

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE CARAPICUÍBA

Administração

Cesar Augusto de Fonte Miranda

Douglas Correa Domingues

Marilene Soares Suhett

Sandra Lima de Almeida

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Happy Day Entretenimento

CARAPICUÍBA

2015

Cesar Augusto de Fonte Miranda

Douglas Correa Domingues

Marilene Soares Suhett

Sandra Lima de Almeida

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Happy Day Entretenimento

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec de Carapicuíba, orientado pela professora Vânia Bordini Marchi de Andrade, como requisito parcial para obtenção do título técnico em Administração.

CARAPICUÍBA

2015

Agradecemos primeiramente a Deus que nos permitiu percorrer esta longa caminhada, aos nossos familiares pelo incentivo e apoio, aos nossos amigos, com quem trocamos diversas experiências e valores, aos professores orientadores pelo ensinamento e instrução e a todos os que direta ou indiretamente colaboraram com este projeto.

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no **Curso Técnico em Administração**, na qualidade de titulares dos direitos morais e patrimoniais de autores da Obra **Happy Day Entretenimento**, na Etec Carapicuíba em 30/11/2015, autorizamos o Centro Paula Souza a reproduzir integral ou parcialmente o trabalho e/ou disponibilizá-lo no ambiente escolar e em ambientes virtuais.

| Nome | RG | Assinatura |
|--------------------------------|--------------|------------|
| Cesar Augusto de Fonte Miranda | 49.071.250-2 | |
| Douglas Correa Domingues | 38.206.894-4 | |
| Marilene Soares Suhett | 27.613.503-9 | |
| Sandra Lima de Almeida | 22.162.706-6 | |

Ciência do Professor Responsável

| Nome | Assinatura | Data |
|------|------------|------|
| | | |

RESUMO

A Happy Day Entretenimento, um empreendimento criado em agosto de 2014 por quatro amigos e sócios, visa oferecer entretenimento e bem-estar à terceira idade da classe “C” da região metropolitana de São Paulo através de contratações e parcerias. Por meio de pesquisas de campo, da análise dos resultados e de estudos sobre o segmento, pode-se afirmar o projeto como viável e com potencial de crescimento, pois nos últimos dez anos a expectativa de vida vem aumentando e há indicações de que, em média, o público está em melhor condição financeira do que o jovem. Sua criação traz à sociedade benefícios, gerando oportunidades, além de estar comprometido com a sustentabilidade e a inclusão social.

Palavras-chave: Classe C. Entretenimento. Terceira Idade.

ABSTRACT

The Happy Day Entretenimento, an enterprise created in August 2014 by four friends and partners, aims to offer entertainment and welfare for the elderly of the Class C of the metropolitan region of São Paulo through hires and partnerships. Through field research, analyzing the results and studies on the segment, it can be said the project is feasible and with growth potential, because for the last ten years life expectancy has increased and there are indications that, in average, the public is in better financial condition than the young. This creation brings benefits to society, creating opportunities as well as being committed to sustainability and social inclusion.

Keywords: Class C. Entertainment. Senior Citizen.

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUÇÃO | 11 |
| 1.1. Objetivo Geral | 12 |
| 1.2. Objetivo Específico | 12 |
| 1.3. Justificativa | 13 |
| 1.4. Hipótese | |
| 2. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO | 13 |
| 2.1. Conceito do Negócio | 13 |
| 2.2. História | 14 |
| 2.3. Missão, Visão e Valores | 14 |
| 2.3.1. Missão | 14 |
| 2.3.2. Visão | 14 |
| 2.3.3. Valores | 15 |
| 2.4. Localização/Fachada | 15 |
| 2.5. Plantas Baixas do Escritório | 17 |
| 2.6. Layout | 18 |
| 3. GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS | 19 |
| 3.1. Organograma Funcional | 19 |
| 3.2. Equipe de Gestão | 19 |
| 3.3. Descrição e Responsabilidade dos Cargos | 19 |
| 3.3.1. Financeiro | 19 |
| 3.3.2. Marketing | 20 |
| 3.3.3. Vendas | 21 |
| 3.3.4. Recursos Humanos | 21 |
| 3.4. Contratação de Pessoal | 22 |
| 3.4.1. Mercado Externo | 23 |
| 3.4.2. Procedimentos para Admissão | 23 |
| 3.4.2.1. Documentação Necessária para Admissão do Colaborador | 23 |
| 3.5. Orientação e Integração de Novos Funcionários | 24 |
| 3.6. Incentivos Salariais e Benefícios Sociais | 24 |
| 3.6.1. Remuneração Básica | 25 |
| 3.6.2. Incentivo Salarial | 25 |
| 3.6.3. Incentivo por Desempenho | 25 |
| 3.7. Benefícios Legais | 25 |
| 3.8. Treinamento e Desenvolvimento de Pessoas | 26 |
| 3.9. Higiene, Segurança e Qualidade de Vida no Trabalho | 26 |
| 3.9.1. Higiene | 26 |
| 3.9.2. Segurança do Trabalho | 27 |
| 3.9.3. Qualidade de Vida no Trabalho | 27 |

| | | |
|---------|--|----|
| 3.10. | Comunicação Interna | 27 |
| 3.11. | Requisitos Mínimos Exigidos para Cada Cargo | 27 |
| 3.11.1. | Financeiro – Tesouraria | 27 |
| 3.11.2. | Marketing | 28 |
| 3.11.3. | Recursos Humanos | 28 |
| 3.11.4. | Vendas – Assistente | 28 |
| 3.12. | Código de Ética e Conduta | 29 |
| 3.13. | Modelo de Crachá – Identificação | 30 |
| 4. | LOGÍSTICA DA EMPRESA | 31 |
| 4.1. | Layout do Escritório | 31 |
| 4.2. | Controle do Estoque | 31 |
| 4.3. | Ciclo de Produção Detalhado | 31 |
| 4.4. | Normas de Segurança e Medicina no Trabalho | 32 |
| 4.5. | Entradas e Saídas | 34 |
| 5. | PLANO DE MARKETING | 35 |
| 5.1. | Análise de Mercado | 35 |
| 5.1.1. | Pesquisa de Mercado | 35 |
| 5.2. | Visão Geral das Tendências da Área de Atuação | 38 |
| 5.3. | Segmentos de Mercado | 39 |
| 5.4. | Mercado Alvo | 39 |
| 5.5. | Análise Competitiva | 42 |
| 5.5.1. | Análise Competitiva do Negócio | 42 |
| 5.5.2. | Análise Swot | 42 |
| 5.5.3. | Metas e Objetivos de Marketing | 43 |
| 5.5.4. | Estratégias | 44 |
| 5.5.5. | Posicionamento | 46 |
| 5.6. | Jingle | 49 |
| 5.7. | Plano de Ação | 49 |
| 6. | PLANO FINANCEIRO | 49 |
| 6.1. | Fontes de Receita | 49 |
| 6.2. | Finanças da Empresa | 50 |
| 6.3. | Capital Inicial | 50 |
| 6.4. | DRE (Demonstração do Resultado do Exercício) e Balanço Patrimonial | 52 |
| 6.5. | DRE (Demonstração do Resultado do Exercício) e Balanço Patrimonial | 54 |
| 6.6. | Contrato Social | 57 |
| 7. | ANEXOS | 62 |
| 7.1. | Requerimento e Alvará de Localização e Funcionamento | 62 |
| 7.2. | Cartão de Identificação de Corpo de Bombeiros | 63 |
| 7.3. | Contrato de Locação | 64 |
| 7.4. | Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica | 65 |

| | | |
|---------------------------------|---|---------------|
| 7.5. | Simple Nacional | 66 |
| 7.6. | Cadastro de Contribuintes Mobiliários | 67 |
| 7.7. | Modelo de Recibo para Freelancers e Pequenos Serviços | 69 |
| 7.8. | Modelo de Holerite dos Sócios | 70 |
| <i>Considerações Finais</i> | | 59 |
| <i>Referências</i> | | 60 |

Lista de Ilustrações

| | |
|--|----|
| Ilustração 1. Logomarca Happy Day Entretenimento | 13 |
| Ilustração 2. Os quatro amigos estudantes da Etec Carapicuíba | 14 |
| Ilustração 3. Localização do Escritório | 15 |
| Ilustração 4. Edifício Comercial | 15 |
| Ilustração 5. Edifício Comercial com Segurança | 15 |
| Ilustração 6. Corredor com sala comercial | 16 |
| Ilustração 7. Placa com informações básicas da Happy Day | 16 |
| Ilustração 8. Planta Baixa | 17 |
| Ilustração 9. Planta Baixa Mobiliada | 17 |
| Ilustração 10. Layout 1 | 18 |
| Ilustração 11. Layout 2 | 18 |
| Ilustração 12. Organograma Funcional | 19 |
| Ilustração 13. Modelo de Crachá | 30 |
| Ilustração 14. Ciclo de Produção Detalhado | 31 |
| Ilustração 15. Questões da Pesquisa de Campo | 36 |
| Ilustração 16. Gráfico Pesquisa de Mercado: Gênero | 36 |
| Ilustração 17. Gráfico Pesquisa de Mercado: Conhecimento do Serviço | 37 |
| Ilustração 18. Gráfico Pesquisa de Mercado: Contratação do Serviço | 37 |
| Ilustração 19. Gráfico Pesquisa de Mercado: Indicação para Conhecidos | 38 |
| Ilustração 20. Página do Facebook | 44 |
| Ilustração 21. Modelo de Cartão de Visita | 45 |
| Ilustração 22. Modelo de Banner | 45 |
| Ilustração 23. Salão/Bufferet JJ Eventos – Carapicuíba/SP (<i>Google Maps</i>) | 46 |
| Ilustração 24. Sítio Santa Rita de Cássia – Barueri/SP (<i>Google Maps</i>) | 46 |
| Ilustração 24. Processo Operacional | 47 |

Lista de Tabelas

| | |
|--|----|
| Tabela 1. Quadro de Colaboradores | 19 |
| Tabela 2. Quadro referente às faltas no ano | 25 |
| Tabela 3. Tabela de Preço | 47 |
| Tabela 4. Plano de Ação | 49 |
| Tabela 5. Tabela de Impostos (Simples Nacional) | 49 |
| Tabela 6. Tabela Anual | 50 |
| Tabela 7. Investimento em Máquinas e Equipamentos (Custos Fixos) | 50 |
| Tabela 8. Investimento em Móveis e Utensílios | 50 |
| Tabela 9. Custos Fixos | 51 |
| Tabela 10. Despesas Operacionais | 51 |
| Tabela 11. Custos Variáveis | 51 |
| Tabela 12. Despesas Operacionais | 52 |
| Tabela 13. Demonstração de Resultado de Exercício (Jan/2016) | 52 |
| Tabela 14. Balanço Patrimonial (Jan/2016) | 53 |
| Tabela 15. DRE (Jan/Mar – 2016) | 53 |
| Tabela 16. Balanço Patrimonial (Jan/Mar – 2016) | 54 |
| Tabela 17. DRE (Abr/Jun – 2016) | 54 |
| Tabela 18. DRE (Jun/Set – 2016) | 55 |
| Tabela 19. DRE (Out/Dez – 2016) | 55 |
| Tabela 20. Balanço Patrimonial (Anual – 2016) | 56 |

1. INTRODUÇÃO

O envelhecimento populacional é um fenômeno da humanidade devido ao declínio da mortalidade, a diminuição da natalidade, as vacinações sistemáticas, a implantação de saneamento básico e, principalmente, os avanços da medicina.

Através de todo o mundo, hoje, os idosos são a parcela da população que mais cresce. No Brasil, a década de 70 caracterizou-se pelo “boom” da terceira idade. A população com mais de 60 anos passou de 4,7 milhões (5% do total) em 1970 para 19 milhões (10%) hoje.

A ONU estima que esses números continuem aumentando consideravelmente nos próximos 50 anos. Em 2050, um em cada quatro brasileiros será idoso. Enquanto atingir a terceira idade era proeza, até meio século atrás, quando a expectativa de vida beirava os 50 anos, hoje é cada vez maior o número de pessoas com 80, 90, 100 anos. Os centenários quase dobram no Brasil em uma década.

Novas terminologias e novos conceitos vêm surgindo para classificar os indivíduos em idade mais avançada. A distinção, por exemplo, entre terceira e quarta idade é uma tentativa de ajustar esquemas classificatórios a circunstâncias culturais, psicológicas e ideológicas particulares das sociedades ocidentais hoje.

Embora representem um nicho promissor, já que a população idosa deve ultrapassar a marca de 30 milhões de indivíduos em 2025 segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o mercado brasileiro parece não estar plenamente preparado para atender às demandas desses consumidores. Uma pesquisa inédita realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) e pelo portal de educação financeira “Meu Bolso Feliz” com pessoas acima de 60 anos nas 27 capitais revela que o consumidor brasileiro da terceira idade tem aumentado o seu potencial de consumo e a disposição para gastar mais. Na economia, quanto mais baixa a classe econômica, maior a contribuição que os membros da terceira idade têm na renda familiar total.

1.1. Objetivo Geral

Temos como objetivo a prestação de serviços no segmento da terceira idade, atendendo um público específico da classe “C” e visando sempre o crescimento e desenvolvimento para melhor atender as necessidades do mercado.

1.2. Objetivo Específico

Identificar as melhores maneiras de como realizar e prestar nossos serviços, procurando aprimorar a nossa imagem perante ao mercado e sempre com a preocupação de transformar situações problemáticas em soluções.

Ofereceremos até quatro horas de muita descontração com bailes, festas temáticas, bailes à fantasia, seresta, luau, jogos lúdicos e karaokê, os quais serão realizados em uma de nossas localidades parceiras. Serão cobrados custos e despesas sobre o valor do evento para 150 pessoas.

Reconhecemos que um trabalho em conjunto com parcerias gera caráter econômico e sustentável.

1.3. Justificativa

É crescente a proporção de famílias que têm idosos como chefes e filhos morando junto, o que pode ser efeito da crise econômica que leva os filhos a saírem de casa mais tarde e/ou retornarem depois de casados, estejam separados ou não.

Há indicações de que em média o idoso está em melhor condição financeira do que o jovem. A renda média dos maiores de 60 anos é maior que a daqueles com menos de 30 anos. Além disso, a proporção de chefes idosos que moram em casa própria é mais elevada do que a dos jovens. Segundo dados de 2005, 65,4% dos idosos brasileiros são chefes e sustentam as famílias.

Por disposição ou necessidade tem crescido a participação ativa dos idosos no mercado de trabalho. Alcançar a aposentadoria pode significar algo ruim e gerar impactos negativos para muitas pessoas. “O momento da aposentadoria não se restringe, portanto, ao encerramento de um ciclo, mas pode apontar para possibilidades fecundas de transformação” (Adler, 1999).

Assim, como empreendedores, destacamos nosso projeto como viável, pois tem potencial de crescimento. Sua criação traz à sociedade benefícios, gerando oportunidades, além de estar comprometido com a sustentabilidade.

1.4. Hipótese

Com base na problemática encontrada no mercado de entretenimento, que apesar de oferecer um serviço, deixa lacunas as quais podem ser preenchidas com um olhar empreendedor diferenciado. Esse olhar norteia nossa hipótese o qual centraliza suas ações com objetivo de suprir as necessidades existentes. Com base nelas, identificamos a falta de serviços que promovam diversão, saúde e bem-estar ao público-alvo.

Mesmo com a realização de pesquisas, contamos com uma hipótese negativa, a não aceitação por parte dos mesmos, a qual envolve vários fatores, sejam eles sociais, culturais e econômicos.

2. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

2.1. Conceito do Negócio

A “Happy Day”, através dos seus serviços, visa levar a felicidade e o bem-estar à melhor idade, para evitar que a vida se torne uma constante rotina. Em sua logomarca predomina a cor amarela, a qual estimula a energia, proporciona felicidade e estimula o otimismo e a esperança.

Ilustração 1. Logomarca Happy Day Entretenimento



A intenção é que os clientes se sintam acolhidos, otimistas e satisfeitos, buscando conquistá-los demonstrando real transparência e responsabilidade social, as quais geram grandes frutos. Os serviços serão oferecidos nos dois mais agradáveis espaços da região metropolitana, sendo o “Buffet JJ Eventos”, em Carapicuíba, e o sítio “Santa Rita de Cássia”, em Barueri. Disponibilizaremos no nosso site rotas alternativas e

linhas de transportes públicos para que o cliente chegue até estes locais com segurança.

2.2. História

A “Happy Day Entretenimento” nasceu em agosto de 2014 através da amizade entre quatro amigos estudantes da Escola Técnica Estadual (Etec) e do sonho em comum de ter o próprio negócio.

A princípio a intenção era de montar um buffet, porém notamos que havia uma carência na oferta de serviços que entretencem os idosos. O bem-estar e a diversão são fatores essenciais ao pensar nos idosos contemporâneos e no que seremos amanhã com o olhar voltado ao futuro.

O curso de Administração ofertou ferramentas e conhecimentos nas suas diversas áreas. Através delas, foi encontrada a oportunidade de ingressar nesse segmento.

Ilustração 2. Os quatro amigos estudantes da Etec Carapicuíba



2.3. Missão, Visão e Valores

2.3.1. Missão

Atender as expectativas do cliente ao oferecer espontaneidade e habilidades, os quais proporcionam saúde, bem-estar e vigor.

2.3.2. Visão

Ser referência em serviços inovadores de entretenimento à terceira idade na região metropolitana de São Paulo.

2.3.3. Valores

- Dedicção e Foco;
- Ética e Transparência;
- Valorização de clientes e colaboradores;
- Responsabilidade Social.

2.4. Localização/Fachada

Nosso escritório situa-se à Rua Minas Bogasian, 252, Centro, Osasco – SP, CEP 06016-000. Local de fácil acesso, à 700 metros da estação Osasco (CPTM), próximo de shoppings, hospitais, terminais de ônibus e avenidas importantes da cidade.

Ilustração 3. Localização do Escritório

Google Maps

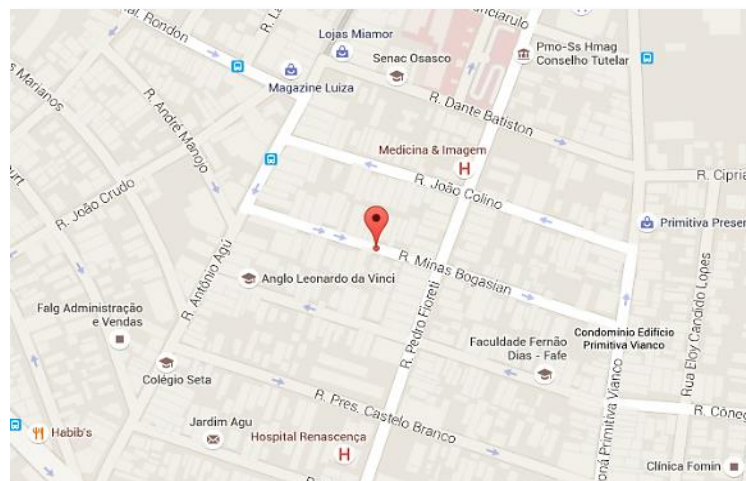
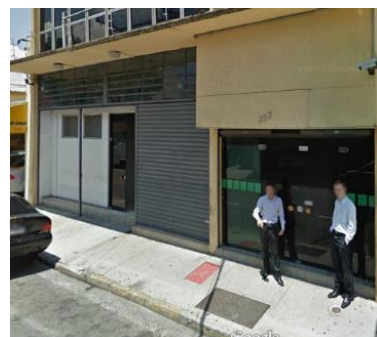


Ilustração 4. Edifício Comercial



Ilustração 5. Edifício Comercial com segurança



O edifício conta com uma estrutura de acordo com a Lei Nº 10.098, de acessibilidade. A fachada de entrada do escritório é azul. Estamos localizados no térreo.

Uma placa de vidro moderna anexada na parede indica o local e apresenta informações básicas sobre o empreendimento, como nome e meios para contato.

Ilustração 6. Corredor com Sala Comercial



Todas as salas comerciais possuem uma placa desenvolvida pela equipe administrativa do edifício sem nenhum custo. Seus benefícios são a fácil identificação e a divulgação do serviço.

Ilustração 7. Placa com informações básicas da Happy Day



2.5. Plantas Baixas do Escritório

Ilustração 8. Planta Baixa



Ilustração 9. Planta Baixa Mobiliada



2.6. Layout

O único andar abriga a recepção, a sala de armazenamento de materiais, a cozinha, toailete masculino e feminino e a sala de reunião. Todos os espaços são agradáveis e oferecem suporte para idosos e cadeirantes.

Ilustração 10. Layout 1



Ilustração 11. Layout 2



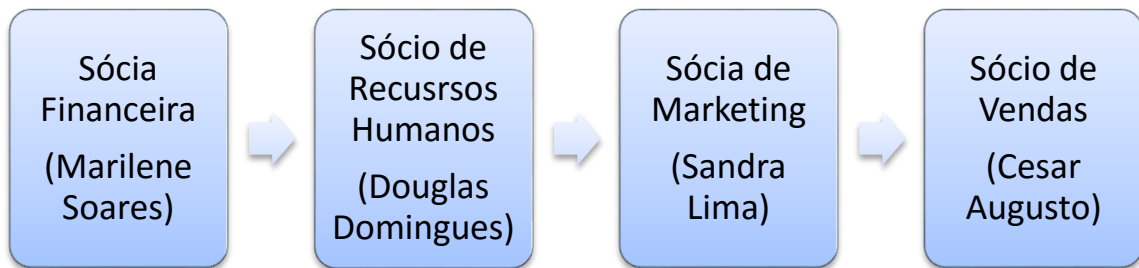
O cliente será recebido na recepção, onde há confortáveis assentos, ar-condicionado e café. Para melhor compreender nossos serviços, o convidaremos para deslocar-se até a sala de reunião, a qual é equipada com uma ampla mesa e equipamentos de mídia modernos.

3. GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

3.1. Organograma Funcional

Esquema hierárquico da composição profissional da empresa, composta pelas áreas de atuação de cada colaborador dentro da organização.

Ilustração 12. Organograma Funcional



3.2. Equipe de Gestão

Tabela 1. Quadro de Colaboradores

| Quadro de Colaboradores | | |
|-------------------------|----------------------------|-------------------|
| Departamento | Setor | Gestor |
| Financeiro | Contábil/Fiscal/Tesouraria | Marilene Soares |
| Marketing | Publicidade | Sandra Lima |
| Vendas | Comercial | Cesar Augusto |
| Recursos Humanos | Departamento de Pessoal | Douglas Domingues |

3.3. Descrição e Responsabilidade dos Cargos

3.3.1. Financeiro

✓ **Missão do cargo**

Coordenar as atividades de contas a pagar e a receber, visando assegurar o cumprimento das obrigações financeiras e recebimento dos créditos da empresa.

✓ **Responsabilidades**

Supervisionar as atividades de contas a pagar, e tesouraria, visando assegurar o cumprimento de todas as obrigações financeiras da empresa. Supervisionar as atividades de contas a receber, visando assegurar que todos os créditos da empresa sejam recebidos em tempo hábil;

Preparar previsões de caixa, visando detectar necessidades de captação ou aplicação de recursos;

Acompanhar e analisar o comportamento do mercado financeiro, visando subsidiar decisões relacionadas com captação ou aplicação de recursos;

Captar recursos financeiros no mercado, buscando as melhores formas e taxas de juros, visando atender a necessidades da empresa;

Negociar despesas bancárias, seguros de veículos e outras tarifas bancárias, buscando minimizar os custos dessas transações;

Verificar a exatidão de toda a documentação relativa a pagamentos, conforme as normas e procedimentos estabelecidos;

Controlar os contratos de prestação de serviços, leasing, aluguel, e financiamentos de longo prazo, para a liberação dos pagamentos nos prazos estabelecidos;

Preparar o fluxo de caixa diário e semanal;

Controlar a posição de débitos de clientes para liberação de novos pedidos de compra;

Preparar relatório sobre posição de clientes inadimplentes, contatando os representantes para solução de pendências.

3.3.2. Marketing

✓ **Missão do Cargo**

Estratégias e planos de ação para atingir as metas de comunicação e marketing da empresa

✓ **Responsabilidades**

Responsável por elaborar análises e acompanhar planos de ação de marketing. Desenvolve e coordenar atividades administrativas da área de Marketing, executando processos e rotinas, visando o atendimento das necessidades de promoção e divulgação de produtos, serviços e imagem da empresa, participar de comissões e grupos de trabalho envolvendo atividades de Marketing, tais como: pesquisas e padronização de propostas, a fim de programar melhorias em geral e específicas da área, obter orçamentos de subfornecedores, desenvolvendo as negociações, analisando propostas e qualidade de materiais, com objetivo de comprar produtos e serviços, atender clientes, prestando informações sobre produtos e atividades da

empresa, com a finalidade de sanar dúvidas e zelar pela satisfação dos clientes, efetuar pesquisas de mercado, construir ferramentas, tais como questionários e entrevistas para conhecer os desejos e as necessidades do público, acompanhamento e auditoria do trabalho de campo, além de tabulação e análise dos resultados, divulgar o lema e os produtos que representa, junto de jornalistas e outros, organizar eventos que atraiam o interesse dos consumidores, conhecer os procedimentos, instruções e normas dos Sistemas da Qualidade, buscando praticá-las no dia-a-dia, visando promover o consumo de produtos ou utilização dos serviços oferecidos pela empresa desenvolver sobre planos de ação de marketing.

3.3.3. Vendas

✓ **Missão do Cargo**

O Vendedor por ser o responsável por executar atividades relacionadas à venda de produtos ou serviços se relaciona com toda a área de Vendas e Marketing.

✓ **Responsabilidades**

O Vendedor é o profissional responsável por executar atividades relacionadas à venda de produtos ou serviços. É responsável pelas vendas, pela negociação do preço do produto ou serviço vendido, negociação do prazo, das condições de pagamento e dos descontos da venda. Está sob as responsabilidades de um Vendedor demonstrar os produtos, avaliar o perfil dos clientes e fechar contratos de vendas, orientar, informar, entender o produto ou serviço, analisar os dados do público-alvo, para elaborar assim uma estratégia de venda, organizar uma agenda de principais clientes, organizar pedidos negociar prazos e condições de pagamentos, além de possíveis descontos ou pacotes promocionais que podem ser oferecidos. Para que o profissional tenha um bom desempenho como Vendedor é essencial que tenha capacidade de se comunicar com as pessoas, ter paciência, responsabilidade, honestidade, simpatia flexibilidade, agilidade, raciocínio rápido, capacidade de comunicação e visão de projeto.

3.3.4. Recursos Humanos

✓ **Missão do Cargo**

Planejar e coordenar as atividades da área de Recursos Humanos; Coordenar e executar atividades de treinamento e desenvolvimento de pessoal, visando contribuir

para a manutenção de um quadro de profissionais e que atendam às necessidades de crescimento e desenvolvimento da empresa.

✓ **Responsabilidades**

Confecção da folha de pagamento da instituição e seus devidos reflexos; Manter a distribuição adequada do quadro de pessoal da instituição;

Participar de reuniões administrativas;

Acompanhar sistematicamente e analisar a legislação trabalhista e previdenciária, fazendo as recomendações para a formulação das políticas da instituição na área de Gestão de Pessoas, visando a redução dos conflitos nas relações de trabalho, cumprindo plenamente a Legislação Trabalhista;

Atividades do departamento pessoal, recrutamento e seleção, treinamentos, cargos e salários;

Contribuir para a manutenção da satisfação e motivação dos recursos humanos;

Elaborar anúncios de recrutamento para os meios de comunicações;

Propor e implementar programas de treinamento e desenvolvimento pessoal;

Aplicar a avaliação de eficácia de treinamento;

Coordenar o processo de integração do novo funcionário à instituição;

Analisar, implantar e realizar políticas e procedimentos de recrutamento e pré-seleção por meio de processos seletivos internos e/ou externos;

Realizar entrevista de admissão, acompanhamento e desligamento dos funcionários, coletando informações para elaboração de gráficos gerenciais;

Analisar os casos de alterações de cargos, promoções, transferências, demissões e outros tipos de movimentação de pessoal, observando as normas e procedimentos aplicáveis, visando contribuir para a tomada de decisões nesses assuntos;

Analisar as solicitações de treinamentos por setores, visando controlar verbas disponíveis e a necessidade dos mesmos;

Realizar pesquisas sobre as tendências de mercado na área de remuneração e benefícios, visando subsidiar as definições das políticas de remuneração da instituição.

3.4. Contratação de Pessoal

É o processo pelo qual buscaremos nossos futuros profissionais. Nosso objetivo é

se estabilizar no mercado para que em 2018 possamos realizar a contratação de pessoal para o escritório e no monitoramento dos eventos.

3.4.1. Mercado Externo

Disponibilizaremos o cadastramento de currículos através do nosso site www.novahappydayentretenimento.com.br, e quando necessário, divulgaremos vagas através de consultorias em RH, cartazes em escolas técnicas, anúncios em jornais e internet.

No nosso escritório, a seleção de funcionários passará por triagem, entrevistas e dinâmicas de grupo conforme a vaga oferecida.

3.4.2. Procedimentos para Admissão

Para se formalizar a admissão do empregado, a Happy Day irá solicitar ao colaborador a apresentação de alguns documentos que terá como finalidade, além de sua identificação, possibilitar o correto desempenho das obrigações trabalhistas, não só em relação ao próprio colaborador, mas também nas relações da empresa com a fiscalização do Ministério do Trabalho e Emprego – MTE.

3.4.2.1. Documentação necessária para admissão do colaborador

- ✓ Ficha de Admissão;
- ✓ Ficha de solicitação para vale transporte;
- ✓ Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS) e cópia das páginas de foto e dados pessoais, último registro e contribuição sindical;
- ✓ Cartão de inscrição no PIS/PASEP;
- ✓ Cédula de Identidade (RG);
- ✓ Cadastro de Pessoa Física (CPF);
- ✓ Título de Eleitor;
- ✓ Certificado de reservista ou prova de alistamento no serviço militar (para o candidato do sexo masculino);
- ✓ Ficha ou Protocolo (original e cópia) da abertura de conta (corrente ou poupança);
- ✓ Menor Estudante (declaração da escola que confirme estar frequentando algum curso);

- ✓ Certificado (s) de curso (s) realizado (s);
- ✓ Cópia do Histórico escolar;
- ✓ Atestado de Saúde Ocupacional – ASO;
- ✓ 2 Fotos 3x4;
- ✓ Certidão de Casamento (se for casado) ou Nascimento;
- ✓ Certidão de filhos menores de 14 anos ou inválidos de qualquer idade, necessária para pagamento do salário família;
- ✓ Certidão nascimento p/ maiores de 18 a 21 anos p/ dedução IRRF, juntamente com comprovante de frequência curso superior;
- ✓ Caderneta de Vacinação e comprovante escolar: até seis anos de idade caderneta de vacinação, e a partir de sete anos de idade, comprovante semestral de frequência escolar para pagamento do salário família;
- ✓ Comprovante de endereço.

3.5. Orientação e Integração de Novos Funcionários

Apresentação das noções básicas para um trabalho tranquilo em favor do desempenho e desenvolvimento profissional e contribuindo, de modo consciente, para segurança e progresso:

- A missão e os objetivos básicos;
- Código de ética e conduta;
- A estrutura organizacional (o que cada departamento ou setor faz);
- Dias dos pagamentos salariais;
- Benefícios sociais oferecidos;
- Horário de trabalho;
- Segurança do Trabalho;
- Ordem e Limpeza;
- Regras e procedimentos;
- Programa de Ergonomia.

3.6. Incentivos Salariais e Benefícios Sociais

3.6.1. Remuneração Básica

Piso salarial conforme convenção sindical.

3.6.2. Incentivo Salarial

Gratificação por metas alcançadas, participação nos Lucros (PL), promoção de cargo.

3.6.3. Incentivo por Desempenho

Descontos em peças de teatros, parques de diversão, livrarias, escola de idiomas, academia, através de parcerias realizadas pela empresa.

3.7. Benefícios Legais

- ✓ Vale transporte - o desconto permitido por lei é de seis por cento do valor do salário (Lei 7.418/85- CLT)
- ✓ Vale refeição
- ✓ Férias

Todo colaborador terá direito a férias após doze meses de contratação, sendo o período de gozo informado pelo líder imediato, nos onze meses subsequentes ao vencimento do período aquisitivo. Há a opção de recebimento de cinquenta por cento do décimo terceiro salário, com exceção de férias gozadas nos meses de janeiro, novembro e dezembro.

O agendamento das férias deve ser feito com prazo mínimo de trinta dias e o valor correspondente será creditado em conta corrente em dois dias antes do gozo.

O direito às férias será proporcional ao número de horas trabalhadas ao mês segundo CLT artigo 7º, inciso XVII.

Todas as férias injustificadas ocorridas no período aquisitivo serão consideradas para apurarmos a quantidade de dias que o colaborador fará jus:

Tabela 2. Quadro referente às faltas no ano

| Quantidade de Faltas no Ano | Número de Dias Descontados |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| De 0 a 5 | 0 |
| De 6 a 14 | 6 |
| De 15 a 23 | 12 |
| De 24 a 32 | 18 |
| Acima de 32 | Não tem direito a férias |

13º Salário:

É calculado proporcionalmente aos meses trabalhados em ano corrente, numa escala de 1/12 por mês, sendo necessário trabalhar 15 dias em cada mês. Pode ser pago em uma ou duas parcelas:

Em uma - Até o dia 20 de dezembro; Em duas – A primeira parcela pode ser paga nas férias, ou até dia 30 de novembro; a segunda parcela até o dia 20 de dezembro.

Observação: A opção de recebimento deve ser comunicada previamente ao departamento de RH até 30 dias de antecedência.

FGTS:

Será recolhido mensalmente o valor de oito por cento sobre a remuneração do empregado e depositado em conta vinculada (CEF) em nome do empregado (Art.1º Lei nº5. 107/66).

PIS:

A empresa irá verificar, na CTPS, na parte de “Anotações Gerais”, registro no cadastramento do PIS. Na falta dessa anotação e não tendo o empregado apresentado o documento que comprove o cadastramento, a empresa deverá cadastrá-lo.

Tem direito ao abono anual pago pela CFE os empregados que, além de contribuírem a pelo menos cinco anos consecutivo, recebam mensalmente quantia inferior a dois salários mínimos.

3.8. Treinamento e Desenvolvimento de Pessoas

De acordo com cada cargo e função, a empresa disponibilizará todo treinamento necessário ao colaborador, e de tempos e tempos, serão oferecidos cursos de aperfeiçoamento e reciclagem e palestras dentro do campo organizacional.

3.9. Higiene, Segurança e Qualidade de Vida no Trabalho

3.9.1.Higiene

- ✓ Equipamentos adequados às características humanas;
- ✓ Mesas e instalações ajustadas ao tamanho das pessoas;

- ✓ Iluminação (luminosidade adequada ao ambiente de trabalho);
- ✓ Ventilação (remoção de gases, fumaça e odores desagradáveis, bem como afastamento de possíveis fumantes);
- ✓ Temperatura (manutenção de níveis adequados de temperatura);
- ✓ Conforto (ambiente agradável e aconchegante).

3.9.2. Segurança do Trabalho

A Segurança no trabalho irá atuar na prevenção de acidentes:

- ✓ Orientações aos colaboradores,
- ✓ Inspecionar e analisar os riscos existentes nos locais de trabalho
- ✓ Treinamento da Brigada de Combate a Incêndio.

3.9.3. Qualidade de Vida no Trabalho

Ao lado da higiene e segurança do ponto de vista físico e ambiental existe o lado do bem-estar psicológico e social:

- ✓ A satisfação com o trabalho executado;
- ✓ As possibilidades de futuro na organização;
- ✓ O reconhecimento pelos resultados alcançados;
- ✓ O relacionamento humano dentro da equipe e da organização;
- ✓ Ambiente psicológico e físico de trabalho;
- ✓ As possibilidades de estar engajado e de participar ativamente.

3.10. Comunicação Interna

Os meios de comunicação utilizados pela organização, como quadro de avisos e e-mail institucional, terão como objetivo de manter a eficácia da mesma.

3.11. Requisitos Mínimos Exigidos para Cada Cargo

3.11.1. Financeiro - Tesouraria

Requisitos

Ensino Técnico completo em Administração, Contabilidade ou Economia;

Conhecimentos avançados no pacote Office, rotinas financeiras e noções de contabilidade.

3.11.2. Marketing

Requisitos

Ensino Técnico em Administração e cursos na área de Marketing;
Conhecimentos em desenvolvimento em novos negócios, pesquisa de mercado, planejamento estratégico.

3.11.3. Recursos Humanos

Requisitos

Ensino Superior completo em Recursos Humanos e/ou Psicologia ou cursos equivalentes;
Conhecimentos avançados no pacote Office e técnicas de recrutamento, seleção e treinamento.

3.11.4. Vendas - Assistente

Requisitos

Ensino Técnico em Administração;
Conhecimentos em pacote Office e noções em técnicas de vendas.

3.12. Código de Ética e Conduta

I - OBJETIVO

Estabelecer os princípios éticos e normas de conduta que devem orientar as relações internas e externas independente das suas atribuições e responsabilidades.

A Filosofia da Happy Day é pautada na Carta de Valores, definida em consenso por toda a equipe, que fundamenta toda tomada de decisão e condutas da empresa.

II - CARTA DE VALORES

Amor - Dar o melhor de si sem esperar nada em troca.

União – Soma de esforços para um objetivo comum.

Respeito - Considerar a individualidade, preservando a sua dignidade.

Humildade - Reconhecer seus erros, saber ouvir e aprender com o próximo.

Honestidade - Ser transparente e justo com os colaboradores e clientes honrando nossos compromissos.

Comprometimento - Assumir o honrar os compromissos com bom senso comprometendo-se em buscar o melhor resultado.

III - NOSSO PROPÓSITO

Relacionar-se com clientes éticos e leais, através da confiança, atendimento único e projetos de melhor custo benefício por meio de uma equipe inovadora e comprometida.

IV – POLÍTICA DE TRABALHO

Para atender plenamente nossos propósitos o diferencial da nossa equipe é fundamental. Acreditamos que pessoas comprometidas, proativas e com valores virtuosos, são capazes de produzir resultados extraordinários. Assim nos empenhamos em construir um ambiente de trabalho saudável, onde as pessoas sintam-se a vontade para criar e trabalhar em equipe. Combinamos autonomia com responsabilidade para que as metas sejam alcançadas.

Tratamento Humano

Um dos nossos principais valores é o Respeito. Na Happy Day entendemos que as pessoas são diferentes e consideramos essa individualidade. Não admitimos maus tratos, como xingamentos, gritos, humilhação, ou qualquer outra atitude que deixe o colaborador constrangido.

Não-discriminação

Acreditamos na essência das pessoas, independentemente de sua cor, religião, partido político, nacionalidade, idade, preferência sexual, estado civil, deficiência mental ou física. Tratamos a todos com igualdade.

V - PRINCÍPIOS ÉTICOS

Cabe a todos zelar pela conservação dos ativos da Happy Day, que compreendem instalações, equipamentos, móveis e outros. Não é permitido utilizar equipamentos e outros bens da Happy Day para uso particular, salvo com

autorização expressa de pessoa autorizada. Visando o bem-estar e segurança não serão permitidos, no ambiente de trabalho, a posse e/ou o consumo de drogas ilícitas, álcool e o porte de armas.

A Happy Day tratará todos os assuntos com sigilo e confidencialidade.

VI - VIOLAÇÕES

Este código é de cumprimento obrigatório por parte de todos os colaboradores em todas as circunstâncias.

O colaborador que violar uma conduta, prática ou política da Happy Day, está sujeito à ação disciplinar. O colaborador que tiver conhecimento da violação de qualquer aspecto deste Código, deverá levar tal fato ao conhecimento de um dos membros do Comitê de Ética.

VII - COMITÊ DE ÉTICA

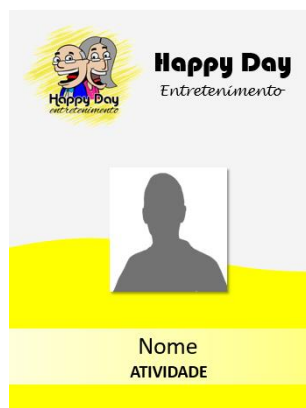
A Happy Day tem um Comitê de Ética, ao qual caberá julgar os casos de violação de maior gravidade deste Código e impor as sanções disciplinares cabíveis, bem como deliberar sobre o esclarecimento de dúvidas. O Comitê de Ética será composto pelos 4 (quatro) membros da empresa.

O Comitê de Ética poderá ser convocado por qualquer membro do Comitê, e das suas reuniões lavrar-se-ão atas.

3.13. Modelo de Crachá - Identificação

Modelo criado pela própria equipe **Happy Day Entretenimento**. O uso deve ocorrer nos locais dos eventos e no escritório para identificação dos colaboradores.

Ilustração 13. Modelo de Crachá



4. LOGÍSTICA DA EMPRESA

4.1. Layout do Escritório

Os colaboradores estarão alocados na sala comercial de forma estratégica para o atendimento de seus clientes, contando com a distribuição dos colaboradores feita da seguinte maneira:

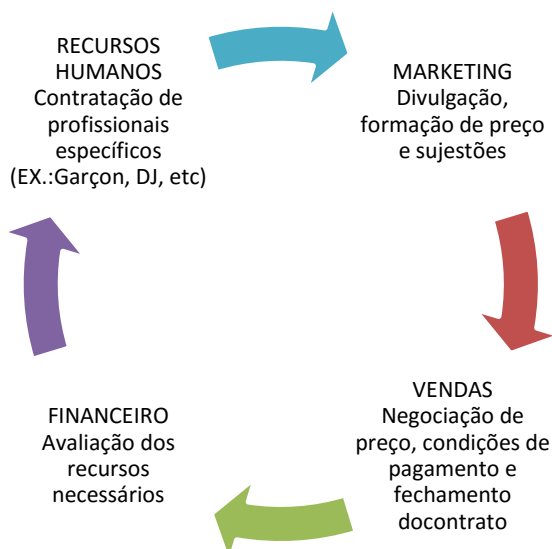
- ✓ Dois ficarão na recepção e dois na sala de reunião.

4.2. Controle do Estoque

A princípio nos limitares ao fechamento de quatro contratos mensais. Controle dos serviços através de planilhas e agendas. Torna-se tarefa do Departamento Financeiro a verificação dos recursos necessários para a execução do evento, bem como recebimentos e pagamentos dos vencimentos. Vendas: ofertando e demonstrando os serviços e fechando o contrato com o cliente. Marketing: promovendo a divulgação da marca e dos serviços da Happy Day, fazendo pesquisas que apontem as tendências do mercado.

4.3. Ciclo de Produção Detalhado

Ilustração 14. Ciclo de Produção Detalhado



4.4. Normas de Segurança e Medicina no Trabalho

Conforme o capítulo V da CLT com denominação determinada da Lei n. 6514/77, condiz o art. 154. A observância, em todos os locais de trabalho, do disposto neste Capítulo, não desobriga as empresas do cumprimento de outras disposições que, com relação à matéria, sejam incluídas em códigos de obras ou regulamentos sanitários dos Estados e Municípios em que se situem os respectivos estabelecimentos de convenções coletivas de trabalho.

NR 17 – ERGONOMIA: Esta Norma Regulamentadora visa a estabelecer parâmetros que permitam a adaptação das condições de trabalho às características psicofisiológicas dos trabalhadores, de modo a proporcionar um máximo de conforto, segurança e desempenho eficiente.

- ✓ Mobiliário dos postos de trabalho.
- ✓ Sempre que o trabalho puder ser executado na posição sentada, o posto de trabalho deve ser planejado ou adaptado para esta posição.
- ✓ Para trabalho manual sentado ou que tenha de ser feito em pé, as bancadas, mesas, escrivaninhas e os painéis devem proporcionar ao trabalhador condições de boa postura, visualização e operação e devem atender aos seguintes requisitos mínimos:
 - a) ter altura e características da superfície de trabalho compatíveis com o tipo de atividade, com a distância requerida dos olhos ao campo de trabalho e com a altura do assento;
 - b) ter área de trabalho de fácil alcance e visualização pelo trabalhador;
 - c) ter características dimensionais que possibilitem posicionamento e movimentação adequados dos segmentos corporais.
 - ✓ Para trabalho que necessite também da utilização dos pés, além dos requisitos estabelecidos no subitem 17.3.2, os pedais e demais comandos para acionamento pelos pés devem ter posicionamento e dimensões que possibilitem fácil alcance, bem como ângulos adequados entre as diversas partes do corpo do trabalhador, em função das características e peculiaridades do trabalho a ser executado.
 - ✓ Os assentos utilizados nos postos de trabalho devem atender aos seguintes requisitos mínimos de conforto:
 - a) altura ajustável à estatura do trabalhador e à natureza da função exercida;

- b) características de pouca ou nenhuma conformação na base do assento;
- c) borda frontal arredondada;
- d) encosto com forma levemente adaptada ao corpo para proteção da região lombar.

Para as atividades em que os trabalhos devam ser realizados sentados, a partir da análise ergonômica do trabalho, poderá ser exigido suporte para os pés, que se adapte ao comprimento da perna do trabalhador.

Equipamentos dos postos de trabalho.

Nas atividades que envolvam leitura de documentos para digitação, datilografia ou mecanografia deve:

a) ser fornecido suporte adequado para documentos que possa ser ajustado proporcionando boa postura, visualização e operação, evitando movimentação frequente do pescoço e fadiga visual;

b) ser utilizado documento de fácil legibilidade sempre que possível, sendo vedada a utilização do papel brilhante, ou de qualquer outro tipo que provoque ofuscamento.

- ✓ Condições ambientais de trabalho.
- ✓ As condições ambientais de trabalho devem estar adequadas às características psicofisiológicas dos trabalhadores e à natureza do trabalho a ser executado.
- ✓ Nos locais de trabalho onde são executadas atividades que exijam solicitação intelectual e atenção constantes, tais como: salas de controle, laboratórios, escritórios, salas de desenvolvimento ou análise de projetos, dentre outros, são recomendadas as seguintes condições de conforto:

a) níveis de ruído de acordo com o estabelecido na NBR 10152, norma brasileira registrada no INMETRO;

b) índice de temperatura efetiva entre 20oC (vinte) e 23oC (vinte e três graus centígrados);

c) velocidade do ar não superior a 0,75m/s;

d) umidade relativa do ar não inferior a 40 (quarenta) por cento.

a) ser fornecido suporte adequado para documentos que possa ser ajustado proporcionando boa postura, visualização e operação, evitando movimentação frequente do pescoço e fadiga visual;

b) ser utilizado documento de fácil legibilidade sempre que possível, sendo vedada a utilização do papel brilhante, ou de qualquer outro tipo que provoque ofuscamento.

- ✓ Condições ambientais de trabalho.
- ✓ As condições ambientais de trabalho devem estar adequadas às características psicofisiológicas dos trabalhadores e à natureza do trabalho a ser executado.
- ✓ Nos locais de trabalho onde são executadas atividades que exijam solicitação intelectual e atenção constantes, tais como: salas de controle, laboratórios, escritórios, salas de desenvolvimento ou análise de projetos, dentre outros, são recomendadas as seguintes condições de conforto:

a) níveis de ruído de acordo com o estabelecido na NBR 10152, norma brasileira registrada no INMETRO;

b) índice de temperatura efetiva entre 20oC (vinte) e 23oC (vinte e três graus centígrados);

c) velocidade do ar não superior a 0,75m/s;

d) umidade relativa do ar não inferior a 40 (quarenta) por cento.

4.5. Entradas e Saídas

Toda compra de materiais, sejam eles para uso interno (como materiais de escritório, de limpeza, móveis, equipamentos, etc) ou para uso externo (contratações de serviços, enfeites, fantasias, máscaras, chapéus, etc), é analisada cuidadosamente para que não haja nem falta e nem desperdício. Sendo esta analisada pelo Departamento Financeiro, Marketing e Recursos Humanos).

A venda dos serviços é elaborada de maneira que os preços e as condições de pagamento seja justo, competitivos e atrativo.

5. PLANO DE MARKETING

5.1. Análise de Mercado

Até 2017 o mercado de entretenimento deve chegar aos 71 bilhões de dólares no Brasil. Essa previsão, somada ao momento de visibilidade internacional alcançado pelo país por sediar eventos de grande porte como a Copa do Mundo da FIFA de 2014, trazem boas perspectivas para os negócios. A indústria do entretenimento caracteriza-se pela venda de diversão, arte e cultura e envolve diversas atividades que compõem o segmento de Economia Criativa, como música, teatro, televisão, cinema e games, por exemplo. Neste mercado, entre as áreas mais promissoras no cenário nacional estão atividades que envolvem acesso à internet, publicidade e programas de TV que são responsáveis por 60% da receita do setor de entretenimento no Brasil. Para empreendedores e pequenos empresários esses fatores representam uma oportunidade de alavancar os negócios.

Hoje estamos passando por uma crise econômica no país, que está causando muita preocupação a toda parcela da população, sejam empregados e empresários. Os motivos que levaram a atual situação econômica do Brasil são muitos, uma delas é a falta de planejamento e investimentos.

O setor da terceira idade vem crescendo muito no mercado, a uma mudança no padrão de qualidade de vida, destaca a economista – chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti. “Os mais velhos estão gastando mais e têm mais facilidade de tomar empréstimos consignado”.

Como em todo momento de incerteza, uma certa dose de pânico se confunde com a frieza dos números e por isso é importante termos uma visão real do que está acontecendo, pois ao contrário do que muita gente imagina, momentos de crise podem ser épocas de grandes oportunidades de negócios.

5.1.1. Pesquisa de Mercado

A pesquisa de mercado tem o intuito de esclarecer possíveis incógnitas entre clientes/empresa e descobrir a aceitação de nossa empresa perante a população.

Visamos também solucionar possíveis falhas e fazer um relacionamento satisfatório de informações para trazer o melhor de nosso serviço aos nossos clientes.

A seguinte pesquisa foi realizada nos municípios de Barueri, Carapicuíba e Osasco, nossas áreas de atuação. Cento e cinquenta (150) pessoas a responderam.

Ilustração 15. Questões da Pesquisa de Mercado

PESQUISA DE MERCADO
HAPPY DAY ENTRETENIMENTO

1. Gênero
 Feminino Masculino Outro

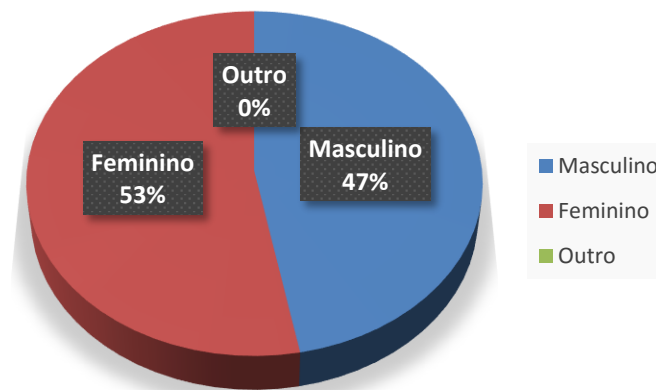
2. Você conhece alguma empresa que ofereça serviço de entretenimento para a terceira idade?
 Sim Não

3. Contrataria esse tipo de serviço?
 Sim Não Talvez

4. Indicaria para conhecidos?
 Sim Não Talvez

Ilustração 16. Gráfico Pesquisa de Mercado: Gênero

1. Gênero

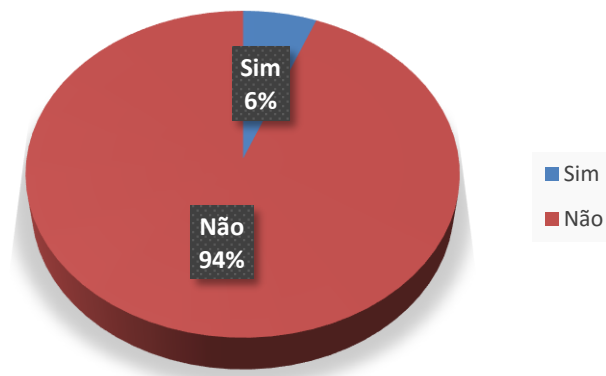


FONTE: DO PRÓPRIO AUTOR, 2015

O público feminino se destacou durante a pesquisa, obtendo-se 53% entrevistadas, em média de 79. O masculino gerou 47%, em média de 71, e outros 0%. Tal fato nos gerou resultados positivos, pois pesquisas recentes apontam que as mulheres, principalmente da melhor idade, passaram a investir ainda mais na oferta de entretenimento.

Ilustração 17. Gráfico Pesquisa de Mercado: Conhecimento do Serviço

2. Conhecimento de Empresas que oferecem o Serviço

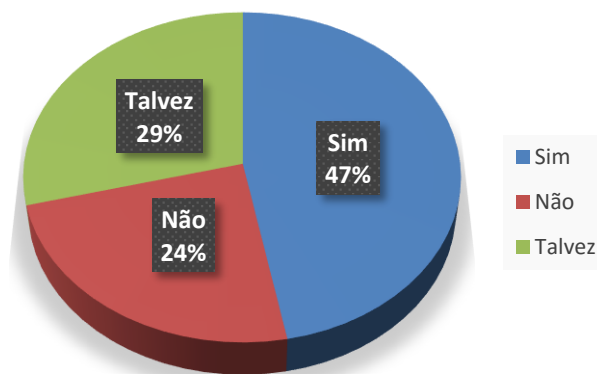


FONTE: DO PRÓPRIO AUTOR, 2015

94%, em média de 141 dos entrevistados, não conhecem empresas que oferecem serviços de entretenimento à terceira idade, porém 6% deles (nove pessoas) ouviram falar.

Ilustração 18. Gráfico Pesquisa de Mercado: Contratação do Serviço

3. Contratação do Serviço



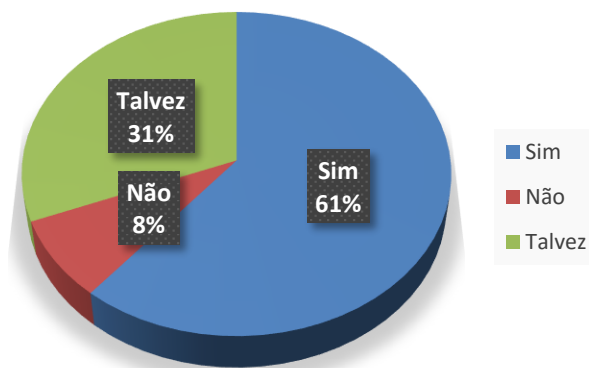
FONTE: DO PRÓPRIO AUTOR, 2015

70 (setenta) dos entrevistados contratariam nossos serviços por acharem algo inovador. Essa parcela representa uma introdução positiva no mercado de

Entretenimento. Por outro lado, os outros 53% (80 pessoas) não ou talvez contratariam, o que exige empenho maior no marketing principalmente através de redes sociais e também de outros meios para obterem conhecimento do serviço a ser oferecido.

Ilustração 19. Gráfico Pesquisa de Mercado: Indicação para Conhecidos

4. Indicação para Conhecidos



FONTE: DO PRÓPRIO AUTOR, 2015

92 (noventa e um) dos entrevistados indicariam nossos serviços para conhecidos, porém os outros 58 (cinquenta e oito) não ou talvez indicariam.

5.2. Visão Geral das Tendências Área de Atuação

Segundo pesquisa do IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), divulgada em seu site no dia 27/02/2013, os idosos brasileiros estão consumindo muito mais em produtos e serviços de tecnologia, saúde e lazer -71% dos idosos sentem-se independentes. As academias, clubes, farmácias, clínicas médicas e estéticas podem aproveitar a oportunidade para vender serviços especializados ao público, já que procuram ter uma dieta balanceada, praticam esportes ou exercícios ao menos uma vez por semana e afirmam que pagariam qualquer preço por saúde. Esses consumidores da atualidade querem adquirir produtos e serviços de tecnologia e lazer. No tocante à tecnologia deles procuram manter-se atualizados.

5.3. Segmentos de Mercado

A segmentação de mercado aumenta a precisão do marketing na empresa, facilitando a definição das estratégias no composto mercadológico. O segmento é composto por um grupo de consumidores identificados por preferências homogêneas e é de grande importância para que possamos antecipar problemas e soluções, criando serviços e definindo as melhores estratégias de atuação na empresa.

Estamos inseridos no mercado de Entretenimento na Melhor Idade: segundo IBGE, no século XX, a expectativa de vida era de 34 anos, já no século XXI, com base no censo de 2010, a expectativa de vida aumentou para 73 anos. Com isso a demanda serviços de interesse da terceira idade aumenta a cada ano e tende de aumentar muito mais, criando assim, oportunidade de negócios de sucesso para a empresa.

5.4. Mercado-Alvo

Um país de jovens de cabelos brancos: pesquisa divulgada em 2014 pelo IBGE mostra que o mito de que o Brasil é um país de jovens é coisa do passado - 15% da sua população é hoje constituída por idosos – são cerca de 32 milhões de pessoas com mais de 60 anos de idade, que colocam o País como o sexto mais envelhecido do mundo.

Além disso, pelas projeções apresentadas, o processo de envelhecimento da população brasileira tem sido bem mais rápido do que nos demais países. Para se ter uma ideia, enquanto em países como a Suécia foram necessários 80 anos para que 14% de sua população atingisse a faixa superior a 65 anos de idade, esta marca por aqui levou somente 20 anos. Entre os diversos fatores que contribuíram para isto, economistas apontam a Constituição de 1988 e o Estatuto do Idoso como os mais importantes – o primeiro, pelas mudanças que trouxe nas aposentadorias, e o segundo, pelas conquistas alcançadas.

Também vale ressaltar que a melhoria das condições de saneamento básico e dos avanços da medicina nos últimos anos foram pontos preponderantes nessa mudança de cenário populacional no país.

Houve uma mudança nos hábitos, no comportamento e nas atitudes dos que possuem mais do que 60 anos de idade. Além do mais, as rendas da aposentadoria e dos fundos de pensão tiveram um crescimento de 54% (enquanto a renda do trabalhador caiu 8,5% ao ano, em média) dados 2014.

- ✓ A maioria das pessoas acima de 60 anos de idade no Brasil é mulher;
- ✓ A renda desta faixa etária totaliza R\$ 60 bilhões ao ano (o dobro da média nacional);
- ✓ A renda média desta população é de cerca de R\$ 600,00;
- ✓ A proporção de pessoas que pertencem às classes A e B é maior do que a média nacional (38% dos idosos estão nesta classe, contra 29% do total nas regiões metropolitanas);
- ✓ 68% das pessoas neste segmento influenciam as compras em seus lares;
- ✓ 47% dos idosos auxiliam com contribuições esporádicas, mas que ajudam a melhorar o padrão de consumo da família.

O idoso de hoje não pode ser comparado, de forma alguma, a maioria dos avós de anos atrás. Primeiro, porque tratam-se de indivíduos com dinheiro suficiente para consumir, com nível de exigência e instrução alto, que acompanham a moda e desejam lazer com qualidade.

✓ **Vestuário**

A pesquisa indica ainda que, para os mais idosos, as roupas não apresentam numeração de acordo e os modelos estão dissociados da moda. Também faltam roupas adequadas para pessoas hospitalizadas. Com relação aos calçados, os idosos se mostraram desejosos de modelos iguais aos similares comercializados nas lojas especializadas, mas devem ser mais confortáveis e apresentar o mesmo custo.

✓ **Alimentação**

Os idosos brasileiros gastam, em média, 24% do que recebem com alimentação. Em relação a restaurantes, a grande maioria deveria ter rampa na entrada e barras de apoio, bem como piso antiderrapante. Além disso, há falta de lugares reservados para cadeira de rodas, pessoas especializadas para orientar na escolha da alimentação e atendimento especial.

✓ **Cuidados Pessoais**

Ainda com base na pesquisa realizada em 2014 pelo IBGE, 80% frequenta salão de beleza e barbeiro.

✓ **Lazer e Recreação**

Entre as atividades de lazer preferidas, estão a caminhada no shopping, ouvir música, viajar e academia.

✓ **Turismo**

Por possuir maior tempo livre, as pessoas com mais de 60 anos de idade são público-alvo para o turismo, podendo garantir, inclusive, a ocupação dos equipamentos e serviços turísticos na baixa estação.

No momento de montar um pacote, por exemplo, deve observar cuidados especiais na hospedagem, na alimentação e no transporte (principalmente por se tratar de um público altamente exigente).

Os hotéis devem ter piso antiderrapante, rampas, corrimões e banheiros com apoio. O serviço de check-in deve ser rápido e o estabelecimento deve ter funcionários para auxiliar no carregamento das bagagens. O cardápio deve ser leve e o hotel deve servir as três refeições. Na questão do transporte, o motorista deve estar preparado para atender esses turistas e o ônibus precisa apresentar poltronas mais confortáveis e espaçosas, banheiros adequados e escadas adaptadas para diminuir a altura do chão ao primeiro degrau na hora do embarque e desembarque dos idosos.

✓ **Finanças**

Desde que o governo permitiu a concessão de empréstimos atrelados aos pagamentos dos benefícios do INSS, essa modalidade de crédito para os aposentados não parou de crescer no Brasil: já são mais de 2 milhões de beneficiados que, juntos, contrataram R\$ 4,3 bilhões até o momento. Para se ter uma ideia do quanto a terceira idade caiu nas graças do sistema financeiro, hoje, até farmácias estão intermediando estas concessões para esse público.

Em relação ao risco de um endividamento dos aposentados, para evitar esse complicador, o Governo Federal limitou o valor dos descontos mensais a, no máximo, 10% do valor do benefício recebido. Além disso, o limite de crédito do cartão vai até duas vezes o valor do que é pago pelo INSS.

Por tudo isso, e mais o fato de ganharem ainda mais tempo para pagarem suas despesas (uma vez que o prazo entre a data da compra e o vencimento da fatura pode

chegar a 40 dias), esse é um produto que está ganhando, a cada dia que passa, mais adeptos entre as pessoas da terceira idade.

Por outro lado, os idosos "experientes" da classe C, nosso público-alvo, gastaram R\$ 274 bilhões, mais que os jovens "promissores", os quais consumiram R\$ 230,8 bilhões.

5.5. Análise Competitiva

5.5.1. Análise Competitiva do Negócio

Oferecer entretenimento para a terceira idade com bailes temáticos, campeonatos de jogos de tabuleiro, dominó e baralho, os quais estimulam os sentidos, promovem a integração e a coordenação motora.

5.5.2. Análise Swot

Fatores Externos

Forças

- Serviços diversos com a preocupação de sempre estar se atualizando com o que há de novo no mercado participando de feiras voltadas ao segmento;
- Parceria com salões de festas (facilidade na questão da mão-de-obra);
- Atendimento especializado e qualificado;
- Localização de fácil acesso;
- Comprometimento da equipe.

Fraquezas

- Falta de experiência por ser uma empresa nova no mercado, ainda não se tem uma experiência significativa no ramo;
- Falta de espaço físico próprio;
- Recurso financeiro limitado;
- Marca pouco conhecida.

Oportunidades

- Como nossa empresa não possui muitos concorrentes com os serviços que vamos prestar, fica mais fácil de atrair e atender nossos clientes;
- Possibilidade de expansão para outras regiões;

- Demanda por serviço de alta qualidade;
- Aumento de procura por lazer;

Ameaças

- Com a concorrência e a inexperiência no ramo, a empresa pode ter dificuldades em se manter no mercado e de conquistar clientes por ser algo novo e desconhecido;
- Diminuição da demanda devido à crise econômica, retração da economia. A questão da crise financeira pode contribuir para uma diminuição na procura por esse tipo de serviço, onde o pode ser visto como supérfluo;
- Mudança nas necessidades dos clientes.

5.5.3. Metas e Objetivos de Marketing

Objetivo: Participação neste mercado, o qual tem crescido consideravelmente.

Meta: Alcançar até 2017 um percentual de 0,5% no mercado de entretenimento na região metropolitana de São Paulo.

Estratégia: Expandir os negócios em outra região como litoral, para qual realizaremos pesquisas de campo, distribuiremos panfletos, anunciaremos em redes sociais e também teremos parcerias com Academias e Buffets, para maior divulgação.

Objetivo: Deixar nossa marca registrada através de um serviço de qualidade.

Meta: Ter como objetivo atingir 80% de satisfação no atendimento de seus clientes até 2017.

Estratégia: Investir em cursos de Qualificação e Treinamentos, para desenvolver habilidades e melhor responder as expectativas do cliente.

Objetivo: Imóvel próprio.

Meta: Adquirir espaço para realização de eventos até 2020.

Estratégia: Determinar nossas metas e estudar as condições financeiras e o comportamento do público dos locais de interesse.

Objetivo: Ação social

Meta: Ser reconhecida como uma organização que tem como preocupação o engajo em questões de responsabilidade social.

Estratégia: Poder de forma significativa contribuir futuramente com ONGs, oferecendo um evento anual a uma instituição sem fins lucrativos com objetivo de promover uma ação social.

5.5.4. Estratégias

Nossas estratégias de marketing se devem obrigatoriamente as diretrizes ratificadas e documentadas no planejamento estratégico da empresa, que oferecerá duas orientações fundamentais para a construção de um plano coerente e consistente. Para divulgação dos nossos serviços utilizamos as seguintes ferramentas:

- ✓ Rede Social:

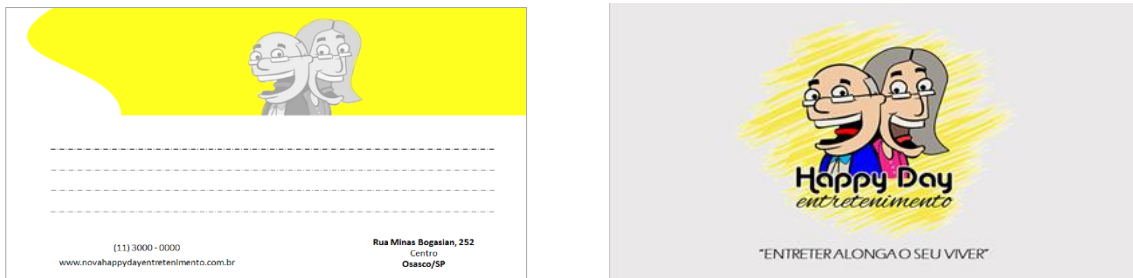
Ilustração 20. Página do Facebook



Página da **Happy Day Entretenimento** ‘disponível’ no Facebook, criada pela equipe logo após a abertura da empresa e da escolha do segmento;

✓ Banner e Cartão de Visita:

Ilustração 21. Modelo Cartão de Visita



Cartão de visita, o qual estará disponível no escritório e nos locais parceiros.

Ilustração 22. Modelo de banner

Happy Day
Entretenimento

ATENDIMENTO DIFERENCIADO

Recepção Espaço café Sala de Reunião

Escritório agradável e adaptado de acordo com a Lei Nº10.098, onde o cliente será bem recepcionado e esclarecido sobre nossos serviços.

BEM-ESTAR E DIVERSÃO

Jogos Karaoke Baile

Oferecemos bailes, festas temáticas, serestas, jogos lúdicos e karaokê à melhor idade nos mais estruturados espaços da região metropolitana de São Paulo/SP. Estes também contam com equipes de segurança e de primeiros socorros.

PARCEIROS

Buffet J Eventos Sítio São Rita de Cassia

WWW.NOVAHAPPYDAYENTRETENIMENTO.COM.BR

(11) 3000-0000 R. Minas Bogasian, 252 CEP: 06016-000
Centro, Osasco/SP

E muito mais...

Modelo de banner, que também estará disponível no nosso escritório e nos locais do evento.

- ✓ Carros de som para publicidade;
- ✓ E também através de indicação de clientes que já utilizaram nossos serviços.

Temos a preocupação de manter a fidelização dos clientes, procurando sempre prestar um excelente atendimento e execução dos nossos serviços.

5.5.5. Posicionamento

Mix de Marketing de Serviços - 8 P's

Product Elements (Elementos do Produto): Os serviços oferecidos proporcionarão bem-estar, diversão e qualidade de vida, os quais estão centrados em festas temáticas onde seus temas variam de acordo com o calendário ou conforme nossa programação e procura do cliente. Por exemplo: serestas e luau, baile dos anos 60, baile de máscara e fantasia, baile de carnaval, festa junina, além de Jogos lúdicos de tabuleiro e Karaokê. Haverá sorteios de brindes conforme classificação dos participantes 1º, 2º e 3º lugar.

Place and time (Lugar e Tempo): O atendimento ao público será feito em nosso escritório com sede na cidade de Osasco, região metropolitana de São Paulo, de segunda a sexta-feira das 09h00 às 18h00 e sábado das 09h00 às 16h00, sendo que os eventos serão realizados no “Buffet JJ Eventos” em Carapicuíba ou no “Sítio Santa Rita de Cássia”, em Barueri, com duração de 4 (quatro) horas.

Ilustração 23. Salão/Bufferet JJ Eventos em Carapicuíba/SP

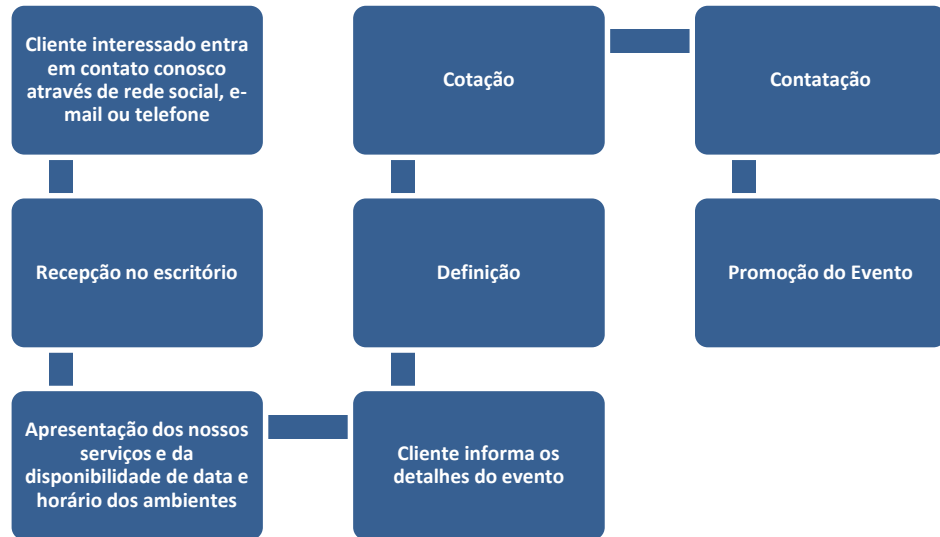


Ilustração 24. Sítio Santa Rita de Cássia em Barueri/SP



Processo (Séries de Ações)

Ilustração 23. Processo Operacional



Preço: Nossos preços são formados a partir da análise de alguns fatores como o tipo de serviço a ser contratado e o espaço o qual será realizado o evento. Trabalharemos em parceria com buffet/salão, DJ, decoração, garçom, enfermagem e segurança.

Conforme discriminado no quadro a seguir, os itens oferecidos se referem a uma festa para 150 pessoas.

Tabela 3. Tabela de Preço

| Valor | Serviços Inclusos |
|------------------|--|
| R\$ 50,00/PESSOA | Salão Decoração Enfermagem Segurança DJ Comes e Bebes Garçom |

Praça: Conforme discriminado no “Place and Time”, o atendimento ao público será feito em nosso escritório com sede na cidade de Osasco na região metropolitana de São Paulo e os eventos serão realizados nos locais designados onde mantemos parcerias.

Promoção: Para promoção de nossos serviços utilizaremos páginas de anúncios, banner, rede social, carro de som/publicidade e cartões de visita.

Produtividade e Qualidade: Baseado na nossa meta de 4 (quatro) eventos ao mês e pela procura desse tipo de serviço, identificamos que a produtividade poderá atingir nossas expectativas.

Pessoas: Terceira Idade.

5.6. Jingle

“Happy Day Entretenimento”

Letra

Cesar Augusto de Fonte
Douglas Correa Domingues
Marilene Soares Suhett
Sandra Lima de Almeida

Hoje é um dia feliz vamos celebrar
Reunir todos os amigos para comemorar
Chamar o vovô e a vovó para cantar
E todos juntos vamos nos alegrar

REFRÃO


Venha viver com a “Happy Day” que seus momentos serão inesquecíveis
Venha viver com a “Happy Day” se sente que a felicidade existe
Venha viver com a “Happy Day” e resgate a sua autoestima
Venha viver com a “Happy Day” e comece uma nova vida

FINAL

Venha viver com a “Happy Day” e resgate a sua autoestima
Venha viver com a “Happy Day” e comece uma nova vida!

5.7. Plano de Ação

Tabela 4. Plano de Ação

|  PLANO DE AÇÃO | | | | | |
|--|--|------------|----------------------------------|--|------------|
| Ação: Introdução no Mercado Responsável: Cesar Augusto Início: 03/11/2015 | | | | | |
| Atividade | Porque | Quem Fará? | Como Fará? | Onde? | Início |
| Atendimento | Para melhor atendimento | Rh | Telefone/Presencial | Escritório ou Local marcado pelo cliente | - |
| Expandir no Mercado | Atrair mais clientes | Marketing | Através de parcerias | Litoral/Interior | 10/11/2015 |
| Campanha publicitaria | Reforçar e ampliar contato com os clientes | Marketing | Através de postagens e anúncios. | Redes sociais, anúncios em jornais e revistas da cidade. | 03/11/2015 |
| Reduzir Custos | Para que não afete na lucratividade da empresa | Financeiro | Orientação para pessoal | Todos departamentos da Empresa | - |
| Qualificar colaboradores | Para que não afete no serviço prestado | Rh | Através de cursos especializados | Na empresa ou local específico para cada necessidade | - |
| Criar um alerta de qualidade | Para aprimorar nossos serviços e identificar possíveis erros | Vendas | Por meio de feedbacks | Telefone | - |

6. PLANO FINANCEIRO

No plano financeiro, será abordado o investimento total do empreendimento. Nele estão inclusos: Estimativa dos investimentos fixos, capital de giro, estimativa de faturamento mensal, estimativa do custo com depreciação, estimativa dos custos fixos e demonstrativos de resultado.

Tabela 5. Tabela de Impostos (Simples Nacional) – Lei Complementar Nº 123, de 12/2006

| Impostos | Alíquota |
|-----------|----------|
| IRPJ | 0% |
| CSLL | 1,22% |
| COFINS | 1,28% |
| PIS/PASEP | 0% |
| ISS | 2% |
| TOTAL | 4,5 |

6.1. Fontes de Receita

A origem da nossa receita é através da venda de prestação de serviço com eventos de entretenimento para idosos.

6.2. Finanças da Empresa

Tabela 6. Tabela Anual

| DESPESA ANUAL | | | | | | |
|---------------|---------------------|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| Mês | Aluguel+Cond. | Telefone | Energia Elétrica | Mat de Escr. | Mat. de Limp | TOTAL |
| Janeiro | R\$ 750,00 | R\$ 127,22 | R\$ 85,00 | R\$ 93,60 | R\$ 99,19 | R\$ 1.155,01 |
| Fevereiro | R\$ 750,00 | R\$ 129,30 | R\$ 86,55 | | | R\$ 965,85 |
| Março | R\$ 750,00 | R\$ 135,40 | R\$ 86,80 | | | R\$ 972,20 |
| Abril | R\$ 750,00 | R\$ 142,80 | R\$ 92,30 | | | R\$ 985,10 |
| Mai | R\$ 750,00 | R\$ 141,44 | R\$ 86,55 | R\$ 93,60 | R\$ 99,19 | R\$ 1.170,78 |
| Junho | R\$ 750,00 | R\$ 129,74 | R\$ 92,30 | | | R\$ 972,04 |
| Julho | R\$ 750,00 | R\$ 129,74 | R\$ 92,30 | | | R\$ 972,04 |
| Agosto | R\$ 750,00 | R\$ 133,00 | R\$ 85,00 | R\$ 93,60 | R\$ 99,19 | R\$ 1.160,79 |
| Setembro | R\$ 750,00 | R\$ 127,22 | R\$ 86,80 | | | R\$ 964,02 |
| Outubro | R\$ 750,00 | R\$ 129,74 | R\$ 92,30 | | | R\$ 972,04 |
| Novembro | R\$ 750,00 | R\$ 141,44 | R\$ 86,55 | | | R\$ 977,99 |
| Dezembro | R\$ 750,00 | R\$ 133,00 | R\$ 85,00 | R\$ 93,60 | R\$ 99,19 | R\$ 1.160,79 |
| TOTAL | R\$ 8.250,00 | R\$ 1.472,82 | R\$ 972,45 | R\$ 280,80 | R\$ 297,57 | R\$ 11.273,64 |

6.3. Capital Inicial

O capital inicial é de R\$ 23.700,00

Tabela 7. Investimento em Máquinas e Equipamentos (Custo Fixo)

| Descrição | Quantidade | Valor Unit. | Total | Depreciação |
|---------------------|------------|-------------|--------------|-------------|
| Notebook | 3 | R\$ 899,00 | R\$ 2.697,00 | R\$ 1,50 |
| Multifuncional | 1 | R\$ 377,90 | R\$ 377,90 | R\$ 0,21 |
| Aparelho Telefônico | 1 | R\$ 60,00 | R\$ 60,00 | R\$ 0,03 |
| Projeter | 1 | R\$ 389,99 | R\$ 389,99 | R\$ 0,22 |
| Total | - | - | R\$ 3.524,89 | R\$ 1,96 |

Tabela 8. Investimento em Móveis e Utensílios

| Descrição | Quantidade | Valor Unit. | Total | Depreciação |
|--------------------|------------|-------------|--------------|-------------|
| Armário | 1 | R\$ 224,91 | R\$ 224,91 | R\$ 0,12 |
| Balcão | 1 | R\$ 377,10 | R\$ 377,10 | R\$ 0,21 |
| Cadeiras | 6 | R\$ 89,99 | R\$ 539,94 | R\$ 0,30 |
| Cafeteira | 1 | R\$ 49,90 | R\$ 49,90 | R\$ 0,03 |
| Frigobar | 1 | R\$ 449,90 | R\$ 449,90 | R\$ 0,25 |
| Mesa de Escritório | 3 | R\$ 221,78 | R\$ 665,34 | R\$ 0,37 |
| Mesa de Reunião | 1 | R\$ 599,00 | R\$ 599,00 | R\$ 0,33 |
| Microondas | 1 | R\$ 237,40 | R\$ 237,40 | R\$ 0,13 |
| Sofá | 1 | R\$ 350,00 | R\$ 350,00 | R\$ 0,19 |
| Total | - | - | R\$ 3.493,49 | R\$ 1,94 |

Total Do Investimento = R\$ 8.018,38

Tabela 9. Custos Fixos

| Custos Fixos | Valor |
|---------------------|---------------------|
| Aluguel | R\$ 750,00 |
| Internet | R\$ 69,90 |
| Pró-Labore | R\$ 3.152,00 |
| Total | R\$ 3.971,90 |

Tabela 10. Despesas Operacionais

| Despesas Operacionais | |
|------------------------------|---------------------|
| Taxa de abertura da Empresa | R\$ 1.320,00 |
| Depreciação | R\$ 3,90 |
| Encargo Bancário | R\$ 22,00 |
| Encargo Social (INSS) | R\$ 346,72 |
| Marketing | R\$ 718,00 |
| Material de Expediente | R\$ 93,60 |
| Material de Limpeza | R\$ 99,19 |
| Total | R\$ 2.603,41 |

Tabela 11. Custos Variáveis

| Custos Variáveis | 1 Evento/Mês Valor p/150 Pessoas | 2 Eventos/Mês Valor p/300 Pessoas | 3 Eventos/Mês Valor p/450 Pessoas | 4 Eventos/Mês Valor p/600 Pessoas |
|-------------------------|---|--|--|--|
| Bebida | R\$ 300,00 | R\$ 600,00 | R\$ 900,00 | R\$ 1.200,00 |
| Comida | R\$ 700,00 | R\$ 1.400,00 | R\$ 2.100,00 | R\$ 2.800,00 |
| Decoração | R\$ 380,00 | R\$ 760,00 | R\$ 1.140,00 | R\$ 1.520,00 |
| DJ | R\$ 350,00 | R\$ 700,00 | R\$ 1.050,00 | R\$ 1.400,00 |
| Energia | R\$ 85,00 | R\$ 86,55 | R\$ 86,80 | R\$ 92,30 |
| Enfermagem | R\$ 200,00 | R\$ 400,00 | R\$ 600,00 | R\$ 800,00 |
| Iluminação | R\$ 300,00 | R\$ 600,00 | R\$ 900,00 | R\$ 1.200,00 |
| Salão | R\$ 1.300,00 | R\$ 2.600,00 | R\$ 3.900,00 | R\$ 5.200,00 |
| Telefone | R\$ 127,22 | R\$ 129,30 | R\$ 135,40 | R\$ 142,80 |
| Total | R\$ 3.742,22 | R\$ 7.275,85 | R\$ 10.812,20 | R\$ 14.355,10 |

Tabela 12. Despesas Operacionais

| Despesas Operacionais | |
|------------------------------|---------------------|
| Taxa de abertura da Empresa | R\$ 1.320,00 |
| Depreciação | R\$ 3,90 |
| Encargo Bancário | R\$ 22,00 |
| Encargo Social (INSS) | R\$ 346,72 |
| Marketing | R\$ 718,00 |
| Material de Expediente | R\$ 93,60 |
| Material de Limpeza | R\$ 99,19 |
| Total | R\$ 2.603,41 |

6.4. DRE – Demonstração do Resultado do Exercício e Balanço Patrimonial

Tabela 13. Demonstração de Resultado do Exercício (Jan/2016)

| DRE - DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO (Jan/2016) | |
|--|----------------------|
| Receita Operacional Bruta (ROB) | R\$ 7.500,00 |
| Impostos | R\$ 337,50 |
| Receita Operacional Líquida (ROL) | R\$ 7.162,50 |
| Custos dos Serviços Prestados (CSP) | |
| Custos Fixos | R\$ 3.971,90 |
| Custos Variáveis | R\$ 3.742,22 |
| Total dos Custos | R\$ 7.714,12 |
| Lucro Bruto | -R\$ 551,62 |
| Despesas | |
| Despesas Administrativas | R\$ 1.688,72 |
| Despesas de Marketing | R\$ 718,00 |
| Despesas de Depreciação | R\$ 3,90 |
| Material de Expediente | R\$ 93,60 |
| Material de Limpeza | R\$ 99,19 |
| Total das Despesas | R\$ 2.603,41 |
| Resultado Líquido | -R\$ 3.155,03 |

Tabela 14. Balanço Patrimonial (Jan/2016)

| Balanço Patrimonial (Jan/2016) | | | |
|---------------------------------------|----------------------|-------------------------------|----------------------|
| Ativo | | Passivo | |
| Ativo Circulante | | Passivo Circulante | |
| Caixa | R\$ 1.000,00 | Contas a Pagar | R\$ 7.018,38 |
| Banco Conta Movimento | R\$ 23.038,37 | Pró-Labore | R\$ 3.152,00 |
| | | Obrigações Fiscais | R\$ 337,50 |
| Total do Ativo Circulante | R\$ 24.038,37 | Total do Passivo Circulante | R\$ 10.507,88 |
| Ativo não Circulante | | Passivo não Circulante | |
| Ativo Permanente | | | |
| Imobilizado | | | |
| Móveis e Utensílios | R\$ 3.493,49 | Patrimônio Líquido | |
| Máquinas e Equipamentos | R\$ 3.524,89 | Capital | R\$ 23.700,00 |
| Depreciação | -R\$ 3,90 | Resultado | -R\$ 3.155,03 |
| Total | R\$ 7.014,48 | Total do Patrimônio Líquido | R\$ 20.544,97 |
| Total do Ativo | R\$ 31.052,85 | Total do Passivo | R\$ 31.052,85 |

Tabela 15. DRE – Demonstração de Resultado do Exercício (Jan/Mar – 2016)

| DRE - DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO (Jan/Mar - 2016) | |
|--|---------------------|
| Receita Operacional Bruta (ROB) | R\$ 45.000,00 |
| Impostos | R\$ 2.025,00 |
| Receita Operacional Líquida (ROL) | R\$ 42.975,00 |
| Custos de Serviço Prestado (CSP) | |
| Custos Fixos | R\$ 11.915,70 |
| Custo Variável | R\$ 21.830,27 |
| Total dos Custos | R\$ 33.745,97 |
| Lucro Bruto | R\$ 9.229,03 |
| Despesas | |
| Despesas Administrativas | R\$ 2.426,16 |
| Despesas de Marketing | R\$ 718,00 |
| Despesas de Depreciação | R\$ 11,70 |
| Material de Expediente | R\$ 93,60 |
| Material de Limpeza | R\$ - |
| Total de Despesas | R\$ 3.249,46 |
| Resultado Líquido | R\$ 5.979,57 |

Tabela 16. Balanço Patrimonial (Jan/Mar – 2016)

| Balanço Patrimonial (Jan/Mar - 2016) | | | |
|---|----------------------|------------------------------------|----------------------|
| Ativo | | Passivo | |
| Ativo Circulante | | Passivo Circulante | |
| Caixa | R\$ 1.000,00 | Contas a Pagar | R\$ 2.459,70 |
| Banco Conta Movimento | R\$ 35.613,59 | Pró-Labore | R\$ 9.456,00 |
| | | Obrigações Fiscais | R\$ 2.025,00 |
| Total do Ativo Circulante | R\$ 36.613,59 | Total do Passivo Circulante | R\$ 13.940,70 |
| Ativo não Circulante | | Passivo não Circulante | |
| Ativo Permanente | | | |
| Imobilizado | | | |
| Móveis e Utensílios | R\$ 3.493,49 | Patrimônio Líquido | |
| Máquinas e Equipamentos | R\$ 3.524,89 | Capital | R\$ 23.700,00 |
| (-) Depreciação | -R\$ 11,70 | Resultado | R\$ 5.979,57 |
| Total | R\$ 7.006,68 | Total do Patrimônio Líquido | R\$ 29.679,57 |
| Total do Ativo | R\$ 43.620,27 | Total do Passivo | R\$ 43.620,27 |

6.5. DRE – Demonstração de Resultado do Exercício e Balanço Patrimonial Anual/2016

Tabela 17. DRE – Demonstração de Resultado do Exercício (Abr/Jun – 2016)

| DRE - DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO (Abr/Jun – 2016) | | |
|--|------------|------------------|
| Receita Operacional Bruta (ROB) | R\$ | 75.000,00 |
| Impostos | R\$ | 3.375,00 |
| Receita Operacional Líquida (ROL) | R\$ | 71.625,00 |
| Custos de Serviços Prestados (CSP) | | |
| Custos Fixos | R\$ | 11.915,70 |
| Custos Variável | R\$ | 35.986,05 |
| Total dos Custos | R\$ | 47.901,75 |
| Lucro Bruto | R\$ | 23.723,25 |
| Despesas | | |
| Despesas Administrativas | R\$ | 1.106,16 |
| Despesas de Marketing | R\$ | 1.436,00 |
| Despesas de Depreciação | R\$ | 11,70 |
| Material de Expediente | R\$ | 93,60 |
| Material de Limpeza | R\$ | 99,19 |
| Total das Despesas | R\$ | 2.746,65 |
| Resultado Líquido | R\$ | 20.976,60 |

Tabela 18. DRE – Demonstração de Resultado do Exercício (Jul/Set – 2016)

| DRE - DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO (Jul/Set – 2016) | | |
|--|-----|------------------|
| Receita Operacional Bruta (ROB) | R\$ | 60.000,00 |
| Impostos | R\$ | 2.700,00 |
| Receita Operacional Líquida (ROL) | R\$ | 57.300,00 |
| Custos dos Serviços Prestados (CSP) | | |
| Custos Fixos | R\$ | 11.915,70 |
| Custos Variável | R\$ | 28.909,52 |
| Total dos Custos | R\$ | 40.825,22 |
| Lucro Bruto | R\$ | 16.474,78 |
| Despesas | | |
| Despesas Administrativas | R\$ | 1.106,16 |
| Despesas de Marketing | R\$ | 1.436,00 |
| Despesas de Depreciação | R\$ | 11,70 |
| Material de Expediente | R\$ | 93,60 |
| Material de Limpeza | R\$ | 99,19 |
| Total das Despesas | R\$ | 2.746,65 |
| Resultado Líquido | R\$ | 13.728,13 |

Tabela 19. DRE – Demonstração de Resultado do Exercício (Out/Dezembro – 2016)

| DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO (Out/Dez – 2016) | | |
|--|-----|------------------|
| Receita Operacional Bruta (ROB) | R\$ | 52.500,00 |
| Impostos | R\$ | 2.362,50 |
| Receita Operacional Líquida (ROL) | R\$ | 50.137,50 |
| Custos dos Serviços Prestados (CSP) | | |
| Custos Fixos | R\$ | 11.915,70 |
| Custos Variáveis | R\$ | 25.373,17 |
| Total dos Custos | R\$ | 37.288,87 |
| Lucro Bruto | R\$ | 12.848,63 |
| Despesas | | |
| Despesas Administrativas | R\$ | 1.106,16 |
| Despesas de Marketing | R\$ | - |
| Despesas de Depreciação | R\$ | 11,70 |
| Material de Expediente | R\$ | 93,60 |
| Material de Limpeza | R\$ | 99,19 |
| Total das Despesas | R\$ | 1.310,65 |
| Resultado Líquido | R\$ | 11.537,98 |

Tabela 20. Balanço Patrimonial (Anual - 2016)

| Balanço Patrimonial (Anual – 2016) | | | |
|---|-----------------------|------------------------------------|-----------------------|
| Ativo | | Passivo | |
| Ativo Circulante | | Passivo Circulante | |
| Caixa | R\$ 1.000,00 | Contas a Pagar | R\$ 9.838,80 |
| Banco Conta Movimento | R\$ 73.853,71 | Pró-Labore | R\$ 37.824,00 |
| | | Obrigações Fiscais | R\$ 10.462,50 |
| Total do Ativo Circulante | R\$ 74.853,71 | Total do Passivo Circulante | R\$ 58.125,30 |
| Ativo não Circulante | | Passivo não Circulante | |
| Ativo Permanente Imobilizado | | | |
| Móveis e Utensílios | R\$ 3.493,49 | Patrimônio Líquido | |
| Máquinas e Equipamentos | R\$ 3.524,89 | Capital | R\$ 23.700,00 |
| (-) Depreciação | - R\$ 46,79 | Resultado | R\$ 52.596,69 |
| Total | R\$ 6.971,59 | Total do Patrimônio Líquido | R\$ 76.296,69 |
| Total do Ativo | R\$ 134.421,99 | Total do Passivo | R\$ 134.421,99 |

6.6. Contrato Social

Contrato Social

HAPPY DAY ENTRETENIMENTO LTDA-ME

CNPJ Nº 78.425.986/0036-15

Cesar Augusto de Fonte Miranda, brasileiro, solteiro, Administrador, nascido em 04/03/1993, natural de Mogi Guaçu/SP, portador da carteira de identidade nº 23.755.291-8 expedida pela Secretaria de Segurança Pública de São Paulo, inscrito no CPF nº 991-590-528-44, residente e domiciliado na Avenida dos Palmares, nº 1.020, Vila Chaves, Barueri/SP, CEP 12918-988; **Douglas Correa Domingues**, brasileiro, solteiro, Tecnólogo em Recursos Humanos, nascido em 10/07/1994, natural de São Paulo/SP, portador da carteira de identidade nº 30.300.844-6 expedida pela Secretaria de Segurança Pública de São Paulo, inscrito no CPF nº 464-183-477-00, residente e domiciliado na Rua Coqueiro Doce, nº 360, Jardim Litoral, Osasco/SP, CEP 06180-041; **Marilene Soares Suhett**, brasileira, casada, Administradora, nascida em 15/05/1970, natural de Barueri/SP, portador da carteira de identidade nº 25.894.899.0 expedida pela Secretaria de Segurança Pública de São Paulo, inscrita no CPF nº 100-001-002-03, residente e domiciliado na Rua Flor, nº 55, Jardim Maria, Barueri/SP, CEP 15789-368 e **Sandra Lima de Almeida**, brasileira, casada, Analista de Marketing, nascida em 18/07/1970, natural de Pernambuco/SE, portadora da carteira de identidade nº 54,061,789-3, inscrita no CPF nº 983.671.513-1, residente e domiciliada na Rua José Bento Apparicio, nº 04, Vila Dirce, Carapicuíba/SP, CEP 32683-765 resolvem, de comum acordo, constituir uma sociedade empresária mediante as seguintes cláusulas:

Cláusula Primeira – A sociedade adotará o nome empresarial **Happy Day Entretenimento LTDA-ME** com sede na Rua Minas Bogasian, 252, Centro, Osasco/SP, CEP 06013-010, térreo, sala comercial nº 002 e terá duração por prazo indeterminado, iniciando suas atividades no dia 02 de janeiro de 2016.

Cláusula Segunda – A sociedade tem como objeto a promoção de entretenimento exclusivamente à terceira idade através de atividades lúdicas e eventos.

Cláusula Terceira – A sociedade poderá abrir ou abolir escritórios em qualquer parte do território nacional, destacando-os de seu próprio capital social.

Cláusula Quarta – O capital social integralizado em moeda nacional é de R\$ 23.700,00 (vinte e três mil e setecentos reais) distribuído entre os sócios:

| Sócio | Número de Quotas | Valor em R\$ |
|---------------------------------------|------------------|--------------|
| Cesar Augusto de Fonte Miranda | 5.925 | R\$ 5.925,00 |
| Douglas Correa Domingues | 5.925 | R\$ 5.925,00 |
| Marilene Soares Suhett | 5.925 | R\$ 5.925,00 |
| Sandra Lima de Almeida | 5.925 | R\$ 5.925,00 |

Cláusula Quinta – Os sócios responderão individualmente pelo capital social aplicado.

Cláusula Sexta – A administração da sociedade caberá ao sócio **Cesar Augusto de Fonte Miranda** com poder de representá-la, firmar contratos e abrir contas bancárias. É vedado, no entanto, o uso do nome empresarial em atividades estranhas e a transferência de bens para terceiros sem acordo entre os sócios.

Cláusula Sétima – Ao término do exercício anual, em 31 de dezembro, cabe ao administrador elaborar o balanço de resultados econômicos e pesquisar a situação atual do mercado junto aos sócios para uma autoanálise.

Cláusula Oitava – No caso de morte, interdição ou acidente de quaisquer dos sócios, a sociedade não será desligada, se assim decidirem junto aos herdeiros.

Cláusula Nona – Divulgação ou revelação a terceiros de estratégias e segredos empresariais acarretará em possível desligamento, relacionando-se, portanto, com a cláusula anterior.

Cláusula Décima – Caso um dos sócios opte em desligar-se da sociedade terá que pagar uma multa de 30% sobre o valor do capital

Cláusula Décima Primeira – Nenhum dos sócios poderá vender da sua parte da sociedade antes de uma reunião entre a sociedade.

Cláusula Décima Segunda – O salário (pró-labore) será de setecentos e oitenta e oito reais (R\$788,00) incluídos nos custos fixos. O lucro da empresa será dividido entre os sócios ou investido na empresa.

Fica eleito o foro da comarca de Osasco para dirimir quaisquer dúvidas oriundas do presente contrato.

Osasco, 01 de novembro de 2015

Cesar Augusto de Fonte Miranda
SÓCIO

Douglas Correa Domingues
SÓCIO

Marilene Soares Suhett
SÓCIA

Sandra Lima de Almeida
SÓCIA

Testemunhas:

Maria Joana da Penha Almeida

CPF nº 456-234-646-93

Júlia Albuquerque Medeiros

CPF nº 927-125-128-92

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A equipe Happy Day Entretenimento, através de suas pesquisas e análises, afirma que a proposta apresentada é viável pelo aumento da expectativa de vida nos últimos dez anos e por se tratar de algo inovador.

Embora toda empresa societária vise o lucro, não é apenas o fator financeiro que encoraja a ideia do negócio, mas sim a necessidade do público-alvo de ser acolhido com carinho e contar com bem-estar e entretenimento.

O contato diário entre os sócios permitiu uma atribuição positiva dos cargos e a realização de pesquisas sobre as formas de entretenimento à terceira idade. Por meio destas, descobriram-se informações e curiosidades, como o interesse com o universo da dança como prática de atividade esportiva.

É visto que, a atenção e o cuidado com o cliente devem ocorrer desde o primeiro contato, realizado em um escritório localizado no município de Osasco/SP. Este conta com uma estrutura de acordo os princípios da Lei de Acessibilidade nº 10.098. Durante os eventos, os quais poderão ser realizados em uma das duas localidades parceiras, haverá equipe de primeiros socorros e segurança, além de muita diversão.

Há chances de a proposta causar efeitos na sociedade pela existência da responsabilidade social como valor do empreendimento. Esta possibilita a inclusão, a qual abre portas para serem oferecidas várias atividades por meio da tecnologia e do contato humano.

REFERÊNCIAS

KOTLER, Philip. Administração de Marketing, 10 edição, São Paulo, 2000, Editora Pearson Education do Brasil.

KOTLER, Philip, KELLER, Kevin Lane, Administração de Marketing: A Bíblia do Marketing, 12 edição, São Paulo, 2006

OLIVEIRA, Luiz Martins de, JUNIOR, José Hernandez Prerez, editora Atlas, Contabilidade para não contadores, 3 edição, São Paulo, 2007

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos: o capital humano das organizações, 8 edição, São Paulo, Atlas, 2003

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas, 3 edição, Rio de Janeiro: Elsevier, 2010

<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/6-praticas-de-rh-que-sua-empresa-precisa-ter>

<http://www.ebah.com.br/content/ABAAAAL0AF/descricao-cargos-rh>

<http://www.promerito.com.br/jobdescriptor/cargos/fincont/supfinanc.php>

http://www.infojobs.com.br/artigos/Analista_de_Marketing__2282.aspx

[http://www.sebrae2014.com.br/Sebrae2014/Alertas/Mercado-de-entretenimento-chegar%C3%A1-a-US\\$-71-bilh%C3%B5es-em-2017#.Vgk45d9Viko](http://www.sebrae2014.com.br/Sebrae2014/Alertas/Mercado-de-entretenimento-chegar%C3%A1-a-US$-71-bilh%C3%B5es-em-2017#.Vgk45d9Viko)

http://www.rhportal.com.br/artigos/rh.php?idc_cad=i03y99tld

<https://www.oficinadanet.com.br/post/15213-tecnologia-para-idosos>

<http://nossamelhoridade.com.br/institucional/apresentacao.php>

<http://exame.abril.com.br/economia/noticias/54-dos-brasileiros-formam-a-classe-c-diz-serasa-experian>

<http://www.empreendedoresweb.com.br/atual-situacao-economica-do-brasil/>

<http://www.empreendedoresweb.com.br/crise-economica-de-2015/>

http://www.correiobrasiliense.com.br/app/noticia/economia/2015/07/12/internas_economia,489913/inadimplencia-de-idosos-e-a-que-mais-cresce-no-cenario-atual.shtml

http://www.velhosamigos.com.br/index_nova.html

<http://www.idososlegais.com.br/index.html>

<http://www.sitedaterceiraidade.com.br/>

<http://idosos.com.br/>

http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/projecao_da_populacao/piramide/piramide.shtm

<http://www.sescsp.org.br/sesc/revistas/ti/index.cfm?forget=13&revista=40>

Motriz: rev. educ. fis. Online vol.16 no.4 Rio Claro out./dez. 2010

7. ANEXOS

7.1. Requerimento e Alvará de Localização e Funcionamento

REQUERIMENTO

Eu, CESAR AUGUSTO DE FONTE MIRANDA
 _____ (nome), BRASILEIRO (nacionalidade),
SOLTEIRO (estado civil), residente e domiciliado na (rua/av) AVENIDA DOS
PALMARES _____ n.º
1.020, complemento _____, (bairro) VILA CHAVES
 _____, (cidade) OSASCO
 _____, (Estado) SÃO PAULO (SP) portador
 (a) do Documento Identificação n.º 23.755.291-8, expedido por
 SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA DE SÃO PAULO e CPF n.º 991.590.598-44
 representante legal da (empresa) HAPPY DAY ENTRETENIMENTO LTDA-ME
 com sede na (rua/av) RUA MINAS BOGASIAN, n.º 252
 complemento SALA 002, bairro CENTRO – OSASCO/SP
 Ibité/MG, inscrita no CNPJ sob o n.º 78.425.986/0036-15, vem
 REQUERER:

VISTORIA PRÉVIA – CÓDIGO PMI 001*

ALVARÁ DE LICENÇA PARA LOCALIZAÇÃO E FUNCIONAMENTO (INÍCIO DE ATIVIDADE) – CÓDIGO PMI 002

JÁ ESTABELECIDO NO LOCAL NÃO SIM
 PUBLICIDADE/PROPAGANDA ** NÃO SIM
 HORÁRIO FUNCIONAMENTO: SEGUNDA A SEXTA-FEIRA DAS 9H00 AS 18H00 HORAS
 SÁBADO DAS 9H00 AS 16H00 HORAS
 DOMINGO DAS --- AS --- HORAS

ALVARÁ DE LICENÇA PARA LOCALIZAÇÃO E FUNCIONAMENTO (RENOVAÇÃO) – CÓDIGO PMI 003

ALVARÁ DE LICENÇA PARA LOCALIZAÇÃO E FUNCIONAMENTO (ALTERAÇÃO)

 (ENDEREÇO/RAZÃO SOCIAL/ATIVIDADE/ÁREA/OUTROS)

ALVARÁ DE LICENÇA PARA LOCALIZAÇÃO E FUNCIONAMENTO (BADA)

PARALISAÇÃO DE ATIVIDADE

INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES:

OPTANTE PELO SIMPLES NACIONAL NÃO SIM

MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL NÃO SIM

POSSUI VEÍCULO NÃO SIM QUANTOS: _____

OUTRAS: _____

OSASCO, 13 DE NOVEMBRO DE 2015

7.2. Cartão de Identificação de Corpo de Bombeiros

| | | | | | |
|--|--|--------------|-------------------|-----------------------|-------------------|
| CORPO DE BOMBEIROS PROCEDIMENTO SIMPLIFICADO | Rua: RUA MINAS BOGASIAN | | Nº 252 SALA 002 | | |
| | Bairro: CENTRO – OSASCO/SP | | | Uso do C. BOMBEIROS | |
| | Município: OSASCO/SP | | | PS Nº | |
| | Proprietário: CESAR AUGUSTO DE FONTE MIRANDA | | | | Unidade: |
| | Áreas | À Construir: | Ocupação: | Dimensões do Terreno: | Nº de Pavimentos: |
| | | Existente: | | | |
| | | Total: | | | |
| | Uso do Corpo de Bombeiros | | | | |
| | Vistoria Realizada | | | Recibo do AVCB | |
| | Em: | | | Em: | |
| Vistoriante: | | | Ass.: | | |
| Nome: | | | Nome R.G.: | | |
| PROPRIETÁRIO OU REPRESENTANTE LEGAL | | | | | |
| Declaro que sob as penas da lei civil e penal, as informações contidas neste formulário são verdadeiras. | | | | | |
| Nome: CESAR AUGUSTO DE FONTE MIRANDA | | | | | |
| RG: 23.755.291-8 | | | | | |

7.3. Contrato de Locação

| <h1>CONTRATO DE LOCAÇÃO</h1> | |
|---|---------------------------------------|
| Os signatários deste instrumento, de um lado <u>JOÃO ALBERTO TEIXEIRA LOPES</u> | |
| qualificação <u>PROPRIETÁRIO</u> | C.G.C. (C.P.F.) <u>556.987.589-44</u> |
| e, de outro lado, <u>CESAR AUGUSTO DE FONTE MIRANDA</u> | |
| qualificação <u>LOCATÁRIO</u> | C.G.C. (C.P.F.) <u>58.201.667-65</u> |
| têm justo e contratado o seguinte, que mutuamente aceitam e outorgam, a saber: | |
| O primeiro nomeado, aqui chamado "o locador", sendo proprietário do <u>SALA COMERCIAL</u> | |
| sita nesta <u>RUA MINAS BOGASIAN, 252 – SALA 002 – CENTRO, OSASCO/SP</u> loca-o | |
| ao segundo, aqui designado "o locatário", mediante as cláusulas e condições adiante estipuladas, ou sejam: | |
| 1*) - O prazo de locação é de <u>12 MESES</u> (<u>DOZE MESES</u>) meses a partir de <u>DEZ DE DEZEMBRO DE DOIS MIL E QUINZE</u> e a terminar em <u>DEZ DE NOVEMBRO DE DOIS MIL E DEZESSEIS</u> | |
| data em que o locatário se obriga a restituir o imóvel completamente desocupado, no estado em que o recebeu, independentemente de Notificação ou Interpeção Judicial, ressalvada a hipótese de prorrogação da locação, o que somente se fará por escrito. | |
| § único: Caso o locatário não restitua o imóvel no fim do prazo contratual, pagará enquanto estiver na posse do mesmo, o aluguel mensal reajustado nos termos da Cláusula Décima Oitava, até a efetiva desocupação do imóvel objeto deste instrumento; | |
| 2*) - O aluguel mensal é de <u>R\$ 750,00</u> (<u>SETESENTOS E CINQUENTA REAIS</u>), que o locatário se compromete a pagar pontualmente, até o dia <u>10º DIA ÚTIL DE CADA MÊS</u> , na residência do locador ou de seu representante; | |
| 3*) - O locatário, salvo as obras que importem na segurança do imóvel, obriga-se por todas as outras, devendo trazer o imóvel locado em boas condições de higiene e limpeza, com os aparelhos sanitários e de iluminação, fogão, papéis, pintura, telhados, vidraças, mármore, fechos, torneiras, pias, banheiros, ralos e demais acessórios em perfeito estado de conservação e funcionamento, para assim, restitui-los quando findo ou rescindido, este contrato sem direito a retenção ou indenização por quaisquer benfeitorias, ainda que necessárias, as quais ficarão desde logo incorporadas ao imóvel; | |
| 4*) - Obriga-se mais o locatário a satisfazer a todas as exigências dos Poderes Públicos, a que der causa, e a não transferir este contrato, nem fazer modificações ou transformações no imóvel sem autorização escrita do locador; | |
| 5*) - O locatário desde já faculta ao locador examinar ou vistoriar o imóvel locado quando entender conveniente; | |
| 6*) - O locatário também não poderá sub-locar nem emprestar o imóvel no todo ou em parte, sem preceder consentimento por escrito do locador; devendo, no caso deste ser dado, agir oportunamente junto aos ocupantes, a fim de que o imóvel esteja desimpedido no término do presente contrato; | |
| 7*) - No caso de desapropriação do imóvel locado, ficará o locador desobrigado por todas as cláusulas deste contrato, ressalvada ao locatário, tão somente, a faculdade de haver do poder desapropriante a indenização a que, por ventura, tiver direito; | |
| 8*) - Nenhuma intimação do Serviço Sanitário será motivo para o locatário abandonar o imóvel ou pedir a rescisão deste contrato, salvo procedendo vistoria judicial, que apure estar a construção ameaçando ruína; | |
| 9*) - Para todas as questões resultantes deste contrato, será competente o foro da situação do imóvel, seja qual for o domicílio dos contratantes; | |
| 10*) - Tudo quanto for devido em razão deste contrato e que não comporte o processo executivo, será cobrado em ação competente, ficando a cargo do devedor, em qualquer caso, os honorários do advogado que o credor constituir para ressalva dos seus direitos; | |
| 11*) - No caso de morte, falência ou insolvência do fiador , o locatário será obrigado dentro de 30 dias a dar substituto idôneo, a juízo do locador, sob pena de incorrer na cláusula seguinte; | |
| 12*) - Fica estipulado a multa de <u>DEZ POR CENTO (10%) DO VALOR DO ALUGUEL</u> na qual incorrerá a parte que infringir qualquer cláusula deste contrato; com a faculdade, para a parte inocente, de poder considerar simultaneamente rescindida a locação, independentemente de qualquer formalidade; | |
| 13*) - Assina <u>SIM</u> também o presente, solidariamente com o locatário por todas as obrigações acima exaradas, o Sr. <u>JOÃO ALBERTO TEIXEIRA LOPES</u> | |
| qualificação <u>PROPRIETÁRIO</u> | C.G.C. (C.P.F.) <u>556.987.589-44</u> |
| Cônjuge <u>MARIA RITA MELLO TEIXEIRA</u> | |
| cuja responsabilidade, entretanto, perdurará até a entrega, real e efetiva das chaves do imóvel locado; | |
| 14*) - Quaisquer estragos ocasionados ao imóvel e suas instalações, bem como as despesas a que o proprietário for obrigado por eventuais modificações feitas no imóvel, pelo locatário, não ficam compreendidas na multa da cláusula 12ª, mas serão pagas à parte; | |

7.4. Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica


|  REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA | | | |
|--|---|---|--|
| <small>NÚMERO DE INSCRIÇÃO</small> 78.425.986/0036 | <small>COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL</small> | | <small>DATA DE ABERTURA</small> 01 DE NOVEMBRO DE 2015 |
| <small>NOME EMPRESARIAL</small> HAPPY DAY ENTRETENIMENTO LDTA-ME | | | |
| <small>TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA)</small> HAPPY DAY ENTRETENIMENTO | | | |
| <small>CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL</small> | | | |
| <small>CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS</small> 08133 ENTRETENIMENTO | | | |
| <small>CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA</small> 206-2 - SOCIEDADE EMPRESARIA LIMITADA | | | |
| <small>LOGRADOURO</small> RUA MINAS BOGASIAN | <small>NÚMERO</small> 252 | <small>COMPLEMENTO</small> SALA 002 | |
| <small>CEP</small> 06013-010 | <small>BARRIO/DISTRITO</small> CENTRO | <small>MUNICÍPIO</small> OSASCO | <small>UF</small> SP |
| <small>SITUAÇÃO CADASTRAL</small> ATIVA | | | |
| <small>SITUAÇÃO ESPECIAL</small> ***** | | | |

7.5. Simples Nacional

| | | | | | |
|---|--|---|--|--|-----------------|
|  | | MINISTÉRIO DA FAZENDA CGSN | | 02 COMPETÊNCIA | |
| DOCUMENTO DE ARRECADAÇÃO DO SIMPLES NACIONAL | | DAS | | 03 NÚMERO DO GNPJ | 78.425.986/0036 |
| 01 RAZÃO SOCIAL | | Happy Day Entretenimento LTDA-ME | | 04 DATA DE VENCIMENTO | |
| Número do Documento: | | | | 05 VALOR DO PRINCIPAL | 33750 |
| Data limite para acolhimento: | | | | 06 VALOR DA MULTA | |
| | | | | 07 VALOR DOS JUROS E / OU ENCARGOS | |
| | | | | 08 VALOR TOTAL | |
| | | | | 09 AUTENTICAÇÃO BANCÁRIA (Somente em duas vias) | |
| 81770000000 0 | | 01095699970 2 | | 41131079703 9 | |
| | | | | 00143370821 8 | |



7.6. Cadastro de Contribuintes Mobiliários

|  | | SECRETARIA DE FINANÇAS DECLARAÇÃO PARA FINS DE INSCRIÇÃO DA TAXA DE LICENÇA PARA INSTALAÇÃO, FUNCIONAMENTO E PUBLICIDADE E ATUALIZAÇÃO DOS DADOS CADASTRAIS | | | | |
|--|--|--|---|------------------------------------|--|-------------------|
| GUIA DE DADOS CADASTRAIS - GDC | | EXERCÍCIO: | INSCRIÇÃO: | Nº PROCESSO: | | |
| CADASTRO DE CONTRIBUINTE MOBILIÁRIO - CCM | | | | | | |
| FINALIDADE DESTA GUIA (assinalar opção com "X"): | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> INSCRIÇÃO | <input type="checkbox"/> TRANSFERÊNCIA: | <input type="checkbox"/> ALTERAÇÃO: | <input type="checkbox"/> CANCELAMENTO: | <input type="checkbox"/> RENOVAÇÃO | | |
| DATA DE INÍCIO ATIVIDADE(S) | DATA DA OCORRÊNCIA: | DATA DA OCORRÊNCIA: | DATA DA OCORRÊNCIA: | DATA DA ENTREGA: | | |
| DADOS DO CONTRIBUINTE | | | | | | |
| NOME OU RAZÃO SOCIAL: HAPPY DAY ENTRETENIMENTO LTDA-ME | | | | | | |
| NOME FANTASIA: HAPPY DAY ENTRETENIMENTO | | | | | | |
| ENDEREÇO (Al., Av., Pça., Rua, etc...): RUA MINAS BOGASIAN | | | | | | |
| NÚMERO: | COMPLEMENTO (andar, apto, conjunto, sala, etc...): | BAIRRO: | CEP.: | | | |
| 252 | SALA 002 | CENTRO | 06013-010 | | | |
| CÓDIGO DE ATIVIDADE (CNAE): | | CNPJ / CPF DO CONTRIBUINTE: | INSCRIÇÃO ESTADUAL: | | | |
| | | 78.425.986/0036-15 | | | | |
| REGISTRO NA JUCESP | RG DO CONTRIBUINTE | ORGAO EMISSOR | TELEFONE(S) - (INCLUSIVE P/ RECADOS) | | | |
| NÚMERO DA INSCRIÇÃO CADASTRAL DO IMÓVEL: | | | | | | |
| ENDEREÇO P/ CORRESPONDÊNCIA: | | | | | | |
| AVENIDA DOS PALMARES | | | | | | |
| NÚMERO: | COMPLEMENTO (andar, apto, conjunto, sala, etc...): | BAIRRO: | CEP.: | | | |
| 1020 | | VILA CHAVES | 12918-998 | | | |
| <input type="checkbox"/> INDÚSTRIA | <input type="checkbox"/> COMÉRCIO | <input checked="" type="checkbox"/> PRESTADOR DE SERVIÇOS | <input type="checkbox"/> OUTROS | | | |
| ATIVIDADE (OBJETO SOCIAL / PROFISSÃO): OFERTA DE ENTRETENIMENTO À TERCEIRA IDADE ATRAVÉS DE ATIVIDADES LÚDICAS E FESTAS TEMÁTICAS COM BAILES E TOTAL | | | | | | |
| SEGURANÇA | | | | | | |
| | | | | | | |
| DADOS PARA LANÇAMENTO DAS TAXAS | | | | | | |
| EMPR/ALUNOS | SOC / PROFIS. | BILHAR/ PEBOLIM | DIVERSOES ELETRONICAS | BARBEARIA E CONGENERES | ZONA CENTRAL/PERIFERIA | METRAGEM DA BANCA |
| | | | | | | |
| ANÚNCIO / PUBLICIDADE | | | | | | |
| QUANTIDADE | TIPO ANÚNCIO / PUBLICIDADE | PRÓPRIO / TERCEIROS | METRAGEM | DATA DE INÍCIO | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| DADOS RELATIVOS À PESSOA DO TITULAR, DOS SÓCIOS OU DIRETORES (I = INCLUSÃO E = EXCLUSÃO) | | | | | | |
| 1 | I / E | NOME | CPF | | | |
| | | CESAR AUGUSTO DE FONTE MIRANDA | 991-590-528-44 | | | |
| ENDEREÇO | | N.º | RG | | | |
| AVENIDA DOS PALMARES | | 1020 | 23.755.291-8 | | | |
| COMPLEMENTO (andar, apto, conjunto, etc...) | | BAIRRO | CIDADE | CEP.: | REGISTRO NO ÓRGÃO DE CLASSE - SIGLA / Nº | |
| | | VILA CHAVES | BARUERI | 12918-988 | | |
| FILIAÇÃO: | | | | | | |
| PAI: JOÃO FRANCISCO MIRANDA SILVA | | | MÃE: LEOMAR FRANCISCA DE FONTE MIRANDA | | | |
| 2 | I / E | NOME | CPF | | | |
| | | DOUGLAS CORREA DOMINGUES | 464-183-477-00 | | | |
| ENDEREÇO | | N.º | RG | | | |
| RUA COQUEIRO DOCE | | 360 | 30.300.844-6 | | | |
| COMPLEMENTO (andar, apto, conjunto, etc...) | | BAIRRO | CIDADE | CEP.: | REGISTRO NO ÓRGÃO DE CLASSE - SIGLA / Nº | |
| | | JARDIM LITORAL | OSASCO | 06184-041 | | |
| FILIAÇÃO: | | | | | | |
| PAI: CARLOS ALBERTO DOMINGUES | | | MÃE: JÚLIA PATRÍCIA CORREA DOMINGUES | | | |
| 3 | I / E | NOME | CPF | | | |
| | | MARILENE SOARES SUHETT | 100-001-002-03 | | | |
| ENDEREÇO | | N.º | RG | | | |
| RUA FLOR | | 55 | 25.894.899.0 | | | |
| COMPLEMENTO (andar, apto, conjunto, etc...) | | BAIRRO | CIDADE | CEP.: | REGISTRO NO ÓRGÃO DE CLASSE - SIGLA / Nº | |
| | | JARIDM MARIA | BARUERI | 15789-368 | | |
| FILIAÇÃO: | | | | | | |
| PAI: ALBERTO SILVA SOARES | | | MÃE: TEREZA CRISTINA SOARES | | | |

7.7. Modelo de Recibo para Freelancers e Pequenos Serviços

**RECIBO**

RECEBI DO SR. _____,
REPRESENTANTE LEGAL DA HAPPY DAY ENTRETENIMENTO, A QUANTIA DE
_____ (R\$ _____)
CORRESPONDENDO A _____
E, PARA MAIOR CLAREZA, AFIRMO O PRESENTE _____.
_____ DE _____ DE 20_____

7.8. Modelo de Holerite dos Sócios

| | | Osasco SP | | Recibo de Pagamento do Pro Labore 02/02/2016 | |
|----------------------------|-----------------------------------|-----------------------|-----------------|---|--------------|
| Cargo/Função: Sócio-Vendas | | Categ.: 11 Ocor.: | | | |
| Código | Descrição | Vencimentos | Desconto | | |
| 001 | Pagamento pro Labore | 788,00 | | | |
| 015 | IRF s/ pro labore | | 0,00 | | |
| 018 | INSS Segurado Contrib. Individual | | 86,62 | | |
| | | Total dos Vencimentos | Total Descontos | | |
| | | R\$ 788,00 | R\$ 86,62 | | |
| | | Valor Líquido | R\$ 701,38 | | |
| | Sal. Contr. INSS | Base Calc. FGTS | FGTS do Mês | Base Calc. IRRF | Via do socio |
| | R\$ 0,00 | R\$ 0,00 | R\$ 0,00 | R\$ 0,00 | |

DECLARO TER RECEBIDO A IMPORTÂNCIA LÍQUIDA DESCRIMINA NESTE RECIBO

ASSINATURA DO TITULAR / SÓCIO / DIRETOR

DATA