uma postagem especial em apoio ao Dia Mundial de Conscientização do Autismo. A cor azul claro foi escolhida por ser símbolo da data e representar a campanha de visibilidade e inclusão das pessoas autistas. Essa publicação reforça o lado humano e social da Evangeline, conectando a marca a pautas relevantes.

Dia 10/04

A primeira postagem da campanha de Páscoa foi ao ar. Marcada em rosa claro, essa data iniciou uma sequência de conteúdos especiais para a ocasião. A escolha da cor rosa foi feita para diferenciar visualmente a campanha pascal dentro do cronograma do mês. Essa primeira publicação trouxe uma proposta misteriosa, com um tom convidativo, sugerindo que algo especial seria revelado em breve.

Dia 13/04

Nos stories, foi feita uma postagem complementar à campanha de Páscoa. O objetivo foi manter a interação com o público e reforçar o clima temático com conteúdos mais leves e imediatos. Essa data também está em rosa claro, seguindo a identidade visual da campanha.

Dias 14 e 15/04

Esses dias foram reservados para a produção e gravação dos conteúdos da Páscoa, especialmente o vídeo que seria lançado posteriormente. Por isso, estão marcados com um verde escuro, cor que será usada sempre que houver dias destinados à criação de material visual e produção interna.

Dia 17/04

A revelação da surpresa mencionada na publicação do dia 10 foi feita neste dia. A continuidade da cor rosa claro reforça a identidade visual da campanha e mantém o público engajado com a narrativa iniciada na semana anterior.

Dia 20/04

Neste sábado, foi ao ar o "Reels " produzido com o conteúdo gravado nos dias 14 e 15. Com um vídeo mais dinâmico, essa postagem marcou o encerramento da campanha de Páscoa. O rosa claro permanece como marca visual da ação.

Dia 24/04

Esse dia marcou o retorno das postagens regulares da floricultura, com foco em flores e inspirações naturais. A cor verde claro foi utilizada para identificar esse tipo de conteúdo no planejamento — publicações de rotina, que representam a essência da marca e da sua atuação no cotidiano.

Dia 27/04

Outra publicação regular, também marcada em verde escuro. Nessa data, a Evangeline retoma o foco em conteúdos florais e institucionais, mantendo a presença nas redes sociais de forma leve e constante.

Dia 28/04

Nesta data, foi publicada uma arte em homenagem ao Dia Mundial da Saúde e Segurança no Trabalho. A cor verde água foi escolhida para representar esse conteúdo institucional e simbólico, reforçando a preocupação da marca com o cuidado no ambiente profissional e com a saúde em todas as áreas da vida.

AÇÃO DE PÁSCOA EVANGELINE

Na celebração da Páscoa, nossa empresa promoveu uma ação especial, com o intuito de levar afeto e reconhecimento aos educadores. As colaboradoras da empresa, Heloísa e Karine, se caracterizaram como abelhinha (Miss Mel) e Coelhoinho da Páscoa (Sr. Saltitão) respectivamente, levando um momento lúdico e cheio de carinho aos membros do corpo docente da escola ETEC Jardim Ângela. Durante o evento, foram entregues flores e chocolates, em um gesto simbólico de gratidão aos profissionais da educação.

AÇÃO DE FOTOS - ARCO DE FLORES

Em mais uma iniciativa para estreitar laços com a comunidade escolar, a Evangeline marcou presença no dia 27 de junho. Na ocasião, foi montado um arco decorativo de

flores, exclusivo de nossa floricultura, onde os alunos puderam tirar fotos especiais. As imagens foram cuidadosamente registradas e posteriormente reveladas, para serem entregues como lembrança personalizada do evento. A ação trouxe um toque de beleza e interação nos dias comuns de aula, fortalecendo o vínculo da empresa com os jovens e a escola.

AÇÃO JUNINA - MISS MEL NO ARRAIÁ DA JA

No dia 28 de junho, a nossa abelhinha mais querida, Miss Mel, marcou presença na animada Festa Junina da ETEC Jardim Ângela! Com seu jeitinho carismático e muita doçura, ela encantou a todos que passaram pelo arraiá. Foi só alegria, fotos pra todo lado e uma energia que nem foguete alcança!

Vestida no capricho e esbanjando simpatia, Miss Mel trouxe o toque especial da Floricultura Evangeline pro festejo, espalhando sorrisos como quem espalha pétalas ao vento. Teve muita prosa boa, forró no coração e aquele clima de comunidade que aquece o peito mais que quentão!

AÇÃO DE DIA DOS NAMORADOS - COLAB TRIPLA

No Dia dos Namorados, celebrado em 12 de junho, foi realizada uma ação especial por meio de uma colaboração entre três empresas: Evangeline, Magna Pratas e Coliseu Sabores. A iniciativa consistiu no sorteio de uma cesta temática, cuidadosamente composta por um buquê de flores da Evangeline, uma seleção de brigadeiros artesanais do Coliseu Sabores e um elegante conjunto de práticas fornecido pela Magna Pratas. A participação se deu por meio de uma rifa externa, aberta ao público, com o objetivo de celebrar a data de maneira significativa e presentear um casal com itens que simbolizam amor, cuidado e sofisticação. A ação reforçou o compromisso das marcas em proporcionar experiências únicas e colaborativas, valorizando a união entre parceiros e clientes.

*“No centro do marketing está o cliente.”
(KOTLER; KELLER, 2012, p. 5)*

4. DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA

4.1 Layout

Layout se refere ao modo como os recursos e bens de uma empresa são organizados no espaço, como maquinário, insumos e colaboradores. Um Layout facilita o fluxo de materiais, diminui o tempo gasto em deslocamentos e eleva a eficiência no ambiente de trabalho.

Figura 8: Layout da Evangeline



4.2 Estocagem

Estocagem ou armazenagem é o processo da guarda de itens desde do momento em que chegam na empresa até serem utilizados ou vendidos. O seu principal objetivo é garantir que os produtos estejam sempre disponíveis, evitando problemas como extravios, perdas, dificuldade de acesso e escassez de itens no estoque.

4.2.1 Tipos de Estocagem

- Convencional: uso de estantes ou paletes.
- Autoportante: a estrutura do armazém faz parte da edificação.
- Verticalizada: otimiza o espaço vertical, ideal para galpões altos.
- Automatizada: uso de sistemas tecnológicos e robotizados para movimentar e conduzir os itens.

Estocagem Evangeline

Utilizamos o sistema de estocagem convencional, com estruturas simples e métodos específicos para garantir a qualidade dos nossos produtos. As flores recortadas são mantidas e armazenadas em câmaras frias, com temperatura controlada entre 1°C e 4°C. Já as plantas vivas e não cortadas, acondicionadas em vasos ou sacos plásticos, são posicionadas em locais arejados e sombreados, preservando sua vitalidade.

Os acessórios de jardinagem são organizados em prateleiras convencionais, facilitando o acesso e a organização. Todos esses métodos de armazenagem utilizados têm como objetivo garantir o cuidado com os produtos, manter a qualidade e garantir a eficiência na gestão do estoque.

4.3 Custeio de Frete

O cálculo de frete consiste em analisar o valor necessário para transportar mercadorias em diferentes locais. Esses custos variam e dependem de fatores como a distância, o meio de transporte utilizado, o peso da mercadoria, o volume e o tipo de produto que vai ser entregue. O pagamento do frete pode ser feito pela empresa que vende (frete pago) ou por quem compra (frete a pagar), afetando diretamente o preço final e a competitividade do produto.

4.4 Política de Compra

As políticas de compras consistem em um conjunto de regras e processos que indicam como o cliente pode adquirir produtos ou serviços, garantindo que o cliente

esteja ciente de todas as informações necessárias para a finalização da compra. Elas incluem requisitos como os canais de compra, a qualidade e disponibilidade dos itens, os prazos de entrega, as formas de pagamento e a negociação de preços. Quando bem feitas, essas políticas ajudam a controlar as compras, diminuir os custos e fortalecer o relacionamento com os nossos clientes.

4.4.1 Política de Compra Evangeline

A política de compras aplicada na Evangeline representa a maneira como a empresa vende seus produtos ou serviços. Ela inclui regras como:

- Formas de compra: vendemos presencialmente em nossa loja física, no horário de funcionamento disponível. Além de nossas vendas de forma online, realizadas a partir de nosso site e redes de atendimento, como WhatsApp e Instagram
- Encomendas personalizadas: pedidos especiais, como os nossos buquês de tamanho extra grande, devem ser solicitados com antecedência, para assegurar a disponibilidade de itens para confecção, considerando a grande quantidade de materiais utilizados em cada arranjo.
- Confirmação do pedido: o pedido só será realizado após a confirmação do pagamento. O comprador receberá um e-mail de confirmação com os detalhes da compra.
- Formas de pagamento: aceitamos dinheiro, cartão de débito ou crédito, Pix ou boleto, tanto em vendas onlines quanto presenciais. Nas nossas vendas onlines solicitamos pagamento antecipado, para evitar prejuízos ao reservar os materiais necessários para confecção, considerando que nossa matéria prima têm seu tempo de vida útil curto.
- Entregas: nossas entregas são realizadas em horário marcado, evitando que o destinatário não esteja presente para o recebimento. As entregas são realizadas conforme a disponibilidade e podem incluir cobrança adicional, de acordo com a distância e horário solicitado. Pequenos atrasos por trânsito ou condições climáticas podem ocorrer.

4.5 Política de Venda

A política de vendas é um documento que orienta como a empresa realiza suas vendas no dia a dia. Ela define de forma simples e direta quais são os direitos e

responsabilidades da empresa e dos clientes, ajudando a evitar confusões e garantindo uma relação mais justa. Nela, estão descritos pontos importantes como formas de pagamento, prazos, condições para trocas, devoluções, descontos e entregas.

4.5.1 Política de Venda Evangeline

Prezamos pelo bom atendimento e transparência com nossos clientes. Nossa política de compra visa estabelecer e esclarecer o processo de aquisição de nossos produtos.

- Retirada da compra: após a realização da compra por meio digital, o cliente receberá a opção de retirar seu pedido presencialmente, com agendamento e comunicado da empresa.
- Trocas: por nossos produtos serem perecíveis, a troca poderá ser realizada em até um dia útil após a entrega ou retirada do produto. Após esse período, dificilmente vai ser possível identificar se o produto foi entregue com um defeito de origem ou por conta de mau uso, pois não realizamos trocas decorrentes de falta de cuidados.
- Cancelamentos: o pedido pode ser cancelado em até duas horas após o pagamento. Depois desse período o cancelamento não será possível, por conta da reserva de materiais necessários para produção.
- Reembolso e devoluções: Não realizamos reembolso por desistência após duas horas da confirmação do pedido, pois os produtos são reservados a partir desse período. Em casos em que o produto não for recebido e aceito no momento da entrega, o comprador pode retirar seu produto em nossa loja física.
- Cuidados: após o recebimento ou retirada do produto, o comprador receberá instruções adequadas para o cuidado e conservação do arranjo. A Floricultura Evangeline não se responsabiliza por problemas gerados por maus cuidados ou armazenamento.

4.6 Controle de Estoque

O controle de estoque é o acompanhamento constante das entradas e saídas de produtos armazenados na empresa. Esse monitoramento permite saber exatamente o que está disponível no estoque, facilitando a identificação de quando repor itens e evitar excessos. Um controle de estoque eficaz ajuda a reduzir perdas, evita que produtos passem do seu tempo de validade e garante que haja produtos suficientes para atender a demanda.

4.7 Logística Reversa

O conceito de logística reversa abrange o método que possibilita o retorno de produtos, itens ou insumos do cliente de volta à empresa de origem, ou o direcionamento deles para pontos específicos de reaproveitamento, reciclagem ou descarte adequado. Este movimento inverso pode incluir devoluções por defeitos, retorno de embalagens reutilizáveis ou a coleta de lixo reciclável, representando uma fase essencial na logística.

4.7.1 A importância da Logística Reversa

A logística reversa é de extrema importância para a sustentabilidade, pois incentiva práticas sustentáveis, contribui na diminuição dos impactos ambientais e promove o aproveitamento otimizado dos recursos. A minimização de gasto é um ponto a ser citado, já que auxilia na economia para as empresas através do reaproveitamento de materiais e da diminuição de sobras. Além disso, ajuda no cumprimento de regulamentos ambientais e fortalecendo a reputação da empresa no mercado e entre os clientes, demonstrando sua preocupação com a responsabilidade socioambiental.

4.7.2 Logística Reversa da Empresa Evangeline

Visando a responsabilidade socioambiental, a Evangeline busca a diminuição do acúmulo de resíduos, apoiando a reciclagem e reutilização de materiais recicláveis. Essa iniciativa contribui para a preservação do meio ambiente e promove a sustentabilidade.

A logística reversa aplicada na Evangeline é voltada para a devolução de embalagens reutilizáveis, como vasos, embalagens recicláveis e papéis fornecidos no momento da compra. Esses materiais são levados pela Evangeline aos centros de reciclagem para receberem o devido descarte ou reaproveitamento. Oferecemos um desconto de 5% para cada embalagem entregue, que deve estar em boas condições; esse desconto será aplicado na próxima compra, incentivando a participação dos clientes nesse processo sustentável.

“A eficiência logística não é apenas uma questão de redução de custos, mas de criação de valor para o cliente.”

BALLOU, 2006, p.56.

5. DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

O setor de Recursos Humanos (RH), é a parte da empresa responsável por gerenciar e desenvolver todas as pessoas envolvidas em sua organização, ou seja, suporte aos colaboradores desde o recrutamento até um possível desligamento. Este setor deve promover a cultura e clima organizacional agradável, de forma que motive os funcionários a permanecer na empresa. Para isso é necessário que além de obrigações da CLT (Consolidação das Leis do Trabalho), benefícios, qualidade de vida e o reconhecimento de um colaborador estejam sempre alinhados aos valores da empresa.

Outras funções que cabem ao setor de RH, são: os treinamentos, folha de pagamento e remuneração, planos de carreira, pesquisas organizacionais de desempenho e satisfação dos colaboradores.

Atualmente, termos como “recursos humanos” já não são utilizados pois transmitem uma ideia desumanizada e de produção como máquina. Na Evangeline, foi decidido que para este setor seria empregado o nome “Gente & Gestão”, considerando os valores da empresa.

5.1 Recrutamento Eficaz

O recrutamento eficaz é o processo de atrair, selecionar e contratar os candidatos mais qualificados para um cargo dentro de uma empresa, alinhado à cultura organizacional e às necessidades estratégicas do negócio. Além disso, ele também busca desenvolver uma experiência positiva para os candidatos.

Para isso, precisa-se utilizar métodos adequados de seleção, como entrevistas bem estruturadas, testes de habilidades e análise de histórico. Além disso, é fundamental que a comunicação seja clara e eficiente, tanto com os candidatos quanto com as equipes internas, para que todos estejam integrados quanto às expectativas e processos do recrutamento.

Outro ponto importante é a agilidade do processo, evitando etapas longas e burocráticas que possam levar os melhores candidatos a desistirem ou aceitarem ofertas de outras empresas. Por fim, é necessário focar na experiência do candidato, criando um processo transparente e respeitoso, de modo que todos, independentemente de serem contratados ou não, tenham uma boa impressão da empresa.

Este processo é aplicado na Evangeline, pois, de acordo com os valores da empresa, a gestão de RH humanizado é uma prioridade. Isso garante uma boa experiência para todos os envolvidos, refletindo de forma indireta em seus clientes e fornecedores, e impactando diretamente a jornada de seus candidatos e colaboradores.

5.1.1 Criação de Planos Cargos e Salários

O conceito está relacionado à estruturação de uma empresa, que define as funções, as responsabilidades e a remuneração de cada cargo. É uma área fundamental dentro da gestão de pessoas e estrutura organizacional. Ela garante que os colaboradores tenham funções bem definidas, sejam remunerados de forma justa e que haja equilíbrio interno e externo nas práticas da empresa.

Sua formatação normalmente é feita em planilha, e deve seguir as seguintes etapas:

1. **Levantamento dos Cargos da Empresa:** lista de todos os cargos; agrupamento em áreas ou departamentos;
2. **Definição de Níveis Hierárquicos:** definição de níveis e hierarquia; funções e responsabilidades;
3. **Pesquisa de Salarial:** pesquisa de salarial de mercado; pesquisa salarial interna; equiparar dados;
4. **Definição das Faixas Salariais:** salário mínimo (entrada no cargo); salário médio (profissionais com bom desempenho/promoção); salário máximo (teto salarial - profissionais altamente experientes)

5.1.2 Cuidado com o bem-estar do Colaborador

O cuidado do colaborador é um conjunto de estratégias e práticas que visam promover a harmonia e felicidade no ambiente de trabalho. Ele está relacionado às políticas e atitudes adotadas por uma organização para promover o bem-estar físico, mental, emocional, profissional e social do colaborador. Isto vai muito além de oferecer um bom salário: trata-se de criar uma atmosfera saudável, respeitosa, motivadora e humana.

Garantir qualidade e reconhecimento no ambiente de trabalho, é fundamental nesta questão, além de promover um clima organizacional inclusivo e respeitoso, que preze pelas relações interpessoais saudáveis, como comunicação aberta e escuta ativa entre líderes e liderados.

O departamento de Gente & Gestão da Evangeline é movido por uma administração com práticas cada vez mais humanizadas. A busca pelo bem-estar do colaborador é um dos principais objetivos, pois sabe-se que é através desses talentos que se alcança as metas da empresa. Além das práticas essenciais já mencionadas, algumas das ações que promovem esta qualidade de vida ao time Evangeline são: a transparência na cultura organizacional; programas de cuidados com a saúde mental e física; o estabelecimento de equilíbrio entre a vida profissional e pessoal, como por exemplo, o desincentivo a horas extras.

5.1.3 Manutenção e Harmonia entre as Relações Profissionais

Refere-se à prática de promover e preservar um ambiente de trabalho saudável, respeitoso e cooperativo entre colegas, líderes e subordinados. Esse conceito envolve atitudes, comportamentos e políticas que favorecem o bom relacionamento interpessoal e o espírito de equipe.

Dentre as ações possíveis, na Evangeline é feito projetos de incentivo a desenvolvimento interpessoal e também oferece momentos de celebração e reconhecimento de seus colaboradores, para que se sintam motivados e que exista a oportunidade de crescimento dentro da empresa.

Os benefícios da harmonia trabalho são diversos, mas em especial podem ser citados:

- Aumenta a produtividade e a satisfação no trabalho
- Potencializa o comprometimento e a retenção de talentos
- Estimula a criatividade e reduz o estresse
- Fortalece o sentimento de pertencimento

- Melhora o clima organizacional

5.1.4 Entrada e Saída dos Colaboradores

Existem duas observações sobre este tópico, uma quando se trata de rotatividade dos colaboradores, também compreendido como Turnover, é o indicador que mede essa movimentação em um determinado período de tempo, seja por quais forem os motivos: demissão voluntária, saída para outras empresas ou aprovação em concurso público, entre outros.

Já em relação a jornada dos colaboradores na empresa o conceito é outro. Controlar a entrada e saída do colaborador é a forma de registrar os horários de trabalho de uma empresa, sendo obrigatório para empresas com mais de 20 funcionários. Atualmente para ter esse controle utiliza-se sistemas automatizados, que registram a entrada e saída do colaborador.

5.2 Contratação

O termo de contrato é um dos instrumentos contratuais que formalizam um contrato administrativo, ou seja, o ato de firmar um acordo entre duas ou mais partes. Pode ser utilizado para a contratação de produtos, serviços, obras, ou funcionários.

No caso da contratação de funcionários, o processo envolve o anúncio da vaga de emprego, a realização de processo seletivo, apresentação de documentos e carteira de trabalho, entrevistas, exame admissional, preparação da documentação do profissional e, por fim, a assinatura do contrato pelo novo colaborador e pela empresa.

5.2.1 Contratação Evangeline

O processo de contratação da Evangeline é pautado na valorização das pessoas e de suas experiências, indo além das qualificações técnicas. Para isso, adotamos uma metodologia de recrutamento humanizado, que prioriza uma jornada de admissão clara, objetiva e de alta qualidade. Acreditamos que cada etapa desse processo deve refletir respeito, empatia e transparência, colocando o ser humano no centro das decisões.

Nosso objetivo é construir relações mais significativas desde o primeiro contato, proporcionando uma experiência positiva, acolhedora e alinhada com os valores da organização. Afinal, acreditamos que pessoas felizes e reconhecidas desde o início têm mais chances de se desenvolverem e contribuírem de forma autêntica e duradoura.

5.2.1.1 Descrição da Vaga

A descrição da vaga deve conter o nome da vaga e se necessário, o nível hierárquico (júnior, pleno e sênior). Na sequência um parágrafo do resumo da vaga com a descrição sobre as funções e responsabilidades do cargo e onde se aplica na empresa. Deve informar a localização, horário, regime de contratação, formato de trabalho (presencial, remoto ou híbrido), benefícios e informações adicionais. Por fim, como a pessoa pode se candidatar, no caso da empresa Evangeline é utilizado meios de comunicação como o LinkedIn para o compartilhamento de vagas.

5.2.1.2 Triagem de Currículos

Na sequência do envio de currículos, a empresa deve passar para a etapa de recrutamento, analisando os mais adequados para a vaga. O período para esse processo pode variar de acordo com a demanda e necessidade da empresa. Os critérios de avaliação da Evangeline tem base em experiências anteriores, habilidades profissionais, e competências técnicas.

5.2.1.3 Agendamento de Entrevistas

Após a análise dos melhores currículos, é necessário conhecer os candidatos através de entrevistas, que podem ser online e presenciais. É importante que as entrevistas sejam agendadas dentro de um período que permita que candidatos se preparem, com pelo menos uma semana de antecedência. A metodologia que será utilizada é definida pela empresa de acordo com a que melhor se aplica, como entrevistas feitas individualmente ou em grupo.

5.2.1.4 Aplicação de Testes

A aplicação de testes deve ser feita para identificar as competências técnicas e comportamentais. O tipo de teste é decidido pela empresa de acordo com o resultado que ela pretende alcançar, sendo testes técnicos, psicométricos, situacionais ou técnicas STAR (Situação, Tarefa, Ação, Resultado). Assim como nas entrevistas, esta etapa deve ser transparente ao candidato, tanto em relação ao momento de aplicação, quanto ao que lhe será cobrado.

5.2.1.5 Dinâmica

A dinâmica é uma outra proposta de avaliações comportamentais, com intuito de analisar as relações interpessoais dos candidatos. Assim como os testes, o formato da dinâmica é decidido com base nos objetivos que a empresa busca atingir. Alguns exemplos são, quebra-gelo, resolução de problemas em grupo, entre outros. Cada dinâmica apresentada pode oferecer resultados sobre o trabalho em equipe, proatividade e iniciativa do candidato.

Após todos os processos do recrutamento, é necessário que os candidatos tenham um Feedback, ou seja, um retorno sobre os resultados, tanto positivos quanto negativos. Um exemplo de ação aplicada na Evangeline, é o retorno aos candidatos que não forem qualificados, através de uma mensagem não automática de agradecimento, tendo em vista que a mensagem automática pode gerar sensação de indiferença do recrutador e insuficiência do candidato. Pontuar características dessa pessoa que a tornaria qualificada, mas que neste momento o processo será finalizado, desejando boa sorte em sua carreira.

5.3 Tipos de Contrato

Contrato de trabalho é um acordo entre um empregador e um empregado que define as condições de trabalho. É um instrumento jurídico que regula a relação de emprego e protege os trabalhadores. Ele estabelece os direitos, deveres e obrigações de ambas as partes, regulamentado pela Constituição Federal, pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e pela Lei 13.467/17, que garante direitos como férias remuneradas, 13º salário e fundo de garantia.

5.3.1 Contrato por Tempo Determinado

Como o nome sugere, é um contrato que em suas definições declara a data de início e término do contrato.

5.3.2 Contrato por Tempo Indeterminado

A diferença deste contrato para o de contrato por tempo determinado, é de que não há uma data final estabelecida.

5.3.3 Contrato de Trabalho Temporário

O contrato de trabalho temporário é um acordo entre uma pessoa e uma empresa para prestar serviços por um período determinado. É uma modalidade de contratação que pode ser usada para suprir a necessidade de mão de obra temporária, como substituição de funcionário e períodos de sazonalidade.

Tem prazo de até 180 dias, prorrogáveis por mais 90 dias. O trabalhador temporário tem vínculo empregatício e os mesmos direitos básicos que os contratados por tempo indeterminado, exceto o aviso prévio e a multa rescisória.

5.3.4 Contrato Eventual

Este é um acordo entre uma empresa e um profissional que presta serviços pontuais e esporádicos, chamados freelancers. É também conhecido como contrato de atividade ou de prestação de serviço.

Ele não gera vínculo empregatício, com isso não está sujeito às mesmas leis trabalhistas previstas pela CLT e deve ser registrado na Previdência Social, no prazo de 10 dias contados da sua celebração.

5.3.5 Contrato Intermitente

O contrato de trabalho intermitente é um tipo de contrato de trabalho em que o trabalhador é contratado para prestar serviços de forma não contínua. É uma modalidade de contratação prevista na CLT. Nesta modalidade o trabalhador é convocado para trabalhar quando a empresa precisar, pago apenas pelas horas efetivamente trabalhadas.

No período de inatividade, o trabalhador pode prestar serviços para outras empresas, e no caso de convocação, tem um dia útil para aceitar ou recusar a solicitação.

5.3.6 Contrato de Trabalho Remoto – Home Office

O diferencial neste contrato é de que nele é declarado que o funcionário realiza suas atividades fora da empresa. Este formato foi bastante utilizado durante a Pandemia de COVID-19 para a contratação no período de quarentena. Atualmente, também é possível que a empresa determine um formato híbrido, no qual o colaborador trabalha dias presenciais e dias home office. Para isso o empregador deve fornecer equipamentos de teletrabalho adequados e seguros aos seus colaboradores no trabalho remoto.

5.3.6.1 Contratos Usados pela Evangeline

A empresa utiliza apenas duas formas de contrato: o contrato por tempo indeterminado (equivalente a maior parte dos colaboradores) e o contrato de terceirização (no caso da contratação de empresas prestadoras de serviços, referente às áreas de entrega e limpeza).

Ao adotar o contrato por tempo indeterminado, a Evangeline demonstra seu comprometimento com a valorização de seus talentos, fortalecendo laços profissionais consistentes e promovendo um ambiente organizacional estável, seguro e voltado à construção de relações de longo prazo.

Já o contrato de terceirização, por mais que não gere um vínculo empregatício, determina uma relação firmada entre as empresas que deve ser mantida de forma positiva para ambas envolvidas.

5.4 Admissão

Admissão é o processo formal pelo qual uma pessoa passa a integrar o quadro de colaboradores de uma organização, mediante o cumprimento de requisitos legais, técnicos e administrativos. Envolve um conjunto de etapas desde a divulgação da vaga até a assinatura do contrato de trabalho, além do registro em carteira e a integração ao ambiente corporativo.

5.4.1 Exame Admissional

O exame admissional é uma avaliação médica obrigatória realizada previamente à contratação de um colaborador, com a finalidade de atestar sua aptidão física e mental para o desempenho das atividades inerentes ao cargo. Previsto na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e regulamentado pelo Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO), o exame deve ser conduzido por um médico do trabalho, podendo incluir exames clínicos e, se necessário, complementares.

Ao final do processo, é emitido o Atestado de Saúde Ocupacional (ASO), documento que confirma se o candidato está apto ou inapto para a função. Essa etapa é

fundamental para garantir a saúde do trabalhador e a segurança nas relações laborais desde o início do vínculo empregatício.

5.5 Treinamento

Treinamento é um processo sistemático de capacitação que visa ao desenvolvimento de conhecimentos, habilidades e atitudes dos colaboradores, com o objetivo de melhorar seu desempenho nas atividades profissionais. Essa prática é fundamental para alinhar os profissionais às exigências técnicas e comportamentais da organização, promovendo maior eficiência, produtividade e qualidade nos serviços prestados.

O treinamento pode ser realizado de forma presencial ou remota, individualmente ou em grupo, e pode abranger conteúdos operacionais, estratégicos ou comportamentais, conforme as necessidades da empresa e dos colaboradores.

5.5.1 Treinamento e Desenvolvimento Evangeline

Treinamento e desenvolvimento do colaborador são práticas organizacionais estratégicas voltadas à capacitação contínua e ao aprimoramento das competências dos profissionais, com o objetivo de melhorar o desempenho individual e coletivo, além de prepará-los para assumir maiores responsabilidades no futuro.

Enquanto o treinamento tem foco na aquisição de habilidades técnicas e comportamentais para o desempenho imediato das funções, o desenvolvimento visa ao crescimento profissional a longo prazo, promovendo o potencial dos colaboradores para assumirem novos desafios e contribuírem com os objetivos da organização de forma mais ampla. Juntas, essas ações fortalecem a cultura organizacional, aumentam o engajamento e impulsionam a performance da equipe.

Para fazer um treinamento de colaboradores de qualidade, a Evangeline define objetivos, identifica necessidades, escolhe métodos, cria um cronograma, avalia e investe em tecnologia. Os critérios para desenvolver um treinamento na empresa, segue as seguintes etapas:

- **Levantamento de Necessidades de Treinamento**
 - Identificar lacunas de conhecimento, habilidades ou comportamentos.
 - Analisar desempenho individual, metas da empresa e mudanças organizacionais
- **Definição de Objetivos**
 - Estabelecer metas claras para os participantes
 - Considere as necessidades de treinamento da equipe
 - Considerações sobre as habilidades técnicas e interpessoais
- **Escolha de métodos**
 - Pode ser interno ou externo

- Pode ser presencial ou online
- Pode incluir simulações para que os colaboradores se acostumem com as funções
- **Criação de um cronograma**
 - Incluir prazos, tarefas, e quem será responsável por cada parte
 - Registro do cronograma formalmente para poder mensurar a efetividade
- **Aplicação do treinamento**
 - Uso de banners ou notificações na intranet ou plataforma de comunicação interna
 - Oferecer suporte aos novos contratados
- **Avaliação do treinamento**
 - Analisar o cronograma para identificar pontos de melhoria

É importante ressaltar que esses são pontos generalizados, porém, para cada treinamento, em cada setor, a metodologia pode variar, mas a sequência deve se manter desta maneira.

5.6 Cartão de Ponto

Cartão de ponto é um instrumento de controle utilizado pelas organizações para registrar os horários de entrada, saída e intervalos dos colaboradores durante a jornada de trabalho. Esse registro pode ser feito de forma manual, mecânica, eletrônica ou digital, conforme a estrutura da empresa e a legislação vigente.

O principal objetivo do cartão de ponto é garantir o cumprimento da carga horária estabelecida, facilitar o cálculo da folha de pagamento e assegurar os direitos trabalhistas, como horas extras, adicionais e descontos. Além disso, ele serve como documento legal em caso de auditorias ou disputas trabalhistas.

Para a Evangeline, foi escolhido um sistema eletrônico automatizado chamado “Ahgora”. Ele permite aos colaboradores bater ponto por smartphone ou catraca virtual, facilitando assim a dinâmica da empresa, além de proporcionar praticidade em casos de Home Office no futuro da organização. O sistema envia as informações em tempo real para a plataforma Pontoweb garantindo o registro de forma precisa e organizada.

5.7 Folha de Pagamento

Folha de pagamento é o documento que registra todos os valores a serem pagos aos funcionários de uma empresa em determinado período. Ela inclui salários, benefícios, descontos, encargos trabalhistas e impostos. Além de garantir o cumprimento das obrigações legais, a folha é essencial para o controle financeiro e a transparência nas relações de trabalho.

LISTA DE FUNCIONÁRIOS				DESCONTOS					ACRÉCIMO				VALOR FINAL
Nome	Cargo	Salário Bruto	VT transporte	VT funcionário	VT empresa	IRRF	INSS	FGTS	Férias	13º Salário/MÊS	Salário Líquido		
Bianca Jade Volturi	Atendente	R\$ 1.600,00	R\$ 241,56	R\$ 96,00	R\$ 145,56		R\$ 144,00	R\$ 128,00	R\$ 177,78	R\$ 133,33	R\$ 1.360,00		
Gabriel Machado Oliveira	Atendente	R\$ 1.600,00	R\$ 241,56	R\$ 96,00	R\$ 145,56		R\$ 144,00	R\$ 128,00	R\$ 177,78	R\$ 133,33	R\$ 1.360,00		
João Pedro de Melo	Atendente	R\$ 1.600,00	R\$ 241,56	R\$ 96,00	R\$ 145,56		R\$ 144,00	R\$ 128,00	R\$ 177,78	R\$ 133,33	R\$ 1.360,00		
Liliane da Silva Pereira	Gerente Comercial	R\$ 5.500,00				R\$ 404,75	R\$ 770,00	R\$ 440,00	R\$ 611,11	R\$ 458,33	R\$ 4.325,25		
Isabella Swan Cullen	Vendedora	R\$ 1.700,00	R\$ 471,24	R\$ 102,00	R\$ 369,24		R\$ 153,00	R\$ 136,00	R\$ 188,89	R\$ 141,67	R\$ 1.445,00		
Lucas de Almeida Lopes	Vendedor	R\$ 1.700,00	R\$ 471,24	R\$ 102,00	R\$ 369,24		R\$ 153,00	R\$ 136,00	R\$ 188,89	R\$ 141,67	R\$ 1.445,00		
TOTAL		R\$ 12.100,00		R\$ 1.029,60	R\$ 1.508,00		R\$ 1.508,00	R\$ 1.096,00	1344,44	R\$ 1.141,67	R\$ 11.295,25		

TERCERIZADOS		
Funcionário	Cargo	V. Pagar
Richard dos Santos Nogueira	Entregador	R\$ 1.750,00
Viviane da Silva Santos	Aux. De Limpeza	R\$ 1.800,00
Amanda do Nascimento Costa	Aux. De Limpeza	R\$ 1.800,00

R\$ 5.350,00

Total da Folha Empresa R\$ 16.084,74

Figura 9: Folha de Pagamento Evangeline

5.7.1 Descontos do Funcionário Agregado (valores por dia)

Este desconto refere-se às deduções realizadas na remuneração do colaborador que atua como agregado, ou seja, que presta serviços à empresa com o uso de recursos próprios (como veículos, equipamentos ou ferramentas) geralmente em atividades terceirizadas ou de apoio. Esses descontos podem incluir valores relativos a encargos contratuais, adiantamentos, manutenção de equipamentos, combustível, alimentação, ou outras despesas previamente acordadas entre as partes. É essencial que tais descontos estejam formalmente descritos em contrato ou política interna, assegurando transparência e conformidade com a legislação trabalhista e civil vigente.

O cálculo do desconto de um funcionário por dia é feito através do salário bruto do funcionário e o número de horas trabalhadas no mês. Com esses valores, é possível calcular o valor da hora trabalhada e, a partir daí, o desconto por faltas.

5.7.2 Folha de Pagamento de um Colaborador

Folha de pagamento de um colaborador é um documento elaborado mensalmente que registra detalhadamente todas as informações referentes à remuneração do empregado. Esse documento inclui o salário base, adicionais (como horas extras, insalubridade, periculosidade), benefícios (vale-transporte, alimentação, etc.), descontos legais (INSS, IRRF, contribuições sindicais) e outros descontos autorizados.

A folha de pagamento é essencial para o cumprimento das obrigações trabalhistas e fiscais da organização, servindo como base para o recolhimento de tributos e para a prestação de contas junto aos órgãos competentes, além de garantir transparência e segurança jurídica na relação de trabalho.

5.8 Demissão

Demissão é o ato de encerramento do vínculo empregatício entre o colaborador e a empresa, podendo ocorrer por iniciativa do empregador ou do empregado. Esse processo pode se dar de forma voluntária (pedido de demissão), involuntária (dispensa sem ou com justa causa), ou ainda por acordo entre as partes, conforme previsto na legislação trabalhista.

A demissão implica o cumprimento de procedimentos legais, como o pagamento de verbas rescisórias, aviso prévio, liberação do saldo do FGTS e, em alguns casos, o direito ao seguro-desemprego. Trata-se de uma etapa formal que deve ser conduzida com clareza, respeito e em conformidade com a CLT.

Existem as seguintes possibilidades de encerramento de vínculo empregatício:

- **Demissão sem justa causa**

- O empregador decide rescindir o contrato sem apresentar um motivo grave
 - O funcionário tem direito a verbas rescisórias, como saldo de salário, férias proporcionais e 13º salário proporcional
 - O funcionário também tem direito ao aviso prévio, que pode ser trabalhado ou indenizado.
- **Demissão por justa causa**
 - O empregador demite o funcionário por causa de uma falta grave, como roubo, embriaguez, insubordinação, entre outros
 - **Demissão consensual**
 - A empresa e o funcionário concordam em encerrar o contrato de trabalho de forma amigável
 - **Rescisão indireta**
 - O funcionário pede a rescisão do contrato devido a faltas graves cometidas pelo empregador;
 - **Pedido de demissão**
 - O funcionário pede o encerramento do contrato

Figura 10: Quadro de Funcionários

FUNCIONÁRIO	FUNÇÃO	CBO
Amanda do Nascimento Costa	Auxiliar de Limpeza (tercerizado)	5143-20
Bianca Jade Volturi	Atendente	5211-40
Gabriel Barbosa de Oliveira	Atendente	5211-40
Heloisa dos Santos Silva Salvador	CHRO - Diretora de Gente & Gestão	1232-05
Isabella Swan Cullen	Vendedora	5211-10
Jeniffer Caroline de Jesus Cardoso	CMO - Diretora de Marketing	1233-10
Jéssica de Souza Gonçalves Cruz	CLO - Diretora Jurídica	2410-40
João Pedro de Melo	Atendente	5211-40
João Vitor dos Santos Abílio	CFO - Diretor Financeiro	1231-15
Karine Saturnino Macena	CAO - Diretora Administrativa	1231-05
Liliane da Silva Pereira	Gerente Comercial	1423-05
Lucas de Almeida Lopes	Vendedor	5211-10
Maria Jordany Pereira de Sousa	COO (Diretora de Logística)	2521-30
Richard dos Santos Nogueira	Entregador (tercerizado)	5191-10
Viviane da Silva Santos	Auxiliar de Limpeza (tercerizado)	5143-20

“Toda e qualquer organização é composta por pessoas. São as pessoas que compram, vendem, trocam, negociam, produzem, erguem empresas, afundam empresas, enfim, que se comportam e fazem as

coisas acontecerem nas organizações. São elas que fazem com que os objetivos organizacionais sejam ou não atingidos.” (PSICOLOGIA NO GERENCIAMENTO DE PESSOAS; 2013, pg. 5)

“Uma empresa não nasce com um perfil cultural. Ela se transforma, ao longo do tempo, numa cultura.

[...] A cultura gera uma identidade reconhecível para as pessoas que compartilham dos seus limites internos” (PSICOLOGIA NO GERENCIAMENTO DE PESSOAS; 2013, pg)

6. DEPARTAMENTO FINANCEIRO

6.1 Balanço Patrimonial

Trata-se de um relatório financeiro que tem por objetivo apresentar a situação contábil e econômica de uma empresa em determinado período .

De modo geral, costuma ser elaborado a cada 12 meses. Porém, nada impede que seja feito em menos tempo para ser utilizado para alguns dos objetivos citados anteriormente.

6.1.1 Balanço Patrimonial 2025

O balanço de abertura é um documento contábil que registra a situação patrimonial de uma empresa no momento de sua constituição ou início das atividades. Ele é elaborado com base nos ativos, passivos e patrimônio líquido da empresa na data de sua fundação .

No balanço de abertura, são registrados todos os ativos da empresa, como dinheiro em caixa, contas a receber, estoques, imóveis, veículos, entre outros. Além disso, são registrados os passivos, como contas a pagar, empréstimos, financiamentos, entre outros.

O patrimônio líquido também é registrado, representando o valor dos investimentos dos sócios ou acionistas na empresa.

6.2 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio é um indicador de segurança do negócio, pois mostra o quanto é necessário vender para que as receitas se igualem aos custos. Ele também indica em que momento, a partir das projeções de vendas do empreendedor, a empresa estará igualando suas receitas e seus custos.

A lógica do ponto de equilíbrio mostra que quanto mais baixo for o indicador, menos arriscado é o negócio. E quanto menor for o ponto de equilíbrio, mais a empresa

possui os seus custos relacionados à operação (custos variáveis) do que à manutenção (custos fixos) – ficando mais competitiva e com melhor rentabilidade frente aos seus pares.

6.2.1 Fórmula de Cálculo do Ponto de Equilíbrio

6.2.2 Carro Chefe dos Produtos

Trata-se do produto que é mais vendido em uma loja/ e-commerce e, portanto, que deve receber atenção especial em suas estratégias de marketing e vendas, este produto também é conhecido por ‘produto estrela’ e além de ser o principal responsável pela receita de uma loja, também carrega a função de divulgar a loja virtual pois, atrai os clientes até a loja e, conseqüentemente, lhes apresenta os outros produtos que estão à venda.

6.2.3 Ponto de Equilíbrio Evangeline

6.2.4 Quadro de Despesas

O quadro de despesas é uma ferramenta essencial na gestão financeira de empresas, permitindo a visualização clara e organizada de todos os gastos realizados em um determinado período. Ele serve como um guia para a tomada de decisões, ajudando a identificar onde os recursos estão sendo alocados e onde podem ser feitos cortes ou ajustes.

6.3 Custos Totais

Indica a soma total de todos os gastos relacionados à produção ou bem de uma empresa, independentemente de onde vêm, se são fixos ou variáveis.

6.3.1 Custos Totais Evangeline

6.4 Tabela de Insumos

Os insumos de uma empresa são todos os materiais utilizados para produzir um item ou prestar um serviço, mas não precisam fazer parte do produto final em si.

6.5 Tabela de Depreciação

Aplica-se aos bens que compõem o ativo da empresa e é a perda de valor de um bem decorrente de seu uso, do desgaste natural ou de sua obsolescência. Alguns

exemplos são os imóveis, as máquinas e equipamentos e os veículos. Essa depreciação é registrada como um percentual do valor contábil do bem que é descontado ao longo do tempo, de acordo com sua expectativa de vida útil.

6.5.1 Tabela de Depreciação Evangeline

6.6 Bens Tangíveis

Bens tangíveis são ativos físicos que uma empresa possui e que podem ser tocados ou medidos. Esses bens têm uma existência física e são utilizados em operações diárias ou como parte do investimento da empresa. Eles são fundamentais para a produção, venda e armazenamento de produtos, além de desempenharem um papel crucial na geração de receita. Exemplos comuns de bens tangíveis: imóveis, equipamentos, máquinas e veículos.

6.6.1 Bens Tangíveis Evangeline

6.7 DRE

O Demonstrativo de Resultados do Exercício (DRE) é um relatório contábil que apresenta, de forma detalhada, as receitas, custos, despesas e o resultado líquido de uma empresa durante um determinado período, geralmente um ano fiscal. O DRE segue uma estrutura padronizada e é obrigatório para todas as empresas, conforme previsto pela legislação brasileira, sendo fundamental para a apuração do lucro ou prejuízo.

6.8 Fluxo de Caixa

O fluxo de caixa permite controlar as movimentações financeiras de uma empresa, nele são registradas todas entradas e saídas de dinheiro de recurso para saber quais valores estão disponíveis em caixa, na conta corrente da companhia e em aplicações de curto prazo. Ele ajuda a planejar e administrar os recursos financeiros, o que evita problemas de caixa e facilita a tomada de decisões.

6.9 Ponto de Retorno

O ponto de retorno é um cálculo que permite saber quanto tempo um investimento leva para se pagar. pode ser calculado usando o ROI (Return on Investment) ou o Payback.

6.10 Cálculo de Payback

Payback simples = Investimento inicial / Saldo médio do fluxo de caixa no período.

``O administrador financeiro é o indivíduo ou grupo responsável pela obtenção de recursos monetários e pela análise da maneira eficiente e eficaz pela qual os recursos obtidos são utilizados`` (SANVICENTE, Antônio Zoratto; 1977, p. 17. Administração financeira 3ª edição)

7. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

EVANGELINE

7.1 Nossa História

Nossa empresa começa em meados de 2015, quando o relacionamento entre João Abílio e Evangeline se inicia. O hobby do casal em jardinagem, inspirou o sonho de trabalharem juntos nisso um dia. Porém, após a triste morte precoce de sua namorada, Abílio passa a idealizar a abertura de uma floricultura em sua homenagem, a Evangeline, fundada no ano de 2025.

7.2 Missão, Visão e Valores

São os pilares que definem a identidade da empresa: missão propósito da empresa, o motivo de sua existência. visão: onde a empresa pretende chegar no futuro. valores: princípios e crenças que orientam o comportamento e as decisões da organização. Estes elementos são fundamentais para o planejamento estratégico e a gestão empresarial. Na Evangeline esses três pilares são:

MISSÃO

Cultivar e oferecer flores e plantas de forma sustentável, promovendo não apenas a beleza natural, mas também a conscientização ambiental. Buscamos inspirar nossos clientes a adotarem práticas ecológicas trazendo a beleza das flores para o cotidiano através do plantio e do respeito ao meio ambiente, tornando cada compra um ato de conexão com a natureza.

VISÃO

Ser a floricultura de referência em sustentabilidade, reconhecida por unir estética e responsabilidade ecológica. Nosso objetivo é transformar hábitos e incentivar um mundo onde cada pessoa possa contribuir para um ambiente mais verde e florido, seja através do plantio, da escolha de produtos sustentáveis ou da valorização da natureza no dia a dia.

VALORES

Sustentabilidade: Todas as nossas práticas são pensadas para minimizar impactos ambientais e incentivar o consumo responsável.

Conexão com a Natureza: Valorizamos o contato direto com o meio ambiente, incentivando o plantio e o cuidado com as plantas.

Beleza e Bem Estar: Acreditamos no poder das flores para trazer alegria, bem-estar e equilíbrio para a vida das pessoas.

Qualidade e Cuidado: Compromisso com produtos e serviços que encantam e respeitam o meio ambiente.

Educação Ecológica: Acreditamos que pequenas atitudes constroem um futuro mais verde e buscamos compartilhar conhecimento para incentivar práticas sustentáveis.

Respeito e Ética: Prezamos pela transparência, pelo respeito aos clientes e fornecedores e pela responsabilidade socioambiental.

7.3 Organograma

O organograma é a representação gráfica da estrutura formal de uma organização. Através de diagramas, demonstra a divisão hierárquica e as relações de autoridade entre os diferentes cargos e departamentos, indicando quem responde a quem.

Figura 11: Organograma da Empresa



7.4 Cronograma

Ferramenta de gestão que organiza, de forma visual, os prazos, tarefas e recursos necessários para a realização no tempo previsto, permitindo melhor controle e acompanhamento.

Figura 12: Organograma da Empresa



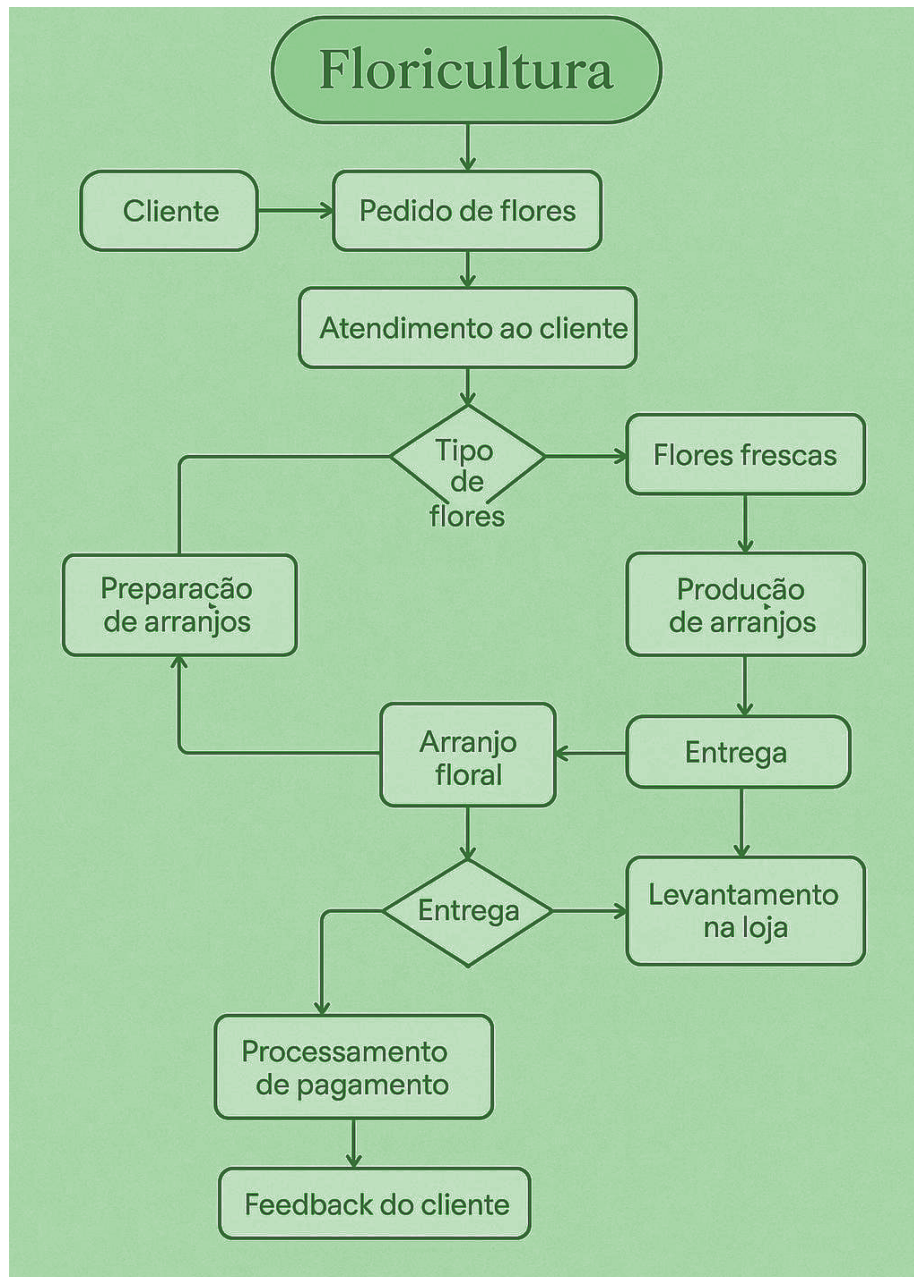
7.5 Fluxograma

Um fluxograma é uma representação gráfica de um processo que mostra os passos e a sequência em que ocorrem. Ele ajuda a entender melhor o processo, identificar problemas e melhorar a comunicação.

Os principais elementos de um fluxograma incluem:

- Início e fim do processo
- Passos ou ações
- Decisões
- Setas que mostram o fluxo do processo

Figura 13: Fluxograma da Empresa



7.6 Balanced Scorecard (BSC)

Ferramenta de gestão estratégica que visa traduzir a visão de organização em ações, ao qual mede o desempenho perante quatro perspectivas principais sendo elas: cliente, financeira, processos internos e aprendizado e crescimento. Onde seu objetivo é fornecer uma visão total do negócio, visando alinhar atividades diárias aos seus objetivos estratégicos.



Figura 14: Balanced de Scorecard

Metas a curto, médio e longo prazo

A definição de metas de metas em diferentes prazos é essencial para o planejamento estratégico.

Curto prazo: foco em resultados imediatos (dias, semanas, meses).

Médio prazo: objetivos a serem alcançados em um horizonte intermediário (6 meses a 2 anos).

Longo prazo: metas mais amplas relacionadas ao crescimento sustentável e a essa visão de futuro da empresa (acima de 2 anos). Essas metas acabam por nos

ajudar a ter uma visão melhor das ações da organização e a garantir um crescimento contínuo.

Curto prazo (até um mês)	Médio prazo (1 ano)	Longo prazo (a partir de 2 anos)
. Conquistar clientela.	. Desenvolver parcerias com colegas	. Criar um programa clientes fidelidade
. Aumentar a presença online.	Comerciantes locais, para oferecer	Para clientes regulares, para acarretar na retenção destes clientes.
Dá floricultura através de redes Sociais.	Serviços a eventos.	. Expandir horizontes, com filiais
. Oferecer um desconto especial	. Aderir um sistema de gerenciamento De estoque para conseguir melhorar	. Criar um programa de reciclagem de vasos E outros materiais.

7.7 Planilha 5W2H

Ferramenta de gestão que ajuda a estruturar um plano de ação. o nome deriva das iniciais em inglês, de sete perguntas fundamentais: what (o que será feito), why (por que será feito), where (onde será feito?), when (quando será feito), who (quem fará), how (como será feito) e how much (quanto custará?). É muito utilizada para garantir clareza e organização na execução de projetos.

Tabela 5W2H - Dia dos Namorados	
Who (Quem?)	Equipe de produção: responsável pela criação de arranjos e bouquets de flores Fornecedores: provedores de flores, folhas e outros materiais necessários Equipe de vendas: responsável pela venda e atendimento ao cliente
What (O que?)	Produzir e vender flores de qualidade para proporcionar experiências únicas e românticas para Oferecer arranjos e bouquets personalizados para atender às necessidades e preferências dos
When (Quando?)	Começar a produzir pelo menos 2 semanas antes da data prevista de evento (14 de fevereiro) Venda deve ocorrer até 3-4 dias após a data (17-18 de fevereiro)
Where (Onde?)	Floricultura Evangeline Localização:
Why (Por quê?)	É importante frisar datas importantes e românticas, como o Dia dos Namorados Aumentar a visibilidade e o alcance da nossa floricultura Atender à demanda de flores e arranjos para o Dia dos Namorados
How (Como?)	A produção será feita através de nossos fornecedores de flores e materiais A venda será feita através de nossa loja própria e equipe de vendas Utilização de técnicas de marketing e publicidade para promover os produtos e serviços
How much (Quanto?)	Orçamento estimado para a produção e venda de flores: R\$ Despesas incluem: <ul style="list-style-type: none">- Compra de flores e materiais- Mão de obra para produção e venda- Marketing e publicidade- Outros custos

Figura 15: Planilha 5W2H Evangeline

“Administrar é interpretar os objetivos propostos pela organização e transformá-los em ação organizacional por

meio de planejamento, organização, direção e controle de todos os esforços realizados em todas as áreas e em todos os níveis da empresa, a fim de alcançar tais objetivos da maneira mais adequada à situação.” (Chiavenato, Introdução à Teoria Geral da Administração, 2004)