

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
CENTRO DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

PLANO DE NEGÓCIOS “ELO”

Autores: Georgina Aparecida Costa de Souza e
Luiz Alberto Bastos

Plano de negócios apresentado à
Universidade Federal do Paraná para
obtenção de títulos de Especialista em
Empreendedorismo.

Orientador: Prof^o. Heitor José Pereira

Curitiba
2004

AGRADECIMENTOS

A todos os colegas de turma pelo companheirismo e compartilhamento de idéias.

Às pessoas do meu relacionamento pessoal, filhos e marido, pelo apoio, carinho e compreensão na minha ausência.

Aos Professores e Orientador pelo desenvolvimento e orientação deste trabalho.

À Coordenação do Curso, pelo direcionamento e incentivo à criatividade.

A todos que, de alguma maneira contribuíram para que este trabalho fosse realizado.

A Deus.

SUMÁRIO

1. Sumário Executivo.....	01
2. Situação Atual de Mercado.....	02
2.1 Mercado Alvo.....	02
2.2 Produtos e Serviços.....	02
2.3 Canais de Distribuição.....	03
2.4 Síntese de Cenário.....	03
3. Análise Ambiental.....	04
3.1 Macroambiente.....	04
3.1.1 Econômico.....	04
3.1.2 Sócio cultural.....	04
3.2 Microambiente.....	04
3.2.1 Fornecedores.....	04
3.2.2 Empresa.....	05
3.2.3 Concorrentes	05
3.2.4 Clientes.....	05
3.3 Análise Ambiental – Resumo.....	06
4. Objetivos.....	08
5. Estratégias de Marketing.....	08
6. Programa de Ação.....	08
6.1 Institucional e Serviços.....	08
6.1.1 Posicionamento da marca no mercado.....	08
6.2 Preço.....	09
6.3 Estratégia	09
6.3.1 Clientes.....	09
6.4 Síntese do Plano de Ação.....	10
7. Orçamento.....	11
7.1 Receitas	11
7.2 Despesas.....	11
8. Controles.....	11
8.1 Concorrência.....	11
8.2 Rentabilidade por Serviço.....	11
8.3 Satisfação dos Clientes.....	12
8.4 Produtividade Agentes Comerciais/Telemarketing e seu custo benefício....	12
9. Plano de Cargos e Salários.....	12
9.1 Introdução	12
9.2 Tabela de Cargos Salários.....	13
9.3 Tabela de Cargos e Salário p/ graus.....	13
9.4 Manual de Graus.....	14

9.5 Requisitos Básicos.....	15
10. Ficha de Descrição e Análise de Cargos.....	16
11. Formulário de Avaliação por Objetivos.....	24
12. Recrutamento de Pessoas.....	28
12.1 Regras de Chamamento.....	28
12.2 Seleção de Pessoas.....	28
12.3 Procedimento para Recrutamento de Pessoal.....	28
12.4 Formulário de solicitação de Pessoas.....	29
12.5 Cargos e Formulários Específicos.....	29
13. Desenvolvimento Gerencial.....	38
13.1 Introdução.....	38
13.2 Premissas.....	38
13.3 Perfil Gerencial.....	38
13.4 Objetivos.....	38
13.5 Público alvo.....	38
13.6 Estrutura do PDG.....	38
13.7 Módulos.....	38
13.8 Recursos.....	44
13.9 Orçamento.....	45
13.10 Cronograma.....	45
14. Logística	46
14.1 Exemplo de Evento.....	46
14.2 Processo Logístico.....	47
15. ANEXOS.....	48

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

A EVENTOS LOGÍSTICOS ORGANIZACIONAIS – ELO – será criada para promover eventos de confraternização, integração, endomarketing e lançamento de novos produtos das empresas clientes.

A estabilidade da economia brasileira percebida nos últimos anos aliada a tendência do crescimento do turismo como um todo, compõe um ambiente ideal para implantação da empresa.

Dentro do contexto atual, onde o mercado se torna cada vez mais competitivo, é de suma importância o investimento no capital humano, fazendo com que este corpo funcional obtenha cada vez mais produtividade em suas atividades profissionais e, com qualidade de vida.

A ELO entende que este cenário cria uma oportunidade de negócios para o segmento que pretendemos atuar, já que desenvolver estes eventos demandam tempo de funcionários retirando-os do objetivo-fim das empresas.

A ELO tem como objetivos básicos, atingir um grupo de empresas de médio porte que tenham mais de 100 funcionários e que se localizam na região da cidade de Curitiba.

O esforço de consolidação da marca “ELO” terá ênfase na consolidação do nosso principal diferencial, que é a comodidade e criatividade nos eventos que promovam a integração do quadro funcional das empresas.

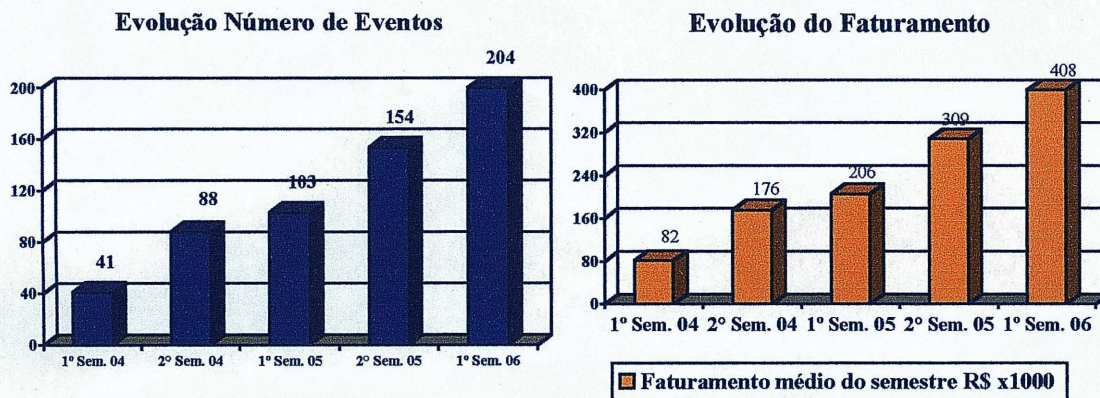


Figura 01: Gráfico da Evolução do Nr. de Eventos e Gráfico da Evolução das Receitas

2. SITUAÇÃO ATUAL DE MERCADO

2.1. Mercado-alvo

O mercado da ELO abrange empresas do município de Curitiba com mais de 100 funcionários.

Na última pesquisa do IPUC foi constatado em torno de 40 mil estabelecimentos comerciais e industriais em Curitiba.

Este é um mercado sem concorrentes já que quem organiza este tipo de evento normalmente são funcionários da própria empresa.

O segmento-alvo da ELO representam em torno de 15% do volume total de empresas deste mercado. A necessidade encontra-se latente, precisando de um estímulo para aflorar, estímulo este que pode ser iniciado pela divulgação dos serviços pelos vários meios de comunicação que estão a disposição no mercado.

2.2. Produtos e Serviços

A ELO criou produtos e serviços contemplando vários perfis de funcionários que são encontrados nos departamentos das empresas:

Departamentos das empresas

S1 -> Recursos Humanos

S2 -> Marketing

S3 -> Diretoria

Serviços Oferecidos

P1 -> Aventura (Raffing, Rapel, Trilha, Montanhismo)

P2 -> Integração (Churrasco, Jogos, Passeios rápidos)

P3 -> Comemorativo (Coquetel, Jantar dançante, Queijos e Vinhos)

P4 -> Corporativo (café da manhã)

Matriz Produto Mercado

	P1	P2	P3	P4
S1	X			
S2		X	X	
S3		X		X

2.3. Canais de Distribuição

A ELO utilizará como canal de distribuição a **internet**, onde os clientes terão acesso as opções de serviços e com a possibilidade de customizar seus eventos, dentro de parâmetros preestabelecidos, e enviar solicitação de proposta comercial. Outro canal será a **venda direta** através de representantes comerciais que visitarão as empresas apresentando os serviços e identificando necessidades para posteriormente apresentar a proposta do evento customizado.

Pontos fortes:

- Fortalecimento do relacionamento com os clientes;
- Autonomia para os clientes montarem seus eventos;

Pontos fracos:

- Poucos canais em relação a quantidade de empresas alvo;

2.4. Síntese do Cenário

Através desta análise de mercado demonstra-se que, o mercado-alvo é grande mas inexplorado por este tipo de serviço, os principais obstáculos da ELO são:

- Se tornar conhecida pelo público-alvo;
- Desenvolver parceiros que agreguem valor ao nosso negócio;
- Desenvolver produtos adequados a cada perfil de empresa;

Concluimos que o desafio para os próximos anos é o de conseguir um número adequado de clientes que dêem sustentação financeira a empresa.

Para isso será necessário focar as vendas, treinamentos/divulgação do produto e impor um atendimento de qualidade com produto e serviços eficientes, inovadores e competitivos.

3. ANÁLISE AMBIENTAL

3.1. Macroambiente

3.1.1. Econômico

Nos últimos anos, toda a população brasileira pôde contar com uma inflação sob controle, alterando completamente a visão de consumo, poupança e investimentos anteriormente praticada. Diversas formas de investir o dinheiro passaram por transformações constantes.

Durante os anos de inflação, grande parte da população procurava manter o dinheiro depositado em fundos de investimentos e poupança, com o objetivo de evitar a desvalorização diária de suas economias. Com a estabilização econômica promovida pelo Plano Real, com taxas mínimas de rendimentos mensais, surgiu uma tendência maior de propensão ao consumo. Esse movimento pôde ser notado principalmente nos segmentos que envolvem o “entretenimento”.

3.1.4. Sócio-Cultural

Num período onde o consumo se torna cada vez maior, principalmente num período de inflação controlada e com o crescente poder de consumo, a qualidade vem sendo cada vez mais exigida pelos consumidores, aliada a mudança de valores culturais das empresas que valorizam não só um bom ambiente de trabalho mas também a integração da família a este ambiente.

3.2. Microambiente

3.2.1. Fornecedores

A ELO contará com vários fornecedores que agregaram valor aos serviços a serem oferecidos. Dentre os fornecedores destacamos alguns dos principais: empresas de locomoção, alimentação e acomodações.

Ponto forte:

- Não haverá necessidade de grandes investimentos;

Pontos fracos:

- Transferência de Know-How de parte do negócio a terceiros;

3.2.2. Empresa

A ELO será agressiva no relacionamento comercial e na qualidade dos serviços prestados sempre utilizando de muita criatividade, fazendo que cada tipo de evento seja único para os nossos clientes. Mesmo que o cliente contrate o mesmo evento este terá novidades que surpreenderão os envolvidos.

Pontos fortes:

- Profundo conhecimento do mercado de Curitiba;
- Imagem de empresa com Criatividade;

Pontos fracos:

- Marca desconhecida no mercado;
- Serviços ainda não utilizados pelo mercado.

3.2.3. Concorrentes

A ELO tem sua área de atuação na cidade de Curitiba, onde não identificamos concorrentes diretos para o nosso negócio. Existem empresas que fazem parte do serviço que ofereceremos. São elas: empresas de eventos e agencias de turismo, hotéis fazenda e parques temáticos. Portanto em um primeiro momento elas serão nossas parceiras.

Pontos fortes:

- Profundo conhecimento do seu negócio;

Pontos fracos:

- Não oferecem serviços completos, que atendam as necessidades do mercado.

3.2.4. Clientes

Os clientes da ELO se caracterizam como empresas de médio porte, mas o foco são as empresas que tenham mais de 100 funcionários, dos mais diversos segmentos do mercado.

O comportamento do cliente da ELO são as empresas que identificam como benefícios a comodidade, serviço completo, com mix de serviços adequados à faixa etária e que contemplem o perfil dos funcionários das empresas clientes.

A mensagem a ser emitida à estas empresas, consiste na maneira fácil e cômoda de executar eventos, com criatividade, segurança e credibilidade.

3.3 Análise Ambiental – Resumo

Macroambiente

Ambiente: Econômico

Variáveis	P.O.	Oportunidades	Ameaças	Como Reagir
Baixa da Taxa de Juros	M	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento da demanda 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de capacidade Operacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reestruturar / aumentar o mix de serviços e investimento em comunicação.
Alta Taxa de Juros	B		<ul style="list-style-type: none"> • Retração do mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de serviços mais adaptados ao preço suportado pelo mercado.
Aumento da Taxa Cambial	M	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento da demanda por parte de empresas exportadoras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de custos (combustíveis); • Diminuição da demanda por parte de empresas importadoras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Focar negócios em empresas exportadoras; • Controle rígido dos custos operacionais.

Ambiente: Sócio-Cultural

Variáveis	P.O.	Oportunidades	Ameaças	Como Reagir
Mudança de Valores – Integração da Família ao Ambiente de Trabalho	A	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento da procura deste tipo de evento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento da concorrência (novos entrantes). 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar o leque de serviços que promovam a integração; • Fortalecer a marca; • Dificultar a entrada da novos concorrentes

Microambiente

Ambiente: Fornecedores

Variáveis	Oportunidades	Ameaças	Como reagir
Vários Fornecedores	Aumentar o "leque" de serviços	Parceiros que venham a concorrer com os nossos serviços	Buscar alternativas que dêem segurança ao negócio

Ambiente: Empresa

Variáveis	Oportunidades	Ameaças	Como reagir
Interrupção nas vendas		Avanço dos concorrentes no mercado	Atuar fortemente no relacionamento comercial, oferecendo novos serviços que nos diferenciem do mercado.

Ambiente: Concorrentes

Variáveis	Oportunidades	Ameaças	Como reagir
Modularizar os serviços	Atender as necessidades dos segmentos específicos	Transferência de Know-How	Agregar novos serviços ao sistema atual para fidelizar os clientes

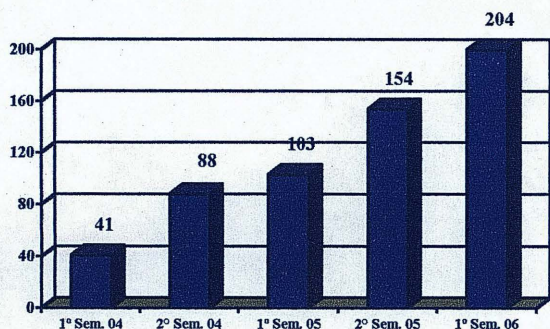
Ambiente: Clientes

Variáveis	Oportunidades	Ameaças	Como reagir
Heavy-user	Atender as necessidade das empresas com mais de 100 funcionários	A perda do market share nestes segmentos para a concorrência	Fortalecer o diferencial da ELO como empresa de qualidade e criatividade

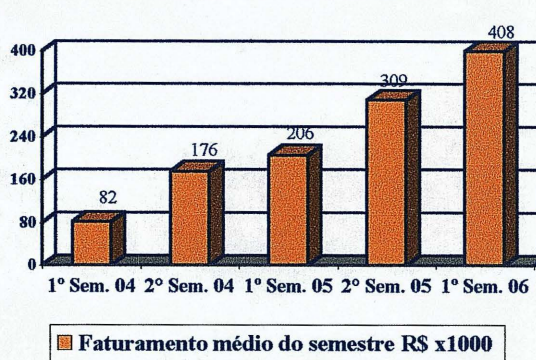
4. OBJETIVOS

O objetivo para os próximos anos é ter 200 eventos por semestre, gerando uma receita bruta de 408 mil reais a cada semestre.

Evolução Número de Eventos



Evolução do Faturamento



5. ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Direcionar todos os esforços nos principais pontos que são:

- Fortalecer a marca “ELO” como a empresa de eventos focada em atividades de confraternização entre funcionários;
- Criação de novos serviços que possibilitem a customização para perfis distintos;
- Posicionar-se como prestadora de serviços que gerem comodidade, facilidade e com muita criatividade.

6. PROGRAMA DE AÇÃO

6.1 – Institucional e Serviços

6.1.1 – Posicionamento da marca ELO no mercado

A ELO precisa estabelecer seu nome / marca no mercado para que não seja conhecida apenas como o mais uma “agencia de eventos” mas, sim, como uma empresa que fornece eventos de confraternização COMPLETOS para o corpo funcional das empresas clientes.

Juntamente com o estabelecimento do nome / marca “ELO”, divulgar serviços e produtos conforme as estações do ano, perfil do cliente e datas comemorativas (páscoa, festas juninas, natal etc).

6.2. Preço

- Criar várias possibilidades de preço, conforme a disponibilidade de cada empresa;
- Criar alternativas a ELO terá que criar alternativas para alavancar um maior volume de eventos por cliente ou grupo de clientes:
 - Pacotes de eventos;
 - Escala para eventos por número de participantes;
- Criar facilidades de pagamento (x vezes, “consorcio” etc.).

6.3. Estratégia

6.3.1. Clientes

As ações de comunicação vão se concentrar para atingir o público potencial, composto pelas empresas de Curitiba com mais de 100 funcionários.

Sugestões de ações para o cliente potencial

- Criar uma boa imagem da ELO
- Criação de novos serviços
- Diversificação de serviços
- Telemarketing para fidelização à marca
- Feedback através do SAC
- Fale com a ELO (Feedback quanto aos serviços – Críticas e Sugestões)
- Criação do Portal ELO
- Participação em feiras, congressos e eventos da comunidade empresarial
- Criação de eventos gratuitos, convidando pessoas chaves das empresas potenciais clientes.

Fatores críticos para o sucesso

- Criação dos serviços
- Divulgação da empresa e serviços
- Disponibilidade de recursos financeiros
- Definição de parceiros da ELO

6.4 – Síntese do Plano de Ação

O que?	Quem?	Como?	Quando?
Posicionamento da marca ELO no mercado	Comercial e Marketing	Contratação de veículos de maior ibope e penetração no mercado	A partir de jan/04 de com avaliação mensal dos resultados
Criação serviços	Comercial e Marketing Operacional Adm./Fin.	Usando os recursos da própria ELO e se necessário buscar recursos externos	A partir do 2º Semestre de 2003, de acordo com a necessidade do mercado x concorrência
Diversificação de prestação de serviços	Comercial e Marketing	Criando serviços diferenciados para atender clientes específicos	Após aprovação e formatação dos serviços a serem prestados
Telemarketing para fidelização à marca	Comercial e Marketing	Acompanhamento junto aos responsáveis pelas empresas buscando assim a melhoria nos serviços	A partir do 1º semestre de 2004
Feedback através do SAC – Satisfação do cliente	Comercial e Marketing Operacional Adm./Fin.	Retorno aos questionamentos dos clientes com respostas e soluções	A partir do 1º semestre de 2004
Criação do Portal ELO	Comercial e Marketing DIS Adm./Fin.	Definição da estrutura e design adequando-se as necessidades de seus clientes e a evolução do mercado.	2º semestre de 2003
Participação em feiras, congressos e eventos da comunidade empresarial	Comercial e Marketing Operação Adm./Fin.	Colocar a ELO mais presente nesses eventos expondo seus serviços e fortalecendo sua marca	A partir do 1º semestre de 2004

7. ORÇAMENTO

Para sustentar as ações mercadológicas propostas pelo Planejamento de Marketing para o primeiro semestre de 2004, é necessário salientar que as ações foram planejadas tendo como base um investimento inicial de R\$20.000,00 e para a manutenção o percentual de 10% sobre o faturamento/mês da empresa.

O orçamento do Departamento Comercial e Marketing será definido por tipo de serviço oferecido e explicitado nas planilhas de resultado em anexo. Destacamos, abaixo, alguns componentes do orçamento que merecem destaque:

7.1. Receitas

As fontes de receitas:

- Eventos
 - ✓ Aventura
 - ✓ Integração
 - ✓ Comemorativo
 - ✓ Corporativo

Atingindo o objetivo traçado de 204 eventos no quinto semestre do plano, a ELO obterá uma receita mensal/média de R\$ 68.000,00. A taxa de administração da ELO será de 35%.

No anexo I está a planilha com os detalhes financeiros das receitas.

7.2. Despesas

Seguindo o objetivo de crescer em número de eventos mas utilizando parceiros, este foco fará com que o empresa trabalhe com a estrutura reduzida, de forma a manter uma taxa de administração que cubra os custos envolvidos.

8. CONTROLES

Frente ao desafio, o Departamento Comercial e de Marketing vai criar mecanismos para poder verificar se realmente estará sendo eficiente no objetivo e na missão a que se propôs para os próximos anos.

8.1. Concorrência

A cada dois meses as informações sobre a atuação da concorrência no mercado como lançamento de novos serviços, abordagem, preços, entre outros, serão avaliados e comparados aos serviços que a ELO oferece aos seus clientes.

As informações sobre as tendências de mercado serão apresentadas para análise e reposicionamento, se necessário do planejamento.

8.2. Rentabilidade por serviço

Através de relatórios emitidos pelos Departamentos de Administrativo e Financeiro, acompanhar, mês a mês, o desempenho de cada serviço e sua rentabilidade para a ELO.

8.3. Satisfação dos Clientes

Oficializar o Serviço de Atendimento ao cliente-SAC como o canal oficial de sugestões, opiniões, reclamações do cliente com a ELO. Todo atendimento será registrado e , através de emissão de relatórios semanais, analisados, distribuídos às áreas responsáveis, com prazos para resposta/solução e posterior retorno ao cliente.

8.4. Produtividade Agentes Comerciais/Telemarketing e seu custo benefício

No início de cada mês, o setor receberá a meta a ser cumprida pelo Departamento e o desempenho de cada Agente Comercial e de Telemarketing será medido semanalmente, conforme relatório emitido pelo próprio Departamento. Este acompanhamento servirá para a avaliação do desempenho da equipe e o investimento individual da ELO com cada funcionário e sua rentabilidade em relação ao cumprimento das metas e faturamento da carteira.

9. Plano de Cargos e Salários

9.1. Introdução

O Modelo de Gestão de Pessoal adotado pela ELO – Eventos Logísticos Operacionais no que se refere a salários, estará mais focado em uma Remuneração Funcional onde os colaboradores terão interstícios salariais, conforme a tabela abaixo. de acordo com:

- seu tempo de serviço na empresa (uma faixa a cada 2 anos) ;
- participação nos resultados , destinados aos Assistentes, Secretária e Office-boy, baseada no atingimento / superação das metas anuais estipuladas para a empresa, conforme percentuais de atingimento abaixo:
 - atingimento de 100% da meta → 3% do lucro líquido
 - superação em 20% da meta → 5% do lucro líquido
 - a partir da superação de 40% da meta → 10% do lucro líquido

Outra maneira de remunerar seus colaboradores de forma indireta será a concessão a estes de vales-refeição no valor de R\$ 5,00 (cinco reais) por dia trabalhado.

9.2. Tabela de Cargos e Salários

<i>Cargo</i>	<i>Salário Admissional</i>	<i>Menor salário</i>	<i>Salário Máximo</i>	<i>Quantidade e de faixas</i>	<i>Variação salarial</i>
Gerente Comercial	R\$ 1.800,00	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00	3	R\$ 500,00
Gerente Adm. e Financeiro	R\$ 1.800,00	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00	3	R\$ 500,00
Gerente de Marketing	R\$ 1.800,00	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00	3	R\$ 500,00
Assistente Comercial	R\$ 500,00	R\$ 650,00	R\$ 1.250,00	6	R\$ 120,00
Assistente Adm. e Financeiro	R\$ 500,00	R\$ 650,00	R\$ 1.250,00	6	R\$ 120,00
Assistente de Marketing	R\$ 500,00	R\$ 650,00	R\$ 1.250,00	6	R\$ 120,00
Secretária	R\$ 350,00	R\$ 420,00	R\$ 845,00	6	R\$ 85,00
Office-boy	R\$ 240,00	R\$ 260,00	R\$ 360,00	6	R\$ 25,00

9.3 Tabela de Cargos e Salários – por Graus

<i>Cargo Gerencial</i>	<i>Júnior I</i>	<i>Pleno I</i>	<i>Sênior I</i>
Gerente Comercial	R\$ 2.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 4.000,00
Gerente Adm. E Financeiro	R\$ 1.800,00	R\$ 3.000,00	R\$ 4.000,00
Gerente de Marketing	R\$ 1.800,00	R\$ 3.000,00	R\$ 4.000,00

<i>Cargo Operacional – técnico</i>	<i>Júnior</i>	<i>Júnior I</i>	<i>Pleno</i>	<i>Pleno I</i>	<i>Sênior</i>	<i>Sênior I</i>
Assistente Comercial	R\$ 650,00	R\$ 770,00	R\$ 890,00	R\$ 1.010,00	R\$ 1.130,00	R\$ 1.250,00
Assistente Adm. e Financeiro	R\$ 650,00	R\$ 770,00	R\$ 890,00	R\$ 1.010,00	R\$ 1.130,00	R\$ 1.250,00
Assistente de Marketing	R\$ 650,00	R\$ 770,00	R\$ 890,00	R\$ 1.010,00	R\$ 1.130,00	R\$ 1.250,00

Cargo Operacional – técnico	Júnior	Júnior I	Pleno	Pleno I	Sênior	Sênior I
Secretária	R\$ 420,00	R\$ 505,00	R\$ 590,00	R\$ 675,00	R\$ 760,00	R\$ 845,00
Office-boy	R\$ 260,00	R\$ 285,00	R\$ 310,00	R\$ 335,00	R\$ 360,00	R\$ 385,00

9.4 MANUAL DE GRAUS – ELO – Eventos Logísticos Operacionais

GRAUS	CARGOS	DESCRIÇÃO
JÚNIOR	Assistente JR Secretária JR Office-boy JR	<ul style="list-style-type: none"> • Tarefas variadas, rotineiras, que seguem passos definidos por normas. • Recebe supervisão estreita do superior, no desempenho de novas tarefas. • Experiência – 01
JÚNIOR I	Assistente JR I Secretária JR I Office-boy JR I Gerente JR I	<ul style="list-style-type: none"> • Tarefas variadas, rotineiras, que seguem passos definidos por normas. • Pode fazer pequenas adaptações ou modificações. • Recebe supervisão do superior, no desempenho de novas tarefas. • Experiência – 01 a 03 anos
PLENO	Assistente PL Secretária PL Office-boy PL	<ul style="list-style-type: none"> • O profissional assumiu seu nível de competência em trabalhos convencionais ou que requeiram adaptações técnicas • Trabalha com autonomia parcial e recebe instruções para a resolução de problemas simples • Pode supervisionar parcialmente trabalhos de outros profissionais de nível inferior • Experiência – 03 a 05 anos
PLENO I	Assistente PL I Secretária PL I Office-boy PL I Gerente PL I	<ul style="list-style-type: none"> • Aplica na sua área de atuação, conhecimento profundo e diversificado de técnicas. • Decide sobre as técnicas a serem aplicadas • Trabalha com autonomia e recebe instruções para a resolução de problemas complexos e novos • Deve ter conhecimento amplo de técnicas avançadas no seu campo de atuação • Supervisiona trabalho de outros profissionais de níveis inferiores • Representa a empresa junto a públicos (fornecedores, bancos, comunidade, etc.). no nível gerencial. • Experiência – 05 a 07 anos

SENIOR	Assistente SR Secretária SR Office-boy SR	<ul style="list-style-type: none"> • Toma decisões e faz recomendações que geram impacto nas áreas da empresa • É responsável por projetos de longo prazo • Deve ter criatividade e pensamento lógico, amadurecimento para resolver novos problemas. • Supervisiona trabalho de outros profissionais de níveis inferiores • Espírito de liderança • Trata de problemas complexos e controvertidos • Experiência – 08 a 10 anos
SENIOR I	Assistente SR I Secretária SR I Office-boy SR I Gerente SR I	<ul style="list-style-type: none"> • Toma decisões e faz recomendações que geram impacto nas áreas da empresa • É responsável por projetos de longo prazo • Deve ter criatividade e pensamento lógico, amadurecimento para resolver novos problemas. • Supervisiona trabalho de outros profissionais de níveis inferiores • Espírito de liderança • Trata de problemas complexos e controvertidos • Experiência – acima de 10 anos

9.5 Requisitos Básicos

1. Experiência
2. Dinamismo
3. Fluência Verbal
4. Qualidade de vida
5. Instrução
6. Conhecimentos especializados
7. Competências diversas
8. Responsabilidades

10. FICHA DE DESCRIÇÃO E ANÁLISE DE CARGO

TÍTULO DO CARGO: Assistente Administrativo
UNIDADE: Setor Administrativo
Subordinação: Gerente Administrativo
DESCRIÇÃO SUMÁRIA Auxiliar o Gerente Administrativo nas suas áreas de atuação, elaborando planilhas e Levantamentos.
DESCRIÇÃO DETALHADA: <ul style="list-style-type: none">• Abastece o sistema para confecção do fluxo de caixa diário;• Lança horas trabalhadas para efeito da folha de pagamentos;• Responsável pela compilação dos dados mensais para balanço e balancete; Digita as alterações ocorridas nas fichas de descrição e análise de cargos.
ESPECIFICAÇÕES: 1 – INSTRUÇÃO Segundo Grau Completo e estar cursando Ciências Contábeis.
– CONHECIMENTOS: Informática Avançada.
– EXPERIÊNCIA: 01 ano.
2 – COMPLEXIDADE/INICIATIVA Necessária para tomar decisão sobre fatos rotineiros, na ausência do gerente.
3 – RESPONSABILIDADE POR MAQUINAS E EQUIPAMENTOS Pelos que utiliza (equipamentos de informática).
6 – RESPONSABILIDADE POR ERROS Todo serviço está sobre a responsabilidade do Gerente Administrativo.
7- ESFORÇO FÍSICO: Não é submetido a esforço físico.
8 – ESFORÇO VISUAL: A constância dos serviços em micro.
9 – AMBIENTE Não oferece desconforto.
10 – RESPONSABILIDADE POR TRABALHO DE TERCEIROS Deverá conferir a documentação/recibos entregues pelo Office boy.
DATA DE ELABORAÇÃO: 01/10/2003 REVISAR EM: 01/10/2003

TITULO DO CARGO: Assistente Comercial
UNIDADE: Setor Comercial
SUBORDINAÇÃO: Gerente Comercial
DESCRIÇÃO SUMÁRIA Auxiliar o Gerente Comercial em sua área de atuação munindo-o com informações e levantamentos.
DESCRIÇÃO DETALHADA: <ul style="list-style-type: none"> • Elaboração de planilhas de roteiros para visitas aos clientes diariamente; • Efetua semanalmente o resumo das visitas e sua efetividade ou não; • Agenda visitas fora do roteiro; • Elabora o mapa mensal de vendas para ser apresentado em reunião com • Todas as equipes
ESPECIFICAÇÕES:
1 – INSTRUÇÃO Segundo Grau Completo, cursando curso superior em área que de suporte a atuação.
2 – CONHECIMENTOS: <ul style="list-style-type: none"> • Informática • Vendas
3 – EXPERIÊNCIA Mínima de 01 ano em estágio ou cargo semelhante
4 – COMPLEXIDADE/INICIATIVA Sobre assuntos de rotina principalmente na ausência do gerente comercial.
5 – RESPONSABILIDADE POR MAQUINAS E EQUIPAMENTOS Sobre os de uso em serviço(computador, fax, impressoras)
6 – RESPONSABILIDADE POR ERROS Informações incorretas a clientes.
7- ESFORÇO FISICO Não está submetido a esforço físico.
8– ESFORÇO VISUAL O de utilização constante de micro.
9 – AMBIENTE Não oferece desconforto considerável.
10 – RESPONSABILIDADE POR TRABALHO DE TERCEIROS Não tem subordinado.
DATA DE ELABORAÇÃO: 01/10/2003
REVISAR EM: 01/10/2003

TITULO DO CARGO: Assistente de Marketing
UNIDADE: Setor de Marketing
SUBORDINAÇÃO: Gerente de Marketing
DESCRIÇÃO SUMÁRIA Auxilia o gerente de marketing na criação, preparação e envio de folders via mala direta, faz telemarketing, elabora pesquisas e controla agenda de visitas.
DESCRIÇÃO DETALHADA: <ul style="list-style-type: none"> • Contata prestadoras de serviços de publicidade e propaganda, agendando as visitas; • Operacionaliza o envio de pesquisas a clientes e fornecedores; • Efetua pesquisa de mercado; • Elabora planilha de efetividade do esforço despendido X retorno • Atua nos serviços de telemarketing divulgando os serviços oferecidos as empresas; • Todas as demais tarefas correlatas e necessária e a critério do gerente de marketing.
ESPECIFICAÇÕES:
1 – INSTRUÇÃO Segundo grau completo, cursando graduação compatível.
2 – CONHECIMENTOS: Informática avançada
3 – EXPERIÊNCIA Mínima de 01 ano em serviços de informática e escritório.
4 – COMPLEXIDADE/INICIATIVA Decisões rotineiras
5 – RESPONSABILIDADE POR MAQUINAS E EQUIPAMENTOS Responsável pelos equipamentos que manuseia (micro, impressora, scanner, fax)
6 – RESPONSABILIDADE POR ERROS Erro de impressão de preço, roteiros podendo causar prejuízos, todo material impresso de divulgação/informação aos clientes deverá conter o parecer do gerente de marketing.
7- ESFORÇO FISICO Não exige esforço físico.
8- ESFORÇO VISUAL Muitas horas de operacionalização de micro
9 – AMBIENTE Ambiente não sujeito a elementos de grande desconforto.
DATA DE ELABORAÇÃO: 01/10/2003 REVISAR EM: 01/10/2004

TITULO DO CARGO: Gerente Administrativo/Financeiro/Recursos Humanos
UNIDADE: Administrativa
COMUNICAÇÃO: Gerente de Marketing e Gerente Comercial
DESCRIÇÃO SUMÁRIA Controlar as operações da empresa <ul style="list-style-type: none"> • Financeiras • Administrativas Administrar Recursos Humanos
DESCRIÇÃO DETALHADA: <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia diariamente os recursos humanos, baseando-se nos planos de avaliação; • Atualiza as fichas de Descrição de Cargos e de Avaliação dos mesmos em função de mudanças e de novas necessidades da empresa; • Gerencia o Ciclo de Caixa; • Apresenta relatórios das evoluções e involuções ocorridas no faturamento; • Conduz reuniões uma vez por mês com toda a empresa e sempre que algum Assunto extraordinário demanda; • Responsável pelo cumprimento do Código de Ética; • Estabelece padrões específicos para desempenho do pessoal; Indica tipos de atitudes a serem desenvolvidas pelos demais gerentes e subordinados voltadas para melhoria contínua.
ESPECIFICAÇÕES: 1 – INSTRUÇÃO Formação Escolar: Graduado em Administração de Empresas com especialização em Finanças e Gestão de Pessoas, ou outro curso superior, especializações necessárias para o desempenho do cargo.
2 – CONHECIMENTOS: <ul style="list-style-type: none"> • Informática • Elaboração de Relatórios Gerenciais • Oratória • Administração salarial
3 – EXPERIÊNCIA Mínima de 02(dois) anos em cargo semelhante
4 – COMPLEXIDADE/INICIATIVA Iniciativa para solução de problemas incomuns e discernimento para tomar decisões.
6 – RESPONSABILIDADE POR ERROS Deve manter controle rigoroso sobre as questões que envolvem pagamentos de impostos e com trabalhistas para não implicarem em ônus futuros para a empresa .
7- RESPONSABILIDADE POR CONTATOS Manter constantes contatos com demais gerentes e representantes de outras empresas.
8 –CONDIÇÕES DE TRABALHO As normais de escritório
DATA DE ELABORAÇÃO: 01/10/2003 REVISAR ATÉ 01/10/2004

TITULO DO CARGO: Gerente Comercial
UNIDADE: VENDAS
DESCRIÇÃO SUMÁRIA Fecha de vendas Visita Clientes Elabora mapa de vendas
DESCRIÇÃO DETALHADA: <ul style="list-style-type: none"> • Visita clientes oferecendo os produtos preparados pelo setor de marketing. • Acompanha o pós venda e repassa os resultados para marketing. • Efetua fechamento das Vendas com detalhes. • Repassa para marketing o comportamento da concorrência. • Responsável por todas as etapas das negociações com clientes.
ESPECIFICAÇÕES: 1 – INSTRUÇÃO Graduado em administração com conhecimentos em Turismo
2 – CONHECIMENTOS: <ul style="list-style-type: none"> • Informática • Inglês/espanhol
3 – EXPERIÊNCIA Mínima de 02 (dois) anos
4 – COMPLEXIDADE/INICIATIVA Iniciativa para fechar negócios
5 – RESPONSABILIDADE POR DADOS CONFIDENCIAIS Acesso a planilhas de custos e preços de vendas que não podem divulgados.
6 – RESPONSABILIDADE POR ERROS Venda feita incorreta, oferecer produto em desacordo com a expectativa do cliente pode gerar danos à imagem da empresa bem como prejuízo financeiro.
7- RESPONSABILIDADE POR CONTATOS Contatos constantes com clientes e com potenciais.
8- CONDIÇÕES DE TRABALHO As normais de pequenas viagens e permanência em escritório.
DATA DE ELABORAÇÃO: 01/10/2003 REVISAR EM: 01/10/2004

TITULO DO CARGO: GERENTE DE MARKETING
UNIDADE: MARKETING
DESCRIÇÃO SUMÁRIA Gerencia contatos e parcerias, elabora projetos, prepara e define agendas de eventos, define preços e promoções e cria eventos sazonais.
DESCRIÇÃO DETALHADA: <ul style="list-style-type: none"> • Supervisiona as atividades do setor de marketing(visitas, pesquisas, comunicação e produtividade) orientando e distribuindo os trabalhos; • Contrata fornecedores nas áreas de locomoção, aluguel de locais para eventos, guias e animadores, serviços de refeições • Elaborar projetos de acordo com o perfil do solicitante • Responsável pela elaboração e preparação da agenda de eventos; • Elaborar e criar promoções visando a sazonalidade • Supervisiona as atividades competentes ao assistente de marketing.
ESPECIFICAÇÕES:
1 – INSTRUÇÃO Marketing, Administração com ênfase em Marketing ou Turismo com pelo menos 01 especialização nestas áreas.
2 – CONHECIMENTOS: <ul style="list-style-type: none"> • Informática • Inglês e espanhol • Etiqueta para Executivos
3 – EXPERIÊNCIA Mínima de 02(dois) anos, estágios com boa indicação.
4 – COMPLEXIDADE/INICIATIVA Iniciativa para fechar e decidir negócios não previstos.
5 – RESPONSABILIDADE POR ERROS Erros por pesquisas que não foram devidamente elaboradas levam a empresa a ter prejuízos.
6 – RESPONSABILIDADE POR DADOS CONFIDENCIAIS Tem acesso aos dados estratégicos da empresa que não poderão ser divulgados a terceiros.
7- RESPONSABILIDADE POR CONTATOS Contatos com parceiros, clientes concorrentes e demais gerentes da empresa
8 – CONDIÇÕES DE TRABALHO Normais de escritório e em viagens necessária ao desempenho das funções.
DATA DE ELABORAÇÃO: 01/10/2003 REVISAR ATÉ 01/10/2004

TITULO DO CARGO:OFFICE BOY
UNIDADE: Administrativo/Financeiro/ARH
SUBORDINAÇÃO: Assistente Financeiro
DESCRIÇÃO SUMÁRIA: Serviços de Bancos, Busca e entrega de documentos em clientes e fornecedores Elaboração simplificada dos afazeres diários.
DESCRIÇÃO DETALHADA: <ul style="list-style-type: none"> • Serviços em Bancos; • Coleta de Documentos em clientes e Fornecedores; • Compras de material emergencial; • Serviços de Cartórios; • Elaboração de planilhas simplificadas(roteiro diário, semanal); • Enviar/Despachar Correspondências.
ESPECIFICAÇÕES:
1 – INSTRUÇÃO Ensino Fundamental, cursando segundo grau ou supletivo ou equivalente
2 – CONHECIMENTOS: Noções em Informática (digitar pequenos textos)
3 – EXPERIÊNCIA Com ou sem experiência
4 – COMPLEXIDADE/INICIATIVA Decisão somente se o que está realizando foi realmente o solicitado.
5 – RESPONSABILIDADE POR MAQUINAS E EQUIPAMENTOS Não é responsabilizado.
6 – RESPONSABILIDADE POR ERROS Entrega e busca nos lugares corretos
7- ESFORÇO FISICO Esforço exigido em várias caminhadas de pequenas e médias distâncias podem ocorrer vária vezes ao dia.
8 – ESFORÇO VISUAL não está exposto
9 – AMBIENTE Sujeito a riscos cotidianos com trânsito e com a falta de segurança pública.
10 – RESPONSABILIDADE POR TRABALHO DE TERCEIROS Não é responsável por trabalhos de terceiros desde de confira a documentação a ser entregue ou retirada no ato, sob protocolo.
DATA DE ELABORAÇÃO: 01/10/2003
REVISAR ATÉ: 01/10/2004

TITULO DO CARGO: SECRETÁRIA
UNIDADE: Gerência administrativa
SUBORDINAÇÃO: Gerente Administrativo
DESCRIÇÃO SUMÁRIA Suporte aos Gerentes
DESCRIÇÃO DETALHADA: <ul style="list-style-type: none"> • Agendar reuniões dos gerentes fora e dentro da empresa; • Filtrar e direcionar ligações destinadas aos gerentes; • Assessorar os gerentes em reuniões; • Elaborar atas; Elaborar convocações de reuniões ordinária e extraordinárias;
ESPECIFICAÇÕES: 1 – INSTRUÇÃO Segundo grau completo cursando curso superior afim.
2 – CONHECIMENTOS: <ul style="list-style-type: none"> • Informática • Redação • Comunicação
3 – EXPERIÊNCIA Estágio ou em cargo semelhante
4 – COMPLEXIDADE/INICIATIVA Na resolução de problemas embaraçosos não previsto.
5 – RESPONSABILIDADE POR MAQUINAS E EQUIPAMENTOS Equipamentos de utilização no desempenho das funções.
6 – RESPONSABILIDADE POR ERROS Repasse de informações.
7- ESFORÇO FISICO Não está submetida a esforço físico.
8 – ESFORÇO VISUAL Os de utilização de equipamentos de informática
9 – AMBIENTE Não oferece desconforto.
10 – RESPONSABILIDADE POR TRABALHO DE TERCEIROS Repasse de informações sem a devida checagem.
DATA DE ELABORAÇÃO: 01/10/2003
REVISAR EM: 01/10/2003

11. FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO POR OBJETIVOS

AVALIAÇÃO POR OBJETIVOS NOME: _____ DATA: ___ / ___ / ___ CARGO: Assistente Comercial UNIDADE _____		
AVALIAÇÃO		
RESULTADOS ESPERADOS	RESULTADOS ALCANÇADOS	CONCLUSÕES SOBRE OS RESULTADOS
SÍNTESE DA AVALIAÇÃO		
EXCEDE ()	SATISFATÓRIO ()	ABAIXO DO ESPERADO ()

AVALIAÇÃO POR OBJETIVOS NOME: _____ DATA: ___ / ___ / ___ CARGO: Assistente Administrativo UNIDADE _____		
AVALIAÇÃO		
RESULTADOS ESPERADOS	RESULTADOS ALCANÇADOS	CONCLUSÕES SOBRE OS RESULTADOS
SÍNTESE DA AVALIAÇÃO		
EXCEDE ()	SATISFATÓRIO ()	ABAIXO DO ESPERADO ()

AVALIAÇÃO POR OBJETIVOS		
NOME:		DATA: ___ / ___ / ___
CARGO: Assistente MKT		UNIDADE
AVALIAÇÃO		
RESULTADOS ESPERADOS	RESULTADOS ALCANÇADOS	CONCLUSÕES SOBRE OS RESULTADOS
SÍNTESE DA AVALIAÇÃO		
EXCEDE ()	SATISFATÓRIO ()	ABAIXO DO ESPERADO ()

AVALIAÇÃO POR OBJETIVOS		
NOME:		DATA: ___ / ___ / ___
CARGO: Gerente Administrativo		UNIDADE
AVALIAÇÃO		
RESULTADOS ESPERADOS	RESULTADOS ALCANÇADOS	CONCLUSÕES SOBRE OS RESULTADOS
SÍNTESE DA AVALIAÇÃO		
EXCEDE ()	SATISFATÓRIO ()	ABAIXO DO ESPERADO ()

AVALIAÇÃO POR OBJETIVOS		
NOME:		DATA: __/__/__
CARGO: Gerente de comercial		UNIDADE
AVALIAÇÃO		
RESULTADOS ESPERADOS	RESULTADOS ALCANÇADOS	CONCLUSÕES SOBRE OS RESULTADOS
SÍNTESE DA AVALIAÇÃO		
EXCEDE ()	SATISFATÓRIO ()	ABAIXO DO ESPERADO ()

AVALIAÇÃO POR OBJETIVOS		
NOME:		DATA: __/__/__
CARGO: Gerente de Marketing		UNIDADE
AVALIAÇÃO		
RESULTADOS ESPERADOS	RESULTADOS ALCANÇADOS	CONCLUSÕES SOBRE OS RESULTADOS
SÍNTESE DA AVALIAÇÃO		
EXCEDE ()	SATISFATÓRIO ()	ABAIXO DO ESPERADO ()

AVALIAÇÃO POR OBJETIVOS		
NOME:		DATA: ___/___/___
CARGO: Office Boy		UNIDADE
AVALIAÇÃO		
RESULTADOS ESPERADOS	RESULTADOS ALCANÇADOS	CONCLUSÕES SOBRE OS RESULTADOS
SÍNTESE DA AVALIAÇÃO		
EXCEDE ()	SATISFATÓRIO ()	ABAIXO DO ESPERADO ()

AVALIAÇÃO POR OBJETIVOS		
NOME:		DATA: ___/___/___
CARGO: Secretária		UNIDADE
AVALIAÇÃO		
RESULTADOS ESPERADOS	RESULTADOS ALCANÇADOS	CONCLUSÕES SOBRE OS RESULTADOS
SÍNTESE DA AVALIAÇÃO		
EXCEDE ()	SATISFATÓRIO ()	ABAIXO DO ESPERADO ()

12. RECRUTAMENTO DE PESSOAS

A ELO tem como princípio à valorização da "Prata da Casa" identificando a possibilidade da transferência, promoção ou ambos. Somente após esta verificação interna e verificando a impossibilidade de suprir a vaga com os recursos disponíveis, a ELO ira buscar estes profissionais no mercado.

Para que não haja problemas futuros, dando preferência por profissionais internos a empresa, sem a qualificação necessária para a função, estaremos definindo as regras e procedimentos necessários para a seleção de recursos, sejam internos ou externos a empresa.

12.1 REGRAS DE CHAMAMENTO

- a. Divulgação interna da vaga em aberto
- b. Recrutamento externo (caso não seja possível aproveitar recurso internos item 1)
- c. Indicação através dos funcionários
- d. Apresentação espontânea
- e. Escolas.

12.2 SELEÇÃO DE PESSOAS

A ELO esta preocupada em escolher os profissionais certos para trabalhar na equipe, colaborando com o sucesso do empreendimento. Para tanto estaremos definindo as regras e procedimentos para a seleção de pessoas, com o objetivo de minimizar o risco envolvido nesta atividade.

Sabemos que o processo de seleção e muito importante, e através dele que as organizações identificam talentos. Detectar o perfil, talento e características de personalidade dos candidatos são atividades que necessitam de conhecimento técnicos. Por este motivo a ELO terceirizará esta atividade para empresa de mercado que tenha o conhecimento necessário para executa-las. Ficando a ELO com a ultima palavra para a contratação, ou seja, haverá uma entrevista final com pelo menos três candidatos já filtrados pela empresa terceirizada, que preencham o perfil desejado.

12.3 Procedimento para Recrutamento de Pessoal

A área que necessitar de um novo recurso, devera preencher o formulário de solicitação de pessoas. Este formulário deve conter informações sobre o perfil desejado e informações como habilidades e experiência desejada.

12.4 Formulário de Solicitação de Pessoas

Foram analisadas as necessidades de cargos e suas respectivas atividades. Com estas informações foi possível formatar o formulário para cada cargo a ser preenchido:

Formulário de Recrutamento de Pessoas (padrão)

Unidade Solicitante:	
Cargo a ser preenchido:	
Aumento de Quadro () Substituição ()	
Prazo para o preenchimento:	Salário:
PERFIL DESEJADO	
1. Escolaridade:	
2. Conhecimentos específicos:	
3. Experiência:	
4. Habilidades:	
Assinatura:	Data:

12.5 Cargos e Formulários específicos

A ELO definiu o a estrutura organizacional, com os seguintes cargos:

- Gerente Comercial
- Assistente Comercial
- Gerente de Marketing
- Assistente de Marketing
- Gerente Administrativo e Financeiro
- Assistente Administrativo e Financeiro
- Secretaria
- Office Boy

Formulário de Solicitação de Pessoas já preenchido com as funções definidas:

Unidade Solicitante: Comercial	
Cargo a ser preenchido: Gerente Comercial	
Aumento de Quadro () Substituição (X)	
Prazo para o preenchimento: Imediato	Salário: R\$1.800,00
PERFIL DESEJADO	
1. Escolaridade: Superior	
2. Conhecimentos específicos: Informática Inglês / Espanhol Técnicas de vendas	
3. Experiência: Dois anos de Vendas Mercado de entretenimento Administração de pessoas	
4. Habilidades: Bom interpessoal Liderança Comunicativo	
Assinatura:	Data:

Unidade Solicitante: Marketing	
Cargo a ser preenchido: Gerente Marketing	
Aumento de Quadro () Substituição (X)	
Prazo para o preenchimento: Imediato	Salário: R\$1.800,00
PERFIL DESEJADO	
1. Escolaridade: Superior	
2. Conhecimentos específicos: Informática Inglês / Espanhol Conceitos de Marketing Técnicas de comunicação com o mercado (mkt)	
3. Experiência: Dois anos em funções similares Mercado de entretenimento Administração de pessoas Desenvolvimento de Produtos e Serviços	
4. Habilidades: Bom interpessoal Liderança	
Assinatura:	Data:

Unidade Solicitante: Administrativo Financeiro	
Cargo a ser preenchido: Gerente Adm / Fin.	
Aumento de Quadro () Substituição (X)	
Prazo para o preenchimento: Imediato	Salário: R\$1.800,00
PERFIL DESEJADO	
1. Escolaridade: Superior em administração com especialização em finanças e gestão de pessoas	
2. Conhecimentos específicos: Informática Inglês /Espanhol	
3. Experiência: Dois anos em funções similares	
4. Habilidades: Bom interpessoal Liderança	
Assinatura:	Data:

Unidade Solicitante: Marketing	
Cargo a ser preenchido: Assistente de Marketing	
Aumento de Quadro () Substituição (X)	
Prazo para o preenchimento: Imediato	Salário: R\$500,00
PERFIL DESEJADO	
1. Escolaridade: Cursando Administração de empresas	
2. Conhecimentos específicos: Informática (corel draw, foto shop, ou similares) Inglês básico Conceitos de Marketing / comunicação	
3. Experiência: 01 ano em cargo similar	
4. Habilidades: Bom interpessoal	
Assinatura:	Data:

Unidade Solicitante: Administrativo Financeiro	
Cargo a ser preenchido: Assistente Adm / Fin.	
Aumento de Quadro () Substituição (X)	
Prazo para o preenchimento: Imediato	Salário: R\$500,00
PERFIL DESEJADO	
1. Escolaridade: Superior em administração / Ciências Contábeis	
2. Conhecimentos específicos: Informática (Ferramentas do Office)	
3. Experiência: 01 ano em cargo similar	
4. Habilidades: Bom interpessoal Dinâmico / Pró-ativo	
Assinatura:	Data:

Unidade Solicitante: Comercial	
Cargo a ser preenchido: Assistente Comercial	
Aumento de Quadro () Substituição (X)	
Prazo para o preenchimento: Imediato	Salário: R\$500,00
PERFIL DESEJADO	
1. Escolaridade: Cursando superior	
2. Conhecimentos específicos: Informática (ferramentas do Office)	
3. Experiência: 01 ano em cargo similar/estágio	
4. Habilidades: Bom interpessoal Comunicativo Perfil para vendas	
Assinatura:	Data:

Unidade Solicitante: Administrativo Financeiro	
Cargo a ser preenchido: Secretaria	
Aumento de Quadro () Substituição (X)	
Prazo para o preenchimento: Imediato	Salário: R\$350,00
PERFIL DESEJADO	
1. Escolaridade: 2º grau completo, desejável cursando superior	
2. Conhecimentos específicos: Informática (ferramentas do Office) Inglês básico Redação	
2. Experiência: 01 ano em cargo similar / estágio	
3. Habilidades: Boa apresentação Organização Comunicativo	
Assinatura:	Data:

Unidade Solicitante: Administrativo Financeiro	
Cargo a ser preenchido: Office Boy	
Aumento de Quadro () Substituição (X)	
Prazo para o preenchimento: Imediato	Salário: R\$240,00
PERFIL DESEJADO	
1. Escolaridade: 1º grau completo e cursando 2º grau	
2. Conhecimentos específicos: Conhecimento básico em Informática (ferramentas do Office)	
3. Experiência: Não há necessidade	
4. Habilidades: Boa Apresentação Dinâmico	
Assinatura:	Data:

13. DESENVOLVIMENTO GERENCIAL

13.1 INTRODUÇÃO

Este documento se destina ao desenvolvimento dos gerentes da ELO – Empreendimentos Logísticos Organizacionais, enquanto gestores.

13.2 PREMISSAS

A complexidade das organizações, as constantes mudanças aliadas a complexidade do comportamento humano.

13.3 PERFIL GERENCIAL

O gestor deve ter ou desenvolver as seguintes competências:

- ✓ Comunicação
- ✓ Administração de Conflitos
- ✓ Criatividade
- ✓ Visão Sistêmica
- ✓ Capacidade técnica

13.4 OBJETIVOS

Capacitar os gestores do negócio de forma que gerenciem adequadamente as equipes nas quais atuam, sendo capazes de formar e ou desenvolver equipes com alto poder de liderança.

13.5 PÚBLICO ALVO

Todos os gerentes da Empresa ELO.

13.6 ESTRUTURA DO PDG

Módulos elaborados em acordo com as necessidades a serem desenvolvidas, identificadas na necessidade da função Gerencial e descritas no perfil gerencial.

13.7 MÓDULOS

MÓDULO 1 – SENSIBILIZAÇÃO AO PROCESSO

Objetivo do Módulo:

Obter comprometimento e envolvimento dos participantes no processo.

Temas:

- ✓ Apresentação
- ✓ Nova realidade das organizações
- ✓ Mudanças

- Métodos:**
- ✓ Reunião para apresentação
 - ✓ Dinâmica de grupo sobre mudanças
 - ✓ Autocrítica, identificando onde está e onde se quer chegar

Duração:
06 horas, divididas em 03 encontros de 02 horas.

Conhecimentos	Habilidades	Atitudes
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conhecer o PDG ✓ Cenários 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entender o contexto das organizações ✓ Propor mudanças sempre que necessário 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mudança ✓ Comprometimento ✓ Atualização permanente

MÓDULO 2 – COMUNICAÇÃO

Objetivo do Módulo:

Capacitar os participantes a utilizar a correta forma de comunicar-se com os mais diversos perfis de pessoas.

Temas:

- ✓ Estilo de pessoas
- ✓ Criatividade e Flexibilidade
- ✓ Técnicas de vendas
- ✓ Oratória

Métodos:

- ✓ Apresentação Teórica
- ✓ Estudos de caso
- ✓ Atividades lúdicas e dramatização
- ✓ Auto avaliação com o objetivo de avaliar o desenvolvimento durante o curso

Duração:

40 horas, divididas em 10 encontros de 04 horas.

Conhecimentos	Habilidades	Atitudes
✓ Técnicas de comunicação – facilitadores, ruídos e barreiras	✓ Conhecer perfis das pessoas ✓ Saber ouvir ✓ Postura corporal	✓ Auto-conhecimento ✓ Empatia ✓ Relacionamento interpessoal

MÓDULO 03 – CRIATIVIDADE

OBJETIVO DO MÓDULO: Estimular a criatividade latente no indivíduo a partir da quebra de paradigmas, estímulo ao desenvolvimento de idéias próprias e fortalecimento da auto-confiança.

TEMAS:

- ✓ Hemisfério direito – O poder criativo.
- ✓ Paradigmas: as algemas sociais.
- ✓ Auto-confiança e o processo criativo.

MÉTODOS:

- ✓ Exercícios práticos que impliquem no uso do hemisfério direito do cérebro.
- ✓ Após cada bloco prático, discussão a respeito das impressões e sentimentos vivenciados na execução dos exercícios.

DURAÇÃO:

- ✓ 06 horas, subdivididos em 03 módulos de 02 horas.

Conhecimento	Habilidades	Atitudes
✓ A submissão aos processos pré-estabelecidos	✓ Romper com processos pré-estabelecidos	✓ Auto-confiança e desenvolvimento de idéias próprias
✓ O processo criativo	✓ Permitir-se abstrações	✓ Liberdade criativa

MÓDULO 04 – VISÃO SISTÊMICA

Objetivo do Módulo: Conscientizar os participantes a manterem uma visão da empresa como um todo.

Temas:

- ✓ Pensamento Sistêmico
- ✓ A complexidade da organização e suas partes

Métodos:

- ✓ Apresentação Teórica
- ✓ Discussões em grupo
- ✓ Rodízio dentro da própria empresa
- ✓ Dinâmico do relacionamento

Duração:

20 horas, subdivididas em 12 horas para o conteúdo conceitual, 08 horas p/visitas a outras empresas, mais rodízio de 01 semana em cada setor(4 horas /dia.), para não prejudicar as atividades pertinentes de cada envolvido.

Conhecimentos	Habilidades	Atitudes
✓ Teoria Sistêmica	✓ Pensar Sistemicamente	✓ Flexibilidade
✓ Complexidade das Organizações	✓ Estruturar soluções objetivas	✓ Visão de Contexto e Inter-relações

MÓDULO 05 – COMPETÊNCIAS TÉCNICAS

Objetivo do Módulo:

Atualização de Conceitos Técnicos e Administrativos para perpetuação da empresa no mercado .

Temas:

- ✓ Cultura da Empresa
- ✓ Gestão Estratégica
- ✓ Gerenciamento de Processo

Métodos:

- ✓ Apresentação Teórica
- ✓ Estudos de caso
- ✓ Análise dos Processos com proposições de melhorias
- ✓ Auto avaliação com o objetivo de avaliar o desenvolvimento durante o curso

Duração:

12 horas, subdivididas em 03 encontros de 04 horas, sendo 04 para parte teórica e as restantes de aplicabilidade.

Conhecimentos	Habilidades	Atitudes
✓ Missão e Valores	✓ Valer-se da gestão participativa	✓ Visão Crítica
✓ Gestão Estratégica	✓ Desenvolver Visão Estratégica	✓ Postura Pró-Ativa
✓ Gerenciamento de Processos	✓ Propor Mudanças	✓ Valorizar a capacidade coletiva de propor soluções

13.8 RECURSOS

Módulos	Recursos Humanos	Recursos Materiais	Recursos Financeiros
Módulo 01: Sensibilização ao processo	01 Coordenador 01 Secretária	Equipamentos: 01 Multimídia 01 Flip-chart Material Didático: Apostilha Materiais Diversos: Canetas Folhas Pincéis atômicos	Encontram-se estabelecidos no módulo orçamento para treinamentos(2% do faturamento anual)
Módulo 02: Comunicação	01 Coordenador	Obs.: Serão utilizados materiais fornecidos pela ACP no curso por esta ministrado	Idem
Módulo 03: Criatividade	01 Coordenador 01 Secretária	Vídeo , fitas sobre o tema, papel A4, canetas coloridas, lápis, tesoura, recortes de jornais e revistas	Idem
Módulo 04: Visão sistêmica	01 Coordenador	Vídeo, fitas sobre Mercado, blocos p/anotações, canetas	Idem
Módulo 05: Competências técnicas	01 Coordenador	Revistas, livros, periódicos, blocos para anotações, canetas	Idem

13.9 ORÇAMENTO

Módulos	Recursos Humanos	Recursos Materiais	Recursos Financeiros
Módulo 01: Sensibilização ao processo	Coordenador: R\$ 300,00 Secretária: R\$ 100,00	R\$ 200,00	Verba previamente destinada a PDG No orçamento anual
Módulo 02: Comunicação	Coordenador R\$ 300,00	Os fornecidos pela ACP	idem
Módulo 03: Criatividade	Coordenador R\$ 300,00 Secretária R\$ 100,00	R\$ 100,00	idem
Módulo 04: Visão Sistêmica	Coordenador R\$ 300,00	R\$ 200,00	idem
Módulo 05 Competências Técnicas	Coordenador	R\$ 200,00	idem

13.10 CRONOGRAMA

Módulos	Semana 01	Semana 02	Semana 03	Semana 04	Semana 05	Semana 06	Semana 07	Semana 08	Semana 09	Semana 10
Módulo 01: Sensibilização processo	06 Horas									
Módulo 02: Comunicação	04 Horas	04 Horas	04 Horas	04 Horas	04 Horas	04 Horas	04 Horas	04 Horas	04 Horas	04 Horas
Módulo 03: Criatividade					02 Horas	02 Horas	02 Horas			
Módulo 04: Visão sistêmica	06 Horas	06 Horas	02 Horas	02 Horas	02 Horas	02 Horas	04 Horas	04 Horas	04 Horas	04 Horas
Módulo 05 Competências técnicas	04 Horas	04 Horas	04 Horas							

14.

15. LOGÍSTICA

14.1 EXEMPLO DE EVENTO

Para o desenvolvimento do estudo, optamos por apresentar o processo logístico de um evento elaborado para atender as necessidades da Associação de Funcionários da empresa “X”, uma metalúrgica, situada na região metropolitana de Curitiba, com aproximadamente 300 funcionários.

A Contratante deseja comemorar o aniversário de 10 anos de sua fundação e apresenta como principal característica o ecletismo de seus associados e dependentes, que possuem diversidade de idades, grau de instrução, linhas de interesse, etc.

Diante do quadro oferecido, sugerimos um evento de integração, baseado em um churrasco, observando as seguintes características:

- **Prática Esportiva:** Como o local oferecido para o encontro possui 2 quadras para a prática de futebol suíço, surgiu por parte da contratante o interesse em desenvolver um torneio de futebol. Ficou estabelecido que a organização do torneio – tabela de jogos, regulamento, arbitragem e distribuição de prêmios – ficaria a cargo do Departamento Esportivo da Contratante, cabendo a ELO providenciar o material esportivo necessário – bolas, redes, coletes de identificação, apitos.
- **Música:** É habitual nas atividades sociais da Associação de Funcionário da Empresa “X” a participação de um grupo de “Pagode” formado por empregados da organização e que goza da simpatia dos associados. Para auxiliá-los nos foi solicitada a contratação de um instrumentista especializado em violão que tenha bom repertório de pagodes.
- **Karaokê:** A ELO providenciará a locação e instalação de equipamento para Karaokê, para atender aos convidados que não apreciem pagode.
- **Cardápio:** Definiu-se:
 - Carnes:** Picanha, alcatra, picanha de ovelha, peito de frango, lingüiça.
 - Saladas:** Feijão cavalo, maionese de batatas, salada de folhas verdes.
 - Complementos:** Farofa, arroz, azeitonas, palmito em conserva
- **Transporte:** Ficou sob responsabilidade da ELO providenciar transporte para 37 convidados que não possuem automóvel próprio, os demais convidados preferiram utilizar seus próprio veículos.

14.2 O PROCESSO LOGÍSTICO

A Base Logística: Os procedimentos logísticos da ELO estão baseados em uma sede de apoio, que possui quatro salas: recepção dos produtos, pré preparo, almoxarifado e cozinha.

Os produtos são recebidos na sala de recepção, conferidos e enviados para a sala de pré-preparo, no caso de alimentos, ou almoxarifado, quando de outros produtos. Da sala de pré-preparo, os alimentos após procedimentos padronizados de manuseio (ver exemplo no anexo IV) são remetidos para a cozinha, onde serão armazenados e/ou preparados.

Equipamentos Disponíveis:

A sala de pré preparo é equipada com mesa, balcão, pia e geladeira.

A cozinha possui mesa, balcão, fogão industrial, 2 freezers horizontais, 1 freezer vertical, 2 refrigeradores.

A sala de recepção e de almoxarifado possuem balcões e prateleiras.

Fornecedores: Quanto a fornecedores, priorizamos a qualidade e garantia de encontrar os produtos quando necessário, mantendo pesquisa de preços no mercado para evitar distorções expressivas.

O detalhamento dos processos logísticos podem ser verificados nos anexos II, onde estão listados todos os itens necessários para a realização do evento, possíveis fornecedores e responsável pela aquisição dos produtos.

A distribuição cronológica das atividades é mostrada no anexo III.

No anexo IV apresentamos alguns procedimentos padronizados para higienizar e armazenar alimentos.

O anexo I traz um quadro com a distribuição de convidados por faixa etária, que serve de indicativo para o desenvolvimento de atividades extras no evento.

Anexo 1

LAY-OUT SEDE ADMINISTRATIVA

