

CENTRO PAULA SOUZA

ETEC Jardim Ângela

Curso Técnico em Administração

Nome dos alunos

Laís Santos Coelho

Laura Roberta Nascimento

Miguel Carlos Silva dos Santos

Nicole Carvalho Oliveira

Otávio Augusto Napoleão Montavani

Stephany Sodré Campos

São Paulo

2025

Coliseu de Sabores

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 ESSE TRABALHO AO CENTRO PAULA SOUZA, A ETEC JARDIM ÂNGELA, AOS
PROFESSORES E FAMILIARES. TODOS QUE NOS AJUDARAM, NOS GUIANDO EM TODO O
CAMINHO ATÉ AQUI.

AGRADECIMENTOS

QUEREMOS AGRADECER PRIMEIRAMENTE A DEUS E OS ORIXÁS POR TER NOS SUSTENTADO ATÉ AQUI. AOS NOSSOS ORIENTADORES, QUE NOS AJUDARAM A TRILHAR O CAMINHO. E A NÓS MESMOS, POR TERMOS PERSISTIDO. POR FIM, UM AGRADECIMENTO ESPECIAL AOS NOSSOS PAIS E FAMILIARES, QUE, DEBAIXO DE MUITO SOL, NOS FIZERAM CHEGAR ATÉ AQUI, NA SOMBRA.

EPÍGRAFE

SER COMPETENTE É ACERTA UM ALVO QUE NINGUÉM ACERTOU, SER ADMINISTRADOR É ACERTAR UM ALVO QUE NINGUÉM VIU. (ERLANDSON F. A ANDRADE)

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso apresenta o desenvolvimento e a estruturação da empresa fictícia **Coliseu de Sabores**, uma brigaderia temática inspirada na cultura e na mitologia greco-romana, desenvolvida como projeto do Curso Técnico em Administração da ETEC Jardim Ângela. O trabalho tem como objetivo aplicar, de forma prática e integrada, os conhecimentos adquiridos ao longo do curso nas principais áreas da administração empresarial. Inicialmente, são abordados os aspectos jurídicos relacionados à constituição e legalização da empresa, incluindo contrato social, CNPJ, CNAE, natureza jurídica e porte empresarial. Na área de Marketing, são apresentadas estratégias relacionadas aos 4Ps e 4Cs, análise SWOT, marketing digital e institucional, sustentabilidade, ação social e modelo Canvas. A área de Logística contempla layout, estocagem, controle de estoque, política de compras e vendas, custos de frete e logística reversa. Em Recursos Humanos, são analisados os processos de recrutamento, seleção, contratação, admissão, treinamento, desenvolvimento, controle de jornada, folha de pagamento e desligamento de colaboradores. No setor Financeiro, são apresentados conceitos e ferramentas como balanço patrimonial, ponto de equilíbrio, custos, depreciação, bens tangíveis, Demonstração do Resultado do Exercício, fluxo de caixa e payback. Por fim, a área administrativa aborda a história, missão, visão, valores, organograma, cronograma, fluxograma, Balanced Scorecard e 5W2H da organização. Dessa forma, o projeto demonstra a importância da integração entre os diferentes setores de uma empresa para o planejamento, funcionamento, desenvolvimento e crescimento sustentável de um negócio.

Palavras-chave: Administração - Financeiro – Recursos Humanos – Jurídico – Marketing - Logística

SUMMARY

This capstone project presents the development and structuring of the fictitious company *Coliseu de Sabores*, a themed *brigadeiro* shop inspired by Greco-Roman culture and mythology, created as a project for the Technical Course in Administration at ETEC Jardim Ângela. The project aims to apply, in a practical and integrated manner, the knowledge acquired throughout the course across key areas of business administration. Initially, legal aspects regarding the company's incorporation and formalization are addressed, including the articles of association, tax registration (CNPJ), economic activity classification (CNAE), legal structure, and business size. In the Marketing area, strategies related to the 4Ps and 4Cs, SWOT analysis, digital and corporate marketing, sustainability, social responsibility, and the Business Model Canvas are presented. The Logistics area covers layout, storage, inventory control, purchasing and sales policies, freight costs, and reverse logistics. Human Resources analysis includes processes for recruitment, selection, hiring, onboarding, training, development, timekeeping, payroll, and employee termination. The Finance sector presents concepts and tools such as the balance sheet, break-even point, costs, depreciation, tangible assets, the income statement, cash flow, and payback period. Finally, the administrative section addresses the organization's history, mission, vision, values, organizational chart, schedule, flowchart, Balanced Scorecard, and 5W2H framework. Thus, the project demonstrates the importance of integrating a company's various sectors for the planning, operation, development, and sustainable growth of a business.

Keywords: Administration – Finance – Human Resources – Legal – Marketing – Logistics

SUMÁRIO

1.0 INTRODUÇÃO

2.0 DEPARTAMENTO JURÍDICO

2.1.1 Contrato Social da Empresa

2.2 Tipos de Empresas

2.3 Porte de Empresas

2.4 CNPJ

2.5 CNAE

2.6 Passos para Legalização da Empresa

3.0 MARKETING

3.1 4Ps

3.1.1 4Ps da Empresa

3.2 4Cs

3.3 Explicação do Produto

3.4 Logotipo, Slogan e Jingle

3.5 Análise SWOT (FOFA)

3.5.1 Análise SWOT (FOFA) da Empresa

3.6 Pesquisa Primária e Secundária

3.7 Marketing Digital

3.8 Marketing Institucional

3.8.1 Ação Social

3.8.2 Sustentabilidade

3.8.3 Plano de Estratégia

3.8.4 Tipo de Estratégia

3.9 Canvas

3.9.1 Como Estruturar o Canvas

3.9.2 Canvas da Coliseu de Sabores

4.0 LOGÍSTICA

4.1 Layout

4.1.2 Layout da Empresa

4.2 Estocagem

4.2.1 Tipos de Estocagem

4.3 Custeio de Frete

4.4 Política de Compra

4.4.1 Política de Compra da Coliseu de Sabores

4.5 Política de Venda

4.5.1 Política de Venda

4.6 Controle de Estoque

4.7 Logística Reversa

4.7.1 Importância da Logística Reversa

4.7.2 Logística Reversa da Empresa

5.0 RECURSOS HUMANOS

5.1 Recrutamento Eficaz

5.1.1 Criação de Planos de Cargos e Salários

5.1.2 Cuidado com o Bem-Estar do Colaborador

5.1.3 Manutenção da Harmonia entre Relações Profissionais

5.1.4 Entrada e Saída dos Colaboradores

5.2 Contratação

5.2.1 Contratação da Coliseu de Sabores

5.2.2 Tipos de Contratos

5.2.3 Contratos Utilizados pela Empresa

5.3 Admissão

5.3.1 Exame Admissional

5.4 Treinamento

5.4.1 Treinamento e Desenvolvimento da Empresa

5.5 Cartão de Ponto

5.6 Folha de Pagamento

5.6.1 Folha de Pagamento da Empresa

5.6.2 Descontos do Funcionário Agregado

5.6.3 Folha de Pagamento de um Colaborador

5.7 Demissão

5.8 Quadro de Funcionários

6.0 FINANCEIRO

6.1 Balanço Patrimonial

6.1.1 Balanço de Abertura 2025

6.2 Ponto de Equilíbrio

6.2.1 Fórmula de Cálculo do Ponto de Equilíbrio

6.2.2 Carro-Chefe dos Produtos

6.2.3 Ponto de Equilíbrio da Coliseu de Sabores

6.2.4 Quadro de Despesas

6.3 Custos Totais

6.3.1 Custos Totais da Empresa

6.4 Tabela de Insumos

6.5 Tabela de Depreciação

6.5.1 Tabela de Depreciação da Coliseu de Sabores

6.6 Bens Tangíveis

6.6.1 Bens Tangíveis da Coliseu de Sabores

6.7 DRE

6.8 Fluxo de Caixa

6.9 Ponto de Retorno

6.9.1 Cálculo do Payback

7.0 ADMINISTRAÇÃO

7.1 Nossa História

7.2 Missão, Visão e Valores

7.3 Organograma

7.3.1 Organograma da Coliseu de Sabores

7.4 Cronograma

7.4.1 Cronograma da Empresa

7.5 Fluxograma

7.5.1 Fluxograma da Empresa

7.6 Balanced Scorecard (BSC)

7.6.1 Metas de Curto, Médio e Longo Prazo

7.6.2 Por que Utilizar o Balanced Scorecard?

7.6.3 Balanced Scorecard da Empresa

7.7 Planilha 5W2H

7.7.1 Planilha 5W2H da Coliseu de Sabores

CONCLUSÃO

INTRODUÇÃO

A administração desempenha um papel fundamental no funcionamento e no desenvolvimento das organizações, pois envolve o planejamento, a organização, a direção e o controle dos recursos necessários para alcançar objetivos e resultados. Em um mercado cada vez mais competitivo, torna-se essencial que as empresas desenvolvam estratégias capazes de atender às necessidades dos consumidores, controlar seus custos, valorizar seus colaboradores e manter uma atuação responsável e sustentável.

Nesse contexto, este Trabalho de Conclusão de Curso apresenta o desenvolvimento da empresa **Coliseu de Sabores**, uma brigaderia temática criada a partir da proposta de unir a confeitaria artesanal à cultura e à mitologia greco-romana. A empresa busca oferecer brigadeiros diferenciados, personalizados e com uma identidade visual própria, proporcionando aos consumidores não apenas um produto, mas também uma experiência visual e sensorial.

O desenvolvimento do projeto tem como finalidade aplicar os conhecimentos adquiridos durante o Curso Técnico em Administração da ETEC Jardim Ângela, demonstrando na prática como os diferentes setores de uma organização estão relacionados. Para isso, o trabalho contempla as áreas Jurídica, de Marketing, Logística, Recursos Humanos, Financeira e Administrativa.

Na área Jurídica, são apresentados os procedimentos necessários para a constituição e legalização da empresa, incluindo contrato social, CNPJ, CNAE, natureza jurídica e enquadramento empresarial. No Marketing, são analisadas as estratégias de posicionamento da marca, os 4Ps e 4Cs, a análise SWOT, o marketing digital, o marketing institucional, a sustentabilidade, as ações sociais e o modelo Canvas.

A área de Logística aborda os processos relacionados à organização do espaço físico, estocagem, compras, vendas, controle de estoque, transporte e logística reversa. Em Recursos Humanos, são desenvolvidos os procedimentos de recrutamento, seleção, contratação, admissão, treinamento, desenvolvimento, controle de jornada, folha de pagamento e desligamento dos colaboradores.

No setor Financeiro, são apresentados instrumentos importantes para o acompanhamento da situação econômica da empresa, como balanço patrimonial, ponto de equilíbrio, custos, tabela de insumos, depreciação, bens tangíveis, DRE, fluxo de caixa e cálculo de payback. Por sua vez, a área Administrativa apresenta a história da empresa, sua missão, visão e valores, além do organograma, cronograma, fluxograma, Balanced Scorecard e plano de ação 5W2H.

2.0 DEPARTAMENTO JURÍDICO

"O pacto social nasce da necessidade de cooperação entre homens contra as forças da natureza." (Pensamento vivo de Rousseau, Rolland, 1975, pág. 40)

O departamento jurídico é responsável por cuidar da parte legal de uma empresa. Ele normalmente é constituído por advogados, auxiliares jurídicos e analistas jurídicos, com o objetivo de garantir que a empresa esteja em conformidade com a legislação vigente. Além disso, é responsável pela representação judicial da empresa em processos jurídicos. O departamento também atua na prevenção de riscos, realizando análises que visam prever possíveis impactos de mudanças na legislação, garantindo assim a proteção da empresa.

Aplicação:

O Departamento Jurídico realizou algumas de suas atividades com a formalização da constituição da Coliseu de Sabores, a emissão do CNPJ, a identificação da empresa pelo CNAE e a definição de seu porte.

2.1.1 Contrato Social da empresa

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE COLISEU DE SABORES

1. Lais dos Santos Coelho, brasileira, natural de São Paulo/SP, Solteira, empresária, RG 111.456.888-2, UF SP, CPF 465.666.876-23, Rua Adventista noqueira almeida, 39, Jardim Jandira SP, São Paulo, Cep 02341-556

2. Otávio Augusto Napoleão, brasileiro, natural de São Paulo/SP, Solteiro, Administrador Financeiro, RG 467.899.098-18, UF SP, CPF 543.987.328-32, Avenida João dias, 85, Santo Amaro, São Paulo, Cep 0987-876

3. Nicole Carvalho Oliveira, brasileira, natural de São Paulo/SP, Solteira, empresária, RG 665.990.543, UF SP, CPF 876.432.128, Rua maçaranduba, 67, Jardim helena SP, São Paulo, Cep 0232-765

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Coliseu De Sabores e terá sede e domicílio na Av. Paulista, 1111 - Bela Vista, São Paulo - SP, 01311-200. 997, II, CC/2002]

2ª O capital social será R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais) dividido em 10 quotas de valor nominal R\$50.000 (Cinquenta mil reais), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

Lais dos Santos Coelho subscreve 6 quotas de R\$ 300.000,00

Otávio Napoleão Mantovani subscreve 2 quotas de R\$100.000,00.

Nicole Carvalho Oliveira subscreve 2 quotas de R\$100.000,00.

[art. 997, III, CC/2002] [art. 1.055, CC/2002]

3ª O objeto será comercial

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 02/01/2025 e seu prazo de duração é indeterminado. [art. 997, II, CC/2002]



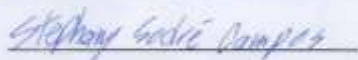
Parágrafo único – O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio. [art. 1.028 e art. 1.031, CC/2002]

13º O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não estar(ão) impedido(s) de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, mesmo que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. [art. 1.011, § 1º, CC/2002]

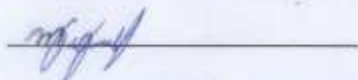
14º Fica eleito o foro de Lais dos Santos Coelho para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 2 vias.

São Paulo, 02 de janeiro de 2025

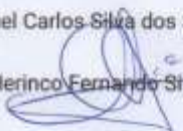


a) Stephany Sodré Campo aa) João Neves Ferreira Cardoso



a) Miguel Carlos Silva dos Santos aa) Maria Joaquina Almeida

Visto: Herinco Fernando Silva Scheuneman



2.2 TIPOS DE EMPRESAS

Empresário Individual

O empresário individual atua de forma independente, sem a necessidade de sócios. Nesse modelo, a empresa compartilha o mesmo nome do proprietário e não há a possibilidade de uso de um nome fantasia. Um aspecto crucial é a inexistência de separação entre os bens pessoais e os da empresa, o que significa que o empresário assume integralmente os riscos e responsabilidades do negócio.

Microempreendedor Individual (MEI)

O MEI é uma opção simplificada para quem deseja formalizar um pequeno negócio com faturamento anual de até R\$ 81.000,00. Esse regime opera exclusivamente no Simples Nacional e permite que o empreendedor tenha carteira assinada ao mesmo tempo.

Ao optar pelo MEI, o empresário recebe um CNPJ, o que facilita a emissão de notas fiscais e a abertura de conta bancária empresarial. Além disso, há benefícios previdenciários, como aposentadoria por idade. No entanto, assim como o Empresário Individual, o MEI não separa o patrimônio pessoal do empresarial. Caso o faturamento ultrapasse o limite estabelecido, será necessário migrar para outra categoria empresarial.

Sociedade Empresária Limitada (Ltda.)

A sociedade empresária limitada é composta por dois ou mais sócios, permitindo flexibilidade na entrada e saída de investidores mediante alteração no contrato social. Esse documento deve definir claramente as responsabilidades e atribuições de cada sócio.

Diferente dos modelos anteriores, há separação entre o patrimônio pessoal dos sócios e o patrimônio da empresa, garantindo maior proteção em casos de

endividamento. Assim, os sócios respondem pelas obrigações da empresa apenas até o limite de sua participação no capital social.

Sociedade Limitada Unipessoal

A sociedade limitada unipessoal surgiu como alternativa à antiga Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI), eliminando a exigência de capital social mínimo para sua constituição. Apesar de conter o termo "sociedade" no nome, esse modelo permite que o empresário atue sem sócios.

Esse formato assegura a separação entre os bens pessoais e os da empresa, proporcionando segurança jurídica ao empreendedor. Trata-se de uma excelente opção para quem deseja empreender sozinho sem comprometer seu patrimônio pessoal.

Sociedade Simples (SS)

A sociedade simples é voltada para a prestação de serviços de natureza intelectual, como advogados, médicos e contadores. Esse modelo pode ser dividido em duas categorias:

Sociedade Simples Limitada: Há separação entre os bens pessoais e os da empresa, protegendo os sócios de eventuais dívidas empresariais.

Sociedade Simples Pura: Os sócios respondem com seu patrimônio pessoal pelas obrigações da empresa.

Essa estrutura é ideal para profissionais liberais que desejam atuar em conjunto, garantindo flexibilidade na administração.

Sociedade Anônima (S/A)

A Sociedade Anônima é voltada para grandes negócios e se diferencia por possuir capital dividido em ações. Esse modelo permite que os sócios (acionistas) comprem e vendam suas participações de forma livre. Existem duas modalidades principais:

S/A de Capital Fechado: As ações são negociadas apenas entre sócios ou investidores convidados.

S/A de Capital Aberto: As ações são negociadas publicamente na Bolsa de Valores.

A S/A é uma estrutura ideal para empresas que buscam expansão e captação de investimentos no mercado financeiro

2.3 PORTE DE EMPRESAS

A empresa apresentar denominada posição de empresa de médio porte (EMP)

2.4 CNPJ

CNPJ: Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas

Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica: esse é o significado da sigla CNPJ. Esse cadastro é administrado pela Receita Federal e serve para identificar empresas e organizações das mais diversas naturezas.

Ele oficializa a existência dessas entidades, assim como o CPF faz com as pessoas físicas. Todos os cidadãos do Brasil precisam ter esse documento, correto? Sem ele, não temos acesso a nenhum tipo de conta bancária ou cadastro.

Assim como o CPF serve para a Receita Federal saber que existimos e para conseguir identificar nossas rendas e transações, o CNPJ tem a mesma função para empresas e organizações. Na prática, o CNPJ é uma identificação numérica com 14 dígitos, no formato XX.XXX.XXX/0001-AA.

Os 8 primeiros dígitos são o número de base da inscrição da empresa na Receita Federal. Já os 4 dígitos após a barra identificam se o estabelecimento é a matriz (0001) ou uma filial, cadastrada conforme a sequência de abertura (0002, 0003, 0004, etc.). Os dois últimos algarismos são os dígitos verificadores.

CNPJ da Empresa: 25.583.788/0001-37

2.5 CNAE

Classificação Nacional de Atividades Econômicas. É um sistema de códigos que identifica e padroniza as atividades econômicas de empresas e pessoas físicas.

CNAE Principal: 1091-1/02 CNAE

CNAE Secundário:

2.6 Passos para legalização da Empresa

A legalização de empresas é o processo de formalização de um negócio junto aos órgãos competentes, como a Receita Federal, a Junta Comercial, a Prefeitura e o Estado. Esse processo também envolve a obtenção de documentos essenciais para o funcionamento da empresa, como o CNPJ e o alvará de funcionamento — documento que permite à empresa exercer sua atividade legalmente.

Para iniciar a legalização da empresa, o primeiro passo é definir seu enquadramento: MEI, ME ou EPP. Em seguida, deve-se elaborar o contrato social, definindo a natureza jurídica da empresa, que pode ser sociedade limitada (LTDA), sociedade anônima (S/A), sociedade simples (SS), entre outras. O terceiro passo é registrar a empresa na Junta Comercial ou em um cartório, conforme o tipo jurídico escolhido, para obter o NIRE (Número de Identificação do Registro de Empresa). Com o NIRE em mãos, é possível solicitar a emissão do CNPJ junto à Receita Federal.

Após obter o CNPJ, é necessário ir até a Secretaria da Fazenda do Estado ou do município para conseguir a autorização para emitir notas fiscais e realizar operações comerciais ou prestar serviços.

3.0 MARKETING

“Marketing é um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm aquilo de que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros.” (KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.)

Marketing é o conjunto de estratégias e ações que uma empresa utiliza para entender, atrair e satisfazer as necessidades dos consumidores, com o objetivo de gerar valor e fortalecer a marca no mercado. Envolve desde a análise de mercado até a criação, promoção e distribuição de produtos ou serviços. Com a evolução do mercado, o marketing também abrange estratégias digitais branding, relacionamento com o cliente e experiência do consumidor.

3.1 4P's

Focados na empresa e no que ela oferece ao mercado

3.1.1 4P's da empresa

1. Produto

Tudo aquilo que a empresa oferece para satisfazer as necessidades dos consumidores. Pode ser um bem físico, serviço ou até mesmo uma experiência. Brigadeiros temáticos greco-romanos (diferencial criativo), variedade para eventos e consumo direto (versatilidade no formato e apresentação), possibilidade de personalização para festas e ocasiões especiais.

2. Preço

Valor monetário que o cliente paga pelo produto ou serviço. Inclui estratégias de precificação, formas de pagamento e descontos.

Precificação pode seguir o posicionamento gourmet e exclusivo, com valor agregado pelo tema. Opções em kits promocionais (ex: “Kit Olimpo”), preço diferenciado para encomendas maiores (descontos por volume).

3. Praça

Onde e como o produto chega ao consumidor. Trata da distribuição e dos canais de venda.

Loja física: atende o público local e facilita o acesso imediato, encomendas: abrange clientes que planejam eventos, potencial de expansão para vendas online e delivery local.

3.2 4C's

Cliente, Custo, Conveniência e Comunicação – uma abordagem voltada para a experiência e valor do consumidor.

Aplicação:

- Cliente: Conhecimento das preferências por enquetes e pedidos personalizados.
- Custo: Valor percebido com facilidades de pagamento e entrega.
- Conveniência: Vendas online, retiradas rápidas e encomendas.
- Comunicação: Interação ativa via redes sociais.

3.3 Explicação do Produto

Quarteto de brigadeiro: O kit Clássicos de brigadeiros contém quatro unidades, disponíveis em três variações de massas: chocolate ao leite, chocolate meio amargo e a versão base (brigadeiro branco). Desenvolvido para consumo individual, pequenos eventos e presentes.

3.4 Logotipo, Slogan e Jingle

Slogan: Do coliseu ao doce triunfo da colisão de sabores oferecida, digna de um campeão

Jingle:.

Música curta e marcante que reforça a marca.

Doce, nobre, com emoção, É sabor pra campeão! No Coliseu, tem tradição,
Brigadeiro é sensação!

Logo da Nome da Empresa:



Significado do Logo:

- Elemento gráfico que traduz a identidade da marca.
Na psicologia das cores: Uso estratégico das cores para provocar emoções e transmitir mensagens.
- Logo: união do brigadeiro com Coliseu e louros, remetendo a tradição e conquista.
- ❖ Cores:
 - Azul escuro: confiança e elegância.
 - Bege claro: clássico e artesanal.

Slogan: Frase curta que resume o posicionamento da empresa.

Jingle: Música curta e marcante que reforça a marca.

3.5 Análise SWOT (FOFA)

O que é: Ferramenta que analisa Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças da empresa

3.5.1 Análise SWOT (FOFA) da Empresa

Forças: Produtos exclusivos, temática forte, atendimento personalizado

Oportunidades: Participação em eventos, linha vegana.

Fraquezas: Baixo investimento em mídia paga, produção limitada.

Ameaças: Concorrência local, custos com insumos.



3.6 Pesquisa Primária e Secundária

Primária: Coleta de dados diretamente da fonte, como clientes.

Secundária: Análise de dados já existentes, como relatórios e artigos.

Aplicação:

Primaria: Enquetes no Instagram, feedbacks dos clientes.

Secundária: Dados do Sebrae, tendências do setor.

3.7 Marketing Digital

Conjunto de estratégias realizadas no ambiente online para promover produtos e serviços.

Aplicação:

A Coliseu de Sabores usa o Instagram com postagens, vídeos e stories para gerar engajamento e desejo de compra.

3.8 Marketing Institucional

Estratégia para promover a imagem da empresa e seus valores, mais do que produtos específicos.

Aplicação:

Nos posicionamos como uma marca temática, cultural, e que entrega uma experiência sensorial e visual completa.

Ação Social

Iniciativas da empresa com foco em responsabilidade social, ajudando a comunidade. Aplicação: Campanha “1 brigadeiro = 1 sorriso”, revertendo parte das vendas para doações em datas especiais. Parcerias com ONGs locais.

Sustentabilidade

Práticas que visam o equilíbrio entre o desenvolvimento da empresa e o cuidado com o meio ambiente. Aplicação: Uso de embalagens recicláveis, compras com fornecedores locais e produção sob demanda para evitar desperdício.

Plano de Estratégia

Conjunto de ações planejadas para atingir os objetivos da empresa.
Aplicação: Fortalecer presença digital, ampliar linha de produtos, participar de eventos e criar campanhas promocionais temáticas.

Tipo de estratégia

Abordagem escolhida para se posicionar no mercado e competir. Aplicação: Estratégia de diferenciação: foco na exclusividade, conceito temático e atendimento personalizado.

3.9 CANVAS

Ferramenta visual que descreve de forma simples como a empresa cria, entrega e captura valor.

3.9.1 Como estruturar o seu CANVAS

3.9.2 Canvas Nome da Empresa

Aplicação:

- Proposta de Valor: Brigadeiros temáticos, gourmet e personalizados
- Segmento de Clientes: Jovens, famílias, eventos e presentes
- Canais: Loja física, Instagram, WhatsApp
- Relacionamento: Atendimento próximo e humanizado
- Fontes de Receita: Vendas unitárias, combos, encomendas
- Recursos Principais: Produção artesanal, identidade visual
- Atividades-Chave: Produção, divulgação, atendimento
- Parcerias: Fornecedores locais, designers, eventos
- Estrutura de Custos: Insumos, embalagem, marketing, aluguel

4.0 LOGÍSTICA

“Logística é o processo de planejamento do fluxo de materiais, objetivando a entrega das necessidades na qualidade desejada no tempo certo, otimizando recursos e aumentando a qualidade nos serviços.” (Ronald Ballou, fundamentos da Logística, 1999, pág. 19)

A logística é o conjunto de atividades que gerenciam o fluxo de mercadorias, serviços e informações, desde a origem até o destino, buscando eficiência e a melhor utilização dos recursos disponíveis. Ela abrange processos como planejamento, armazenamento, transporte, distribuição e até logística reversa. Uma gura marcante na área é o Tenente-Coronel Thorpe, conhecido por sua obra pioneira "Logística Pura: a ciência da preparação para a guerra" (1917), a qual ajudou a definir e expandir os conceitos logísticos, inicialmente aplicados ao meio militar e, posteriormente, incorporados à gestão empresarial e à cadeia de suprimentos.

4.1 Layout

Trata-se da disposição planejada de equipamentos, áreas de trabalho e pessoas dentro de uma empresa, visando a máxima eficiência na utilização do espaço físico.

4.1.2 Layout da empresa

Piso superior



Piso inferior



4.2 Estocagem

A estocagem é o processo de armazenar produtos, matérias-primas, insumos ou mercadorias já prontas para venda em locais estrategicamente organizados (como depósitos, armazéns ou centros de distribuição). Esse procedimento é fundamental na logística, pois assegura que os itens sejam disponíveis no momento certo para a reposição ou venda, contribuindo para a eficiência operacional, a redução de custos e o atendimento adequado à demanda do mercado.

4.2.1 Tipos de Estocagem

Estoque de Segurança: Quantidade adicional mantida para prevenir rupturas no caso de variações inesperadas na demanda ou atrasos no fornecimento.

Estoque Mínimo: Valor mínimo necessário para atender à demanda durante o período de reposição, garantindo que o fluxo de produção ou vendas não seja interrompido.

Estoque Máximo: Quantidade máxima que se espera manter, delimitando os limites para evitar excessos e altos custos de armazenamento.

Estoque de Antecipação (ou sazonal): Produtos acumulados previamente para atender a picos de demanda em períodos sazonais ou durante campanhas específicas.

Estoque Inativo: Itens que apresentam baixa rotatividade, permanecendo armazenados por longos períodos, podendo se tornar obsoletos se não houver uma estratégia de renovação.

Estoque Consignado: Produtos que permanecem sob controle do fornecedor até serem efetivamente vendidos ou utilizados pelo lojista, minimizando o capital parado.

Estoque de Ciclo: Quantidade de produtos movimentados regularmente no dia a dia da empresa, considerando o ciclo natural de consumo e reposição.

Estoque em Trânsito: Mercadorias que já deixaram o ponto de origem e estão a caminho do destino final, integrando a gestão de transporte com a estocagem.

4.3 Custeio de Frete

O custo de frete é o valor pago para transportar mercadorias de um local para outro

4.4 Política de Compra

É um conjunto de diretrizes formais que orienta todo o processo de aquisição de bens e serviços dentro de uma empresa. Assegura eficiência, transparência e alinhamento das aquisições com os objetivos estratégicos da organização.

Dentre critérios para seleção de fornecedores, estabelece limites e procedimentos de aprovação de gastos e gerência contratos, contribuindo para o controle financeiro e a mitigação de riscos.

4.4.1 Política de Compra da Coliseu de Sabores

4.5 Política de Venda

A política de venda é um conjunto de diretrizes e regras que definem como uma empresa aborda a venda de seus produtos ou serviços. Ela inclui estratégias, táticas e procedimentos para interagir com os clientes, definir preços, oferecer descontos, lidar com devoluções e garantir a satisfação do cliente.

4.5.1 Política de Venda

1. Treinamento da equipe: garantir que a equipe de vendas esteja familiarizada com as diretrizes e procedimentos;
2. Comunicação com os clientes: informar os clientes sobre as políticas e procedimentos de venda;
3. Monitoramento e ajuste: monitorar os resultados e ajustar a política de venda conforme necessário.

4.6 Controle de Estoque

Consiste em acompanhar de perto a quantidade de produtos disponíveis, tanto em estoque quanto em trânsito, assegurando um equilíbrio entre oferta e demanda

4.8 logística reversa

logística reversa engloba o conjunto de operações que gerenciam o retorno de produtos, materiais ou embalagens do ponto de consumo para destinos adequados como reciclagem, reutilização, remanufatura ou descarte ambientalmente correto. Promove a sustentabilidade ao minimizar o impacto ambiental, recuperar valor dos resíduos e atender às exigências legais e sociais, transformando o fluxo linear em um ciclo contínuo de reaproveitamento.

4.8.1 Importância da logística reversa

A logística reversa promove a reciclagem e o reaproveitamento de materiais. Isso reduz a quantidade de resíduos descartados em aterros sanitários. Assim, evitam-se danos como a poluição e os riscos à biodiversidade da área. Além disso, a prática ajuda a conservar recursos naturais.

4.8.2 logística reversa da Empresa

Gestão de embalagens: Caso a embalagem seja reconhecível ou exista a necessidade de descarte de embalagens danificadas, implementamos um sistema de coleta e reciclagem;

Feedback de clientes: Estabelecemos canais para que os consumidores possam informar problemas com as embalagens ou o produto, permitindo uma resposta rápida para eventuais ajustes e melhorias;

Sustentabilidade: Nossas embalagens são recicláveis e incentivamos o retorno das embalagens, oferecendo descontos quando a embalagem volta para nós, reforçando o compromisso com a responsabilidade ambiental.

5.0 RECURSOS HUMANOS

Desenvolva as pessoas e elas desenvolverão a organização. O crescimento individual conduz ao crescimento das equipes, o qual leva ao crescimento das áreas funcionais e este ao crescimento da organização. (Chiavenato Idalberto, 2016, Capítulo 2, Pág. 1)

Recursos humanos ou conhecido pela sigla “RH”, é um dos departamentos fundamentais para a gestão de uma organização, administração de pessoas e colaboradores.

Contudo, essa área abrange muito mais do que só zelar e cuidar dos cidadãos que vivem num meio de negócios, sendo seu papel principal e fundamental exercer funções que facilite a relação de empregado e empregador, tal funções como: avaliação, recrutamento, análise de ambiente para elaboração de soluções e descrição de cargos, gerenciamento de documentos, políticas relacionadas as leis trabalhistas; bem como a cultura e clima organizacional, que determina a forma de como os funcionários pensam, agem e reagem, influenciando positivamente ou negativamente no espaço em que trabalham.

5.1 Recrutamento eficaz

Quando se faz um recrutamento ou seleção é de extrema importância saber fazer essa etapa com excelência, uma vez que ela demanda foco, atenção e uma boa avaliação, portanto consiga manter e trazer colaboradores certos para seu empreendimento.

O recrutamento não é somente a seleção e preenchimento de vagas, mas sim um jeito de chamar, analisar e incentivar empregados ou futuros funcionários para sua empresa, juntando em um todo para que consiga alcançar aqueles candidatos propícios a se alinhar com os princípios da empresa, e assim como citado anteriormente tenha a postura pelo processo inteiro, de modo que aja da parte do recrutador não se desviar de papel e consiga extrair as melhores qualidades dos entrevistados.

5.1.1 Criação de planos de cargos e salários

Para que a organização mantenha seus colaboradores o maior tempo empregados em seu negócio é essencial manter uma transparência e clareza entre os integrantes, demonstrando uma visão de como a empresa valoriza seus funcionários.

Apesar disso, o plano de cargos e salários serve para muito mais, sendo uma forma indispensável no sentido de capturar e manter talentos descobertos nas entrevistas ou dentro da própria empresa, consequentemente sendo uma via dupla que permite a cooperação de ambas as partes. Conforme o funcionário compreenda melhor a natureza do cargo, seus deveres, hierarquia e nível de relevância, será perceptível um possível benefício para si de crescer naquele ambiente incentivando-o continuar no trabalho, da mesma maneira, o empreendimento também será recompensado com empregados com melhor qualidade e produtividade profissional, diminuindo assim o custo que seria recrutar um novo agente para aquele cargo ou função.

5.1.2 Cuidado com o bem-estar do colaborador

As pessoas podem aumentar ou reduzir as forças e as fraquezas de uma organização dependendo da maneira como tratadas. Elas podem ser a fonte de sucesso como também podem ser a fonte dos problemas. É melhor tratá-las como fonte de sucesso. (Chiavenato Idalberto, 2014, pág. 11)

Ao criar-se uma empresa para que mantenha a estabilidade no mercado de trabalho, é necessário estar atento a alguns pilares: o ambiente externo, tanto o ambiente interno; finanças, obrigações e deveres, colaboradores e principalmente o clima daquele espaço.

Em maioria o bem-estar é estritamente ligado a saúde mental, onde um ambiente que não favoreça a saúde mental, física ou emocional de seu funcionário; que faça ele sentir que não tem suas necessidades atendidas ou de alguma forma estão sendo ignoradas tendem ter baixas na taxa de produtividade, assim como o possível desenvolvimento de transtornos. Todavia, ações que consigam promover uma sintonia e tranquilidade conseguem causar o efeito oposto, como: o

aumento da eficiência e melhora nos resultados exigidos, alívio de estresse, melhor socialização etc.

5.1.3 Manutenção da harmonia entre relações profissionais

Para um convívio excepcional no meio profissional é necessário construir uma boa harmonização entre funcionários, de maneira que possam ser produtivas e benéficas para ambos os lados.

A manutenção de um ambiente de trabalho favorável permite a potencialização da efetividade dos colaboradores promovendo a confiança, conforto e valorização para compartilhar sugestões e ideias; junto com a redução de fatores que poderiam causar casos inconvenientes, como: abstinência nas tarefas, intrigas, má comunicação e fofocas, que são uma das condutas mais fáceis de se predominar num estabelecimento de modo que não se expanda.

Consequentemente junto dessa valorização, vem o aumento de pensamentos propostos pelos colaboradores, resoluções de problemas, benefícios em de reconhecimento de novos talentos e baixa na rotatividade da empresa, criando-se uma mente em união e cooperativa entre agentes.

5.1.4 Entrada e saída dos colaboradores

A marcação de ponto ou o “bater ponto” é uma exigência que por lei, onde qualquer meio de trabalho com mais de 10 funcionários é obrigatório o registro, a não ser que aqueles que ocupam cargos de confiança ou em cargo essencialmente externo, deixando por decisão da empresa qual forma de registro será utilizado.

O controle de entrada e saída é necessário principalmente na questão de saber a jornada de horas do colaborador, ajudando a identificar que ele de fato cumpriu-o as horas semanais designadas junto com a comprovação de que ele é adaptado a receber o salário de aposentadoria por via de contribuição.

5.2 Contratação

A contratação é o plano para a ingressão de novos integrantes a empresa, consistindo em 4 fases (descrição de vaga, divulgação, triagem de currículos, agendamento e chamada dos candidatos), ela tem como objetivo de conhecer novos

talentos e habilidades e filtrar os melhores para a organização. Uma boa contratação resulta em agrupar talentos em um só lugar aumentando a eficiência da empresa e sua produção e potencializando seu lucro, assim como mantendo-a estável em meio ao mercado de trabalho e suas concorrências.

5.2.1 Contratação Nome da Empresa

1. Descrição da vaga

A coliseu de sabores é uma empresa focada em doce, especificamente brigadeiro. Buscamos pessoas qualificadas para auxiliar de confeitiro com experiência mínima de 9 meses e ensino fundamental completo.

Responsabilidades:

- Auxiliar no preparo de massas e recheios de brigadeiro
- Ajudar o confeitiro na decoração
- Apresentar auxiliar na higienização do local e a segurança dos alimentos
- Auxiliar na padronização da qualidade e padrão visual

Crítérios exigidos:

- Saber seguir instruções e trabalhar em equipe
- Capacidade de manter um ambiente limpo e organizado

Gênero: indiferente

Idade: 20 a 50

Preferência de filhos: indiferente

Escala: 6x1

Exame médico

Experiência na área: sim

Benefícios: não

Salário: R\$1.800,00

Regime de contratação

-CLT

2. Triagem dos currículos

Após os candidatos interessados na vaga enviarem seus currículos, nossa equipe de entrevistadores irá fazer uma triagem e seleção dos mais adequados em torno de uma semana no total.

3. Agendamento das entrevistas

Ao término dessa 1 semana, começaremos a enviar por e-mail respostas para os escolhidos, e então começaremos o período de agendamento das entrevistas dentro 2 – 3 dias após o envio da confirmação do e-mail.

4. Aplicação de testes

Os principais teste que exigimos seria exame médico, em caso de o candidato não ter um laudo recente, fazemos um na hora. E o exame psiquiátrico, feitos por nossos entrevistadores. Em caso de terem visto algo que se deva destacar, o candidato obrigatoriamente terá que trazer um laudo psiquiátrico.

5. Dinâmica

Na fase da dinâmica, queremos que nossos futuros funcionários possuam a capacidade de trabalhar junto e ainda consigam manter um ambiente limpa ao final.

Dependendo da quantidade de candidatos sobranes, separamos ele em grupo e pedimos que façam uma caixinha de brigadeiro, analisaremos quanto individualmente quanto em grupo.

5.2.2 Tipos de contratos

1. Contrato por tempo determinado

O contrato por prazo determinado, como o próprio nome já diz, um vínculo legal entre empregado e empregador com data prevista (início e fim) de 180 dias podendo prolongar por mais 90 dias caso necessário, consistindo pelas regras da CLT, suas especificações contam com o horário de entrada e saída do funcionário, regulado por lei de 44 horas semanais, junto ao salário e benefício; que ao final desse período ele poderá ser renovado pela escolha do gerente.

2. Contrato por tempo indeterminado

O contrato por prazo indeterminado é um vínculo legal sem uma data prevista para seu término, ou seja, uma vez contratado, o funcionário trabalhará sem um período de desligamento, a não ser que caso infrinja umas das diretrizes propostas no contrato, cabe ao empregador. Após a mudança da CLT, em janeiro de 2025, determinou uma faixa salarial de R\$1.518,00, junto a remuneração de férias, um acréscimo de 1/3 sobre o salário e outros benefícios obrigatórios por lei.

3. Contrato de trabalho temporário

Classificado como uma das vertentes do contrato de prazo determinado, o contrato temporário é estendido por um período de 180 dias (9 meses) somente, propondo a finalidade de exercer atividades na empresa, majoritariamente em datas sazonais (pascoa, natal, carnaval etc.), porém sem um vínculo entre o empregado e a empresa; os benefícios disponíveis para esse tipo de contrato são os mesmo do contrato de prazo determinado.

4. Contrato de trabalho eventual

Classificado como uma das vertentes do contrato de prazo determinado, o contrato temporário é estendido por um período de 180 dias (9 meses) somente, propondo a finalidade de exercer atividades na empresa, majoritariamente em datas sazonais (pascoa, natal, carnaval etc.), porém sem um vínculo entre o empregado e a empresa; os benefícios disponíveis para esse tipo de contrato são os mesmos do contrato de prazo determinado.

5. Contrato intermitente

O contrato de trabalho intermitente é uma modalidade de prestação de serviços em que o empregador convoca o trabalhador para prestar serviços quando necessário, com antecedência, e a remuneração é feita pelas horas efetivamente trabalhadas, sem direito a de salário-base durante os períodos de inatividade.

6. Contrato de trabalho remoto/ Home Office

Pelas normas CLT é determinado que a prestação de serviços na modalidade de teletrabalho deve constar expressamente no contrato individual de trabalho ou ser formalizada por aditivo ao contrato de trabalho, inclusive para regimes híbridos e flexíveis.

5.2.3 Contratos usados pela Nome da Empresa

1. CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABALHO POR PRAZO INDETERMINADO

2. CONTRATO DE AGREGADO DE TRANSPORTE PARA EMPRESA

5.3 Admissão

A admissão é o processo de analisar e selecionar aqueles mais qualificados de sua empresa, englobando todo o processo de recrutamento, descrição de vaga, triagem de currículos, agendamentos e entrevistas de candidatos.

Assumindo como a parte responsável por criar uma equipe capacitada e qualificada, agrupando e filtrando aqueles talentos que possam se destacar no mercado de trabalho.

5.3.1 Exame admissional

Uma das etapas agregadas a admissão de um novo integrante na empresa, focada em examinar físicas e psicológicas do colaborador; exigida pela lei das normas CLT.

Consistindo em inspeções físicas, para certificar que o futuro funcionários esteja apto a executar a função em que foi contratado; psicológicas, assegurar que tanto o empregado como também todos aqueles em seu meio de convívio estejam seguros; e relacionadas a saúde do colaborador, que em caso de suspeita de doença, ser retirado ou afastado do ambiente.

5.4 Treinamento

O treinamento é um período de 3 meses de adaptação ao ambiente e outros funcionários na organização.

Quando o novo funcionário entra na organização, ele terá várias dúvidas, como a empresa funciona, sobre sua função e sobre o contrato trabalhista que assinou, por isso é um tempo tão importante para o chefe daquela área ajudar o novo integrante. Anteriormente citado, o período de 3 meses serve para harmonizar o empregado a rotina de trabalho e a cultura da empresa, assim como também é um tempo de análise de sua eficiência no trabalho.

5.4.1 Treinamento e Desenvolvimento da empresa

Treinamento

O treinamento dura três meses, nesse período ensinamos ao funcionário o que se deve fazer em tal função em que ele foi contratado, assim como mostramos todo o estabelecimento.

Desenvolvimento

Após o final dos 3 meses de adaptação, começará o desenvolvimento do indivíduo no serviço, nesse momento o gerente desse departamento deve prestar atenção na execução do empregado, se algum gargalo na produção, auxiliar em possíveis erros assim como também esclarecer o modo certo a se fazer; mesmo que o funcionário tenha a capacitação para aquela área em que foi contratado, ele provavelmente não estará acostumado com o ritmo da empresa em comparação ao funcionário que está a um ano na empresa.

5.5 Cartão de Ponto

O cartão de ponto é uma fórmula que as empresas usam para registrar e conhecer a jornada expediente do funcionário, desde da sua chegada até o momento da sua saída. Para o funcionário o cartão de ponto serve para que ele consiga receber os benefícios como vale aposentadoria, remuneração de horas extras caso tenha feito, junto com o conhecimento das suas quantidades de faltas em trabalho.

Na percepção da empresa, assim como citado anteriormente, serve para conhecer a jornada de seu colaborador durante o expediente, chegadas, atrasos ou horas extras; cada uma dessas informações é crucial para fazer o pagamento da do funcionário de maneira correta assim como saber se deve ter uma penalidade em caso extremo de faltas ou abstinências em trabalho sem justificativa.

5.6 Folha de pagamento

A folha de pagamento é um documento visível desenvolvido pela área do RH responsável pelo pagamento dos funcionários, nela mostra de maneira individual ou coletiva, as despesas, benefícios, salário bruto e salário líquido do(s) funcionário(s).

É com ela que seja possível o pagamento correto e organização das despesas

totais que os funcionários dariam para a empresa, como no caso das férias e décimo-terceiro onde é a empresa que paga.

5.6.1 Folha de pagamento da Empresa

Número	Nome	Cargo	Horário	Escala	Salário	VTtotal	Vale-transporte	VT.empresa
18762	Laura	Recrutador	7:00 - 17:00	5x2	R\$ 3.273,00	R\$ 260,00	R\$ 196,38	R\$ 63,62
12313	Stephany	Gerente marketing	7:00 - 17:00	5x2	R\$ 3.273,00	R\$ 260,00	R\$ 196,38	R\$ 63,62
89787	Miguel	Juridico/entregador	7:00 - 17:00	5x2	R\$ 3.273,00	R\$ 260,00	R\$ 196,38	R\$ 63,62
78777	Suzana	Auxiliar de cozinha	7:00 - 15:00	6x1	R\$ 1.800,00	R\$ 260,00	R\$ 108,00	R\$ 152,00
54655	Júlia	Auxiliar de limpeza	7:00 - 17:00	6x1	R\$ 1.500,00	R\$ 260,00	R\$ 90,00	R\$ 170,00
78671	Emilie	Atendente Fisico	7:00 - 17:00	6x1	R\$ 1.500,00	R\$ 260,00	R\$ 90,00	R\$ 170,00
45756	Júlio	Auxiliar Manutenção	7:00 - 17:00	6x1	R\$ 1.740,00	R\$ 260,00	R\$ 104,40	R\$ 155,60
65446	Néia	Estoquista	9:00 - 20:00	6x1	R\$ 1.500,00	R\$ 260,00	R\$ 90,00	R\$ 170,00

TOTAL	R\$ 15.314,61
média CLT	R\$ 1.914,33

R\$ 1.008,46

TOTAL+despesas	R\$ 47.040,55
-----------------------	---------------

INSS	Férias	FGTS	décimo-terceiro	IRRF	Salário líquido
R\$ 294,57	R\$ 4.364,00	R\$ 261,84	R\$ 1.003,72	R\$ 490,95	R\$ 2.585,67
R\$ 294,57	R\$ 4.364,00	R\$ 261,84	R\$ 1.003,72	R\$ 490,95	R\$ 2.585,67
R\$ 294,57	R\$ 4.364,00	R\$ 261,84	R\$ 1.003,72	R\$ 490,95	R\$ 2.585,67
R\$ 162,00	R\$ 2.400,00	R\$ 144,00	R\$ 552,00	-	R\$ 1.692,00
R\$ 135,00	R\$ 2.000,00	R\$ 120,00	R\$ 460,00	-	R\$ 1.410,00
R\$ 135,00	R\$ 2.000,00	R\$ 120,00	R\$ 460,00	-	R\$ 1.410,00
R\$ 156,60	R\$ 2.320,00	R\$ 139,20	R\$ 533,60	-	R\$ 1.635,60
R\$ 135,00	R\$ 2.000,00	R\$ 120,00	R\$ 460,00	-	R\$ 1.410,00

R\$ 23.812,00	R\$ 1.428,72	R\$ 5.476,76
---------------	--------------	--------------

5.6.2 Descontos do funcionário agregado (valores por dia)

5.6.3 Folha de pagamento de um colaborador

PASSANTE PIZZA / Salários				
Setor	Setor	Emprego	CBO	Salário
Recrutador	recrutador(a)emp/br	recrutador(a)emp/br	1-42-3035	R\$ 3.0.000,00
Gerente	gerente			
Gerente	gerente(a)emp/br		1-42-3035	R\$ 3.0.000,00
TOTAL DESPESAS				R\$ 3.0.000,00
TOTAL DESPESAS				R\$ 3.0.000,00
TOTAL DESPESAS				R\$ 3.0.000,00

5.7 Demissão

A demissão é o processo de desligamento de um colaborador da empresa, ocorrendo por diversas maneiras.

5.8.1 Quadro de funcionários

Quadro de funcionários		
Funcionário	função	CBO
Laura	Recrutador/RH	252105
Stephany	Gerente marketing	142315
Miguel	Consultor Juridico/entregador	241040
Suzana	Ajudante de cozinha	513505
Júlia	Ajudante de limpeza	514320
Emilie	Atendente Físico	422105
Júlio	Auxiliar de Manutenção	314410
Néia	Estoquista	414125

6.0 FINANCEIRO

"A administração financeira é o processo de planejar e controlar os recursos financeiros da empresa com o objetivo de maximizar seu valor." (ROSS; WESTERFIELD; JAFFE, 2013, p. 100, Atlas)

6.1 Balanço Patrimonial

O balanço patrimonial é um relatório contábil fundamental que apresenta a situação financeira de uma empresa em um determinado período. Ele detalha os ativos (bens e direitos) e os passivos (obrigações), fornecendo uma visão clara da saúde financeira da empresa. O balanço é uma ferramenta crucial para análise financeira, ajudando a avaliar a capacidade da empresa de honrar suas dívidas e a eficiência na utilização dos seus recursos.

6.1.1 Balanço de Abertura 2025

EMPRESA: Coliseu de Sabores			
BALANÇO PATRIMONIAL DE ABERTURA - ANO DE 2025			
ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE	R\$	CIRCULANTE	R\$
Disponibilidades	222.642,41	Obrigações	-
Caixa	-		
Banco	222.642,41		
Estoque	241.667,63		
Matéria Prima	157.972,17		
Produtos Acabados	-		
Mercadoria para Revendas	622,63		
Embalagens	83.472,84		
Total do Ativo Circulante	464.310,64	Total do Passivo Circulante	-
NÃO CIRCULANTE	R\$	NÃO CIRCULANTE	R\$
Imobilizado	35.689,96		
Máquinas e Equipamentos	14.301,18		
Equipamentos de Informática	13.725,07		
Móveis e Utensílios	7.663,71		
Veículos	-		
Total do Ativo Não Circulante	35.689,96	Total do Passivo Não Circulante	-
		Patrimônio Líquido	500.000,00
		Capital Social	500.000,00
		Capital a Integralizar	- 222.642,41
TOTAL DO ATIVO	500.000,00	TOTAL DO PASSIVO	500.000,00

6.2 Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio é um conceito financeiro que representa o nível de vendas em que uma empresa não tem lucro nem prejuízo. Em outras palavras, é o ponto em que as receitas totais são iguais aos custos totais (fixos e variáveis). Esse indicador é fundamental para entender quanto uma empresa precisa vender para cobrir suas despesas.

6.2.1 Fórmula de cálculo do ponto de equilíbrio

(unidades) = $\frac{\text{Custos Fixos Total}}{\text{Preço de Venda por Unidade} - \text{Custo Variável por Unidade de custos Fixos Totais}}$

6.2.4 Quadro de despesas

EMPRESA: Coliseu de Sabores		
CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS		ANO: 2025
DISCRIMINAÇÃO	VALORES \$	
	MENSAL	ANUAL
2 - Custos Fixos	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX
Salários	47.040,55	564.486,60
Retiradas dos sócios - Pro labore	33.800,00	405.600,00
Água	500,00	6.000,00
Energia elétrica	700,00	8.400,00
Telefone - Internet	200,00	2.400,00
Gastos com contabilidade	350,00	4.200,00
Manutenção (Gastos Retirados do Caixa Mínimo)	-	-
Depreciação	411,79	4.941,50
Gastos Administrativos (Higiene, Limpeza e Outros)	500,00	6.000,00
Duplicatas a pagar	-	-
Gastos com Marketing	400,00	4.800,00
Fornecedores (Material de Escritório)	-	-
Serviços de Terceiros - Entregas e outros.	350,00	4.200,00
Aluguel	4.500,00	54.000,00
Gás	80,00	960,00
	-	-
	-	-
	-	-
	-	-
	-	-
Custos Totais	88.832,34	1.065.988,10

ok

6.3 Custos Totais

Custos totais = custos fixos – custos variáveis

6.3.1 Custos Totais da Empresa

EMPRESA: Coliseu de Sabores		
CÁLCULO DOS CUSTOS TOTAIS		ANO: 2025
DISCRIMINAÇÃO	VALORES \$	
	MENSAL	ANUAL
1- Custos Variáveis	462.069,06	5.544.828,72
CMV - Custos das Mercadorias Vendidas	103.131,01	1.237.572,11
Matéria Prima – (Pgto à vista)	157.572,17	1.890.866,05
Mercadorias p/ Revendas – (Pgto à vista)	-	-
Fornecedores (Matéria Prima)	-	-
Fornecedores (Mercadorias P/ Revendas)	622,63	7.471,50
Fornecedores (Embalagens para Produto / Cliente)	83.472,84	1.001.674,02
Simples Nacional ou MEI	117.270,42	1.407.245,04
	-	-
2- Custos Fixos	88.832,34	1.065.988,10
Salários	47.040,55	564.486,60
Retiradas dos sócios - Pro labore	33.800,00	405.600,00
Água	500,00	6.000,00
Energia elétrica	700,00	8.400,00
Telefone - Internet	200,00	2.400,00
Gastos com contabilidade	350,00	4.200,00
Manutenção (Gastos Retirados do Caixa Mínimo)	-	-
Depreciação	411,79	4.941,50
Gastos Administrativos (Higiene, Limpeza e Outros)	500,00	6.000,00
Duplicatas a pagar	-	-
Gastos com Marketing	400,00	4.800,00
Fornecedores (Material de Escritório)	-	-
Serviços de Terceiros - Entregas e outros.	350,00	4.200,00
Aluguel	4.500,00	54.000,00
Gás	80,00	960,00
	-	-
	-	-
	-	-
	-	-
	-	-
3- Custos Totais (1+2)	550.901,40	6.610.816,82

ok

6.4 Tabela de insumos

Uma tabela de insumos é um documento que lista todos os materiais, componentes ou recursos necessários para a produção de produtos ou a realização de serviços em uma empresa. Essa tabela é essencial para o gerenciamento eficaz dos recursos, ajudando a controlar custos, planejar a produção e garantir que os insumos estejam disponíveis quando necessário.

6.5 Tabela de Depreciação

Uma tabela de depreciação é um instrumento contábil que registra a diminuição do valor de ativos ao longo do tempo, refletindo a desgaste, obsolescência ou uso desses ativos. A depreciação é fundamental para calcular o custo real de um ativo e sua influência na contabilidade de uma empresa.

6.5.1 Tabela de Depreciação da Coliseu de Sabores

EMPRESA: Coliseu de Sabores				
CÁLCULO DA DEPRECIAÇÃO				
Investimentos Físicos	Valor	Taxa	Valor Anual	ANO: 2025
	R\$	%	R\$	Valor Anual
Adquirição de Equipamentos	30.000,00	10	3.000,00	3.000,00
Adquirição de Imóveis	2.000.000,00	10	200.000,00	200.000,00
Adquirição de Veículos	1.000.000,00	10	100.000,00	100.000,00
Depreciação	30.000,00	10	3.000,00	3.000,00
TOTAL	3.000.000,00	10	303.000,00	303.000,00

6.6 Bens Tangíveis

Bens tangíveis são aqueles ativos físicos que uma empresa possui e que podem ser percebidos pelos sentidos, ou seja, podem ser tocados e vistos. Isso inclui uma ampla variedade de itens, como:

- Máquinas e Equipamentos: Utilizados na produção de bens. Por exemplo, fábricas podem ter maquinário pesado para montagem de produtos.
- Imóveis: Prédios, terrenos e instalações onde a empresa opera. Estes são fundamentais para as operações, bem como para a valorização do capital da empresa.

- Veículos: Caminhões, carros e vans usados para transporte de mercadorias ou para a execução de serviços.
- Móveis e Utensílios: Como mesas, cadeiras, computadores e outros equipamentos de escritório.
- Estoque: Produtos acabados, materiais e componentes que estão prontos para serem vendidos ou utilizados na produção.

6.6.1 Bens Tangíveis da Coliseu de Sabores

Coliseu de Sabores			
TABELA DE BENS TANGÍVEIS - INVESTIMENTOS 2025			
DESCRIÇÃO DE BENS			
1 - MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS		VALOR R\$	VALOR R\$
1.1 DE PRODUÇÃO	QTDE	UNIDADE	TOTAL
Balança de Precisão Digital	2	R\$ 200,00	400,00
Fogão Industrial	1	R\$ 1.578,00	1.578,00
Freezer Horizontal	2	1.300,00	2.600,00
Geladeira Comercial	2	1.700,00	3.400,00
Liquidificador Industrial	2	300,00	600,00
Panela mexedora	2	1.420,00	2.840,00
Pandas	2	1.000,00	2.000,00
			-
TOTAL	13	7.498,00	13.418,00
1.2 UTENSÍLIOS DE PRODUÇÃO	QTDE	VALOR UNIDADE R\$	VALOR TOTAL R\$
Espátula de silicone	5	11,50	57,50
Colher um kit	1	25,00	25,00
Faca um kit	1	25,00	25,00
Garfo	5	5,00	25,00
Abridor de lata	3	9,50	28,50
Potes de armazenamento	15	9,00	135,00
Plástico filmes de 800m	1	47,00	47,00
Papel manteiga	4	6,52	26,08
Desmoldante Spray	1	26,00	26,00
Saco de confeitaria	10	0,81	8,10
bico de confeitaria	40	1,21	48,40
Caixa de armazenamento	10	9,00	90,00
Touca de cabelo	200	0,15	30,00
Colheres medidoras	1	19,00	19,00
aventais	10	2,50	25,00
Placa porcionadora	4	60,00	240,00
Boleador	10	2,98	29,80
			-
TOTAL	296	175,49	583,18
1. TOTAL MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS			14.301,18

2. EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA:	QTDE	VALOR UNIDADE R\$	VALOR TOTAL R\$
Impressora	1	450,00	450,00
Alarme de Segurança	2	250,00	500,00
Air condicionado	2	550,00	1.100,00
Camera de segurança	2	250,00	500,00
Geladeira de comercio	1	1.210,25	1.210,25
Impressora Térmica	1	550,00	550,00
Lampadas de led	20	20,00	400,00
Maquina de bater ponto	1	1.567,64	1.567,64
Maquininha	2	200,00	400,00
Monitor	2	198,34	396,68
Mouse	2	35,00	70,00
Notebook	3	1.675,00	5.025,00
TV	1	1.555,50	1.555,50
2. TOTAL EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA	6	8.511,73	13.725,07
3. MÓVEIS e UTENSÍLIOS:		VALOR R\$	VALOR R\$
3.1 MÓVEIS	QTDE	UNIDADE	TOTAL
Cadeiras do cliente	16	116,00	1.856,00
Cadeiras do presidente	2	500,00	1.000,00
Cadeira dos funcionários	9	77,00	693,00
Mesas do cliente	4	250,00	1.000,00
Balcão de atendimento	1	1.500,00	1.500,00
Mesa dos funcionários	1	250,00	250,00
Mesa do presidente	1	500,00	500,00
		-	-
		-	-
TOTAL	34,00	3.193,00	6.799,00
3.2 UTENSÍLIOS:	QTDE	VALOR UNIDADE R\$	VALOR TOTAL R\$
Porta caneta	3	9,00	27,00
Guardanapo de papel	2	22,00	44,00
Saco de lixo	2	92,53	185,06
		-	-
		-	-
		-	-
		-	-
		-	-
		-	-
		-	-
		-	-
		-	-
		-	-
		-	-
		-	-
		-	-
		-	-
TOTAL	7,00	123,53	864,71
3. TOTAL DE MÓVEIS e UTENSÍLIOS			7.663,71

6.7 DRE

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) é um relatório financeiro essencial que apresenta de forma clara e objetiva a performance financeira de uma empresa em um determinado período, geralmente anual ou trimestral.

6.8 Fluxo de Caixa

O fluxo de caixa é uma demonstração financeira que registra todas as entradas e saídas de dinheiro de uma empresa em um determinado período. Ele é fundamental para a gestão financeira, pois permite que os gestores acompanhem a liquidez da empresa, planejem despesas futuras, identifiquem possíveis problemas de caixa e tomem decisões informadas sobre investimentos e financiamentos.

6.9 Ponto de Retorno

O ponto de retorno, mais comumente conhecido como ponto de equilíbrio, é um conceito financeiro importante que se refere ao nível de vendas em que uma empresa não tem lucro nem prejuízo. Em outras palavras, é a quantidade de receita necessária para cobrir todos os custos fixos e variáveis da empresa. A partir desse ponto, qualquer venda adicional resulta em lucro.

6.9.1 Cálculo Payback

O payback é um método utilizado para calcular o tempo necessário para que um investimento se pague, ou seja, o período em que os fluxos de caixa gerados pelo investimento igualam o valor investido inicialmente. Esse cálculo é muito utilizado na análise de viabilidade de projetos, pois ajuda a entender a rapidez com que o capital investido será recuperado.

7.0 ADMINISTRAÇÃO

A administração é um processo contínuo e sistêmico que envolve uma série de atividades impulsionadoras como planejar, organizar, dirigir e controlar recursos e competências para alcançar metas e objetivos. Ela implica em fixar objetivos a alcançar, tomar decisões no meio desse caminho e liderar todo esse processo a fim de alcançar os objetivos e oferecer resultados. (Introdução a teoria geral da Administração, 2019, Idalberto Chiavenato, pág. 14)

Um setor administrativo é uma divisão ou departamento dentro de uma organização ou empresa que é responsável por lidar com as atividades relacionadas à gestão, organização e coordenação dos recursos e processos internos.

O setor administrativo de uma empresa é responsável por fazer a administração do negócio. Isso inclui definir os objetivos do negócio, construir equipes, orientar a execução do trabalho, analisar o posicionamento da empresa no mercado, cuidar da gestão financeira, garantir a qualidade dos produtos ou serviços, entre outras responsabilidades. Segundo Peter Drucker, o processo administrativo é composto por quatro fases: planejar, organizar, dirigir e controlar. Essas fases são conhecidas como PODC, pela união das iniciais de cada uma delas.

Nome Empresa: Coliseu de Sabores

7.1 Nossa História

Um grupo de amigos resolveu se juntar e criar um negócio, baseado nas experiências pessoais de uma das colegas, trazendo uma brigaderia temática. Buscando trazer inovações e uma experiência imersiva na mitologia Greco-romana.

“Coliseu de Sabores” o nome da empresa faz alusão ao coliseu de Roma. Do coliseu ao doce triunfo da colisão de sabores oferecida, digna de um campeão

Logo

7.2 Missão, Visão e Valores

Missão: Nossa missão é elevar o nível da confeitaria e levar o diferencial e a qualidade para nossos clientes.

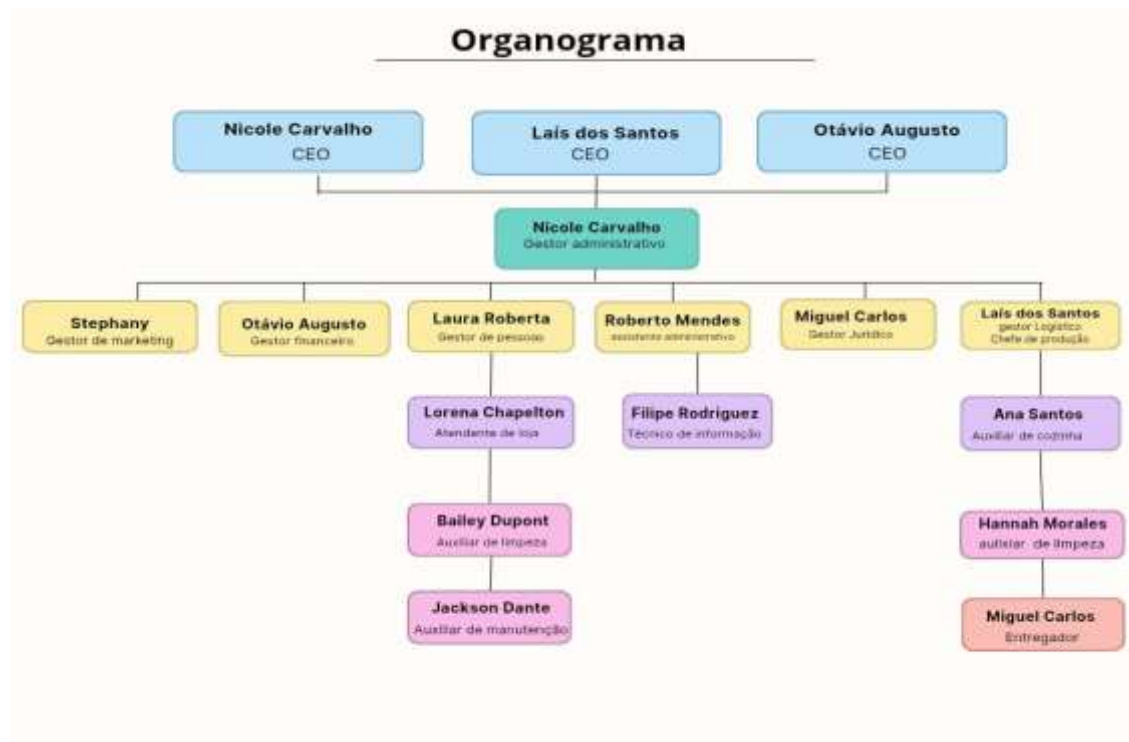
Visão: Nossa visão é expandir a nossa empresa a média prazo (ou seja, 3-5 anos) para outro estado, melhorando a distribuição dos nossos doces para diferentes tipos de clientes.

Valores: Agirmos com honestidade e transparência em todas as nossas ações, o respeito na nossa empresa é fundamental, tanto com o cliente quanto dentro da nossa empresa. Nós nos esforçamos para viver integralmente nossos valores, incluindo a cultura da nossa empresa, que é a sustentabilidade, investimos em materiais reciclados e embalagens biodegradável, visando preservar o meio ambiente.

7.3 Organograma

Organograma é uma representação visual da estrutura organizacional de uma empresa. Ou seja, o organograma serve para descrever como a empresa se organiza internamente a nível de cargos e departamentos. Também é conhecido como gráficos hierárquicos.

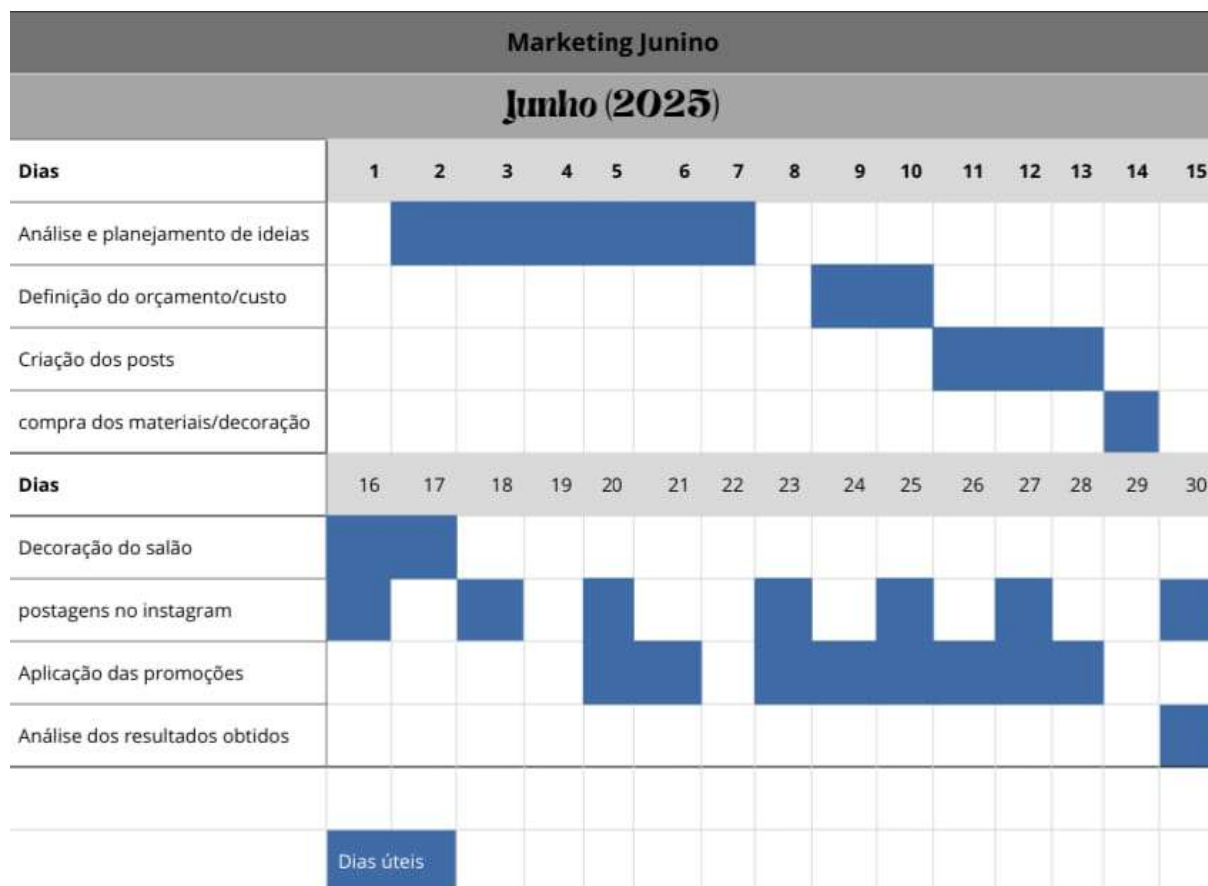
7.3.1 Organograma da Coliseu de Sabores



7.4 Cronograma

O cronograma é uma ferramenta de gestão das tarefas e dos prazos necessários para concluir um projeto ao longo do tempo. É um recurso de planejamento eficiente que facilita alcançar objetivos de longo prazo.

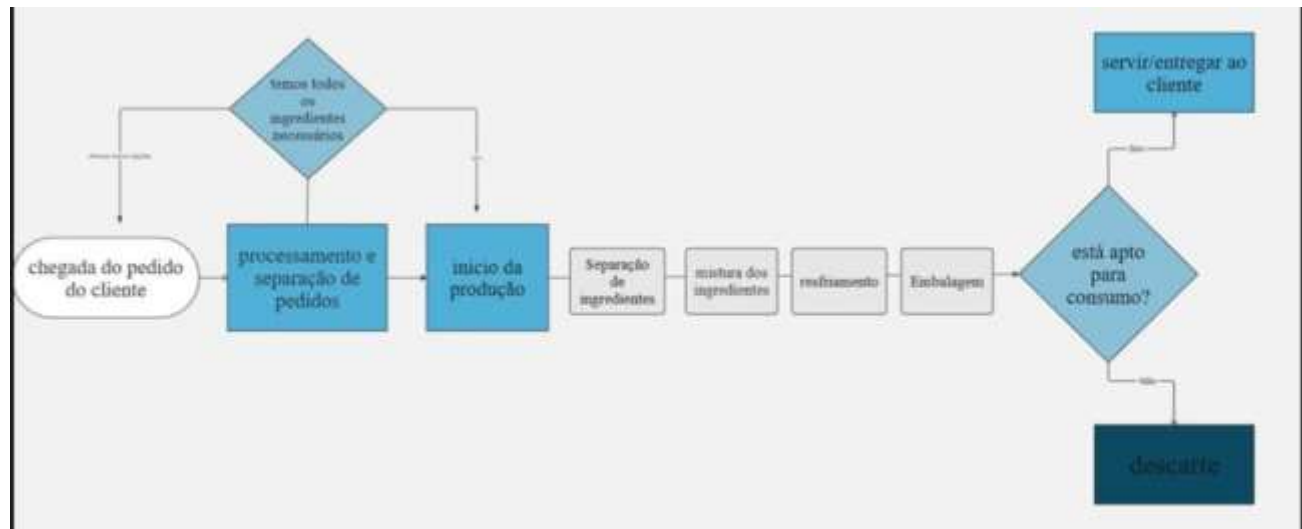
7.4.1 Cronograma



7.5 Fluxograma

O cronograma é uma ferramenta de gestão das tarefas e dos prazos necessários para concluir um projeto ao longo do tempo. É um recurso de planejamento eficiente que facilita alcançar objetivos de longo prazo.

7.5.1 Fluxograma



7.6 Balanced Scorecard (BSC)

7.6.1 Metas a curto, médio e longo prazo

Metas empresariais são objetivos que uma empresa pretende alcançar num período determinado. Elas podem ser de curto, médio ou longo prazo.

Longo prazo: Expandir nossa marca pelo estado de São Paulo, e nos tornarmos uma franquia estabelecida.

Médio prazo: Aumentar nosso espaço, expandir nossa loja para as proximidades do bairro, diversificar nosso público-alvo.

Curto prazo: Fidelizar os clientes, promover a sustentabilidade e respeito entre os indivíduos.

7.6.2 Por que utilizar o Balanced Scorecard?

7.6.3 Balanced Scorecard

7.7 Planilha 5W2H

O método 5W2H é uma ferramenta de gestão utilizada para definir direcionamentos estratégicos de um plano.

A ideia é responder sete perguntas básicas para entender quais são os próximos passos necessários para que aquele projeto inicial seja colocado em prática.

7.7.1 Planilha 5W2H da Coliseu de Sabores

5w2h							
Processo de contratação de funcionários							
	ANÚNCIO DAS VAGAS	RECRUTAMENTO	TRIAGEM DOS CURRÍCULOS	TESTES TÉCNICOS/COMPORTAMENTAIS	ENTREVISTAS	SELEÇÃO DE CANDIDATO	ENVIO DA PROPOSTA
WHAT? (O QUE?)	Anúncio de vaga é uma publicação que divulga uma oportunidade de emprego na sede ou em algum ponto de vendas da empresa.	Recrutamento é um conjunto de técnicas e procedimentos que visam atrair candidatos potencialmente qualificados para ocupar cargos dentro da organização.	é uma etapa do processo de recrutamento e seleção em que se identificam os candidatos mais adequados para uma vaga.	testes que avaliam os conhecimentos de personalidade e comportamentais de uma pessoa (candidato).	é uma etapa do processo de seleção de candidatos para uma vaga, onde o candidato vai se apresentar ao entrevistador.	O candidato mais adequado para a vaga é selecionado.	os termos e descrição do cargo são enviados para o candidato.
WHY? (PORQUÊ?)	Para preencher um cargo desocupado.	É importante para atrair os candidatos, entender as especificações do cargo.	Para avaliar se as competências técnicas do candidato são as necessárias para o cargo.	Para avaliar se as competências socio-emocionais são adequadas para o cargo.	para avaliar o período de resposta e reação do candidato a resposta.	Para a escolha do candidato mais apto ao cargo.	Para explicar o se fazemos e, benefícios e compromissos entre a empresa e o candidato.
WHERE? (ONDE?)	externamente (fora da empresa).	Canais sociais.	Na empresa (departamento de RH).	Na sede da empresa.	Na empresa, em um escritório.	Na empresa, discutido pelo setor de RH.	Online, email comercial.
WHEN? (QUANDO?)	Assim que o cargo for aberto.	1 semana.	2 semanas após a seleção de candidatos.	Durante a entrevista.	1 semana depois de terem enviado os currículos.	Assim que os dados sobre o candidato forem completos.	Quando o candidato mais adequado para a vaga for selecionado.
WHO? (QUEM?)	Setor de recursos humanos.	Equipe de recrutadores.	Equipe de recrutadores.	Entrevistadores.	Entrevistadores.	Setor de RH.	Setor de RH.
HOW? (COMO?)	online, em redes sociais ou email.	Fórum, feita pelos recrutadores.	Assim.	Fórum.	Assim.	Fórum.	Online.
HOW MUCH? (QUANTO CUSTA?)	Quanto tempo e internet.	tempo.	tempo.	tempo.	tempo.	Tempo.	internet.

CONCLUSÃO

O desenvolvimento deste Trabalho de Conclusão de Curso possibilitou a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos ao longo do Curso Técnico em Administração, utilizando como objeto de estudo e desenvolvimento a empresa **Coliseu de Sabores**, uma brigaderia temática inspirada na cultura e na mitologia greco-romana.

Durante a elaboração do projeto, foi possível compreender que o funcionamento de uma empresa depende da integração entre diferentes áreas e da utilização adequada de ferramentas de gestão. O Departamento Jurídico demonstrou a importância da formalização e da legalização do negócio, enquanto o Marketing contribuiu para a construção da identidade da marca, definição do público-alvo, posicionamento e desenvolvimento de estratégias para conquistar e fidelizar clientes.

A Logística evidenciou a necessidade de organizar os processos de compras, armazenamento, distribuição e controle de estoque, buscando reduzir desperdícios e melhorar a eficiência operacional. Na área de Recursos Humanos, foram trabalhados os processos de recrutamento, seleção, contratação, treinamento, desenvolvimento e acompanhamento dos colaboradores, destacando a importância das pessoas para o desempenho da organização.

No setor Financeiro, a utilização de ferramentas como balanço patrimonial, ponto de equilíbrio, controle de custos, DRE, fluxo de caixa e payback possibilitou compreender a importância do planejamento e do controle dos recursos financeiros para a sustentabilidade do empreendimento. Já a área Administrativa permitiu integrar as demais áreas por meio da definição da missão, visão e valores, além da utilização de instrumentos como organograma, fluxograma, Balanced Scorecard e 5W2H.

A proposta da **Coliseu de Sabores** demonstra que a diferenciação pode ser utilizada como estratégia para agregar valor ao produto e criar uma experiência para o consumidor. A combinação entre brigadeiros artesanais, personalização, identidade visual temática e estratégias de marketing contribui para a construção de uma marca com características próprias.

Conclui-se, portanto, que o planejamento e a gestão integrada são fundamentais para o desenvolvimento de uma organização. A realização deste projeto permitiu aos alunos compreenderem, de maneira prática, os desafios e as responsabilidades envolvidos na administração de uma empresa, além de desenvolverem competências relacionadas ao trabalho em equipe, planejamento, organização, análise e tomada de decisões. Dessa forma, o trabalho contribuiu para a formação profissional dos estudantes e para a compreensão da importância da Administração como instrumento de organização, inovação e desenvolvimento empresarial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DOURADO, Bruna. O que é 4 Os do Marketing, aplicação e exemplos. RD Station, 2024. Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/4-ps-do-marketing-mix/>. Acesso em: 2025. UP, Flow. 4 Cs do Marketing: o que são e como aplicar. Flow Up, 2023. Disponível em: <https://www.flowup.me/blog/4-cs-do-marketing/?amp>. Acesso em: 2025.

Pingback. O guia completo do slogan: aprenda o que é e como criar uma frase criativa para a sua marca. Pingback, 2025. Disponível em:

<https://pingback.com/br/resources/slogan/>. Acesso em: 2025. LEBBE, Fernando. O que são Jingles e o que eles podem fazer para a sua marca?. Lebbe, [s.d.]. Disponível em: <https://lebbe.com.br/o-que-e-jingle/>. Acesso em: 2025.

FLACH, Natália. Quem inventou o jingle e por quê?. Valor, 2024. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2024/04/05/quem-inventou-o-jingle-e-por-que.ghtml>. Acesso em: 2025. marca. JARDIM, Enos. Share of Mind: A importância de se ter um bom posicionamento de OPUS, 2021. Disponível em: <https://www.opuspesquisa.com/blog/atendimento/share-of-mind/>. Acesso em: 2025.

DOS SANTOS, Virgilio Marques. Matriz SWOT: quais as origens da matriz estratégica mais famosa?. FM2S, 2019. Disponível em: <https://www.fm2s.com.br/blog/swot-origens>. Acesso em: 2025. em: SEBRAE.

Conheça a Análise SWOT: Aprenda como fazer e os benefícios de utilizar essa ferramenta de planejamento. Sebrae, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/conheca-a-analise-swot,202f64e8feb67810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 2025.

ROVINA, Jackson. Missão, visão e valores: aprenda o que é e como construir na sua empresa. Euax, 2020. Disponível em: <https://www.euax.com.br/2020/03/missao-visao-e-valores/>. Acesso em: 2025. SEBRAE. Canvas: como estruturar seu modelo de negócio. Sebrae, 2019. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/canvas-como-estruturar-seu-modelo-de>